RASGO CREATIVO

(EL LENGUAJE DEL JUEGO COMO PERFILAMIENTO CREATIVO)

Angie Lorena Anglo Ariza
Maestría en Diseño para Industrias Creativas y Culturales
Univercidad El Bosque - Facultad Comunicaión y Creación
Trabajo de Grado

Rasgo Creativo: El lenguaje del juego como perfilamiento creativo.

AUTOR:
Angie Lorena Angulo Ariza

Presentado para el título de: Magíster en Diseño para las Industrías Creativas y Culturales

DIRECTORES:
Natalia Marín
Santiago Barriga

Universidad El Bosque
Facultad de Creación y Comunicación
Maestría para Industrias Creativas y Culturales

Trabajo de Grado

Bogotá D.C.
15 de Noviembre 2022

TABLA DE CONTENIDO

Objetivos_____ Pág. 01
Storytelling_____ Pág. 02
Reglas de juego_____ Pág. 03

Nivel 1: Conceptualización
__1.1. El diseño gráfico y la percepción laboral__Pág. 04
__1.2. Acercamiento a la problemática_____Pág. 05
__1.3. Reclutamiento laboral, metodologías modernas_Pág. 07
_____1.3.1. Inbound Recruiting_____Pág. 07
_____1.3.2. Test DISC_____Pág. 08
_____1.3.3. Importancia de las Soft sKills_____Pág. 10

Nivel 2: Ideación
__2.1. Investigar jugando_____Pág. 14
_____2.1.1 Clasificación de juegos de mesa_____Pág. 14
_____2.1.2. Teorías del juego en la gamificación_____Pág. 15
__2.2. Desarrollo de la experiencia_____Pág. 15
_____2.2.1. Nathan Shedroff_____Pág. 16
_____2.2.2. Usabilidad_____Pág. 17

Nivel 3: Estado del arte
__3.1. Proyectos y Empresas
_____3.1.1.La Valentina Design_____Pág. 18
_____3.1.2. Norte Creativo_____Pág. 19
_____3.1.3. RAD_____Pág. 20
_____3.1.4. King Digital Entertainment_____Pág. 21
__3.2. Casos de éxito
_____3.2.1. ID Talento_____Pág. 22
_____3.2.2. Huny, genomawork y Unilever_____Pág. 23

Nivel 4: Creación y Diseño
__4.1. Fase 1: Caracterización
_____4.1.1. Recolección de Información_____Pág. 24
_____4.1.2. Sistematización de la información_____Pág. 27
_____4.1.3. Análisis de las encuestas_____Pág. 29
__4.2. Fase 2: Diseño y creación
_____4.2.1. Diseño - evaluación de la experiencia_____Pág. 30
_____4.2.2. Diseño - creación de la propuesta_____Pág. 32
_____4.2.3. Diseño - perfilamiento_____Pág. 34
__4.3 Fase 3: Diseño de experiencia DIS
_____4.3.1. Descubrir_____Pág. 39
_____4.3.2. Construir_____Pág. 42
_____4.3.3. Refinar_____Pág. 48
__4.3 Fase 4: Prototipo y playtesting
_____4.3.1. Prototipo Beta_____Pág. 51
_____4.3.2. Prototipo Alfa_____Pág. 55
_____4.3.3. Resultados - perfil imaginario_____Pág. 75
_____4.3.3. Jorney Map (Prospectiva)_____Pág. 79
_____4.3.3. Conclusiones playtesting_____Pág. 82
Nivel 5: Alcance y prospectiva_____*Pág. 64*
Anexos_____Pág. 67
Referentes bibliográficos_____Pág. 80

TIPO DE PROYECTO: INVESTIGACIÓN-CREACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Explorar perfiles creativos a través de una herramienta interactiva basada en los lenguajes del juego, que permita visualizar y clasificar habilidades transversales y rasgos de personalidad para profundizar y orientarlos al mercado laboral (micro y pequeñas empresas) de Bogotá, Región.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

01 Determinar un estado del arte que permita identificar herramientas orientadas a la segmentación de perfiles creativos para su aplicación en procesos de selección de personal creativo.

02 Documentar factores diferenciales de procesos de selección alternativos en el sector empresarial en la ciudad de Bogotá, para evaluar el sistema de experiencia.

03 Definir criterios basados en las teorías del juego y herramientas que se puedan articular el diseño de experiencia orientados a perfiles creativos.

04 Generar un protocolo de evaluación de la herramienta digital para concretar indicadores y definir el escenario potencial del proyecto.

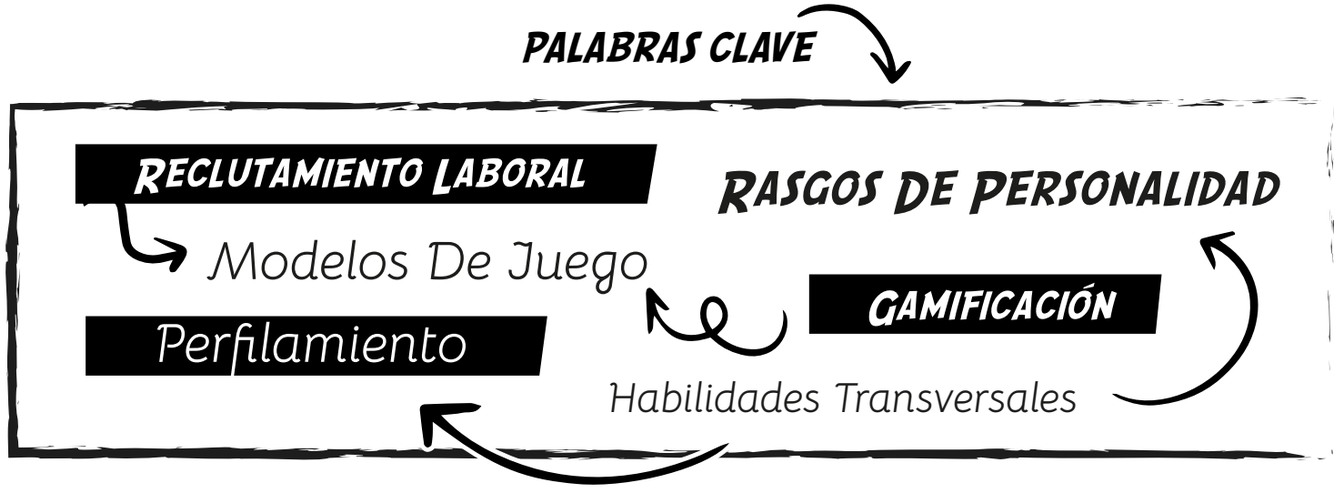
STORYTELLING:

Rasgo creativo, en un proyecto de investigación-creación, bajo los lineamientos de la Maestría en Diseño para las industrias Creativas y Culturales, de la Universidad El Bosque, que busca presentar una estrategia para la categorización de perfiles creativos mediante teorías del juego adaptados como herramienta asequible para la contratación de talento creativo en el sector empresarial, permitiéndoles a las empresas un mejor entendimiento de los rasgos de personalidad y soft skills de los creativos en un proceso de reclutamiento, a través de procesos dinámicos, asertivos y fáciles de implementar sin necesidad de experticia, además, entorno a esto se ejecutan unas líneas de acción que desarrollan la narrativa lúdica, herramientas de recolección de información a través de la gamificación y la creación de mecánicas de juegos de mesa, que permiten la inmersión al concepto de potencial creativo y asertivo en cargos de diseño.

Este proyecto pone en diálogo principios de la propiedad intelectual, habilidades del talento creativo, el potencial del diseño dentro del marco social, cultural y académico.

Busca que en prospectiva las herramientas desarrolladas en el proceso de investigación-creación puedan ser apropiadas e implementadas dentro de los procesos de contratación en micro y pequeñas empresas (MIPYMES) con necesidad de talento creativo en la ciudad de Bogotá, con el propósito de que las herramientas sean asequibles y sirvan como una alternativa cuando no se cuenta con el personal de recursos humanos dentro del proceso de contratación.

La versatilidad del proyecto desde su diseño permite que éste pueda ser escalable y aplicable en cualquier especialización del diseño, carreras a fines o reclutamiento laboral con solicitud de talento creativo.



REGLAS DE JUEGO

Antes de empezar...

A lo largo de mi experiencia, como *diseñadora de juegos de mesa*, he implementado fases para el *desarrollo creativo de un juego,* las cuales he tomado como base para el desarrollo de mi proceso de *investigación-creación* propongo este documento como una experiencia inmersiva que posibilite la comprensión del proceso de creación de un juego. Para ello, usaré la narrativa del mundo del juego y lo cruzaré con el plan metodológico investigativo, ya que ambos procesos poseen algunas característica que permiten que se relacionen entre sí, y que puedo enunciar de la siguiente manera:

- *Marco Contextual vs. Conceptualización*, en esta etapa se consolidó la información necesaria y las posibles problemáticas del objeto a estudiar. Funciona así igual en la primera etapa de creación de un juego de mesa, en la que es importante empaparse del concepto que se quiere desarrollar e investigar a fondo la sustentación del objetivo que se logrará como resultado.

- *Marco teórico vs. Ideación*, en esta fase investigativa se han recopilado los antecedentes teóricos trabajados para la sustentación del objeto de estudio. En la segunda etapa de creación de un juego de mesa, se busca identificar las tendencias y casos de éxito dentro del sector lúdico mecánico del juego, y así mismo generar un brainstorming de ideas exitosas para el inicio del desarrollo de la mecánica.

- *Marco metodológico vs. Creación y Diseño*, esta fase cuenta con un conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y encontrar caminos o salidas del problema, en el desarrollo de la mecánica, una vez se cuente con toda la información necesaria se comienza por la creación de las instrucciones y del paso a paso de cómo se desarrollará el juego para alcanzar el objetivo, lo que permite comprender que ambas fases comparten pasos y en este proyecto comparten técnicas (juegos) para la formulación e implementación de una metodología que cree una propuesta viable.

- *Propuesta vs Playtesting*, en esta fase se expone la propuesta creada y desarrollada a partir del proceso de investigación, al igual que en la última etapa del proceso de creación de juego. El Playtesting busca la exposición y desarrollo de la mecánica del juego en un entorno real, resulta en ambos casos ser una fase iterativa, ya que se permiten identificar mejoras, gráficas mecánicas e instructivas.

NIVEL 1:

1. CONCEPTUALIZACIÓN

1.1 El diseño gráfico y la percepción laboral:

Según el reporte de la cuenta satélite de cultura y economía naranja 82014-2019), en Bogotá los últimos años, el crecimiento de las Industrias Creativas y Culturales (ICC) ha potencializado las condiciones de las profesionales relacionadas con estos sectores. Como lo menciona Scherrer, "son fuente de valor agregado y de innovación que permiten tener una ventaja competitiva" (como lo citó Vega, 2017). En el caso de la industria gráfica en Colombia, ha ido aumentando según el informe de sostenibilidad de Andigraf *Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación gráfica* (2018) registró que el 14% de las compañías partícipes de la encuesta[1] son proveedoras de la industria gráfica mientras que el 86% restante son impresores (Andigraf, 2018). En ambos casos con talento creativo involucrado en donde la caracterización de empresas participantes permitió identificar que más del 70% de las mismas pertenece al segmento de productos publicitarios y comerciales. Por su parte el 46,3% pertenece al segmento de etiquetas y el 31,7% manifestó pertenecer al segmento de impresiones editoriales.(Andigraf, 2018) lo cual representa una alta participación empresarial con talento creativo involucrado.

Por otro lado, según lo que presenta el informe del DANE 2017, se puede constatar el reporte como el de la tarjeta profesional producido por *Asociación de Diseñadores Gráficos en Colombia*, que ha mapeado la génesis de la apropiación del diseño donde la primera facultad enfocada a su educación nació hace menos de 40 años y por lo tanto se puede considerar que aún se encuentra en sus albores de desarrollo (Andigraf, 2018).

Lo anterior representa un problema enmarcado en las ICC, y que aún no cuenta con estadísticas desarrolladas en la definición idónea de perfiles creativos, para las necesidades gráficas de los sectores empresariales (RAD, 2018).

Sin embargo, como se menciona en el libro La nueva educación del Diseño gráfico (citado de la construcción del perfil idóneo de un diseñador gráfico, 2018) expone que el diseñador gráfico debe desarrollar destrezas para investigar, analizar y habilidades de razonamiento que le permitan coordinar, defender conocimientos y organizar la información para delegar acciones en su desarrollo profesional. Por otro lado, la formalización de la carrera ha permitido fortalecer la ética y el profesionalismo atacando la mala praxis y el comportamiento desleal en un gremio altamente competitivo. (Adgcolombia, s/f).

Es por esto que varias entidades se han enfocado en el desarrollo de algunas reflexiones para el sector creativo, uno de estos es la protección a la propiedad intelectual regulada por la OMPI, 2003 que protegen los productos y servicios fundados desde la creatividad e intelecto humano (Vega, 2017), pero aún existen algunas brechas de informalidades que atacan al sector (Jaramillo, 2011).

[1] En el informe de Andigraf (2018) participaron 42 empresas impresoras y proveedoras, identificadas en todos los tamaños; la mayor representatividad fue registrada por las medianas (47,5%), seguida de las pequeñas (30%) y posteriormente se observó las micro y grandes empresas, con participaciones de 15% y 7,5% respectivamente.

NIVEL 1:

1.2 Acercamiento a la problemática:

Por otro lado, en el año 2004, se consolida la *Asociación Colombiana Red Académica de Diseño* (2018) quienes representan y promocionan la disciplina académica del diseño, teniendo como objetivo reflexionar los aspectos académicos y profesionales de la disciplina, que propendiera por el mejoramiento continuo, el fortalecimiento de la enseñanza, la promoción y la divulgación del Diseño ante el Estado, el sector empresarial y la sociedad colombiana en general. Sin embargo, en su publicación *Estructuración de un sistema de información para identificar y visualizar la oferta, inserción e impacto económico del Diseño*, se puede identificar que la problemática principal de la (RAD,2018) dentro de su proyecto es la carencia estadística informativa que permita entender y promocionar este sector (el diseño), reconociendo las particularidades y fortalezas del Diseño en nuestro país, al igual que conocer la realidad de los sectores productivos en torno a la innovación por Diseño e identificar el papel que este juega actualmente dentro de la industria.

Por lo tanto, gracias a la importancia que se le ha dado al sector de las ICC se han habilitado las posibilidades laborales que tienen los profesionales en el país (Molina, 2020), sin embargo, existe una brecha entre lo que ofrecen el sector creativo y lo que se ofrece en las diferentes bolsas de empleo (Molina, 2020). Según Marco Llinás, vicepresidente de competitividad de la cámara de comercio en Bogotá, (como lo citó Molina, 2020) señala que una de las limitantes del sector creativo en el país, es la carencia de capital humano y la dificultad para encontrar personal específico que atienda a ciertas necesidades laborales.

Esto debido al desconocimiento del potencial del perfil creativo y el alcance que el mismo puede lograr dentro de la organización interesada. Lo anterior, se concluye como una problemática ya que se evidencia una carencia informativa en lo que el sector empresarial entiende de un perfil creativo y lo que la comunidad gráfica le ofrece al sector, es por esto que se puede fortalecer el concepto de diseñador dentro del marco de las ICC.

Como resultado de esto, el gobierno en el informe Nacional de Competitividad (2018-2019), busca priorizar las acciones que permitan atender a estas necesidades de capital humano para identificar de manera asertiva las competencias y campos de acción de los profesionales del país (Molina, 2020). La falta de información acerca del rol del profesional en diseño gráfico generó una perspectiva en el empresario que fue decayendo (Mantilla, 2018), es importante controlar el riesgo de informalidad en la contratación, que no garantiza la estabilidad laboral ni el cubrimiento de la seguridad social. Esto lleva a que los procesos de reclutamiento y requerimientos laborales no sean asertivos en el momento de la contratación (Araneda, 2017) y que tengan algunas dificultades a la hora de encontrar el perfil creativo que más se acerque a su solicitud o que incluso no se pueda explotar la efectividad y potencial del diseñador en un cargo laboral (RAD, 2018).

Los problemas reconocidos fueron discriminación, en especial de género, favorecer candidatos y la adulteración de informes psicolaborales bajo presión de clientes y jefaturas (Araneda, 2017). De modo que se debe encontrar la manera de minimizar las brechas de riesgo y encontrar formas idóneas de contratación asertiva.

Por otro lado, de acuerdo con Karina Ramirez (2018) resulta fundamental que los programas de formación y el sector empresarial, dejen de ver al diseñador gráfico como un perfil operativo y comenzar a posicionar dentro de un perfil investigativo, capaz de influir en la sociedad. Esto es importante mencionarlo ya que, en percepción del diseño en Colombia, se entiende como un maquetador gráfico de ideas, por lo que es importante dentro de un proceso de contratación entender adecuadamente el perfil creativo desde el paradigma de habilidades blandas, más allá de sus conocimientos técnicos y de esta manera poder aprovechar en un 100% el talento creativo desde la concepción de ideas hasta la ejecución de las mismas (L.K. Rodrigez, comunicación personal, 28 de septiembre, 2021)

Sin embargo, en Colombia existe un paradigma entre las habilidades y competencias del sector creativo y los requerimientos del sector empresarial en los términos de reclutamiento laboral, el cual no sólo tiene brechas de oferta entre estos dos sectores, sino en el proceso como tal de contratación (Jara, A. 2018) ya que el modelo actual no sólo puede llegar a tener algunas discrimicación laborales, sino que en sí es un proceso largo y desgastante para ambos sectores (IDtanelto, 2020). Es por esto, que haciendo uso de los lenguajes del juego, se busca cambiar la experiencia de los usuarios y la acertividad por parte de los clientes, ya que permitirá una construcción social de los roles y perfilamientos de personal creativo entendido para el desarrollo de futuros requerimientos laborales.

En cuestión de procesos de contratación de las PYMES, según el a artículo de la revista semana (2017) las personas naturales y las empresas que tienen menos de diez empleados, por lo general, no cuentan con un departamento de recursos humanos, por lo que, muchas veces reciben personas que no son aptas para el cargo o que dejan el trabajo "tirado" al cabo del primer mes. Uno de los tips que el artículo sugiere es tener presente el perfil del trabajador que quiere contratar y tener claro por qué y para qué lo requiere, (Revista Semana, 2017) pero, dentro de la industria gráfica para una microempresa que quizás no desconoce realmente el papel que desempeña un diseñador gráfico, es difícil, determinar entonces el perfil que desea contratar.

Por ejemplo, en el caso de Unilever, este consorcio tiene un programa de reclutamiento diseñado a partir de la inteligencia artificial y la gamificación. En entrevista a El Mundo, Leena Nair, responsable de recursos humanos de Unilever, explica que la aplicación para inteligencia artificial de Unilever mejora la eficacia del reclutamiento y reduce el tiempo de espera de los candidatos desde que inician el proceso hasta que son contratados. En su modelo es importante el uso del juego como herramienta para evaluar aspectos cognitivos, emocionales y sociales.

Así que, el diseño de experiencia se trabaja bajo el análisis de inteligencia artificial y gamificación. Lo que permite identificar que el juego es una herramienta que se puede utilizar para todos. Pero es una problemática para las micro y pequeñas empresas, que en su carencia de un departamento de recursos humanos desconocen el cómo poder acceder a estos procesos de contratación innovadores, sin necesidad de invertir un capital exorbitante o construir todo un departamento.

1.3 RECLUTAMIENTO LABORAL:
MEDOTOLOGÍAS MODERNAS

Por otro lado, los métodos usados para conseguir un perfil idóneo que sea asertivo y cumpla con un alto estándar de alineamiento en función a la cultura organizacional, se están actualizando al aplicar nuevas metodologías que permitan que los procesos sean mucho más efectivos y se puedan desarrollar en el menor tiempo posible, (Guales, J. & Rosales, G, 2021). En la actualidad, uno de los desafíos principales con los que lidia el departamento de Recursos Humanos, justamente corresponde a encontrar perfiles idóneos y poder convertirlos de postulantes a miembros y colaboradores de la organización. Estos perfiles se deben ajustar no solo a las vacantes presentadas, sino que también se puedan acoplar a la cultura y propósito organizacional. (L.K. Rodrigez, comunicación personal, 28 de septiembre, 2021)

Entre ellos destaco los siguientes:

1.3.1 Inbound Recruiting:

Toni Gimeno (2016), define esta metodología de la siguiente manera: Inbound Recruiting es una innovadora metodología de reclutamiento centrada en el candidato, que ayuda a las empresas a atraer al talento adecuado, pasivo o activo, a enamorarlo durante el proceso de selección y a contratar de forma más rápida (p. 11) . Esta nueva metodología de reclutamiento, básicamente se centra en el candidato de una forma en la que lo atrae, lo enamora y lo convierte en gestor de la marca empleadora, disfrutando de una inolvidable experiencia durante todo el proceso de selección (Gimeno, T. 30 de noviembre de 2016) Además, busca romper el paradigma de la forma tradicional de reclutamiento, empleando herramientas totalmente diferentes y actualizadas que permitan optimizar el proceso de reclutamiento y brindar más eficacia a la selección del personal, ahorrando tiempo y sumas importantes de dinero a las organizaciones tanto públicas como privadas.

Esta metodología cuenta como cuatro fases para el éxito de la misma:

FASE 1: ATRAER A LOS CANDIDATOS IDEALES

Difundir el valor de la empresa, su cultura, su filosofía de trabajo, sus triunfos y qué se hace en ella. (Gimeno, T. 30 de noviembre de 2016) .El objetivo es mostrar cómo es la empresa y el beneficio profesional de un trabajador estar en dicha empresa. De esta forma, se atraerá a los profesionales afines a la cultura de la empresa con mayor talento.

FASE 2: CONVERTIR EN CANDIDATOS

Cuando un seguidor en una red social se convierte oficialmente en candidato. Hay que redactar las ofertas de trabajo de una forma muy impactante. Sin olvidar transmitir lo que ofrece la empresa clara y atractivamente. (Gimeno, T. 30 de noviembre de 2016)

FASE 3: CONTRATAR AL CANDIDATO

En la etapa de las entrevistas es necesario comunicarse con los candidatos de forma efectiva y fácil. Hay que comunicarles cuál es su estatus, otorgar feedbacks. Para evitar que se hable mal de la empresa o del proceso de selección, es necesario enamorarlos en cada una de las interacciones que se tienen con ellos. (Gimeno, T. 30 de noviembre de 2016)

FASE 4: ENCANTAR AL TRABAJADOR

Cuando el candidato sea contratado, la experiencia que ha vivido durante el proceso de selección debe continuar durante su tiempo en la empresa. Esta es una de las claves más importantes, ya que cada vez que se abra un proceso de selección, serán los propios trabajadores los que recomienden la empresa a sus conocidos y amigos. (Gimeno, T. 30 de noviembre de 2016)

1.3.2 Test DISC:

Según ID Talento, 2022. La prueba DISC de estilos de personalidad, es una de las más usadas para conocer la tendencia de comportamiento de una persona. Ya que permite identificar su estilo de personalidad mediante patrones y rasgos en estado natural, ya que percibe la realidad de cada persona, en cómo piensa, en cómo actúa y hace las cosas de manera innata.

Según Bizneo en su blog, la prueba DISC permite contratar candidatos con personalidades que encajen a la perfección y crear un mejor grupo de trabajo. Así captar profesionales con diferentes puntos de vista, criterios, cualidades y habilidades.

En relación con mi experiencia del juego, es una herramienta que fácilmente se puede utilizar dentro de la lógica de juego, ya que permite ser evaluado por un patrón de respuestas y toma de decisiones que dentro del estado natural del juego se pueden medir, es por esto, que al usar esta herramienta y utilizar el juego como vehículo para encontrar estilos de personalidad en perfiles creativos, crea un match orientado a la toma de desiciones en la contratación asertiva.

La idea detrás del test DISC es detectar qué dimensiones de la personalidad destacan sobre las demás, en qué medida y proporción y, a partir de eso, saber o inferir cómo se va a relacionar con el entorno. Sin embargo, no solo detecta características de la personalidad, sino también habilidades, al permitir averiguar cómo la persona entiende el mundo y cómo reacciona a las circunstancias o a los problemas. (ID Talento, 2022)

Principalmente mide dos estados: el perfil natural y el perfil adaptado. El perfil natural viene a representar cómo se hacen las cosas de manera innata. Es decir, el que muestra en su entorno privado o allá dónde está cómodo y no sujeto a normas o protocolos. También se mostrará en situaciones de alta tensión, de peligro o de supervivencia. Por otro lado, está el perfil adaptado, que es el que se muestra en la sociedad, en el entorno laboral, en entornos formales o con protocolos concretos. Ambos perfiles se relacionan, y el test permite entender si se adapta bien a al entorno, o descubrir si hay una diferencia notoria entre cómo somos y cómo estamos actuando(ID Talento, 2022).

Se evalúa el comportamiento y las emociones de las personas en función de cuatro ejes de comportamiento:

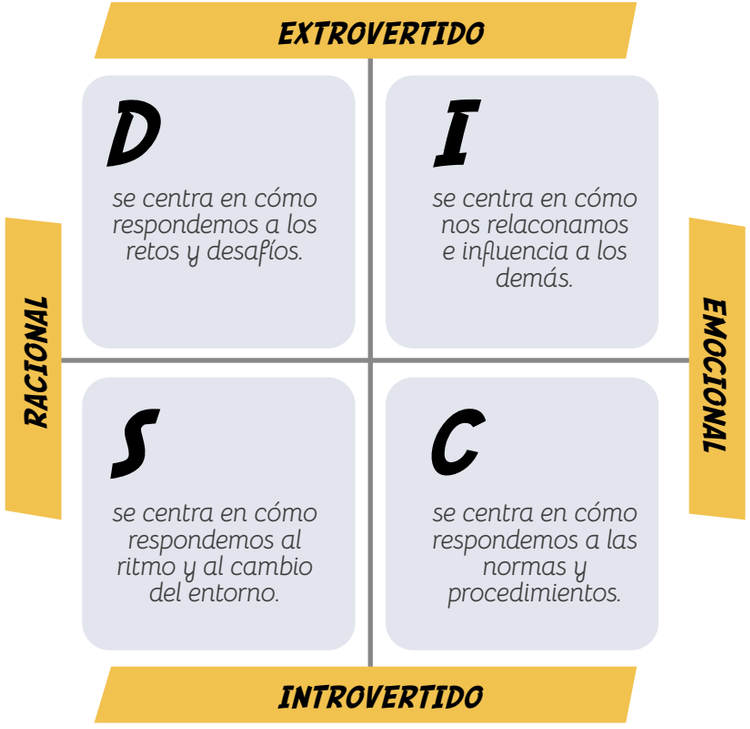


Gráfico N°1. Angulo, A. (2022) Dimensiones DISC
Fuente: Elaboración propia

Introversión vs Extroversión: es decir, si interactuamos con el entorno desde el mundo interior, o desde el mundo exterior.

Racional vs Emocional: es decir, si somos más analíticos, o nos relacionamos con el entorno de manera más sensorial, sentimental o pasional.

Al cruzar estos ejes de comportamiento, en la gráfica se obtienen cuatro dimensiones de la personalidad.

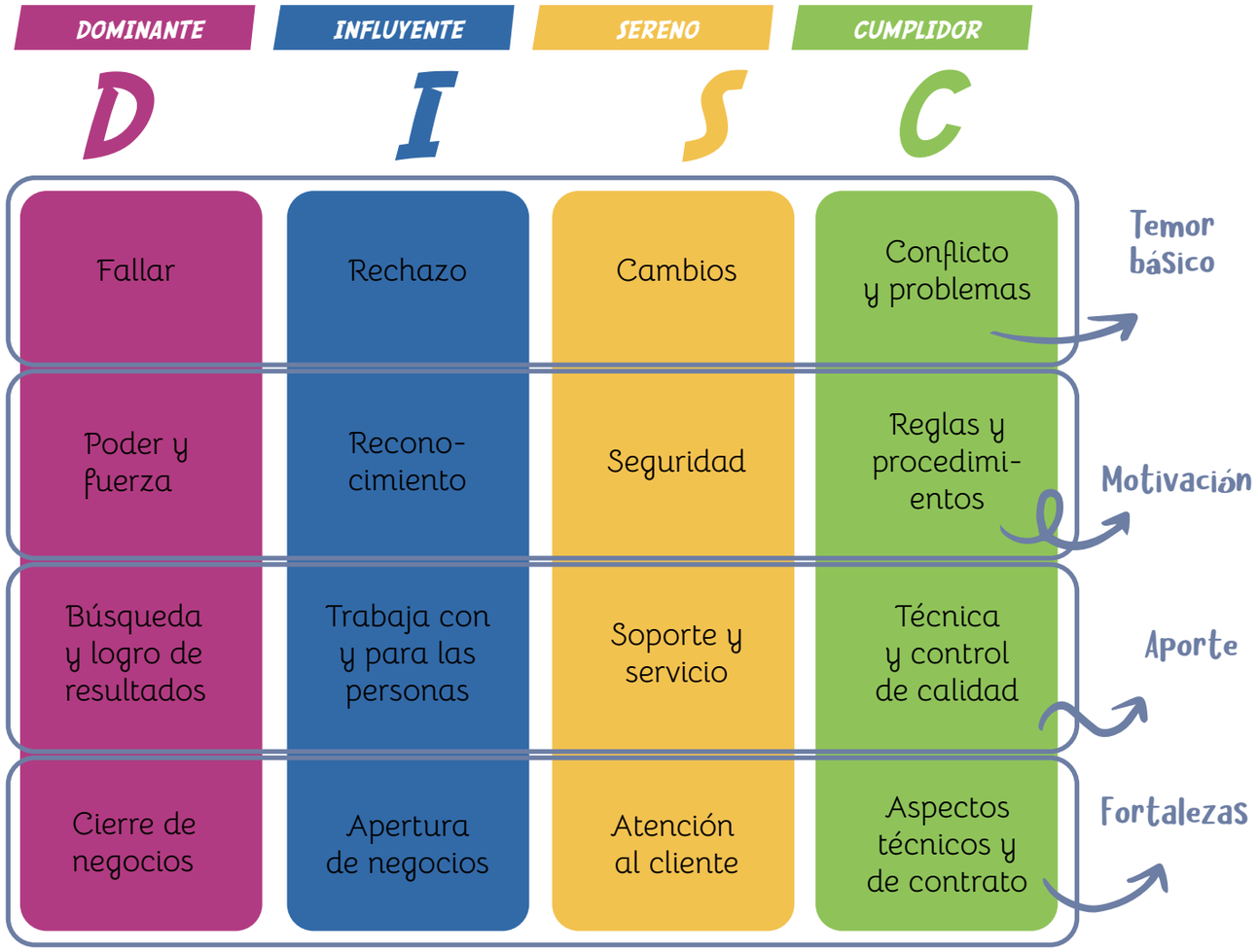


Gráfico N°2. Angulo, A. (2022) Prueba DISC
Fuente: ID Talento.

Las personas actúan de acuerdo a la combinación de los cuatro factores que acabamos de detallar. Dependiendo del nivel de cada uno de esos puntos, se podrá tener una visión de cómo se actúa en las diferentes situaciones. (L.K. Rodrigez, comunicación personal, 28 de septiembre, 2021)

Esta metodología, permite conocer en detalle la personalidad de las personas que sean candidatas durante un proceso de selección de personal. También, funciona para conocer los puntos importantes a tener en cuenta para el proceso de desarrollo personal del talento. (ID Talento, 2022)

1.3.3 Importancia de las Soft Skills:

En los procesos de selección, las soft skills, también conocidas como 'habilidades interpersonales' o habilidades transversales, como lo son el liderazgo, la integridad, el trabajo en equipo, la resiliencia frente a situaciones adversas, la inteligencia emocional, la empatía o la capacidad de generar ideas innovadoras, son las cualidades más codiciadas, incluso, por encima de la experiencia profesional, el conocimiento técnico de la industria y el nivel de estudios de los candidatos". (Meza, 2017).

Según una investigación[1] realizada por el Boston College, Harvard y la Universidad de Michigan, dedicar tiempo a formar y potenciar las habilidades blandas aumenta la productividad en un 12%. El Stanford Research Institute International es aún más categórico y afirma que el éxito en el trabajo depende en un 75% de las competencias transversales. Solo el 25% restante proviene del dominio de las habilidades técnicas (Universia, 2022).

Así cómo la segunda edición del estudio realizado por Axel (2016), lo que más valoran los directivos a la hora de contratar a sus empleados es el compromiso (57,1%), la innovación/creatividad (26%) y la adaptabilidad (11,3%). Además, entre las soft skills más deseadas en los cargos de alta gerencia se encuentran: saber tomar decisiones (24,3%), liderar con el ejemplo (22,4%), ser visionario (18,3), tener inteligencia emocional (17,4%) y la resolución de conflictos (16,4%). (Dono, 2016)

Para IONOS, las soft skills pueden ser definidas como aquellas habilidades que se ponen en práctica en los entornos laborales y que involucran a compañeros y superiores, es decir, se sitúan en un plano social. Para muchos especialistas en recursos humanos, por ejemplo, es muy importante saber si la persona que solicita el empleo sabe trabajar en equipo o tiene buenas dotes comunicativas durante la entrevista. (Ionos, 2022)

Las competencias sociales no pueden reemplazar a las cualificaciones profesionales, sin embargo, para perfiles creativos estas habilidades pueden acabar marcando la diferencia ya que pueden predeterminar el cómo se desarrolla un perfil creativo en un entorno laboral y que al cruzarlos con las necesidades empresariales o incluso la cultura empresarial, pueden acabar siendo consideradas un requisito imprescindible.

Así mismo, para el Banco Interamericano de Desarrollo a partir de ahora el BID, afirma que América Latina y el Caribe tiene una de las brechas de habilidades más grande del mundo y los sistemas de formación de talento, incluyendo la escuela, se enfocan en títulos detrás de los que hay currículos no actualizados a la nueva realidad. Define las habilidades transversales como, una herramienta para convivir con un mundo cada vez más digitalizado, para reinventarse a lo largo de una vida que le va a forzar a cambiar de trabajo de forma frecuente, para aprender a aprender y para convivir con caras y entornos diferentes, (BID, 2019).

1. La investigación del profesor Achyuta Adhvaryu muestra que los trabajadores capacitados en habilidades como la gestión del tiempo y la comunicación tienen mejores resultados en el lugar de trabajo.

Por lo que propone un perfil del siglo 21, en donde define que los individuos no son únicamente trabajadores actualizados con lo tecnológico, sino ciudadanos equipados con las habilidades transversales que les permitirán aprender y adaptarse a circunstancias cambiantes a lo largo de toda la vida. Individuos con habilidades digitales que no sean ajenos a lo humano, que tengan el compromiso de dejar un mundo mejor y más próspero para las próximas generaciones y que tomen conciencia de que para progresar es importante potenciar la contribución individual y colectiva (BID, 2019).

Por esto desarrolla, cuatro tipos de perfiles basados en las habilidades transversales del siglo 21.

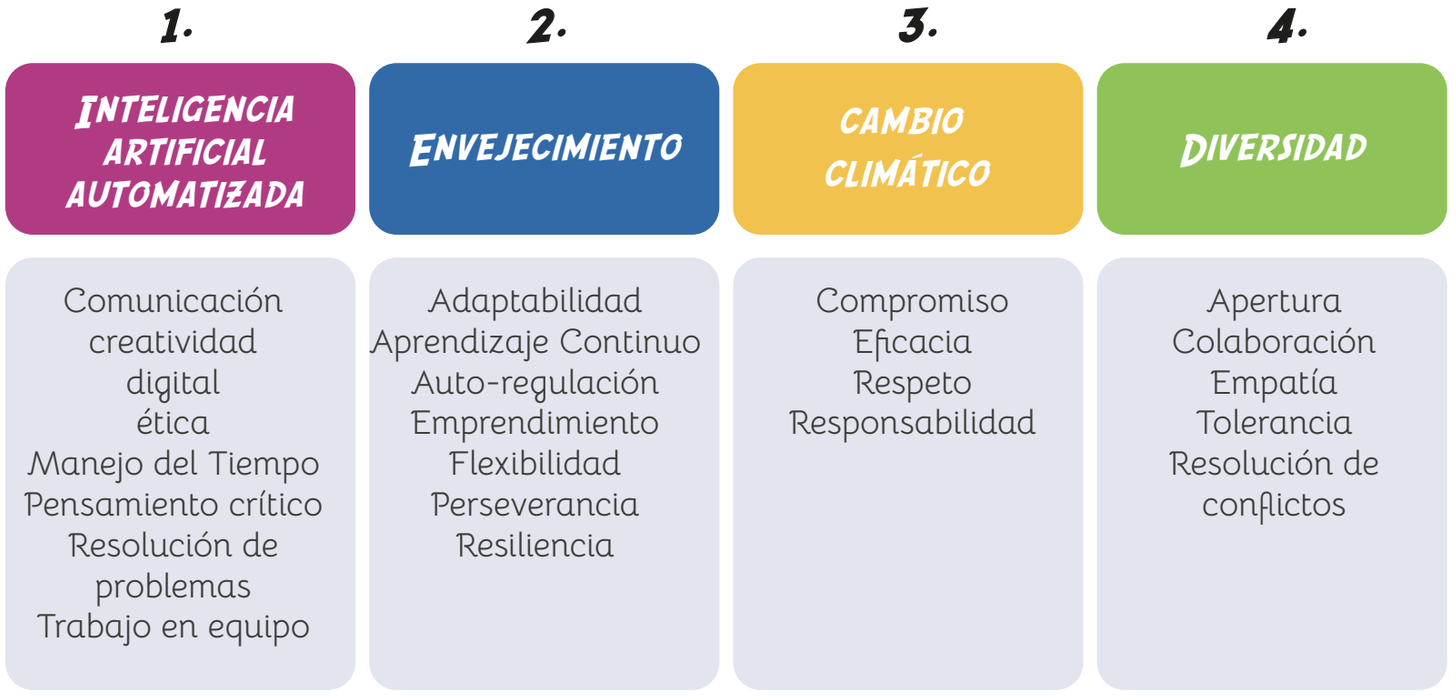


Gráfico N°3. Angulo, A. (2022) Habilidades Transversales, siglo 21
Fuente: Banco Interamericano de desarrollo.

SOFT SKILLS INTELECTUALES

Pensamiento crítico
Pensamiento sistémico
Razonamiento analítico
Inteligencia emocional
Flexibilidad cognitiva
Gestión del cambio
Gestión del estrés
Organización
Creatividad
Storytelling

Son aquellas características personales que resaltan la forma de tomar desiciones en un ambiente laboral.

SOFT SKILLS INTERPERSONALES

Resiliencia
Responsabilidad individual
Compromiso
Motivación
Curiosidad
Autodisciplina
Autorreflexión
Confianza
Control del tiempo
Aceptación de críticas

Son aquellas características personales que resaltan la instrospección y cómo reaccionar en un ambiente laboral.

SOFT SKILLS SOCIALES

Empatía
Gestión de conflictos
Integración
Comunicación
Trabajo en equipo
Modales
Colaboración
Adaptabilidad

Son aquellas características personales que resaltan forma en cómo se relaciona en un laboral.

Gráfico N°4. Angulo, A. (2022) Habilidades Transversales, Fuente: Elaboración Propia.

NIVEL 2:

2. IDEACIÓN

En un escenario laboral, las personas y las organizaciones están involucradas en un continuo proceso de atracción mutua. Desde principios del siglo XIX y la competitividad entre empresas, hasta la aparición de los ordenadores y la necesidad de crear interfaces de usuario "cuya misión era aislar al usuario de las consideraciones técnicas y procesos internos de los programas, permitiéndoles realizar tareas con ellos por medio de un lenguaje intermedio, más fácil de entender" (Jaramillo, 2011), en más de un siglo de transformaciones se hace evidente que captar el mejor talento representa uno de los cambios en la última década más importantes para el área de Gestión Humana (O et al., 2008). Es por ello que resulta importante determinar la empleabilidad asertiva a la cual están dirigidas las competencias de cada diseñador.

Así en el ámbito de desarrollo profesional, el enfoque por competencias establece un modelo que promoverá y desarrollará cualidades diferenciadoras que determinen el éxito en la ejecución de todas las actividades y se orienten hacia el desarrollo de una ventaja competitiva representada en su capital humano (O et al., 2008) La analogía del iceberg (Arciniegas, 2013) nos indica que los Conocimientos y las Habilidades se encuentran en la parte superior, en la superficie; y en la parte más profunda del iceberg se encuentran el Rol Social, la Imagen de sí mismo, los Rasgos y los Motivos, por lo que es importante tener en cuenta en la evaluación de los perfiles creativos. Por lo que es importante, encontrar un vehículo que pueda visualizar la parte profunda del iceberg en un proceso de contratación, por lo que, como propuesta, el juego es una actividad que estimula el desarrollo cerebral pues contribuye directamente a la creación de nuevas conexiones neuronales y desarrolla el pensamiento y el razonamiento, al mismo tiempo que experimenta y regula las emociones (R Limón, taller El juego y las neurociencias, 22 de julio de 2013).

Es por esto que para Nathan Shedroff, el diseño de experiencia es un reconocimiento y participación de la vida emocional de los clientes y sus valores, potenciando la innovación. Así que se usará este modelo más adelante para evaluar y construir el diseño de experiencia. Por lo que las mejores soluciones de diseño son las que generan experiencias significativas. (García, s/f). Lo que es ideal, para definirlo como un vehículo dentro de la construcción de la herramienta del proyecto, ya que permite evaluar y determinar mediante la lúdica, diferentes estilos de personalidad y visualizar de manera inmediata la parte profunda del Iceberg que en palabras de Sigmund Freud y otros autores contiene el denominado conocimiento inconsciente: las emociones, recuerdos olvidados y demás cognición no controlada.

2.1 INVESTIGAR: JUGANDO

Haciendo eco de las ideas de Melissa Ballesteros y Elsa Beltran, de investigar-creando este proyecto asume el reto de investigar-jugando utilizando teorías del juego y experiencia de usuario, para poder víncular una metodología gamificable dentro de un proceso de selección laboral.

Para esto, es importante conocer algunas teorías del juego, más que todo, enfocado al juego de mesa y sus características.

2.1.1 clasificación de los juegos de mesa

Según los componentes de un juego de mesa se los puede englobar en tres grandes grupos.

a) Juegos de cartas: Son aquellos juegos de mesa compuestos por una o varias barajas de cartas. No se necesita ningún elemento más para jugarlos, a excepción de algunos casos que requieren fichas para llevar la cuenta de puntos u otras cosas. Algunos ejemplos como; Magic (1993), Dominion (2008), entre otros. (Palomar, 2012)

b) Juegos de tablero: son aquellos juegos de mesa que tienen como componente principal y común el uso de un tablero central, en ocasiones de varios tableros personales, en muchos juegos de tablero se utilizan cartas como un elemento más en el desarrollo del juego. (Palomar, 2012)

c) Juegos de rol: los juegos de mesa tienen diversas formas de jugarse y suelen utilizar unas determinadas mecánicas ya introducidas ingeniosamente por algún diseñador importante, y otras veces inventando otras totalmente originales creando, en consecuencia, otro tipo de juego por mecánica. (Palomar, 2012). De acuerdo con Corrales, (2018) en su libro Game & Play: La cultura del juego digital, la interacción a través de los juegos de rol, permite cambios en el discurso con el que lo jugadores llevan sus personajes, así como los cambios en la propia narración, permite mejorar conocimientos conceptuales sobre las habilidades que cada jugador interpreta, a la vez que le permite aplicar cambios en su vida, para adaptarse: resolución de problemas, mejora de empatía e inteligencia social.

2.1.2 teorías del juego en la gamificación:

a) El Card Sorting: es una técnica de investigación de usuarios que permite descubrir cómo los usuarios creen que deberían estar organizados los contenidos de un producto digital, por ejemplo: el menú de navegación de un sitio web. Esta técnica nos aporta información relevante para tomar decisiones sobre la arquitectura de información de un producto. (Burriel, 2017)

b) Flash Cards: las "flash card", o tarjetas didácticas, como se las conoce en español, son uno de los mejores métodos de aprendizaje y memorización, según numerosos expertos. Rápido, sencillo, y sobre todo eficaz para memorizar grandes temarios. Su clave: fomentar la capacidad de evocación, la más importante a la hora de estudiar. E, incluso, el juego con nosotros mismos. Sin embargo, puede ser utilizada con otros propósitos, como clave es importante tener en cuenta el principio en función minimalista de ubicar elementos claves que relacionan la información deseada en pequeñas fracciones de la tarjeta. (Adams, 2018)

c) Serious Game: el término fue acuñado en 1970 por Clark C. Abt, investigador estadounidense y autor del libro Serious Games (Viking Press, 1970) en donde explora las diferentes formas en las que los juegos se pueden incluir en el proceso de enseñanza-aprendizaje sin eliminar la diversión y el placer. Los también conocidos como "juegos formativos" son especialmente eficaces para el aprendizaje de habilidades concretas, por ejemplo para aprender un idioma o matemáticas. En la formación profesional también ha proliferado su uso ya sea para el desarrollo de competencias de comunicación y liderazgo, como para el desarrollo de proyectos de innovación (Viking Press, 1970).

Por otro lado, la gamificación, algunos expertos sostienen que forma parte de una tercera ola del desarrollo de los estudios y prácticas de investigación en el campo de los sistemas basados en conocimiento (Lambe et al., 2008). Esta ola comenzó aproximadamente en 2010, cuando se integró una serie de aplicaciones web 2.0 en la producción, presentación y transferencia de conocimiento en la investigación (Jarrahi y Sawyer, 2015). Para otros especialistas, la gamificación se ha utilizado de manera temprana en los trabajos de gestión de la investigación, incluso antes de que el término penetrara en los últimos años (Shpakova, Dorfler y MacBryde, 2017).

2.2 DESARROLLO DE UNA EXPERIENCIA:

Una correcta experiencia de usuario persigue generar sensaciones y valoraciones de los usuarios hacia nuestro sistema lo más agradables, positivas y satisfactorias posibles con el fin de lograr un alto grado de fidelidad del usuario a nuestro sistema interactivo y de motivación al usarlo para las tareas para las cuales ha sido diseñado (Gonzalez, 2010).

2.1. Nathan Shedroff (Dimensiones):

Es por esto que Natha Shedroff, propone 6 dimensiones dentro de la experiencia del diseño, las cuales de una manera muy resumida se plantean de la siguiente manera.

NIVEL 2:

1. Duración: se refiere al marco temporal en el que se delimita la experiencia. Como en una historia, se compone de: iniciación, inmersión, conclusión y continuación. (Jiménez, 2018).

2. Amplitud: se refiere a los puntos de contacto de la experiencia, hacen referencia a esos "puntos de interacción que involucran una necesidad humana específica". (Jiménez, 2018).

3. Interacción: se refiere a la acción recíproca entre un punto de contacto y el cliente. Inicialmente Shedroff et al. Identificaron elementos de la interacción que pueden servir al diseño: control, retroalimentación, adaptabilidad, comunicación de la experiencia, entre otros. Luego la interacción fue clasificada como estática, pasiva, activa e interactiva. (Jiménez, 2018).

4. Intensidad: el nivel de conexión de una experiencia con el cliente, determina también si la conexión es positiva o negativa. Puede visualizarse en conjunto con la ruta del cliente como una línea de onda. Esta herramienta, también conocida como ruta emocional. (Jiménez, 2018).

5. Activadores: son el componente sensorial y simbólico de la experiencia, tal vez los elementos más tangibles de la misma, mediante el en el que se indican colores, materiales, formas, sonidos, aromas y sabores que pueden evocar la experiencia del juego para los participantes.

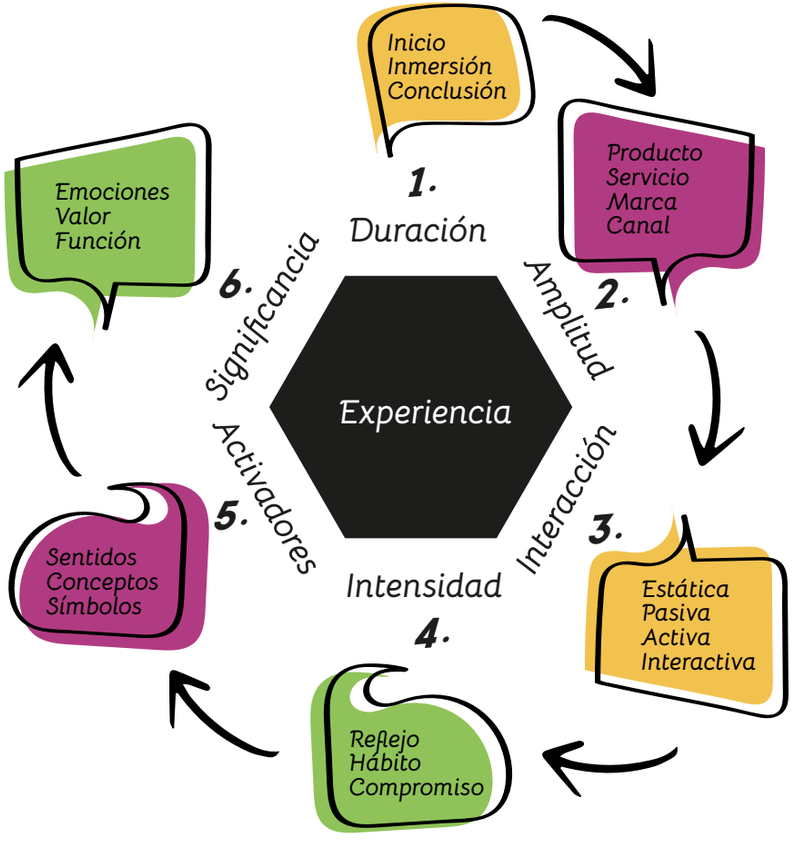


Gráfico N°5. Angulo, A. (2022) Dimensiones, Nathan Shedroff Fuente: Design for Society.

6. El valor o significado: es el eje estratégico sobre el que se concibe la experiencia. Lleva al valor, desde sus beneficios más evidentes (Jiménez, 2018)., -los económicos y funcionales- a los beneficios premium: beneficios emocionales, de identidad, estatus y significado.

Gráfica, Nathan Shedroff, dimensiones de una experiencia.

2.2 Donald Norman:

Según Nielsen Norman Group se define la Experiencia del Usuario como la "sensación, sentimiento, respuesta emocional, valoración y satisfacción del usuario respecto a un producto, resultado del proceso de interacción con el producto y de la interacción con su proveedor" (NNG, 2003) Es por esto, que Norman propone 5 conceptos de diseño para tener en cuenta en el desarrollo de una experiencia.

1. Visibilidad: Cuanto más visibles sean las funciones, más probable será que los usuarios puedan saber qué hacer a continuación. En contraste, cuando las funciones están fuera de la vista, las hace más difíciles de encontrar y saber cómo usarlas. (NNG, 2016)

2. Realimentación: La retroalimentación es sobre el envío de información sobre qué acción se ha realizado y qué se ha logrado, lo que le permite a la persona continuar con la actividad, por ejemplo, la interacción de diseño, audio, táctil, verbal y combinaciones de estos. (NNG, 2016)

3. Restricciones: El concepto de diseño de restricción se refiere a determinar formas de restringir el tipo de interacción del usuario que puede tener lugar en un momento dado.(NNG, 2016)

4. Consistencia: Esto se refiere al diseño de interfaces para tener operaciones similares y utilizar elementos similares para lograr tareas similares. En particular, una interfaz consistente es aquella que sigue reglas, como usar la misma operación para seleccionar todos los objetos. Por ejemplo, una operación consistente utiliza la misma acción de entrada para resaltar cualquier objeto gráfico en la interfaz, como hacer clic siempre con el botón izquierdo del ratón. Las interfaces inconsistentes, por otro lado, permiten excepciones a una regla.(NNG, 2016)

5. Asequibilidad: Un término usado para referirse a un atributo de un objeto que permite a las personas saber cómo usarlo y que perceptualmente obvias, es fácil saber cómo interactuar con él. (NNG, 2016)

2.3 Usabilidad:

En palabras de Sánchez (2011) ,La usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser satisfactorio para el usuario, en condiciones específicas de uso o la eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico.

La usabilidad ha sido caracterizada por una serie de atributos, (Nielsen, 1993),. En la Figura se muestra una unificación de los principales modelos propuestos de usabilidad.

Según Gonzalez, (2010). Podemos decir que los factores que marcan que un software sea usable o no, son sobre todo, la facilidad de uso y la facilidad de aprendizaje. Un software es fácil de usar si realiza la tarea para la que ha sido diseñado de una manera cómoda, eficiente e intuitiva para el usuario. La facilidad de aprendizaje se puede medir por la velocidad con que realizamos una tarea, cuántos errores se cometen y la satisfacción del usuario que lo utiliza.

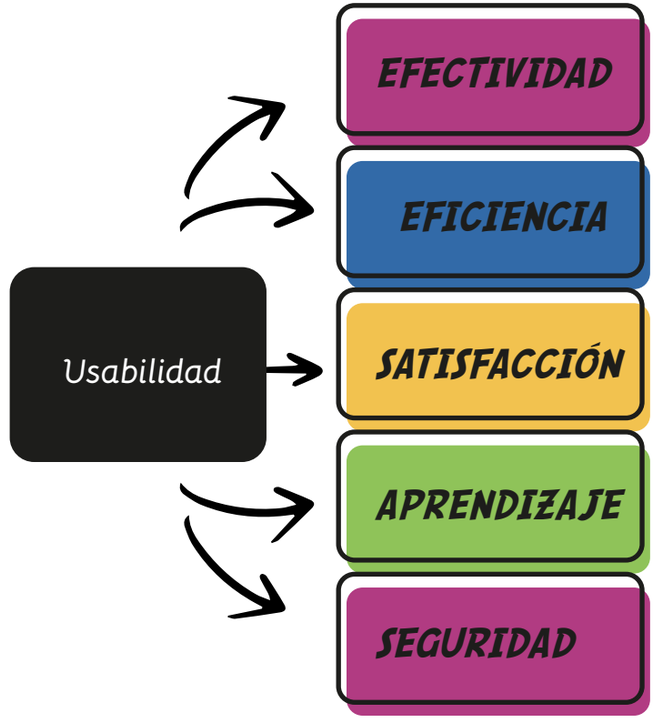


Gráfico N°6. Angulo, A. (2022) Atributos de Usabilidad
Fuente: Abran y otros, (2003).

NIVEL 3:

3. ESTADO DEL ARTE

3.1. La Valentina Design:

En la actualidad, existen diferentes proyectos que refuerzan el planteamiento de investigación de este proyecto; por un lado *La valentina design*, es un estudio de diseño que cuenta con un entorno creativo que permite la identificación asertiva de su equipo de trabajo, lo cual facilita delegar los diferentes proyectos relacionados con las habilidades y competencias de cada diseñador "Sería imposible pensar, en un proyecto salvaje sin un Equipo Animal que lo haga realidad" (Giraldo. 2018).

EQUIPO ANIMAL

Gráfico N°6. Angulo, A. (2022) Estructura Organizacional
Fuente: La Valentina Design.

3.2. Norte Creativo:

Es un proyecto de perfilamiento para los diseñadores industriales que busca categorizarlos en cuatro etapas, para mejor entendimiento en el sector empresarial. Para el desarrollo de los perfiles se tiene en cuenta el tipo de diseñador por competencias cognoscitivas, las competencias técnicas, genéricas y finalmente se hace una evaluación de los posibles cargos que podría ser empleado. (Molina. 2021) Parte de los resultados del trabajo de campo del presente estudio (mesas de trabajo y entrevistas a profundidad); realizado con la participación de la cuádruple hélice del sistema de innovación. (Molina. 2021) Pues esto, permitió establecer el conjunto de actores que intervienen en cada subsector, con el fin de lograr un enfoque integrador, posibilitando la participación consciente de cada uno de los actores (industria, academia, gobierno y sociedad civil), conduciendo a una propuesta de perfiles (roles y cargos) y competencias específicas del Diseñador Industrial, con miras a la mitigación de brechas de capital humano. (Molina. 2021)

MATERIALIZADOR

Construye y transforma ideas en manifiestaciones plastico-sensoriales, bajo la mirada hólistica del ciclo de la vida producto/servicio.

INTEGRADOR

Trabaja con diferentes disciplinas, aprecia la diversidad cultural, artística y comportamental del público objetivo.

CRÍTICO

Presenta una naturaleza curiosa y de pensamiento crítico que le permite indagar yreflexionar sobre el quehacer del diseño en relación al rol que tiene esta discuplina.

INTERPRETE

Comprende los direfentes aspectos que definene el contexto donde se desempeña, siendo capaz de enfrentar desafíos de transformación en su actividad creativa y de nuevos negocios.

CAPACITADOR

Diseña herramientas pedagógicas, dodáctica y formativas para crear experiencias de aprendizaje efectivas desde el entendimiento de los factores de deseabilidad y usabilidad,

Gráfico N°6. Angulo, A. (2022)
Perfiles de diseñadores industriales
Fuente: Norte Creativo.

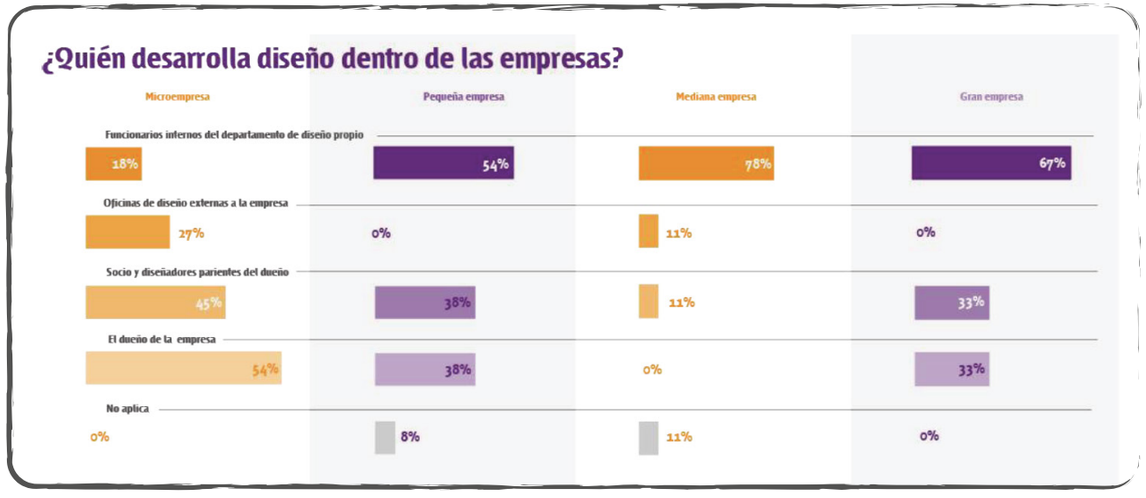
3.3. RAD Estructuración de un sistema de información para identificar y visualizar la oferta, inserción e impacto económico del Diseño.

De acuerdo con Cortéz, (2018) el Diseño se reconoce nacional e internacionalmente como una herramienta de competitividad e innovación para el desarrollo industrial de los países, sin embargo, no existe una estrategia clara para la recolección de datos que permitan identificar el verdadero potencial y el impacto económico que tiene en los diferentes sectores productivos del país.

Información estadística confiable no solo permite entender este sector reconociendo las particularidades y fortalezas del Diseño en nuestro país, sino también conocer la realidad de los sectores productivos en torno a la innovación por Diseño al identificar el papel que este juega actualmente dentro de la industria. (Cortéz, 2018)

Con este objetivo en mente la Red Académica de Diseño RAD propone un proyecto para la estructuración de un sistema de información que identifique y visibilice (Cortéz, 2018) :

1. la oferta de Diseño y sus características la incorporación del Diseño como estrategia de innovación
2. El impacto económico del Diseño.



Según el informe de la RAD, en la gráfica N°6 se puede evidenciar que la carencia de un perfil creativo, afecta más que todo a las microempresas y las pequeñas empresas ya que en gran porcentaje es el dueño de la empresa quien resulta desarrollando actividades de diseño.

Gráfico N°7. Angulo, A. (2022) Observatorio de tendencias de Diseño Fuente: Red Académica de Diseño.

Por otro lado, se puede evidenciar que el diseño en función de estratégia es importante para el desarrollo y visualización de las empresas.

También se evalúa la contratación vs. el tamaño de empresa, lo cuál evidencia que en el sector microempresarial el diseño se divide en no contratar en 27%, en contratación externa en un 36% y en contratación interna en un 36%.

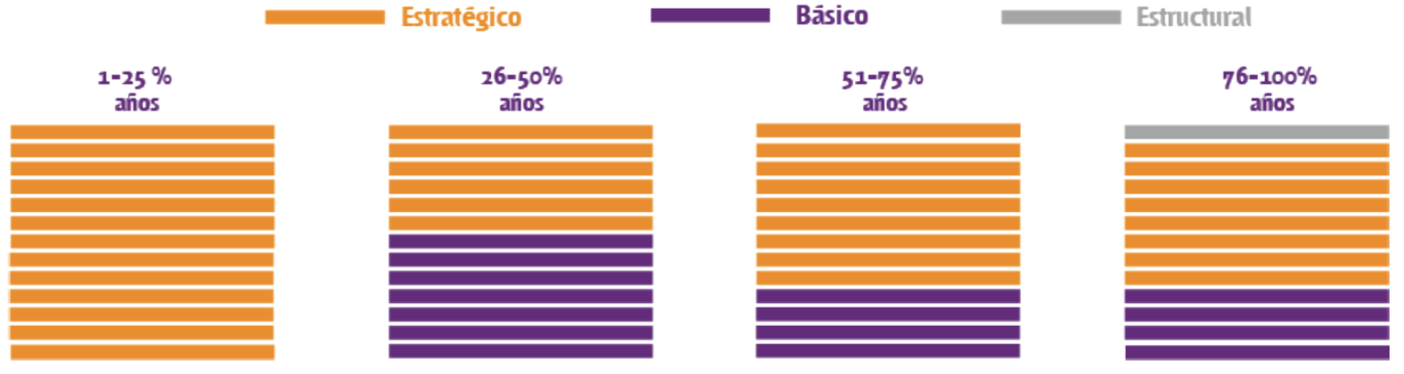


Gráfico N°8. Angulo, A. (2022) Observatorio de tendencias de Diseño
Fuente: Red Académica de Diseño.

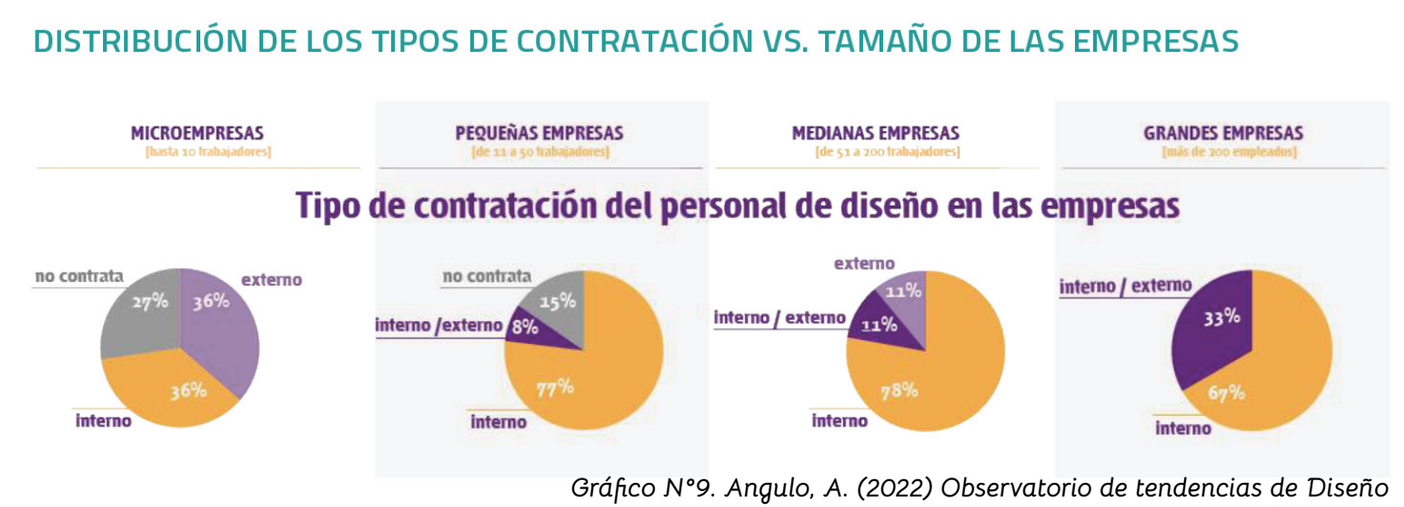


Gráfico N°9. Angulo, A. (2022) Observatorio de tendencias de Diseño
Fuente: Red Académica de Diseño.

3.4 King Digital Entertainment, es una compañía de videojuegos que comparte la pasión por hacer que el mundo sea divertido.

Para lograr esto, se necesitan personas con diferentes habilidades, experiencias y visiones del mundo que trabajen juntas. No existe el típico jugador. Es por eso que aceptan y celebran lo que los hace diferentes en lugar de lo que los hace iguales. Creen que la diversidad es el rey. Crean juegos brillantes de gran atractivo que traen momentos de magia a la vida cotidiana. Logran esto al hacer que grandes personas jueguen bien juntas en un entorno creativo para deleitar a sus jugadores.

Su cultura organizacional, se basa en una promesa compartida. Así es como se presentan, es lo que esperan el uno del otro y, como resultado. Para la selección de personal creativo tienen en cuenta los siguientes valores que se acomodan a la cultura organizacional:

Divertido y amigable: entorno inclusivo al que todos pueden pertenecer. Generar confianza, ser solidarios y exigentes en todo lo que hacen, y no tener miedo de divertirse en el camino.

Cuidado y artesanía: Poner el corazón y alma en todo lo que hace. Se necesitan todos los Kingsters, contribuyendo de diferentes maneras, para crear y operar juegos brillantes de gran atractivo (diversidad).

Humilde y Abierto: Trato como iguales. buscan y dan retroalimentación , escuchan, aprenden y son honestos con ellos mismos y los demás.

Rápido y ruido: receptivos y aceptadores del cambio. Asumimen riesgos inteligentes, siempre dispuestos a aprender rápido y volver a intentarlo .

Campeones creativos: Sentir curiosidad por los jugadores e impulsar la innovación en grandes y pequeñas formas. Buscan audazmente nuevas formas de pensar para dar rienda suelta a la creatividad.

Pasión y rendimiento: La pasión los guía a establecer metas ambiciosas para ellos y para los demás. Contribuir a nuestro crecimiento sostenible.

Estás definiciones se enmarcan en la caracterización de habilidades transversales que para King Entertainment, son el factor y descripción principal de su equipo de trabajo que logre adaptarse de tal manera que entienda cada necesidad de la compañía.

"Sabremos que nos hemos superado a nosotros mismos cuando hayamos inspirado al mundo a jugar".

CASOS DE ÉXITO: PROCESOS DE SELECCIÓN ALTERNATIVOS

3.4 IDtalento: Basado en la investigación de más de dos años en dos metodologías, la prueba DISC y Preferencias Cerebrales, desarrollaron una herramienta que ayuda enormemente a entender los estilos de comportamiento que puede tener una persona, ya sea para ser aplicado en la selección de personal, desarrollo interno, estilo de liderazgo, creación de equipos e incluso para tener claridad del estilo de comunicación que se debe manejar. (IDTalento,2018) Basado en la selección de Talento 5.0 IDTalento lleva a cabo el siguiente proceso de reclutamiento laboral.

Gráfico N°10. Angulo, A. (2022) Proceso de Contratación
Fuente: ID Talento.

En el proceso de ID Talento, en su fase 3 Evaluar; se tiene en cuenta el desarrollo de la prueba DISC, lo que hace innovadora a esta plataforma, es que presta too un servicio personalizado de contratación laboral, con una data y feedback constante de sus procesos, adicional a esto, cuenta con procesos acelerados de contratación al desarrollar herramientas que ayuden a detectar el máximo potencial del talento a través de su plataforma.

3.5 Hunty:

Es un programa de entrenamiento personalizado, liderado por Sebastian Caro que te acompaña en todo momento en la búsqueda del trabajo que quieres. Ofrecemos un acompañamiento exclusivo con mentoría individual, donde varios expertos te preparará para enfrentar procesos de selección reales. Según Sebastián Caro, en el artículo de portafolio cuenta "Nadie le ayuda al candidato a conseguir empleo. En promedio un candidato se demora 7 meses buscando empleo y cuando por fin consigue trabajo el salario es 15% menor de lo que esperaba. La mayor innovación es haberle dado la vuelta al mercado, ayudar al candidato y no al empleador", dice. "Trabajamos muy fuertemente en hacer que todos los perfiles del candidato (Linkedin, CV, etc) sean atractivos para los reclutadores y comuniquen claramente sus habilidades para poder abrir la mayor cantidad de procesos de selección'', señala.

3.6 Genomawork:

Por otro lado, otro caso de éxito en el sector de reclutamiento laboral, es Genomawork, es una plataforma Española de selección y people analytics diseñada para contratar a los mejores talentos, a través de juegos interactivos e inteligencia artificial, promoviendo que las decisiones de contratación sean objetivas y libres de sesgos.

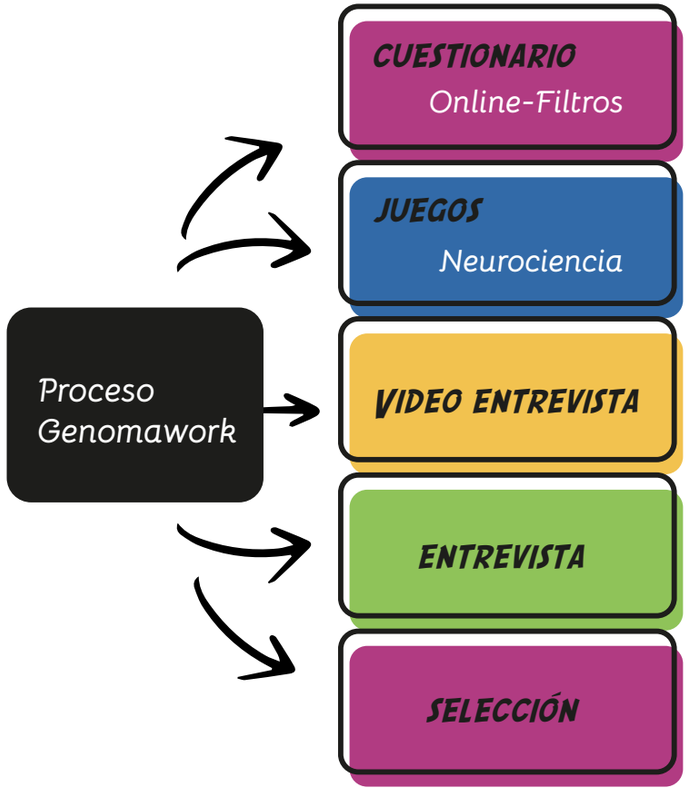


Gráfico N°11. Angulo, A. (2022) Proceso de Contratación
Fuente: Genomawork

3.7 Unilever:

Para UNILEVER se determinaron 4 etapas dentro de sus procesos de contratación los cuales se determinan de la siguiente manera.

Gráfico N°12. Angulo, A. (2022) Proceso de Contratación
Fuente: Unilever

NIVEL 4:

4. CREACIÓN Y DISEÑO

Este proyecto está desarrollado bajo los lineamientos de *la investigación – creación* determinados en el libro, ¿Investigar creando? una guía para la investigación creación en la academia (Ballesteros y Beltran, 2018), con un enfoque mixto en donde se determinarán de manera cualitativa las habilidades de una muestra de diseñadores gráficos, y de modo cuantitativo se indaga por las necesidades de los empresarios. La recolección de información permitirá la toma de decisiones en un proceso creativo que itera sobre la generación de un modelo para el diseño de experiencias basado en el juego.

Para el desarrollo de este proceso hice uso de herramientas investigativas como: estudio de mercado, entrevistas a profundidad, encuestas y guías de observación. Cada una aporta en el desarrollo de las fases metodológicas del proyecto, las cuales se clasifican en las siguientes tres:

FASE 1: CARACTERIZACIÓN

De las necesidades los usuarios y reclutadores, a partir de la recolección de información, se indago, identificó y se analizó las necesidades de los perfiles creativos en un entorno de demanda laboral y su percepción de los procesos de selección convencionales derivados de su experiencia personal, por otro lado, se analizaron diferentes modelos de reclutamiento utilizados en diferentes casos de éxito del sector empresarial, tomados del marco referencial del proyecto.

Actividades desarrolladas:

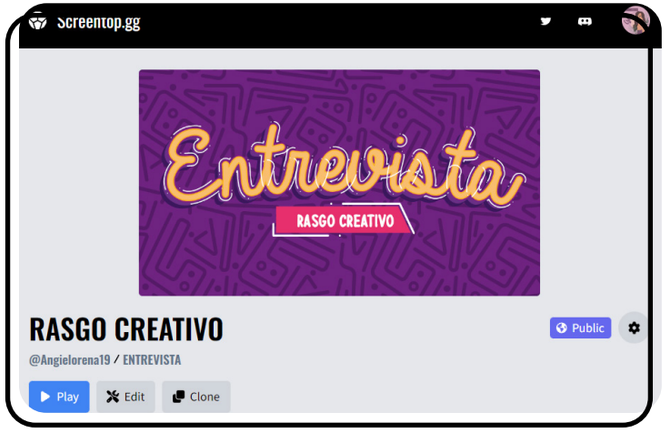
- Entrevistar a diferentes diseñadores de Bogotá que se encuentren en diferentes cargos creativos.
- Análisis sobre diferentes modelos de reclutamiento laboral (Genomawork - Unilever - IDtalento - Hunty)
- Identificar las necesidades del usuario (Profesional creativo) mediante encuestas a diseñadores gráficos.

FASE 1.1: RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información se desarrollaron 2 minijuegos teniendo en cuenta el kit de herramientas DCP y las 3 primeras etapas de Design Thinking, *(ver ANEXO 1)* para que el desarrollo de la entrevista tuviera un espacio de testeo en la propuesta de Investigar-jugando, así mismo, teniendo en cuenta los principios de experiencia del usuario y gamificación, se construyó una mecánica de juego, las cuales se desarrollaron de la siguiente manera:

ETAPAS DE LA ENTREVISTA:

La entrevista se realizó de forma individual a cada participante de manera virtual mediante dos minijuegos que se crearon para determinar dos fases de la entrevista; el primer juego ?3 o más...! busca recopilar información acerca de la experiencia, percepciones, reflexiones y opiniones que haya tenido el diseñador en procesos de selección, mientras que, el segundo juego Mundos paralelos buscaba identificar los pilares importantes para el participante para definir un buen diseñador. Ambos juegos se desarrollarán mediante la *plataforma ScreenTop* y fueron creados y diseñados por mi. Al finalizar se evaluó la experiencia de los participantes mediante una pequeña encuesta diseñada por google forms *(ver ANEXO 2)*



LINK DEL JUEGO

Gráfico N°13. Angulo, A. (2022) Juegos, recolección de información Fuente: Elaboración propia.

INVESTIGAR-JUGANDO

RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

CREACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

OBJETIVO: Identificar necesidades, frustraciones y emociones que se generen en el proceso de selección a perfiles creativos.

Etapa 0: Presentación: Antes de comenzar, cada participante hará una pequeña presentación de su experiencia laboral, datos personales y datos de interés.

Etapa 1: Empatizar/escuchar Experiencia significativa del diseñador gráfico en el proceso de selección, a través de preguntas para identificar (percepciones / emociones). *Objetivo:¿Cómo se sienten y qué buscan?*

Etapa 2: Idear/crear: Perfilamiento (Rasgos de personalidad / rasgos profesionales). *Objetivo: Co-creación de un perfil creativo, desde la percepción.*

Etapa 3: Propiedad intelectual (pruebas / concursos / percepciones) *Objetivo: Identifica que tanto conocimiento tienen los creativos del concepto.*

Duración: 40 min

PRIMER JUEGO - ¡3 O MÁS...! (Etapa 1)

A continuación, encontrarás una pila de tarjetas que deberás descubrir una a una resolviendo lo que te indica en cada una de ellas. En cada tarjeta encontrarás una imagen en la cual deberán decir 3 o más palabras que se relacionen con la imagen que allí se muestra. *No*participante haya dado su respuesta, el entrevistador (yo) dará espacio a una pregunta relacionada con el tema de la tarjeta. Nota: *Cada pregunta deberá ser resuelta en un periodo no más de 1 o 2 minutos. Not:* Cada vez que el participante responda cada pregunta, el entrevistador le dará una pieza de rompecabezas que al final de las 16 preguntas deberá armar y descubrir la imagen del rompecabezas.

SEGUNDO JUEGO
MUNDOS PARALELOS (Etapa 2)

A continuación, encontrarás 6 tipos de diseñadores; deberás tomar su rol y para cada uno de ellos describirás en 1 minuto la mayor cantidad de palabras que consideres que acompañan el rol del diseñador.

ROMPECABEZAS
PROPIEDAD INTELECTUAL (Etapa 3)

El propósito del rompecabezas, es ampliar la información de lo que se conoce de manera general de la propiedad intelectual y así mismo, hacer una invitación a ser más concientes de su uso e importancia para el desarrollo profesional de un creativo.

PARA AMPLIAR MÁS LA INFORMACIÓN, REVISAR EL ANEXO...

1.2 Sistematización de las entrevistas:

Dentro de las dimensiones de la entrevista se evaluó el resultado dentro de un margen de 3 etapas, desarrolladas de la siguiente manera; Primer juego: 3 O MÁS (Etapa 1 Empatizar/Escuchar), Segundo Juego: MUNDOS PARALELOS (Etapa 2 Idear/Crear), Rompecabezas (Etapa 3) en las cuales se determinaron 6 categorías a evaluar; Categoría 1: Búsqueda de empleo (Páginas, concursos, herramientas), Categoría 2. Propiedad Intelectual, Categoría 3: Perfilamiento del diseñador gráfico, Categoría 4: Procesos de selección (Percepción y experiencia), Categoría 5: Diseño Gráfico Colombiano (Percepción y Referentes), Categoría 6: Rasgos de Personalidad (Percepción).

A partir de estas categorías, se desarrollaron algunas ideas; esta información se deriva del grillado de entrevista que se encuentra en ANEXO.

Categoría 1: Búsqueda de empleo: (Páginas, concursos, herramientas)

- Para participar en cualquier convocatoria laboral, es importante contar con un buen portafolio ya que es un requerimiento incluso en algunas páginas y concursos.
- Las redes sociales han tomado fuerza no solo como canales de ocio y comunicación, sino ,también un canal de búsqueda laboral, ya que son usados por pequeñas empresas o emprendimientos para publicar trabajos, es un canal con un alcance para todos, pero ¿cómo se puede controlar las convocatorias, concursos y vacantes?
- Este tipo de cosas no solamente ocurre en la búsqueda de cliente como diseñador Freelance, sino que también se puede identificar en las ofertas laborales de las bolsas de empleo, en donde no existe una especificidad del cargo, sino la cantidad de funciones que debe desarrollar el diseñador.
- Es importante contar con una red de contactos que puedan involucrarse al gremio creativo, incluso considero que desde la academia se deberían gestionar estos directorios o redes para que los egresados puedan contar o encontrar ofertas laborales.

Categoría 2. Propiedad Intelectual

- Es importante contar con la información de cuánto vale el trabajo de un diseñador, no solo monetariamente sino simbólicamente, ya que el reconocimiento de esto, ayuda a que el gremio tenga mucha más validez e importancia en el mercado.
- La propiedad Intelectual, es un término que se está desarrollando desde hace algún tiempo, sin embargo, no es algo que se refuerce mucho en la academia, más que todo se empieza a conocer en un contrato de trabajo, en el que básicamente se renuncia a algunos derechos de esta.

Categoría 3: Perfilamiento del diseñador gráfico.

- Es importante para un diseñador poder contar con un portafolio, ya que este le permite, mostrar sus habilidades y estilos gráficos
- Es importante para un diseñador contar con una formación conceptual, ya que esta es la brecha de diferencia entre saber usar una herramienta y ser un buen diseñador.
- Las herramientas no son los únicos elementos que un diseñador debe tener, más allá de eso es la formación conceptual del diseño.

NIVEL 4:

- Dentro del análisis del portafolio no solo se puede evidenciar el estilo gráfico y la experiencia del diseñador, si no también si este cumple con la cultura organizacional y el propósito de la empresa, no se debe asumir las habilidades de un diseñador.
- Es importante para un diseñador contar con una formación conceptual, ya que esto marca una gran diferencia en el proceso creativo.

Categoría 4: Procesos de selección (Percepción y experiencia)

- En los procesos de selección, se puede llevar a explorar una curva de emociones que en ocasiones si no se controla, podría llegar afectar el desempeño de un diseñador, es por esto, que el juego permite un ambiente natural y fluido que relaja y saca provecho del propósito al cual se quiere llegar.
- Es importante que las empresas siempre cuenten con un seguimiento o un feedback para cada convocatoria, ya que la experiencia de los diseñadores es frustrante cuando no conocen acerca del estado de su proceso, por otro, lado es importante que la empresa tenga claro el tipo de perfil que necesita para no desgastar tiempo en perfiles que no corresponden con su requerimiento.

- En los procesos de selección, se puede llevar a explorar una curva de emociones que en ocasiones si no se controla, podría llegar afectar el desempeño de un diseñador, es por esto, que el juego permite un ambiente natural y fluido que relaja y saca provecho del propósito al cual se quiere llegar.

Categoría 5: Diseño Gráfico Colombiano (Percepción y Referentes)

- En algunas universidades se prioriza la formación conceptual del diseño y se dejan de lado elementos importantes como las herramientas o software que se estén usando en el diseño, incluso está se deberían actualizar a medida que el diseño y la demanda evolucione.
- En esta pregunta me pareció curioso, que ninguno de los referentes sean Colombianos, entonces, ¿Se está moviendo el diseño y el talento Colombiano, para ser un referente importante para nosotros?
- Es importante no solo identificar muy bien el perfil de un diseñador gráfico en la academia sino también en la misma sociedad ya que, existe una brecha informativa de lo que realmente hace y puede llegar a hacer un diseñador más allá de conocer una herramienta.

- Dentro del diseño Colombiano es importante, reforzar la marca y estilo propio para poder generar valor y reconocimiento dentro de cada pieza que se desarrolle.
- En esta pregunta me pareció curioso, que ninguno de los referentes sean Colombianos, entonces, ¿Se está moviendo el diseño y el talento Colombiano, para ser un referente importante para nosotros?

Categoría 6: Rasgos de Personalidad (Percepción)

- Según su percepción uno de los rasgos de personalidad debe ser en la humanidad con la que trata a los demás compañeros para poder guiar los proyectos y general buenos resultados.
- Todos estamos sujetos a expresar nuestras emociones a través de cada pieza que diseñamos, aunque tenga un argumento conceptual, siempre lo que diseñamos está construido por una parte de nosotros, y que puede determinar incluso el estilo gráfico de un diseñador.
- En este caso se habla de un diseñador Influyente, no necesariamente tiene que hacer causas caritativas para determinar si es o no un buen diseñador, lo que permite este tipo de perfiles es motivar al equipo de trabajo y son muy optimistas en cada proyecto.

1.3 Análisis de las encuestas:

A partir de las encuestas se puede determinar que los minijuegos permitieron que los diseñadores estuvieran en un ambiente mucho más tranquilo lo que permitió que fuera mucho más fluida y honesta ya que al usar el juego se puede determinar el estado natural del entrevistado, el uso de las tarjetas permitió que la mecánica de juego fuera mucho más sencilla y sin tanta interacción, lo que generó fluidez en las entrevistas.

Por otro lado, el uso del juego de rol en el segundo juego, permitió evaluar desde otros puntos de vista del entrevistado la percepción que se tiene en un perfilamiento creativo, en donde, al ponerse en el rol de un entrevistador se puede evidenciar que los entrevistados, desearían que desde el perfil creativo sean mucho más valorados por las habilidades blandas (soft skills) y que serían estás las determinantes a sobresalir en el mercado o en el mismo gremio.

Adicional a esto, los entrevistados eligieron que las entrevistas en un espacio de reclutamiento fueran lúdicas lo que permite identificar que su experiencia fue mucho mejor que en una entrevista convencional, por lo que dentro de las decisiones del diseño, es importante involucrar una narrativa de juego, un diseño de experiencia que responderán a la percepción de los entrevistados.

Así mismo, es importante resaltar que muchos de los entrevistados no conocían o no sabían a fondo el término de propiedad intelectual lo cual se entiende que aún hace falta involucrar este término aún más dentro de la circulación del concepto de diseñador gráfico, ya sea en la academia para poder fortalecer la participación de los creadores en cuestión de derechos dentro de las industrias creativas y culturales o incluso en el ámbito laboral para poder respetar esos derechos que hacen parte de la creación. Al final las garantías del profesional creativo varían dentro de un entorno laboral ya que al desconocer sus derechos como creadores entran en un entorno susceptible en donde cuya ética infrinja derecho de autor, gozar de los beneficios que se derivan de su obra e incluso de las ganancias relacionadas con su creación y que en las cláusulas del contrato esté renunciando a ellas sin tener el conocimiento.

PARA AMPLIAR MÁS LA INFORMACIÓN, REVISAR EL ANEXO #1

INVESTIGAR-JUGANDO
FASE ITERATIVA

FASE 2: DISEÑO-CREACIÓN

Para el desarrollo de esta fase de iteración, se analizó el marco teórico, en el apartado de jugabilidad y experiencia, para determinar qué atributos son necesarios para la construcción de la experiencia del juego, como principal autor se toma, las 6 dimensiones propuestas por Nathan Shedroff.

Actividades desarrolladas:

- Determinación de los elementos sensoriales del juego mediante una guía de observación y análisis de las teorías de jugabilidad.
- Determinación de los perfiles creativos (DISC) y cruce de habilidades BID
- Formulación de la mecánica del juego mediante la recopilación de juegos usados para la contratación.
- Diseño y creación del juego mediante el análisis de la teoría del juego y sus tipos de mecánicas y componentes.

DISEÑO -EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA

2.1. Decisiones de diseño para la creación del juego

Nathan Shedroff (Dimensiones):

Una de las aproximaciones en relación a la evaluación de experiencias que más me ha llamado la atención, por su orientación al diseño, es la de Shedroff, según el autor, una experiencia tiene seis dimensiones que se involucran en la propuesta del proyecto de la si siguiente manera:

EXPERIENCIA DE TIEMPO

1. *DURACIÓN*: 25 Min

INICIACIÓN: Para la propuesta del juego, se toma como referente el proceso de selección y el rol que ejecuta un reclutador dentro de una organización como investigador, por lo que la narrativa del juego se ejecuta dentro de la narración de un detective que necesita resolver su caso, en este punto se habla de la necesidad de encontrar el perfil creativo idóneo para contratar y proyectar que sus habilidades funcionan dentro de la cultura

organizacional. Por otro lado, el rol del diseñador también se convierte en cierta parte en un camino investigativo por descubrir qué tipo de rasgo de personalidad tiene y así mismo, evaluar que tipo de habilidades puede mejorar para pertenecer a otro tipo de perfil si así lo desea. Por lo que la narrativa de la "escuela de detectives" permite que el escenario complemente el propósito investigativo dentro de un mercado laboral.

INMERSIÓN: Aquí se desarrolla el cuerpo del juego que consciente en una serie de preguntas utilizando la metodología DISC; se busca priorizar el análisis del perfil mediante los estilos de personalidad más allá de evaluar los conocimiento técnicos de cada candidato, esta última parte se puede evidenciar en la fase 2 del juego (EXPEDIENTE) en donde primero se busca la generación de una base de datos de los perfiles y segundo la complementación del análisis del perfil arrojado en el juego.

CONCLUSIÓN: Hablamos del resultado de inmersión, lo que determina y clasifica al candidato (diseñador) en que rango o perfil se encuentra seleccionado, ya dependerá de la empresa si este resultado va de acuerdo a sus necesidades de contratación.

2. INTERACCIÓN: Se determina en la interacción que tiene en relación a la mecánica del juego y el rol que ejerce.

3. ACTIVADORES: son el componente sensorial y simbólico de la experiencia, tal vez los elementos más tangibles de la misma, en el que se indican los colores, la plataforma, sonidos, que pueden evocar la experiencia del juego para los participantes.

4. SENTIDOS DE LA EXPERIENCIA: este último, es el elemento sobre el que gira la experiencia, ya que la propuesta del proyecto permite identificar una proyección reflexiva de lo que el perfil creativo es y en donde quiere estar, por lo que la guía de perfiles le indicará las habilidades y rasgos que debe poseer para estar en un perfil creativo deseado e identificar los que ya posee.

DISEÑO- CREACIÓN DE LA PROPUESTA

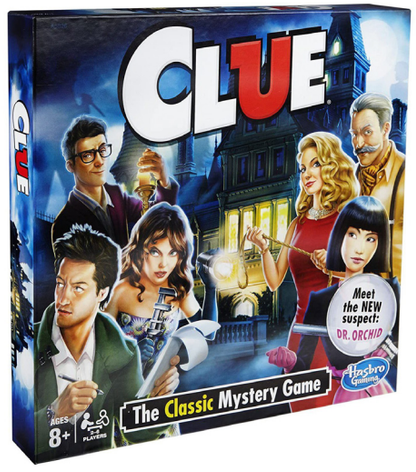
Nivel 1: Conceptualización, en esta etapa a partir de la información recolectada y la necesidad de indagar más acerca de un perfil creativo, se desarrolla un moodboard de posibles narrativas que construyen el storytelling del juego por lo que al final se elige trabajar bajo la tendencia de detectives ya que comparten objetivos en común como, indagar, encontrar y resolver una necesidad, se evalúan los diferentes looks que se han trabajado durante el proceso del proyecto y se genera una pequeña encuesta informal de las preferencias gráficas del juego.

Nivel 2: Ideación, en esta etapa se busca indagar sobre referentes de detectives exitosos, analizar el desarrollo de la historia y como es aplicada en series, ilustraciones y juegos de mesa, así mismo, se determinan los actores y el rol que debe ejecutar cada uno.

Gráfico N°14. Angulo, A. (2022) Tablero de referencia
Fuente: Pinterest

Gráfico N°15. Angulo, A. (2022) Tablero de referencia
Fuente: Pinterest

Nivel 3: Mecánica, una vez se cuente con la información necesaria, se construye la narrativa propia, en donde el storytelling se desarrolla bajo una invitación (convocatoria), una problemática (el gran secreto) y un objetivo (encontrar al perfil adecuado) para que finalmente está última pase a convertirse en el factor de jugabilidad, adicional se involucran unas eventualidades (Pista mental) que generen distracción y profundicen el objetivo.



JUEGOS DE MISTERIO

SERIES DE MISTERIO

PERFILES

PERFILAMIENTO DE LA PROPUESTA

Utilizando el modelo DISC como base y cruzándolo con las cuatro categorías de habilidades transversales del BID para el siglo 21, se determinan los siguientes 4 perfiles creativos.

PERFIL BID

1. **INTELIGENCIA ARTIFICIAL AUTOMATIZADA**

Comunicación
creatividad
digital
ética
Manejo del Tiempo
Pensamiento crítico
Resolución de problemas
Trabajo en equipo

2. **ENVEJECIMIENTO**

Adaptabilidad
Aprendizaje Continuo
Auto-regulación
Emprendimiento
Flexibilidad
Perseverancia
Resiliencia

3. **CAMBIO CLIMÁTICO**

Compromiso
Eficacia
Respeto
Responsabilidad

4. **DIVERSIDAD**

Apertura
Colaboración
Empatía
Tolerancia
Resolución de conflictos

ESTILOS DE PERSONALIDAD DISC

NIVEL 4:

Ilustrado por: _Distopico

DOM

PERFIL

DOMINANTE - RACIONAL
EXTROVERTIDO
Enfocado a los resultados, decisivo, directo.

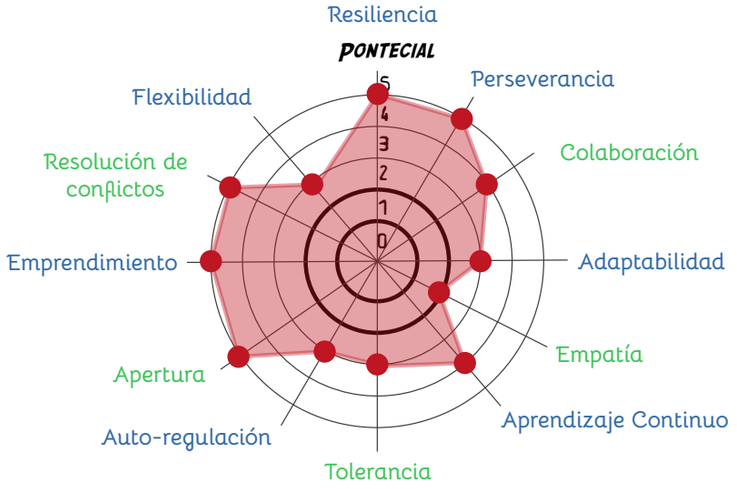
(Dominante o estratégico)
El candidato se caracteriza por tener un perfil laboral: Racional Activo, es directo, pragmático y exigente, le motiva obtener resultados, mantener el control, los retos y nueva oportunidades, siempre quiere saber la perspectiva amplia de las operaciones; se desarrolla en un ambiente laboral ideal libre de control, innovador y proyectado hacia el futuro con espacio para expresar ideas, es resiliente, líder natural, altamente competitivo y productivo, busca la manera de sobresalir por encima del resto, cauteloso y excelente negociador, tiende a ser tomador de riesgos e iniciativa, propositivo, responde bien a la lógica, la razón y la información, pero no a la emoción; le molesta la rutina, la total subordinación, los resultados demorados y las interrupciones frecuentes.

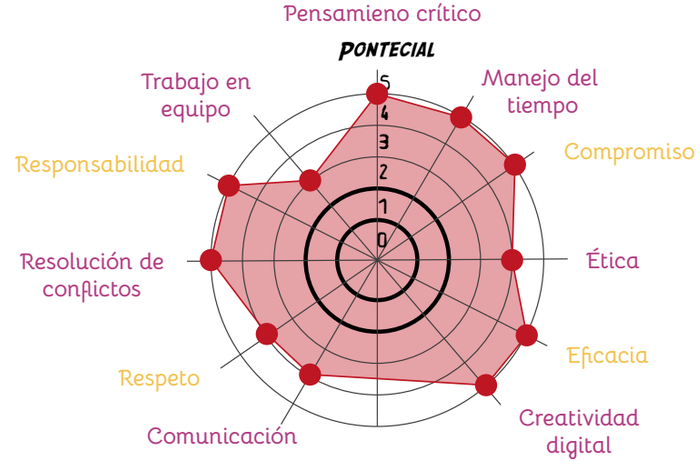
Este perfil puede posicionarse en escenarios escenarios de liderazgo de proyectos y/o procesos, son altamente apertura de negocios por lo que son ideales para relaciones directas con los clientes.

HABILIDADES TRANSVERSALES BID

- Envejecimiento
- Diversidad
- Inteligencia artificial automatizada
- Cambio climático

HABILIDADES TRANSVERSALES





NIVEL 4:

EMMA

Ilustrado por: _Distopico

PERFIL

INFLUYENTE - EMOTIVO ACTIVO
Influyente, Persuasivo, Impulsivo.

(Influyente o persuasivo)

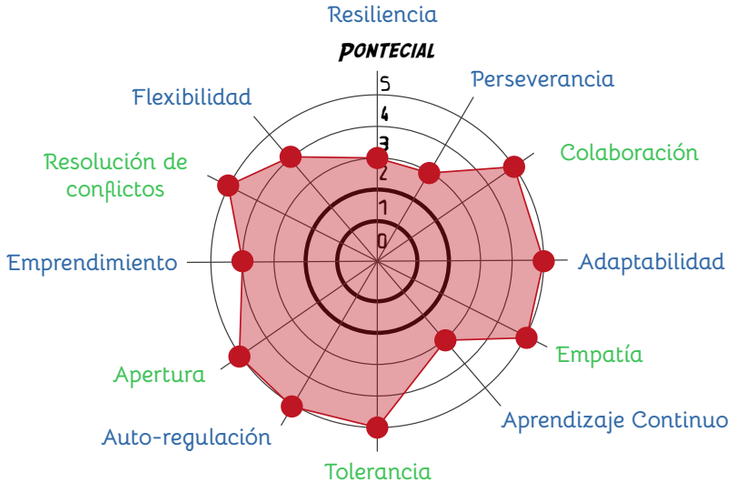
Se caracteriza por tener un perfil laboral emotivo activo, es sociable, optimista y carismático; le gusta relacionarse con la gente, divertirse mientras trabaja, ayudar a otras personas a expresar sus ideas de manera creativa; se desarrolla en un ambiente laboral con baja exigencia al detalle, con movilidad y espacio para ser escuchado; su motivación principal es el reconocimiento, crecen en experiencias divertidas y estar con otras personas, tienden a ser a la vez confiados y optimistas. Debido a que pueden hacer que la gente esté de su lado muy rápidamente tienden a ser algo emocionales y, a veces, muy espontáneos o impulsivos; no le gusta lo teórico, las ideas complicadas ni la monotonía.

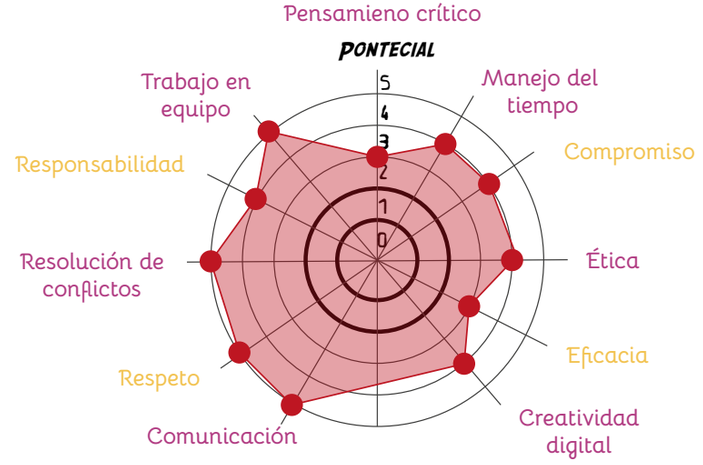
Este perfil es altamente potencial para soluciones creativas de posicionamiento, campañas, diseño de experiencia y manejo de redes sociales.

HABILIDADES TRANSVERSALES BID

- Envejecimiento
- Diversidad
- Inteligencia artificial automatizada
- Cambio climático

HABILIDADES TRANSVERSALES





NIVEL 4:

SETA

Ilustrado por: _Distopico

PERFIL

SERENO - EMOTIVO PAUSADO
Estable, sincero, simpático

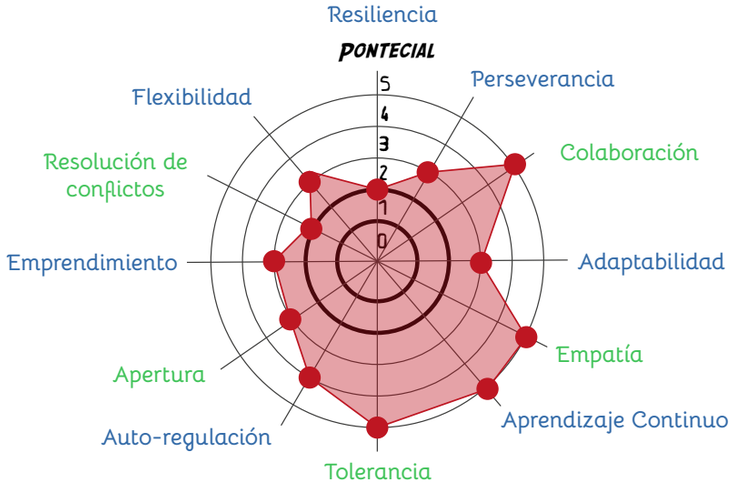
(Estable)
Se caracteriza por tener un perfil laboral: Emotivo Pausado, por ser aceptador, diplomático y conciliador; busca relacionarse amigablemente con las personas, que lo acepten y que las cosas funcionen sin contratiempo, le gusta la estabilidad, la seguridad y trabajar bajo pasos y pocos proyectos a la vez, son pacíficos, buenos oyentes y amigos verdaderamente leales y seguidores. Aparte de ser positivo, amable, paciente y comprensivo; busca la armonía y no le gustan los cambios radicales ni la confrontación, al momento de trabajar bajo presión se comportará como una persona reservada e inflexible.

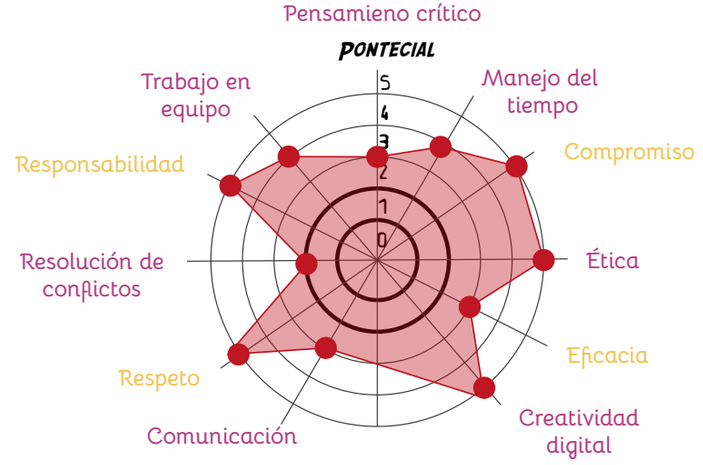
Este perfil puede posicionarse en escenarios con mucho detalle, son altamente potenciales en competencias dentro de desarrollos digitales como Ux/Ui, desarrollos de multimedia entre otros.

HABILIDADES TRANSVERSALES BID

- Envejecimiento
- Diversidad
- Inteligencia artificial automatizada
- Cambio climático

HABILIDADES TRANSVERSALES





CUMRA

Ilustrado por: _Distopico

PERFIL

CUMPLIMIENTO - RACIONAL
PAUSADO
Consciente, Creativo, Cumplido, Correcto, Preciso.

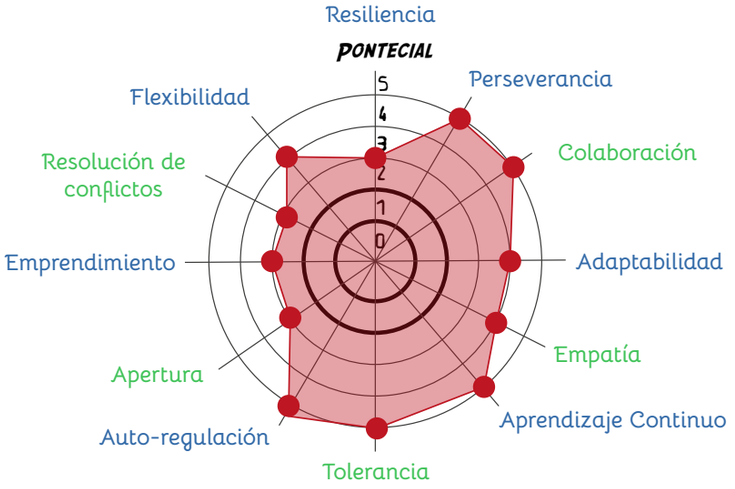
(Consciente o preciso)
El candidato se caracteriza por tener un perfil Racional Pausado, es riguroso, formal y metódico; busca la calidad y le gustan los criterios de desempeño específicos, la exactitud, definir y lograr altos estándares, las oportunidades para analizar, evaluar y trabajar con estilo lógico y sistemático; se desarrolla en un ambiente de pensamiento crítico, perfeccionista, correcto, donde se requiere especialización con privacidad, orden y claridad, no le gusta la improvisación, el desorden, el riesgo, la exageración ni el sentimentalismo.

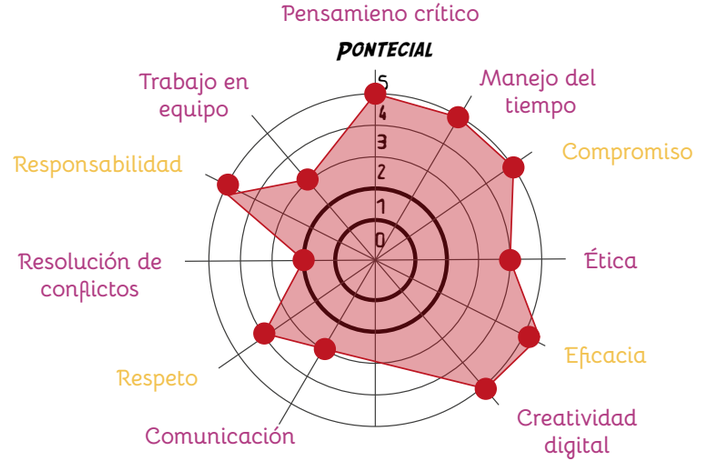
Este perfil puede posicionarse en escenarios con mucho detalle y de calidad por lo que desarrolla competencias dentro de escenarios como diseño editorial, diseño web entre otros.

HABILIDADES TRANSVERSALES BID

- Envejecimiento
- Diversidad
- Inteligencia artificial automatizada
- Cambio climático

HABILIDADES TRANSVERSALES





DISEÑO DE EXPERIENCIA (DIS)

FASE 3: EL DIS (DISEÑO PARA LA INNOVACIÓN SOCIAL)

Haciendo uso del *toolkit de herramientas para el diseño de proyectos, servicios o iniciativas para la construcción de Innovación y Transformación Social, desarrollado como proyecto del DIS en la Universidad El Bosque,* desarrollé la ruta de herramientas dentro de la tipología de mi proyecto como **"Servicio y Experiencia" en complejidad media**, las cuales se clasifican en tres etapas para el alcance de mi proyecto.

- **1. Descubrir;** este primer paso se genera para un mejor entendimiento del proyecto, indagando por los usuarios, necesidades y expectativas.

- **2. Construir;** este segundo paso define el reto de diseño que orienta el encuentro de oportunidaes para soluciones creativas.

- **3. Refinar;** para este paso, se trata de construir la eperiencia alrededor del usuario.

1. DESCUBRIR

Para el desarrollo de esta primer herramienta se construye se toma una de la entrevistas realizadas en el periodo de Enero-Mayo 2022 utilizando la mayor cantidad de información con el objetivo de identificar las dificultades y perspectivas de su entorno en este caso, el cómo es ser un diseñador en Colombia, experiencias en el momento de buscar un trabajo en Bogotá, entre otras.

1.1 La sombra del usuario

Dónde y Cómo

Lugar: ONLINE (MEET)
Fecha: 25 ENERO 2022
Hora: 4 PM

Quién

Nombre: ALEXANDER ESLAVA
Edad: 30 AÑOS
Sexo: HOMBRE
Motivo de seguimiento: TRABAJO ASERTIVO

Principales conclusiones

Es importante aplicar a las convocatorias laborales con el perfil solicitado para poder encontrar un trabajo que se acomode a las necesidades de cada diseñador.

Es importante contar con la información completa de la oferta laboral (salario, funciones, perfil. etc.)

Términos como la propiedad intelectuales deben ser reforzados.

Se podría decir que hay una pequeña brecha entre la espectativa de los diseñadores y las vacantes laborales.

Es importante identificar muy bien el perfil de un diseñador gráfico en la sociedad ya que, existe una brecha informativa de lo que realmente hace y puede llegar a hacer un diseñador.

Gustos
ej. Observaciones de preferencias personales

Les apasiona el arte, las tendencias, la comedia, la música en especial hace parte de cada momento de sus vidas, capacitarse en nuevas tendencias de diseño, (parchar) con amigos y disfrutar de la vida.

En el trabajo buscan un ambiente laboral cómodo, autónomo, gozar de ciertas libertades creativas. experimentar y crear a través de lo análogo, les gusta el orden y cumplir con las metas, explotar todos sus alcances y ser reconocidos por ello.

Aversiones
ej. Observaciones de preocupaciones particulares

Cuentan con barreras de conexioón entre las empresas si no poseen experiencia, no saben muy bien cómo cobrar proyectos freelance, desconocen temas legales como “la propiedad intelectuales” y cómo esta influye en el mercado.

Hábitos
ej. Observaciones de rutinas existentes

Buscan una herramienta medíatica (Facebook, Instagram) para encontrar trabajos freelance.

Participan en convocatorias así no cumplan con el perfil o con los requerimientos solicitados.

Buscan el trabajo perfecto.

Actividades
ej. Observaciones de acciones denotadas por la situación

Se sienten algo incómodos al compartir sus experiencias buscando trabajo.

Critican el cómo es el proceso de contratación en Colombia y ser juzgados por el tiempo de experiencia que tengan.

Se molestan con el tiempo invertido en procesos de selección que puede duar de 1 hasta 6 meses.

Objetos
ej. Obstervaciones del uso específico de objetos

Prefieren entrevistas en línea, sin desplazamientos ni alargues.

Las pruebas las ven innesesarias en el proceso de selección.

No existe no feedback de la razón al ser rechazados por las empresas.

Espacio
ej. Observaciones del efecto del entorno

Suelen sentirse abrumados con las entrevistas en grupo.

Las emociones como nervios son persistentes en el momento de las entrevistas.

Se preparan para saber como “actuar” y “qué” decir en las diferentes etapas de las convocatorias laborales.

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

1. DESCUBRIR

1.2 Contexto y objetivo

OBJETIVO DEL SERVICIO

¿Qué servicio desarrollará o mejorará? ¿Para quién?

Una plataforma Web que permita ser un canal de conexión entre oferta y demanda del diseño, que logre capacitar y ejecutar los procesos de contratación de manera lúdica y mediática.

OBJETIVO DE LA ORGANIZACIÓN

¿Cómo encaja esto con los objetivos de la organización?

El objetivo es dinamizar el mercado laboral creativo mediante experiencias lúdicas.

NECESIDADES EN EL MERCADO

¿Qué demandas o necesidades vas a satisfacer?

- Feedback.
- Experiencia del usuario (diseñador)
- Capacitar a la industria del alcance de un perfil creativo.

CONTEXTO DEL SERVICIO

TENDENCIAS

¿Qué tendencias pueden influir positivamente en su idea de servicio?

Genomawork
IDtalento
Gamificación
Hunty

BARRERAS INTERNAS

¿Qué puede frenar la idea dentro de la organización?

Posicionamiento
Alcance
Usabilidad

RESTRICCIONES

¿Dentro de qué limitaciones deberías trabajar?

Sector Creativo
Mecánicas de juego
Arquitectura Web

CONDICIONES

¿Qué debe estar disponible para que su servicio tenga éxito?

Innovación
Apropiación del recurso
Publicidad
Participación

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

1. DESCUBRIR

PROMESA DEL SERVICIO

Valores

¿Qué representas como organización?

Creatividad, juego, capacitación, trabajo asertivo.

¿Cómo puede contribuir esto al carácter distintivo de su futuro servicio?

Esta idea busca cambiar la manera en cómo se contrata un perfil creativo en Bogotá y hacerlo una experiencia significativa tanto para las industrias como para los diseñadores, centrando su eje en las habilidades transversales

Respuestas

¿A qué necesidades específicas de los usuarios desea ofrecer una respuesta?

- Ampliar el panorama de lo que pueden lograr los diseñadores, dejando de lado las discriminaciones cómo experiencia, habilidades de software entre otras

RESULTADOS MÁS IMPORTANTES

¿Qué pasará si el servicio es un éxito?

1

Se generaría una plataforma como canal entre diseñadores y vacantes, según el alcance y preferencias del diseñador.

2

Se generaria una data informativa de los perfiles arrojados en el sistema vs. las vacantes postuladas generando una oportunidad de mejora.

3

Se amplaria el catálogo de servicios a capacitaciones, tutorias, seguimientos y nuevas mecánicas de juego para ampliar la información.

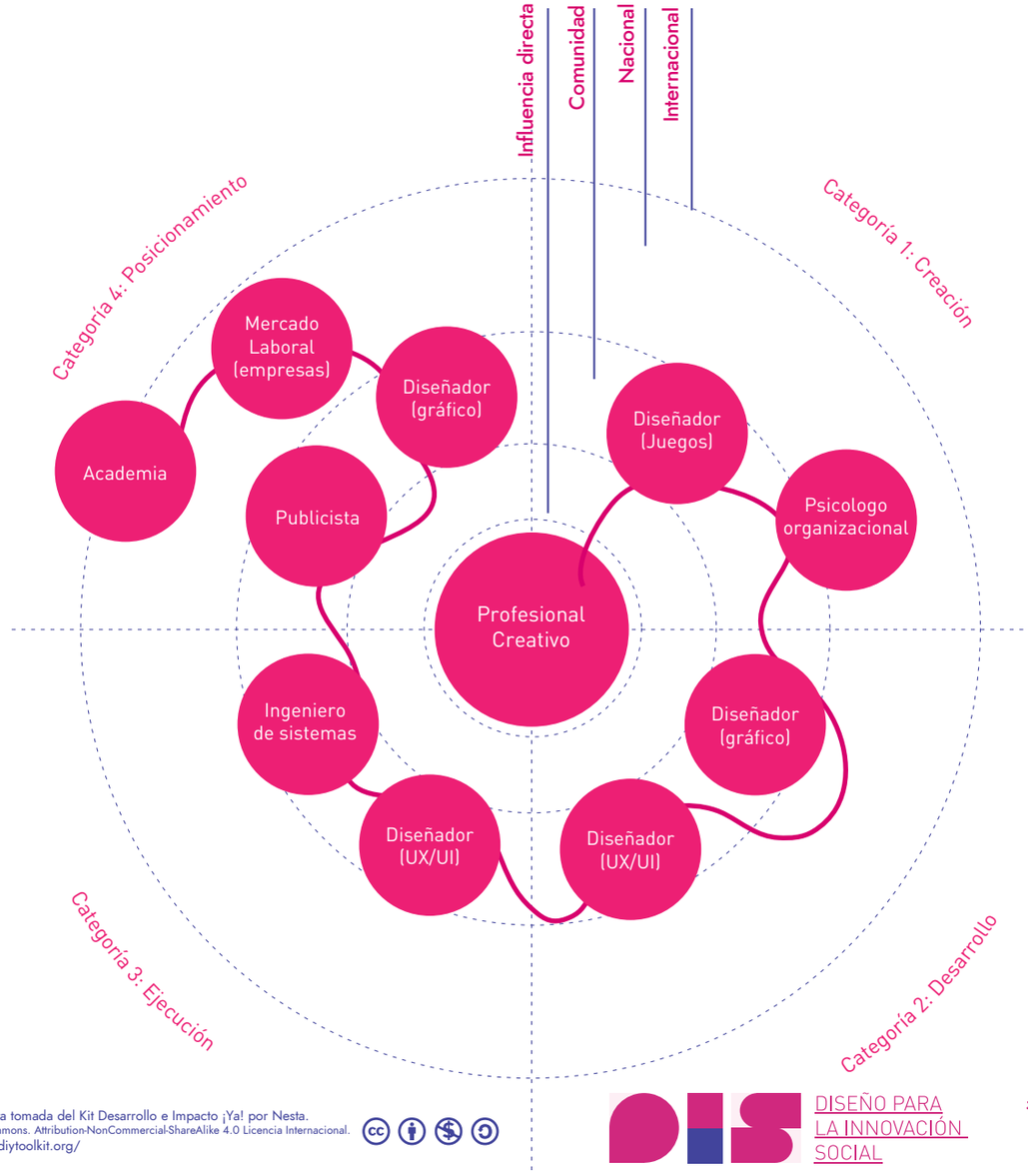
4

Se gira el eje de importancia de un perfil creativo en la industria laboral dinamizando las vacantes laborales.

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

1. DESCUBRIR

1.3 Mapa de conexiones (usuarios)



Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

PARTE 1

2. CONSTRUIR

Para el desarrollo de esta herramienta se construye un **Buyer Person** a partir de las entrevistas realizadas en el periodo de **Enero-Mayo 2022** que suministra la mayor cantidad de información con el objetivo de identificar las necesidades y visualizar el arquetipo de persona a la cual está dirigido el proyecto.

2.1 Buyer Person

Imágen N°1. Angulo, A. (2022) Diseñador gráfico
Fuente: Freepick

Nombre
Carolina Díaz, 25 años.

Ocupación
Diseñadora gráfica profesional

Otros
Otros elementos que influyen en el servicio

Animalista
Autodidacta
Decidida
Relisiente

Actitud de servicio | ¿Es tu persona alguien que lo resuelve todo por sí mismo o no?

Házlo tú mismo	Busca asesoría	Delegador
	x	

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

2. CONSTRUIR

PARTE 2

Descripción

Describe tu personaje. Quién es él o ella en el contexto del servicio (futuro). ¿Cuáles son sus objetivos, tanto racionales como emocionales?

Carolina Día es una diseñadora gráfica apasionada, amante de los animales, la buena vibra y las sutilezas de la vida. En su formación laboral ha trabajado en publicidad, marketing, branding, packaging, ux/ui, multimedia entre otros trabajos, le gusta promover y mejorar su perfil profesional buscando siempre entrar en tendencias de diseño. Le gusta ser una persona proactiva en el trabajo, bastante ordenada, servicial y resiliente. Pero siente que no ha encontrado su trabajo ideal, ya que en los diferentes trabajos en los que ha estado la limitan a desarrollar su cargo únicamente operativo, esto le genera una frustración ya que al ser una persona proactiva, busca la manera de aportar en diferentes ámbitos, resaltar entre los demás y que sea reconocida por esto.

Motivadores

¿Qué puede hacer feliz a tu usuario al utilizar el servicio?

Retroalimentación y alcance de su perfil profesional
Amplitud en el panorama profesional del alcance que puede lograr.
Reconocimiento de sus habilidades transversales.
Innovación
Visualización en el mercado laboral
Experiencia lúdica

Desmotivadores

¿Qué puede disuadir a tu usuario de utilizar el servicio?

No se sienta agusto con el resultado.
No busque mejorar o cambiar su perfil profesional.
No ser contratado en ningún momento.
No encontrar la empresa a la cual le gustaría trabajar.
No ser lo bastante claro del feedback de rechazo a la hora de contratar su servicio profesional.
Que no la mecánica de juego no sea clara y no tenga una buena experiencia.

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

2. CONSTRUIR

2.2 Fórmula el reto de diseño

¿Cúales son los hallazgos que descubrimos?

Usando tres frases, realiza la integración de los hallazgos mas importantes.

1 Los diseñadores gráficos sienten que son contratados para desarrollar cualquier tipo de tarea (toderos) sin importar su especialización o incluso gusto por ciertas ramas del diseño.

2 Los diseñadores gráficos necesitan complementar, ampliar y visualizar el alcance profesional que tienen, un autoreconocimiento con el fin de saberse mostrar en el mercado laboral y ser visible y destacable en el sector empresarial al cual quiere aplicar.

3 Los diseñadores gráficos necesitan una conexión mediática con los reclutadores laborales, que les permita alejarse de los concursos y sorteos laborales protegiendo su integridad y propiedad intelectual.

Construye la pregunta del reto

a. ¿Cómo?:	b. la / él / los:	c. a / ante / frente / de:	d. en / de:
Interrogante que motiva la acción	Componente de la experiencia	El usuario, el área o la organización que se impactará con el reto	Contexto de la intervención para cerra el reto (hora, lugar, zona, etc.)

¿Cómo una plataforma web permitiria acercar y englobar las ofertas laborales a los diseñadores gráficos y que estos sean contratados asertivamente desde una definición de su perfil mediante habilidades transversales?

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

2. CONSTRUIR

2.3 Búsqueda de tendencias

	Sociales	Culturales	Tecnológicas	Negocio
Pasado	Búsqueda de trabajo en plataformas comunes como computrabajo, voz a voz o el empleo.	Pruebas extensas con psicologos. Diferentes entrevistas. Muchos postulados para una sola vacante laboral. Entrevistas grupales	Pruebas presenciales Entrevistas presenciales	El empleo, computrabajo o temporales.
Presente	Busqueda de trabajo en redes sociales como LinkedIn, Facebook, Instagram o voz a voz.	Pruebas extensas con psicologos. Diferentes entrevistas. Muchos postulados para una sola vacante laboral. Entrevistas grupales	Pruebas presenciales y/o virtuales Entrevistas presenciales y/o virtuales	El empleo, computrabajo, temporales, Hunty, genomawork.
Futuro	Busqueda de trabajo y conexión de ofertas laborales en línea con "Rasgos Creativo"	Pruebas extensas con psicologos. Diferentes entrevistas. Muchos postulados para una sola vacante laboral. Entrevistas grupales	Pruebas virtuales Entrevistas virtuales Pruebas en línea con psicologos. Tiempo de contratación reducido Plataforma con feedback inmediato Filtros por necesidades laborales	El empleo, computrabajo, temporales, Hunty.

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

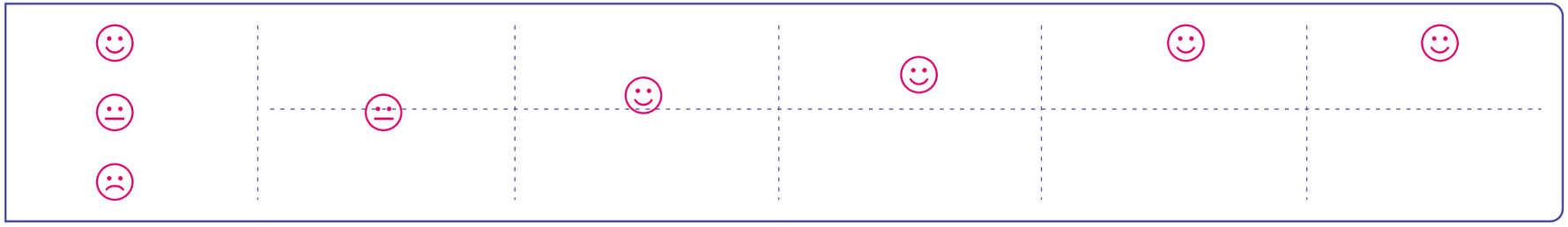
3. REFINAR

Para el desarrollo de este tercer momento se enfoca en los momentos de contacto con el usuario y la experiencia, se espera que esta se desarrolle inicialmente como una invitación a la convocatoria para finalmente explicar el resultador del perfilamiento a los candidatos, toda la experiencia se trabaja bajo el storytelling de "detectives".

3.1 Journey Map (Prototipo)

Línea de tiempo	1 Momento Invitación y acceso a la "convocatoria"	2 Momento Acceso a la plataforma	3 Momento Explicación de la prueba	4 Momento Prueba	5 Momento Resultado / Feedback
Elementos de la experiencia					
Procesos Evidenteso No Evidentes	Se envía una campaña expectativa en donde se habla de la convocatoria a manera de storytelling y se hace la invitación a la prueba	El usuario debe diligenciar un "expediente" para ampliar la información del candidato, después de esto ingresará a la plataforma de screentop.	El reclutador explicará mediante un cómic el objetivo de la convocatoria y la mecánica de la prueba, así mismo sus reglas y duración.	El usuario deberá desarrollar la prueba en un tiempo no mayor a 20 minutos la cuál le permitirá por medio de preguntas identificar el perfil del candidato.	El resultado de la prueba será la cantidad de respuesta que haya elegido el usuario, este resultado deberá ser cruzado con el perfil elegido por el reclutador previamente a la prueba.
Personas o Actores	Reclutador y los candidatos seleccionados	Reclutador y los candidatos seleccionados	Reclutador y los candidatos seleccionados	Reclutador y los candidatos seleccionados	Reclutador y los candidatos seleccionados
Canales y mecanismos de acceso	Se envía toda la información mediante correo o whatsapp para participar en la convocatoria laboral.	Google meet	Plataforma Screentop + Google meet (juego) (prueba)	Plataforma Screentop + Google meet (juego) (prueba)	Plataforma Screentop + Google meet (juego) (prueba)
Objetos o elementos	Pra la campaña y en general en toda la experiencia se trabaja bajo la Narrativa de detectives. Se necesitará correo, internet, teléfono, computador.	Internet + computador	Internet + computador	Internet + computador	Internet + computador
Espacios o lugares	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA

Emociones de la experiencia



Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

3. REFINAR

3.2 Test con usuarios

Proyecto	Escuela de detectives - Rasgo creativo	Versión	Primera versión

A tener en cuenta en la entrevista

1. ¿Cuáles con los objetivos y límites identificados en el proyecto?
2. Describe los aspectos o temas a comprobar
3. Establece las tareas o misiones que tu usuario debe ejecutar en la prueba
4. ¿Qué otra información o aspectos son relevantes?

Información del usuario/cliente

En su "expediente" el candidato se describe de a siguiente manera; Juan osorio, diseñador multimedia 22 años, trabajo fijo, amplia experiencia en desarrollo de videojuegos y modelado 3D. Trabaja en equipo, es líder y resiliente.

	¿Pudo cumplir la tarea de forma correcta?	¿Qué le gustó o le resultó satisfactorio?	¿Qué NO le gustó o resultó insatisfactorio?	¿Qué le sorprendió o no se esperaba?	¿Qué le pareció extraño o complejo?
Tarea o misión 1 Base de datos "diligenciar el expediente formato PDF"	Se demoró bastante tiempo en enviarla y pero demostró interés y expectativa.	Se demostró interesado por la temática e inquieto por llegar al resultado.	Le pareció bastante información para la instroducción.	Que sea un estilo de pruebas laborales diferente.	La información inicial es amplia
Tarea o misión 2 Ingresar a la plataforma Screentop.	Se le dificultó un poco entender los comando rápidos para la navegación en la plataforma.	La plataforma permitió gozar de forma virtual la experiencia de un "juego de cartas"	Al iniciar es un poco enredada	La interacción con la plataforma.	Se le dificultó un poco entender los comando rápidos para la navegación en la plataforma.
Tarea o misión 3 Entendimiento de la historia o narrativa de "la escuela de Detectives".	Tuvo algunas preguntas con respecto a la historia pero logró entender el objetivo.	Se demostró interesado por la temática e inquieto por llegar al resultado.	Le gustaría ver la historia más ánimada o incluso en un corto cinematográfic, para agilizar este paso.	Montró interes por el desarrollo de la historia y cómo está terminaría.	La información es bastante larga
Tarea o misión 4 Entendimiento de la mecánica, reglas y duración de la prueba.	Tuvo algunas preguntas con las instrucciones pero logró completarla en el tiempo establecido.	Se demostró interesado por la mecánica de minojuego dentro de la prueba.	Al principio fue difífil entender las preguntas y relacionarlas con el ambiente laboral más no personal.	Que sea una prueba laboral jugando.	Las instrucciones de la prueba.
Tarea o misión 5 Entendimiento de el resultado de su prueba por ende el perfilamiento que esta arrojó para su perfil.	Estuvo atento a la información que se le generó de su perfil y le gusto el resultado.	Le gusto el resultado dándole un panorama más amplio de su perfil y complementando la habilidades transversales que desconocia.	Siente que el resultado aplica en su ámbito persona y profesional, le gustaría saber cómo adiquirir otras habilidades.	Que el resultado lo haya descrito y se sienta agusto con la información brindada.	Cómo se generó el resultado.

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

3. REFINAR

3.4 Profundizar el desafío

¿Cuál es el desafío o situación que tu proyecto trata de resolver?

Problema u oportunidad encontrada:

Definir perfiles creativos a través de una herramienta interactiva

¿Qué conoces del problema y la situación que enfrenta el usuario?

Los diseñadores gráficos entrevistados critican mucho la forma en como se generan las postulaciones laborales en las diferentes plataformas (requisitos, experiencia, software skills, "todero")

¿Qué NO conoces del problema y la situación que enfrenta el usuario?

¿Conocen muy bien el alcance que tiene su perfil laboral?
¿Les gustaría ampliar las habilidades transversales?
¿Les gustaria tener otro tipo de perfil creativo o rama del diseño?

¿Cuáles son los comportamientos que más te impactan o te llaman la atención de los actores?

Los diseñadores gráficos entrevistados resaltan el valor de conocer a fondo temas más allá de lo laboral, en entrevistas como, gustos, preferencias, música, expectativas, personalidad etc.
Los diseñadores gráficos entrevistados en ocasiones mienten para poder aplicar a las convocatorias laborales o en las entrevistas para generar una mejor expectativa.

¿Cuáles son las emociones que has podido identificar en los actores frente a la situación o desafío?

Decepción
Ansiedad
Frustración

¿Qué creencias o supuestos tienes en este momento sobre el proyecto?

Creo que se debe cambiar la forma en cómo se generan los procesos de contratación extensos y encontrar un canala que conecte ofertas laborales adecuadas y humanas.

Teniendo en cuenta lo anterior define el nuevo desafío

Explorar perfiles creativos a través de una herramienta interactiva basada en los lenguajes del juego, que permita visualizar y clasificar habilidades transversales y rasgos de personalidad para profundizar y orientarlos al mercado laboral (micro y pequeñas empresas) de Bogotá, Región.

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

3. REFINAR

3.5 Preparación del prototipo

¿Qué punto de contacto, momento del servicio o aspecto del producto vamos a prototipar?

La experiencia en general del proyecto trabajado bajo la narrativa de detectives, la interacción con la prueba y la plataforma.
La interacción con la mecánica de juego.

¿Cuáles son los atributos o aspectos que queremos poner a prueba?

- Usabilidad
  Interacción
  Resultado y expectativa
- Narrativa
-

¿Qué tipo de prototipo vamos a desarrollar?

- ⊗ **Interacción** — Plataforma
- ○ **Diseño** — Look, apariencia, etc.
- ○ **Escenografía** — Juego de roles
- ⊗ **Procesos** — Pasos y coherencia

¿Quiénes estarán a cargo del prototipado? ¿Qué papel cumplen?

Nombre: Rol/Habilidades:	Nombre: Rol/Habilidades:	Nombre: Rol/Habilidades:	Nombre: Rol/Habilidades:	Nombre: Rol/Habilidades:	Nombre: Rol/Habilidades:
Angie Angulo moderadora	Laura Rodriguez Psicologa Organizacional				

¿Qué necesitamos para hacer el prototipo? Recursos materiales, espacios, tiempo, etc.

Computador, internet, plataforma screentop, instrucciones del juego, cómic con la narrativa, el expediente del usuario.

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

INVESTIGAR-JUGANDO

PROTOTIPO BETA

FASE 4: PROTOTIPO-PLAYTESTING

Se testea el primer borrador del juego en la plataforma virtual screentop, para determinar que los atributos tomados desde las decisiones de diseño funcionen dentro del marco de la experiencia del usuario y la jugabilidad dentro de la investigación.

Actividades desarrolladas:

- Testeo con diseñadores gráficos Retroalimentación de la experiencia de los participantes mediante una encuesta.
- Testeo de la temática del juego y el estilo gráfico del mismo.(Iteración)
- Testeo Diseño de la experiencia

Nivel 4: Prototipado, se eligen las herramientas narrativas a usar para el desarrollo del proyecto, está fase puede ser iterativa ya que se evaluó la complejidad de la información entregada y cómo ésta podría mejorar. (Pantallazos wa, expediente y la publicación en el periodico)

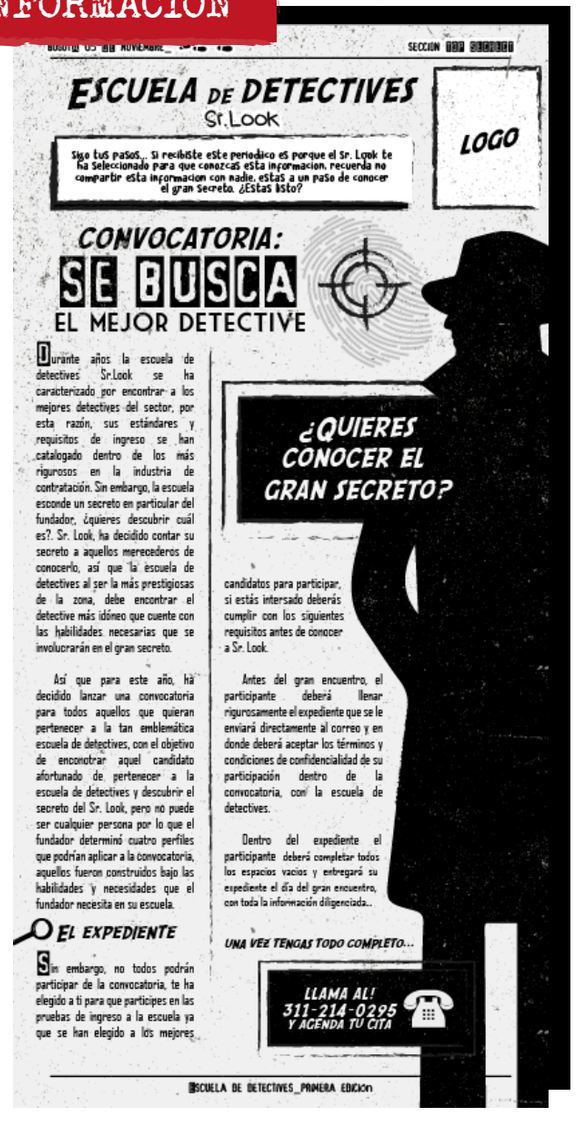
Nivel 5: Playtesting, en esta fase permite identificar las mejoras gráficas de la propuesta y adicional tener un feedback del usuario de la experiencia, para desarrollar una fase iterativa de mejora de la experiencia.

PROTOTIPO-ITERATIVO

INVITACIÓN

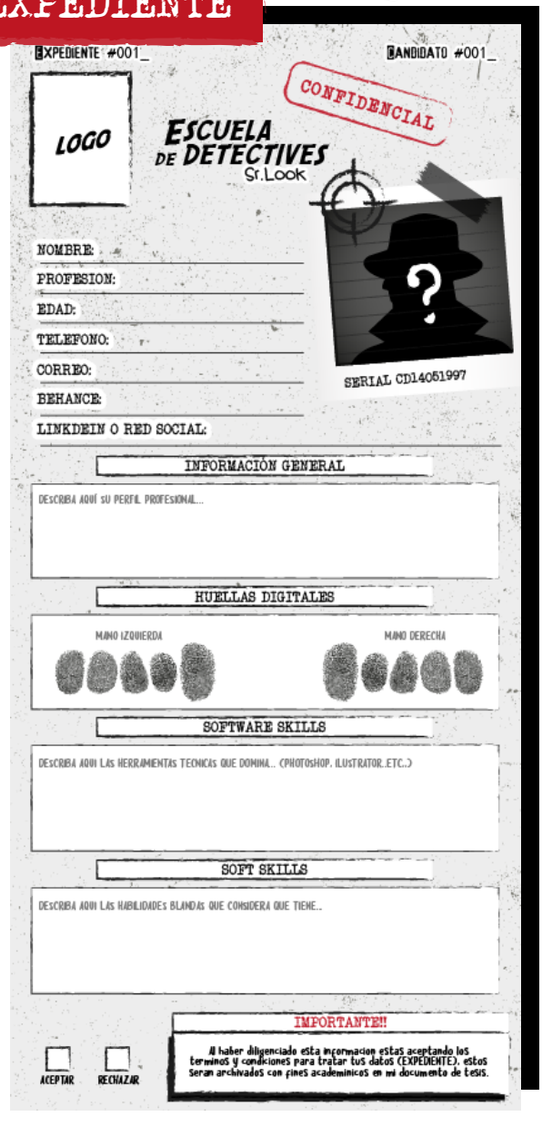
Se envía la invitación para la participación de la convocatoria.

INFORMACIÓN



Se envía la información con respecto a la narrativa, mediante una pauta de periódico, generando espectativa

EXPEDIENTE



Se envía el expediente para diligenciar y la aceptación de términos y condiciones del uso de datos.

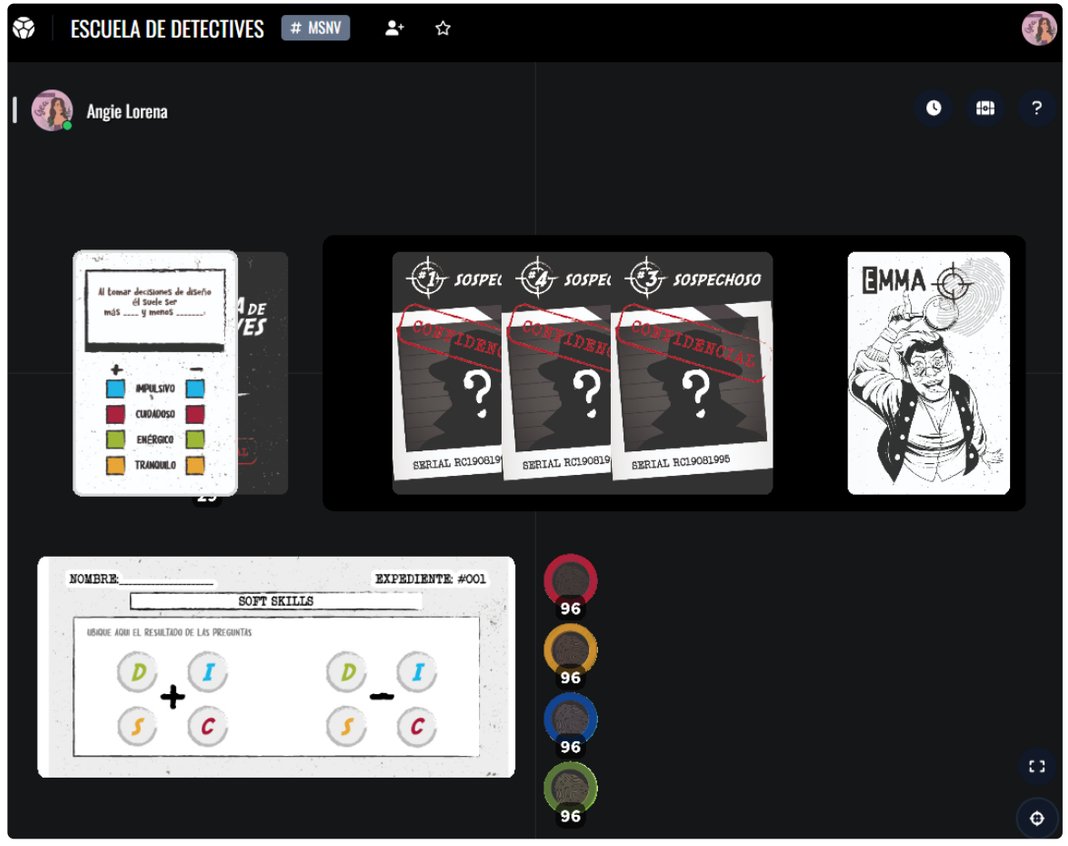
PLATAFORMA

Se le envía el Link de acceso a la plataforma

LINK DEL JUEGO

[redacted]

JUEGO



Se explican los componentes y el tiempo de juego: 24 min

INVESTIGAR-JUGANDO

PROTOTIPO ALFA

Para el prototipo Alfa, se determina que la información debe ser entregada en otro formato de comunicación (Historieta), se desarrolla adicional una guía para los reclutadores que funcionará como facilitador para el desarrollo de la propuesta de manera autónoma.

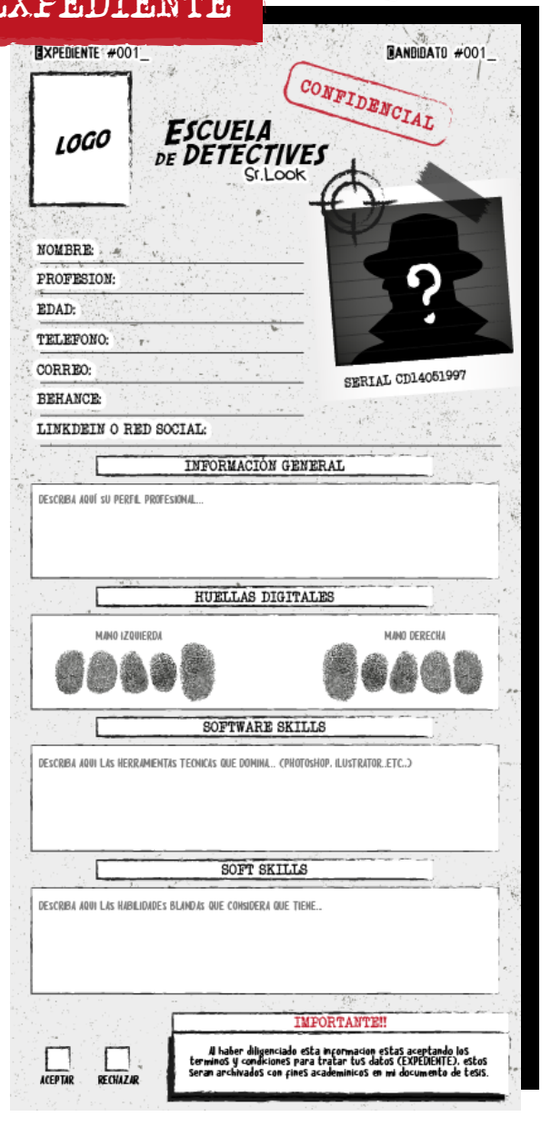
A continuación, se encontrará el desarrollo de la historieta, es decir, la narrativa e storytelling del juego, seguido del expediente que deben diligenciar los candidatos y por último la guía instructiva de los reclutadores.

PROTOTIPO-ITERATIVO

INVITACIÓN

Se envía la invitación para la participación de la convocatoria.

EXPEDIENTE



Se envía el expediente para diligenciar y la aceptación de términos y condiciones del uso de datos.

INFORMACIÓN

Se cambia el formato y se amplia la información de la narrativa de la convocatoria mediante un cómic

PLATAFORMA

Se le envía el Link de acceso a la plataforma para que el participante pueda ingresar y crear su usuario.

PARTICIPANTE

Se explican los componentes y el tiempo de juego: 24 min

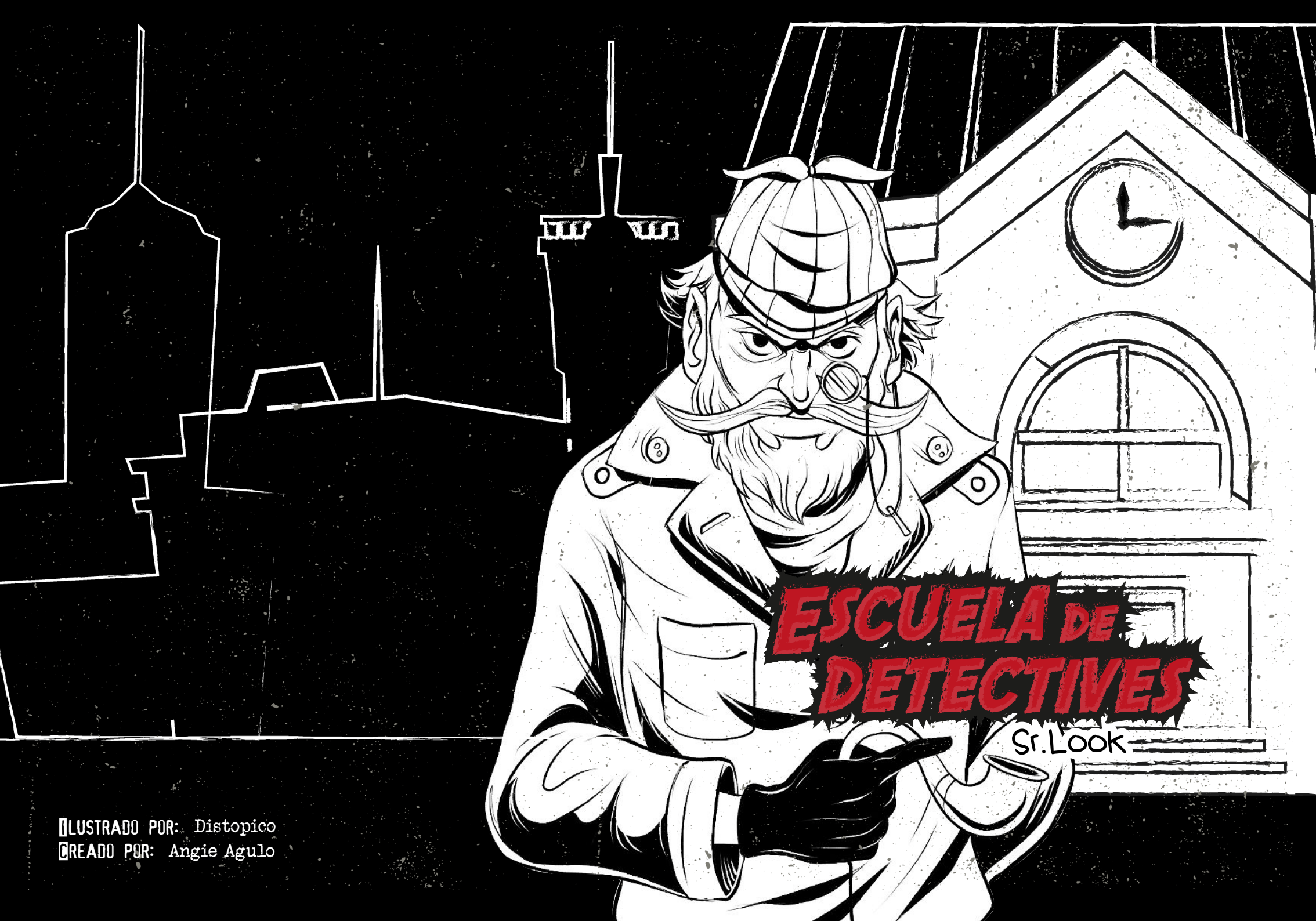
VIDEO COMPLETO

El juego permite identificar dos momentos claves
como lo son el "interrogatorio" que permite evaluar los rasgos de personalidad y "pista mental" que permite acercar y profundizar en el perfil del candidato mediante gustos y preferencias.

JUEGO

ENTREGA DE RESULTADO

Al finalizar el juego se entrega el perfil seleccionado previamente por el "reclutador" en este caso el perfil "Cum.ra" cuyo resultado del candidato coincide con este perfil, finalmente se cierra con una ampliación de este perfil y la explicación de los demás.



ILUSTRADO POR: Distopico
CREADO POR: Angie Agulo

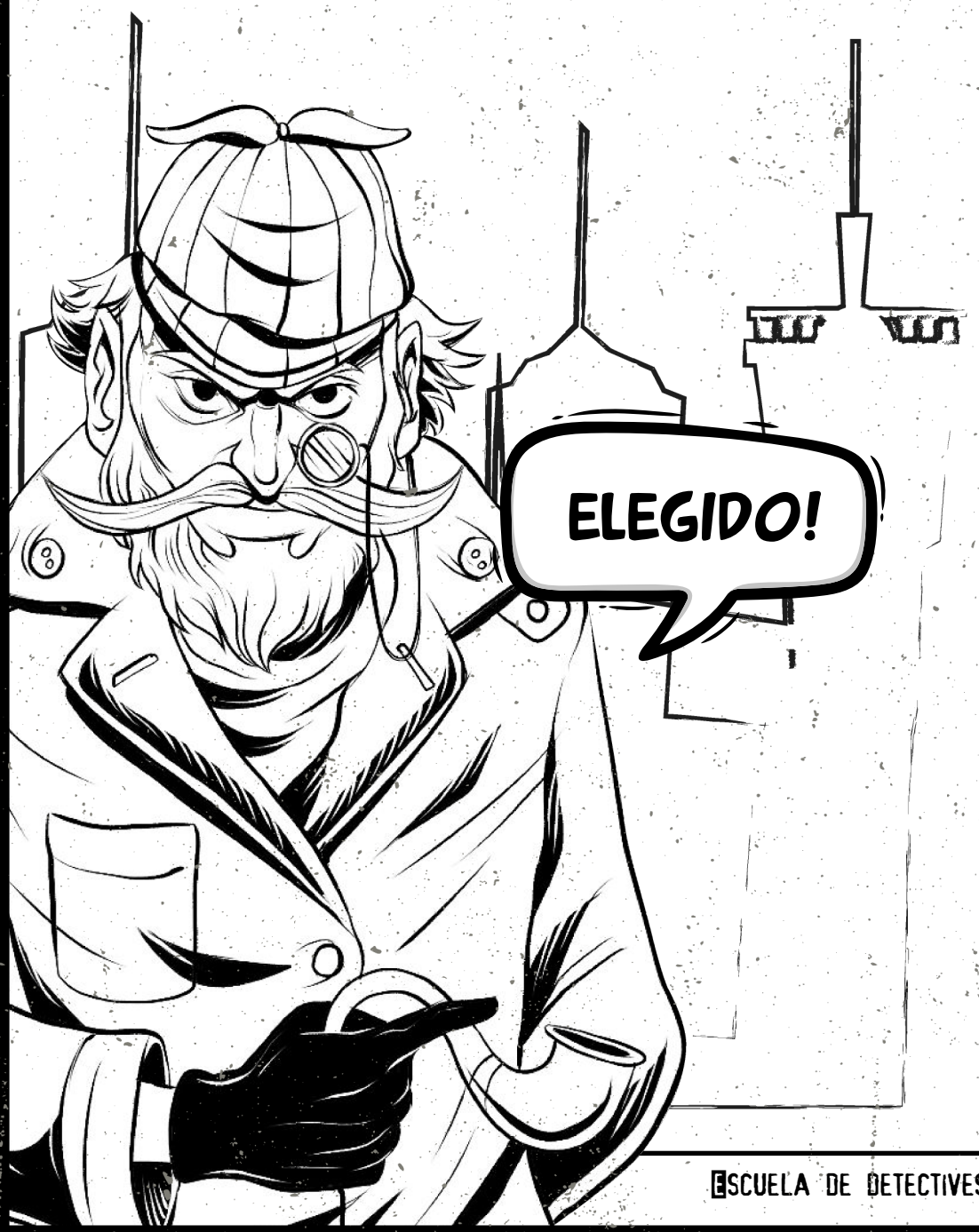
Sigo tus pasos... Si recibiste este periódiico es porque el Sr. Look te ha seleccionado para que conozcas esta información, recuerda no compartirla con nadie, estás a un paso de conocer el gran secreto.

CONVOCATORIA:

SE BUSCA

EL MEJOR DETECTIVE

DURANTE AñOS LA ESCUELA DE DETECTIVES SR.LOOK SE HA CARACTERIZADO POR ENCONTRAR A LOS MEJORES DETECTIVES DEL SECTOR, POR ESTA RAZóN, SUS ESTáNDARES Y REQUISITOS DE INGRESO SE HAN CATALOGADO DENTRO DE LOS MáS RIGUROSOS EN LA INDUSTRIA DE CONTRATACIóN. SIN EMBARGO, LA ESCUELA ESCONDE UN SECRETO EN PARTICULAR DEL FUNDADOR, ¿QUIERES DESCUBRIR CUáL ES?. SR. LOOK, HA DECIDIDO CONTAR SU SECRETO A AQUELLOS MERECEDORES DE CONOCERLO, POR ESO,LA ESCUELA DE DETECTIVES AL SER LA MáS PRESTIGIOSA DE LA ZONA, DEBE ENCONTRAR EL DETECTIVE MáS IDóNEO QUE CUENTE CON LAS HABILIDADES NECESARIAS PARA CONOCER EL GRAN SECRETO.



CONFIDENCIAL

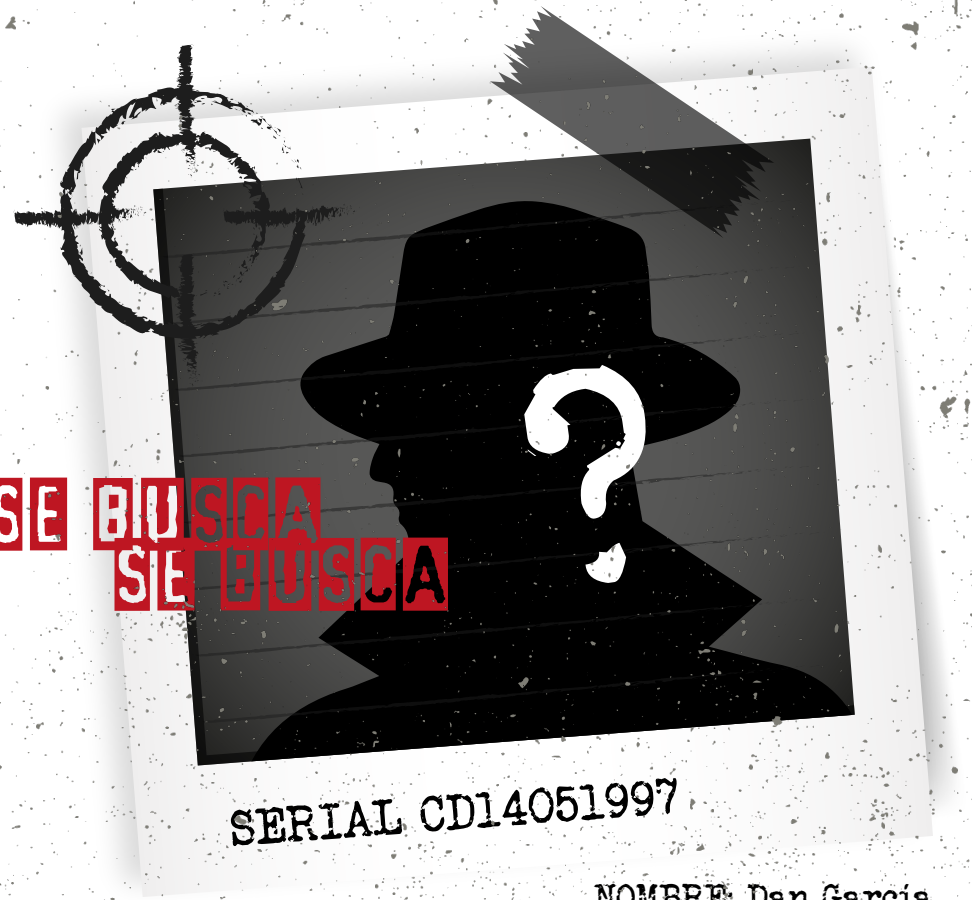
PARA ESTE AñO, HA DECIDIDO LANZAR UNA CONVOCATORIA PARA TODOS AQUELLOS QUE QUIERAN PERTENECER A LA TAN EMBLEMáTICA ESCUELA DE DETECTIVES, CON EL OBJETIVO DE ENCONTRAR AQUEL CANDIDATO AFORTUNADO DE PERTENECER A ESTA PRESTIGIOSA COMUNIDAD Y DESCUBRIR EL SECRETO DEL SR. LOOK, PERO NO PUEDE SER CUALQUIER PERSONA, POR LO QUE EL FUNDADOR DETERMINÓ CUATRO PERFILES QUE PODRíAN APLICAR A LA CONVOCATORIA, AQUELLOS FUERON CONSTRUIDOS BAJO LAS HABILIDADES Y NECESIDADES QUE EL FUNDADOR NECESITA EN SU ESCUELA.

ASí QUE, TE HA ELEGIDO A TI PARA QUE PARTICIPES EN LA CONVOCATORIA, SI ESTáS INTERESADO DEBERáS CUMPLIR CON LOS SIGUIENTES REQUISITOS; ANTES DE CONOCER AL SR. LOOK. PRIMERO, EL PARTICIPANTE DEBERá LLENAR RIGUROSAMENTE EL EXPEDIENTE, SEGUNDO, DEBERá ACEPTAR LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES DE CONFIDENCIALIDAD DE SU PARTICIPACIÓN EN LA ESCUELA DE DETECTIVES, YA QUE TODO LO QUE CONOCERá SERá TOTALMENTE CONFIDENCIAL.

CASO:819

AñO 1995, DAN, EL CREATIVO MáS CODICIADO DE LOS TIEMPOS, CONOCIDO POR SU INIGUALABLE MANERA DE CREAR Y DE DESARROLLAR ESTRATEGIAS ARTíSTICAS, TÉCNICAS Y PROFESIONALES, HA TRABAJADO POR UN LARGO TIEMPO EN UNA POPULAR PERO MUY MISTERIOSA EMPRESA, EN DONDE, SU PAPEL MAYOR HA SIDO SOMETERSE COMO OBJETO DE INVESTIGACIÓN DE HUMAN PROGRESS UNA COMPAñíA DEDICADA A DESARROLLAR GENES HUMANOS CON COMBINACIONES DE HABILIDADES PRECISAS PARA INVENTAR EL GEN CREATIVO PERFECTO Y VENDERLO A LAS EMPRESAS QUE DESEEN POTENCIALIZAR SU VISIBILIDAD EN EL MERCADO, DAN, HA TRABAJADO ALLí POR MáS DE 5 AñOS, SIN EMBARGO, DESPUÉS DE TANTO TIEMPO HA DECIDIDO ROBAR LA úNICA FóRMULA CREADA POR LA COMPAñíA CON EL GEN PERFECTO CREATIVO Y HA DESAPARECIDO EN EXTRAñAS CIRCUNSTANCIAS, EN LA CIUDAD, LA úNICA PISTA CON LA QUE CUENTA EL CASO 819 ES QUE AL PARECER SE HA INFILTRADO EN LA RED DE CREATIVOS ANóNIMOS UN MERCADO NEGRO DEDICADO A EL TRáFICO DE IDEAS INNOVATORIAS PARA LA EMPRESAS, Y EN DONDE VENDERíA LA FóRMULA SECRETA, PERO PARA ESTO, TUVO QUE TOMAR UNA PEQUEñA DOSIS, LA CUáL SIN CONCER COMPLETAMENTE EL RESULTADO, UNA DE LOS EFECTOS SECUNDARIOS SERíA CAMBIAR SU ASPECTO FíSICO.

EL CASO LE FUE OTORGADO AL SR. LOOK Y QUIEN DURANTE SU INVESTIGACIÓN EL úNICO RESULTADO FUE IDENTIFICAR 4 POSIBLES SOSPECHOSOS, PERO CON EL TIEMPO, FUE MUCHO MáS DIFíCIL ENCONTRAR A DAN, POR LO TANTO NUNCA PUDO CERRAR EL CASO, EL úNICO CASO QUE EN SU IMPECABLE HISTORIAL NUNCA PUDO TERMINAR Y POR LO QUE HASTA AHORA DESPUÉS DE 4 AñOS HA DECIDIDO CONTAR SU SECRETO Y ENCONTRAR A AL COMPAñERO IDEAL, YA QUE PARA JUBILARSE NO QUIERE ENTREGAR SU PORTAFOLIO CON LA INCóGNITA DE ESTE CASO SIN RESOLVER.



SERIAL CD14051997

NOMBRE: Dan García
PROFESION: Diseñador Gráfico
EDAD: 24 años

CONFIDENCIAL

SERIAL D14051995

SOSPECHOSO #001_

NOMBRE: Dom
PROFESION: Diseñador Gráfico
EDAD: 24 años

INFORMACIÓN GENERAL

RACIONAL ACTIVO, ES DIRECTO, PRAGMÁTICO Y EXIGENTE, LE MOTIVA OBTENER RESULTADOS, MANTENER EL CONTROL, LOS RETOS Y NUEVA OPORTUNIDADES, SIEMPRE QUIERE SABER LA PERSPECTIVA AMPLIA DE LAS OPERACIONES; SE DESARROLLA EN UN AMBIENTE LABORAL IDEAL LIBRE DE CONTROL, INNOVADOR Y PROYECTADO HACIA EL FUTURO CON ESPACIO PARA EXPRESAR IDEAS, ES RESILIENTE, LÍDER NATURAL, ALTAMENTE COMPETITIVO Y PRODUCTIVO, BUSCA LA MANERA DE SOBRESALIR POR ENCIMA DEL RESTO, CAUTELOSO Y EXCELENTE NEGOCIADOR, TIENDE A SER TOMADOR DE RIESGOS E INICIATIVA, PROPOSITIVO, RESPONDE BIEN A LA LÓGICA, LA RAZÓN Y LA INFORMACIÓN, PERO NO A LA EMOCIÓN; LE MOLESTA LA RUTINA, LA TOTAL SUBORDINACIÓN, LOS RESULTADOS DEMORADOS Y LAS INTERRUPCIONES FRECUENTES.

SOFT SKILLS

RESILIENCIA
PERSEVERANCIA
RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS
RESPONSABILIDAD
EMPRENDIMIENTO
APERTURA
PENSAMIENO CRÍTICO
COMPROMISO
EFICACIA
CREATIVIDAD DIGITAL

CONFIDENCIAL

SERIAL EM4451995

SOSPECHOSO #002_

NOMBRE: Emma
PROFESION: Diseñadora Gráfica
EDAD: 24 años

INFORMACIÓN GENERAL

EMOTIVO ACTIVO, ES SOCIABLE, OPTIMISTA Y CARISMáTICO; LE GUSTA RELACIONARSE CON LA GENTE, DIVERTIRSE MIENTRAS TRABAJA, AYUDAR A OTRAS PERSONAS A EXPRESAR SUS IDEAS DE MANERA CREATIVA; SE DESARROLLA EN UN AMBIENTE LABORAL CON BAJA EXIGENCIA AL DETALLE, CON MOVILIDAD Y ESPACIO PARA SER ESCUCHADO; SU MOTIVACIÓN PRINCIPAL ES EL RECONOCIMIENTO, CRECEN EN EXPERIENCIAS DIVERTIDAS Y ESTAR CON OTRAS PERSONAS, TIENDEN A SER A LA VEZ CONFIADOS Y OPTIMISTAS. DEBIDO A QUE PUEDEN HACER QUE LA GENTE ESTÉ DE SU LADO MUY RáPIDAMENTE TIENDEN A SER ALGO EMOCIONALES Y, A VECES, MUY ESPONTáNEOS O IMPULSIVOS; NO LE GUSTA LO TEóRICO, LAS IDEAS COMPLICADAS NI LA MONOTONÍA.

SOFT SKILLS

COMUNICACIÓN
COLABORACIÓN
RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS
EMPATÍA
APERTURA
AUTO-REGULACIÓN
TOLERANCIA
RESPETO
TRABAJO EN EQUIPO

CONFIDENCIAL

SERIAL EM4451995

SOSPECHOSO #003_

NOMBRE: Seta
PROFESION: Diseñadora Gráfica
EDAD: 24 años

INFORMACIÓN GENERAL

EMOTIVO PAUSADO, POR SER ACEPTADOR, DIPLOMÁTICO Y CONCILIADOR; BUSCA RELACIONARSE AMIGABLEMENTE CON LAS PERSONAS, QUE LO ACEPTEN Y QUE LAS COSAS FUNCIONEN SIN CONTRATIEMPO, LE GUSTA LA ESTABILIDAD, LA SEGURIDAD Y TRABAJAR BAJO PASOS Y POCOS PROYECTOS A LA VEZ, SON PACÍFICOS, BUENOS OYENTES Y AMIGOS VERDADERAMENTE LEALES Y SEGUIDORES. APARTE DE SER POSITIVO, AMABLE, PACIENTE Y COMPRENSIVO; BUSCA LA ARMONÍA Y NO LE GUSTAN LOS CAMBIOS RADICALES NI LA CONFRONTACIÓN, AL MOMENTO DE TRABAJAR BAJO PRESIÓN SE COMPORTARÁ COMO UNA PERSONA RESERVADA E INFLEXIBLE.

SOFT SKILLS

COLABORACIÓN
EMPATÍA
APRENDIZAJE CONTINUO
TOLERANCIA
RESPONSABILIDAD
COMPROMISO
ÉTICA
CREATIVIDAD DIGITAL
RESPETO
TRABAJO EN EQUIPO

CONFIDENCIAL

SERIAL EM4451995

SOSPECHOSO #004_

NOMBRE: Cumra
PROFESION: Diseñador Gráfico
EDAD: 24 años

INFORMACIÓN GENERAL

RACIONAL PAUSADO, ES RIGUROSO, FORMAL Y METÓDICO; BUSCA LA CALIDAD Y LE GUSTAN LOS CRITERIOS DE DESEMPEÑO ESPECÍFICOS, LA EXACTITUD, DEFINIR Y LOGRAR ALTOS ESTÁNDARES, LAS OPORTUNIDADES PARA ANALIZAR, EVALUAR Y TRABAJAR CON ESTILO LÓGICO Y SISTEMÁTICO; SE DESARROLLA EN UN AMBIENTE DE PENSAMIENTO CRÍTICO, PERFECCIONISTA, CORRECTO, DONDE SE REQUIERE ESPECIALIZACIÓN CON PRIVACIDAD, ORDEN Y CLARIDAD, NO LE GUSTA LA IMPROVISACIÓN, EL DESORDEN, EL RIESGO, LA EXAGERACIÓN NI EL SENTIMENTALISMO

SOFT SKILLS

PENSAMIENO CRÍTICO
CREATIVIDAD DIGITAL
APRENDIZAJE CONTINUO
EFICACIA
MANEJO DEL TIEMPO
PERSEVERANCIA
COLABORACIÓN
RESPONSABILIDAD
AUTO-REGULACIÓN
TOLERANCIA
COMPROMISO

INTERROGATORIO

ES POR ESTO, QUE HA DECIDIDO ENCONTRAR AL MEJOR DETECTIVE PARA LOGRARLO, SIN EMBARGO, DEBERÁ TENER EL MISMO PERFIL DE UNO DE LOS 4 SOSPECHOSOS, QUE PARA EL SR. LOOK PODRÍA SER DAN, POR LO QUE ES IMPORTANTE DAR CON UN ALIADO CON ESTE PERFIL Y ASÍ PODER ENTENDER CÓMO PUEDE ACTUAR Y PENSAR, PARA ESTAR UN PASO SIEMPRE ADELANTE DE DAN, NUESTRO FUNDADOR, HA DESARROLLADO UN INTERROGATORIO DE 24 PREGUNTAS, QUE LE PERMITIRÁ ENCONTRAR A SU ALIADO PERFECTO PARA POR FIN Y DESPUÉS DE TANTO TIEMPO DARLE CIERRE AL CASO 819, CASO QUE COMO DETECTIVE FUE EL SECRETO MÁS DURO QUE PUDO OCULTAR, ASÍ QUE, EN COMPAÑÍA DE EL CANDIDATO IDEAL, PODRÁ ENCONTRARLO FINALMENTE. PARA PARTICIPAR EN EL INTERROGATORIO, LOS PARTICIPANTES TENDRÁN 24 MINUTOS PARA TERMINARLO, LAS PREGUNTAS CUENTAN CON 4 OPCIONES DE RESPUESTA, EN LAS QUE DEBERÁN ELEGIR LA QUE MÁS LOS REPRESENTA EN CADA SITUACIÓN Y LA QUE MENOS LOGRA IDENTIFICARLOS, ES DECIR, EN CADA PREGUNTA ELEGIRÁN DOS RESPUESTAS.

PARA EL SR. LOOK, ES IMPORTANTE PODER CONECTAR CON SU LEAL COMPAÑERO Y CONOCERLO UN POCO MEJOR, POR ESTO, CADA CIERTO TIEMPO APARECERÁ UNA TARJETA LLAMADA PISTA MENTAL, QUE INTERRUMPIRÁ EL INTERROGATORIO, LA TARJETA CUENTA CON UNA CATEGORÍA GENERAL EN LA CUÁL LOS CANDIDATOS DEBERÁN PENSAR EN UNA PALABRA RELACIONADA CON ESA CATEGORÍA, EJEMPLO: CATEGORÍA, GÉNEROS MUSICALES Y AL CONTAR HASTA 3 EN VOZ ALTA DEBERÁN DECIR LA PALABRA PENSADA, TENDRÁN 2 OPORTUNIDADES PARA QUE LOS CANDIDATOS ENTREN EN CONEXIÓN Y LOGREN DECIR LA MISMA PALABRA, SIN EMBARGO, LAS PALABRAS YA DICHAS QUEDARÁN DESCARTADAS DE LA RONDA. NOTA: CADA VEZ QUE SALGA ESTA TARJETA SE DEBE DETENER EL TIEMPO DEL INTERROGATORIO Y REANUDARLO UNA VEZ SE LE DE VUELTA A UNA NUEVA TARJETA DEL INTERROGATORIO.

¿PREPARADO PARA EL INTERROGATORIO?
ESCUELA DE DETECTIVES

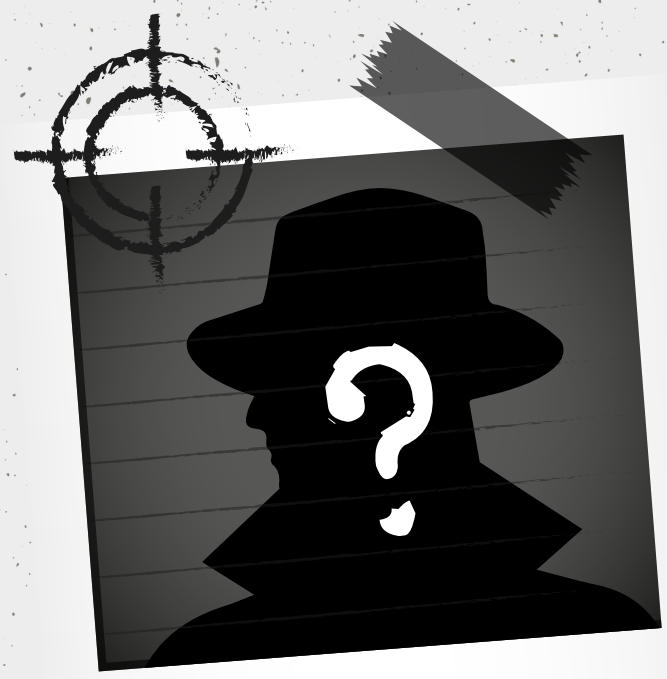
CANDIDATO #001_

EXPEDIENTE

CONFIDENCIAL

ESCUELA DE DETECTIVES

Sr.Look



SERIAL CD14051997

NOMBRE:

PROFESION:

EDAD:

TELEFONO:

CORREO:

BEHANCE:

LINKDEIN O RED SOCIAL:

INFORMACIÓN GENERAL

DESCRIBA AQUÍ SU PERFIL PROFESIONAL...

HUELLAS DIGITALES

MANO IZQUIERDA

MANO DERECHA

SOFTWARE SKILLS

DESCRIBA AQUI LAS HERRAMIENTAS TECNICAS QUE DOMINA... (PHOTOSHOP, ILUSTRATOR..ETC,,)

SOFT SKILLS

DESCRIBA AQUI LAS HABILIDADES BLANDAS QUE CONSIDERA QUE TIENE...

☐ ACEPTAR ☐ RECHAZAR

IMPORTANTE!!

Al haber diligenciado esta informacion estas aceptando los terminos y condiciones para tratar tus datos (EXPEDIENTE), estos seran archivados con fines academinicos en mi documento de tesis.

TOP SECRECT

ESCUELA DE DETECTIVES

Instructivo Reclutadores

IMPORTANTE!!

Este instructivo le ayudará a guiar a los candidatos que se postulen a su convocatoria, antes de esto deberá tener claro que los cuatro sospechosos pertenecen a cuatro estilos de personalidad diferente deberá elegir el que más se ajuste a su necesidad laboral y cultura organizacional

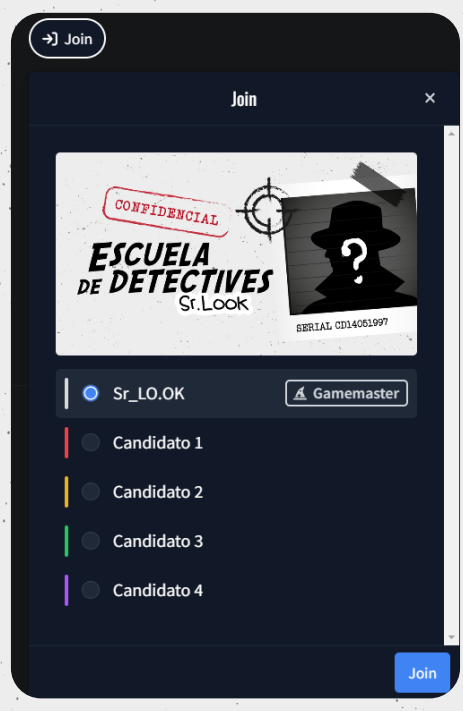
PASO 1

Eliga entre Dom, Emma, Seta y Cumra el perfil que desea para su organización

PASO 2

Una vez que el o los candidatos hayan terminado de leer la información (Cómic), dirijase a la plataforma Screentop en el Siguiente Link:

https://screentop.gg/@Angielorena19/CARTAS/play/wrvk

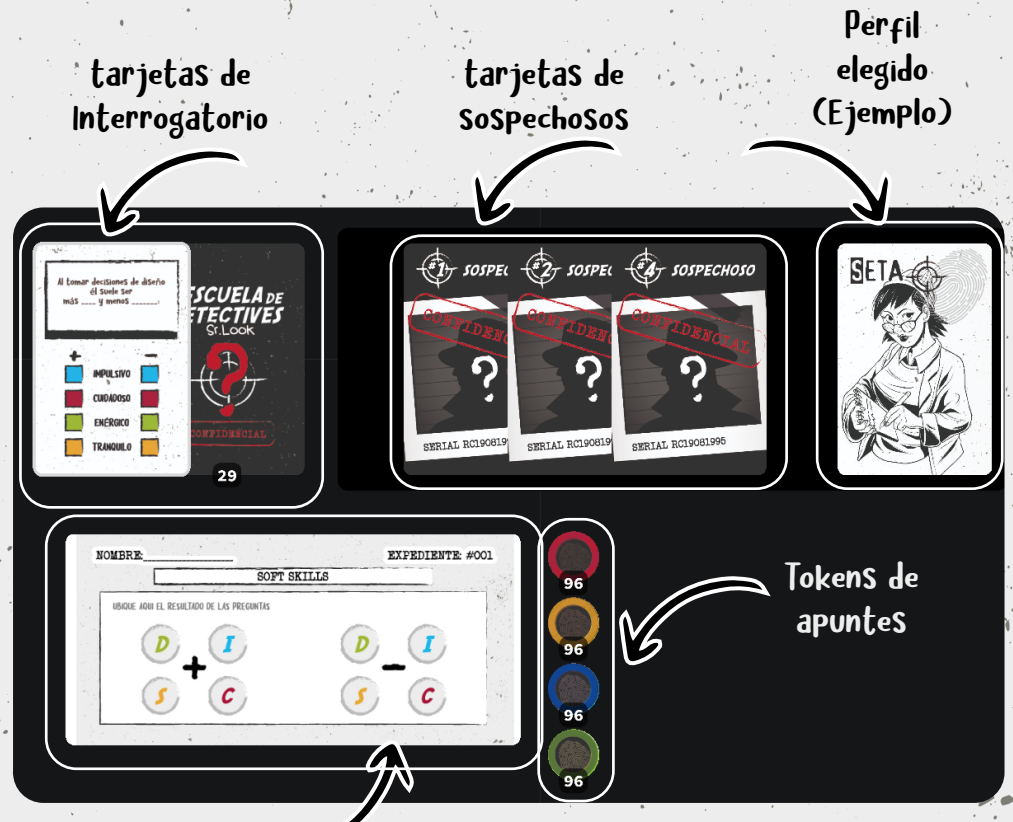


PASO 3

Una vez en el link, en el boton superior izquierdo "Join" ingrese con el asiento Sr_LO.Ok, coloque su nombre y continue en el botón inferior azul Join para ingresar al juego.

PASO 4

Una vez en la plataforma aparecerán los componentes de la siguiente manera.
El candidato seguirá los mismo pasos, Sin embargo él ingresará en los puestos de Candidato 1,2,3,4 en donde únicamente se le mostrarán las tarjetas de interrogatorio



TOP SECRECT

IMPORTANTE!!

COMANDOS EN LA PLATAFORMA

Para desplazarse en la plataforma utilice la barra espaciadora sostenida del teclado, sin tocar ningun componente.

BARRA ESPACIADORA

Para hacer zoom en los componentes, Seleccionelo dándone clic encima y con la barra espaciadora sostenida, éste se hará más grande.

F

Para darle vuelta a las tarjetas 1. Seleccione la tarjeta y 2. oprima tecla F.
Nota: Haga esta acción únicamente con las tarjetas de interrogatorio.

PASO 5

Antes de empezar el juego, en las tarjetas de sospechos, ubique el perfil que desea encontrar y coloquelo al lado de las demás como se muestra en el ejemplo. Recuerde que para darle vuelta a las tarjetas de be seleccionarlas y oprimir la tecla F.

Perfil elegido (Ejemplo)

Nota: Este contenedor únicamente podrá verlo el reclutador, por lo que es importante que no se salga de la parte oscura del contenedor

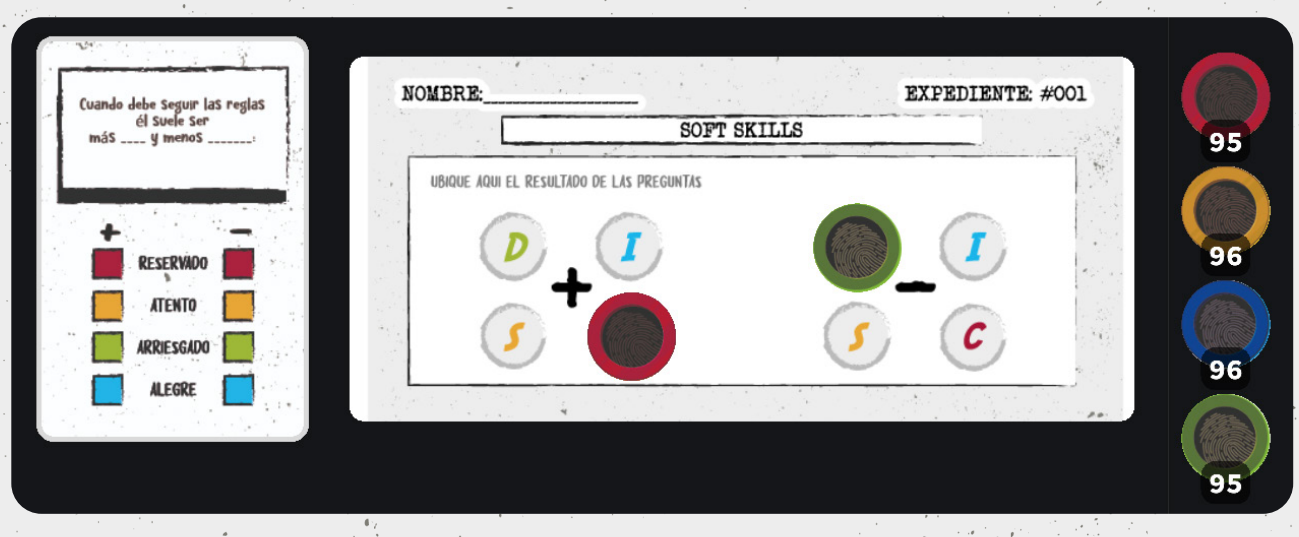
PASO 6

Comience el interrogatorio, pídale al candidato que gire una a una las tarjetas, respondiendo una a la vez cada pregunta.

PASO 7

Cada vez que el candidato elija una respuesta ubíquelo en el expediente, deberá guiarse por el color de los tokens y el orden de las respuestas si es + o -

(Ejemplo)



PASO 8

CASO RESUELTO: Una vez se hayan acabado las 24 preguntas Sr.Look (El reclutador) evaluará las respuestas del candidato el resultado mayor de las respuestas en más (+) será el resultado que pertenece al perfil principal del candidato y el resultado de las respuestas menos (-) será el perfil auxiliar que tiene el candidato.

- VERDE -DOM
- AZUL -EMMA
- AMARILLO -SETA
- ROJO -CUMRA

PASO 9

Una vez que obtenga el resultado el reclutador, deberá mostrar la tarjeta del perfil del sospechoso que arrojo el resultado candidato, es decir, si el candidato obtivo más respuestás de color rojo su perfil arrojado es el de Cumra.

(Ejemplo)

PASO 10

(Ejemplo)

VEREDICTO FINAL

Una vez que se determine el perfil del candidato, Sr.Look (el reclutador) destapará el sospechoso que previamente había elegido y revisará si es este el mismo perfil arrojado del candidato, en esta fase el candidato entenderá que si el resultado es el mismo tendrá la posibilidad de hacer parte de la "escuela de detectives", de lo contrario quedará descartado, y se le devolverá el expediente detallado con las características de su perfil, incluso si su proceso es satisfactorio podría entrar en una base de datos que lo conectará con otras escuelas que necesitan sus habilidades para resolver otro tipo de casos.

ESCUELA DE DETECTIVES

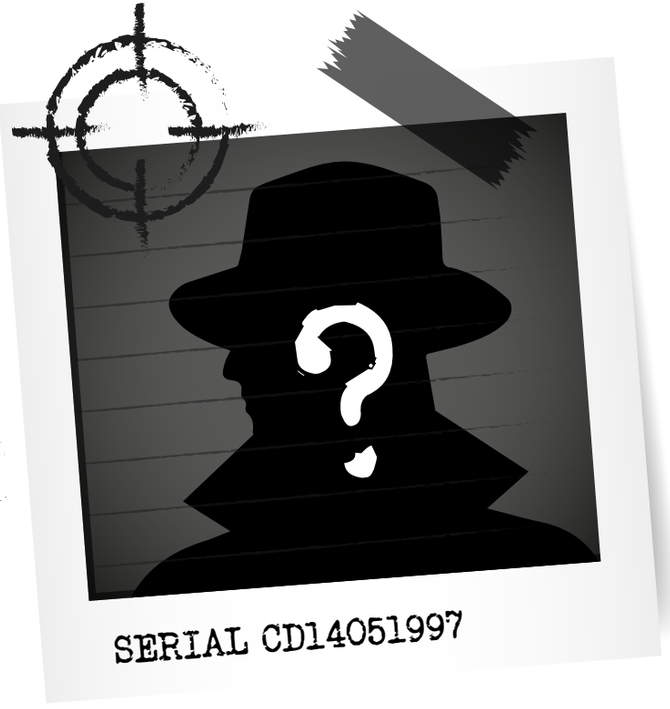
CANDIDATO #001_

EXPEDIENTE

NOMBRE: Carmen Díaz

PROFESION: Diseñadora Gráfica profesional

EDAD: 26 años



SERIAL CD14051997

CONFIDENCIAL

INFORMACIÓN GENERAL

Diseñadora profesiona, residente en la ciudad de Bogotá, experiencia de 4 años en el cargo y en 4 empresas diferentes, fortalezas como la creatividad, la curiosidad, la auto-disciplina, diligencia para llevar a cabo las tareas asignadas de manera planificada, organizada, oportuna y eficaz, con el fin de crear excelencia y avance en los procesos requeridos por la empresa.

INVESTIGAR-JUGANDO

ENTREGA DE RESULTADOS

EXPEDIENTE

RESULTADO DE JUEGO

El resultado del juego, determinó que Carmen Díaz, posee un perfil Dominante "Cumra" y un perfil auxiliar "Emma", sus habilidades destacadas de su perfil profesional son las siguientes:

El candidato se caracteriza por tener un perfil Racional Pausado, es riguroso, formal y metódico; busca la calidad y le gustan los criterios de desempeño específicos, la exactitud, definir y lograr altos estándares, las oportunidades para analizar, evaluar y trabajar con estilo lógico y sistemático; se desarrolla en un ambiente de pensamiento crítico, perfeccionista, correcto, donde se requiere especialización con privacidad, orden y claridad, no le gusta la improvisación, el desorden, el riesgo, la exageración ni el sentimentalismo. Para liderar este perfil sea orientado al detalle, específico y exacto; recuerde que al momento de trabajar en equipo proponen estándares altos y son clarificadores de los objetivos anclados a la realidad.

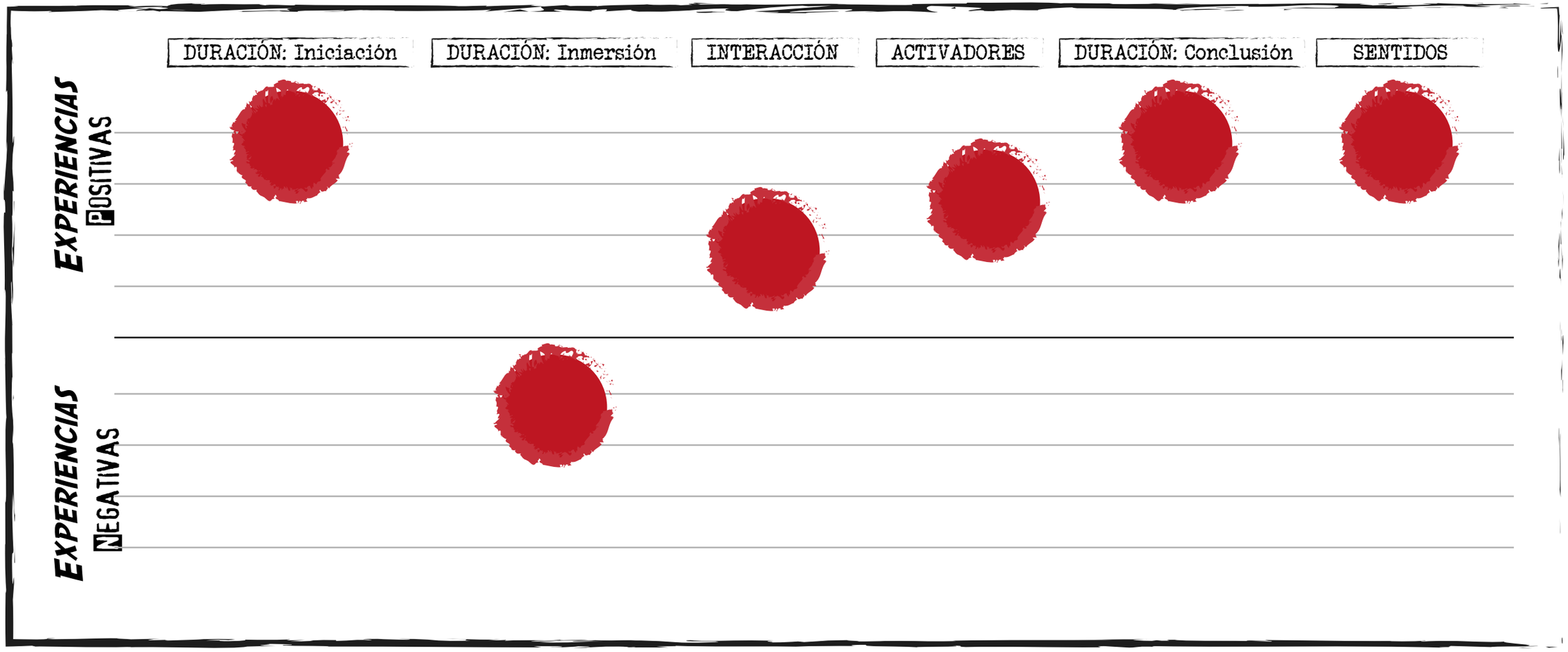
CANDIDATO #001_

CUMRA

HABILIDADES TRANSVERSALES

- PENSAMIENO CRÍTICO
- CREATIVIDAD DIGITAL
- APRENDIZAJE CONTINUO
- EFICACIA
- MANEJO DEL TIEMPO
- PERSEVERANCIA
- COLABORACIÓN
- RESPONSABILIDAD
- AUTO-REGULACIÓN
- TOLERANCIA
- COMPROMISO

Gráfico N°18. Angulo, A. (2022) Buyer Person_Fuente: Elaboración propia



Su experiencia en general fue positiva, desde el desarrollo del concepto "escuela de detectives" , pasando por el diseño gráfico en general y juego. Pero su parte favorita fue el resultado del mismo ya que considera que este la define completamente.

Gráfico N°19. Angulo, A. (2022) Customer Journey Map: Fuente_Elaboración propia

Journey Map (Prospectiva)

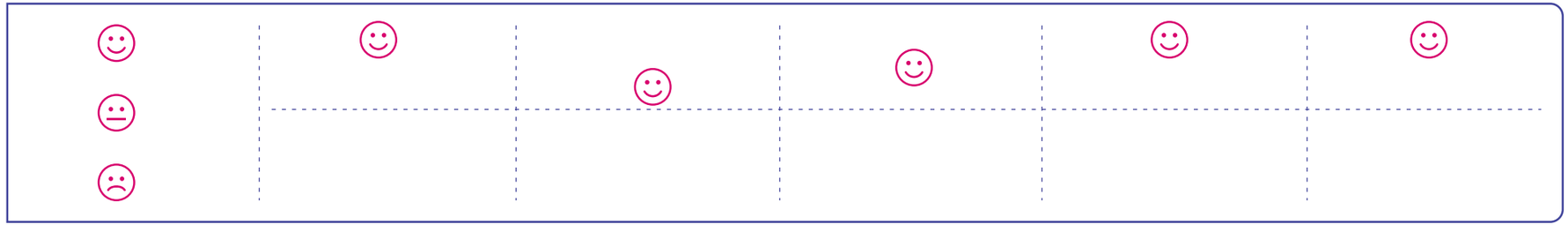
Usuario

REFINAR

Retomando el usuario en prospectiva se propone dentro de un escenario real, en donde, el proyecto ya funcionaría de manera independiente en una plataforma web, se ajustan procesos gráficos y narrativos para mejorar y simplificar la experiencia del cliente y/o usuario.

Línea de tiempo	1 Momento Acceso a la plataforma	2 Momento Base de datos	3 Momento Explicación de la prueba	4 Momento Prueba	5 Momento Resultado / Feedback
Elementos de la experiencia					
Procesos Evidenteso No Evidentes	Se trabajará la publicidad de la plataforma para que alcance a comunidades de talento creativo.	El usuario debe crear un avatar y diligenciar la información pertinente para completar su perfil (experiencia, estudios, software skills, etc.)	Por medio de un corto animado se dará apertura a la narrativa de detectives, explicando la problemática, desarrollo de la prueba y objetivo de la misma.	El usuario deberá desarrollar la prueba en un tiempo no mayor a 20 minutos la cuál le permitirá por medio de preguntas identificar el perfil del candidato.	El resultado de la prueba será la cantidad de respuesta que haya elegido el usuario, este resultado deberá ser cruzado con el perfil elegido por el reclutador previamente a la prueba.
Personas o Actores	Comunidades de talento creativo Freelance etc.	Base de datos usuarios Ingeniero Front End Diseñador UX/UI	Reclutador y los candidatos seleccionados	Reclutador y los candidatos seleccionados	Reclutador y los candidatos seleccionados
Canales y mecanismos de acceso	Linkedink, redes sociales, instagram facebook y Tiktok.	Arquitectura Web o móvil	Arquitectura Web o móvil	Arquitectura Web o móvil	Arquitectura Web o móvil
Objetos o elementos	Internet, teléfono, computador.	Internet + computador	Internet + computador	Internet + computador	Internet + computador
Espacios o lugares	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA

Emociones de la experiencia



Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

Journey Map (Prospectiva)

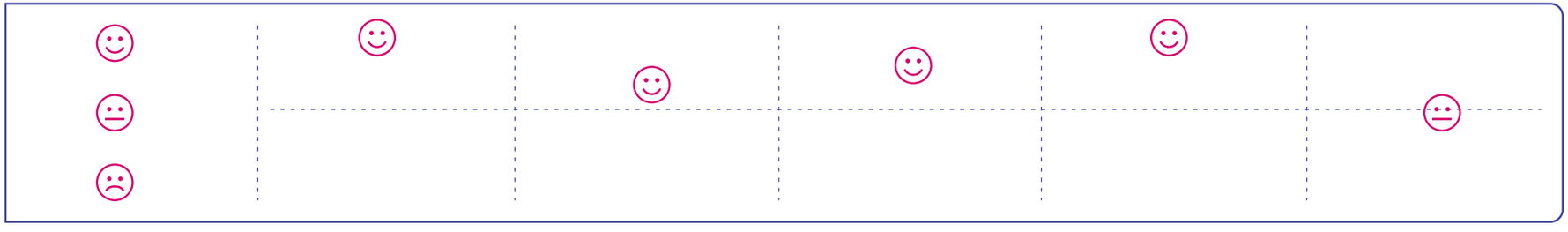
Cliente

REFINAR

Se propone el recorrido del cliente en prospectiva dentro de un escenario real, en donde, el proyecto ya funcionaría de manera independiente en una plataforma web, se ajustan procesos gráficos y narrativos para mejorar y simplificar la experiencia del cliente y/o usuario.

Línea de tiempo	1 Momento Acceso a la plataforma	2 Momento Base de datos	3 Momento Capacitación de perfiles	4 Momento Búsqueda de candidatos	5 Momento La prueba
Elementos de la experiencia					
Procesos Evidenteso No Evidentes	Se trabajará la publicidad de la plataforma para que alcance a comunidades de talento creativo.	El cliente debe crear un perfilr y diligenciar la información pertinente para completar su "expediente empresarial" (experiencia, estudios, software skills, etc.)	Por medio de un corto animado se explicará la existencia de 4 perfiles creativos los cuales cuentan con ciertas características que pueden aportar a la empresa.	Una vez la empresa conozca que perfil desearía contratar por medio de filtro empezará a seleccionar los perfiles que más se acercan a lo que la empresa busca.	Si la empresa cuenta con talento creativo el cuál aún no conoce el perfil puede desarrollar la prueba que le arrojará el resultado de perfil creativo que posee el candidato y así continuar o rechazar el proceso de reclutamiento y comenzar con otro proceso.
Personas o Actores	Empresas pequeña, emprendimientos y microempresas.	Base de datos usuarios Ingeniero Front End Diseñador UX/UI	Reclutador	Reclutador	Reclutador y los candidatos seleccionados
Canales y mecanismos de acceso	Linkedink, redes sociales, instagram facebook y Tiktok.	Arquitectura Web o móvil	Arquitectura Web o móvil	Arquitectura Web o móvil	Arquitectura Web o móvil
Objetos o elementos	Internet, teléfono, computador.	Internet + computador	Internet + computador	Internet + computador	Internet + computador
Espacios o lugares	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA	ONLINE DE MANERA REMOTA

Emociones de la experiencia



Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

REFINAR

Propuesta de valor (Prospectiva)

Mi usuario Sector Creativo

Cliente Microempresas y pequeñas empresas

Tareas del usuario

¿Qué acciones o tareas debe cumplir?
¿Qué necesidad o necesidades trata de satisfacer?

Mi usuario

° Crear un perfil de usuario que permita ampliar y archivar una base de datos.
° Desarrollar la prueba de perfilamiento.
° Buscar empleo a través de las ofertas laborales que se publiquen con el perfil que le haya arrojado la plataforma.
° Conocer nuevas habilidades transversales y capacitarse para conseguirlas.

Mi cliente

° Crear un perfil de cliente que permita ampliar y archivar una base de datos.
° Conocer los 4 tipos de perfil profesional creativo
° Publicar la oferta laboral enfocado en las habilidades transversales y en el perfil que necesita.
° Capacitarse para ampliar el alcance que tiene contratar un perfil creativo.

Dolores del usuario

¿Qué le pone trabas a las acciones que debe cumplir?
¿Qué le genera angustia, malestar o inquietud?

Mi usuario

° Búsqueda de empleo.
° Convocatoria laboral asertiva.
° Requerimientos extensos de las ofertas laborales.
° Pruebas aburridas y extensas.
° No hay un feedback si no lo contratan.

Mi cliente

° No conoce muy bien el servicio creativo.
° Necesita el servicio creativo pero no sabe donde encontrarlo.
° No sabe cómo contratarlo porque no cuenta con el departamento de recursos humanos.

Ganancias que busca el usuario

¿Qué beneficios espera obtener?
¿Qué aspectos le sorprenderían o emocionarían? ¿qué mejoraría su experiencia?

Mi usuario

° Base de datos empresas y perfiles.
° Experiencia de jugabilidad
° Ampliar el panorama del alcance del diseñador a través de las habilidades transversales.
° Feedback inmediato del resultado de la prueba y de el perfil solicitado.

Mi cliente

° Experiencia de jugabilidad
° Ampliar el panorama del alcance del diseñador a través de las habilidades transversales.
° Herramienta de contratación.
° Capacitación de un perfil creativo para empresas.

Atenuantes del dolor

¿Qué valores o mecanismos que reduzcan los dolores del usuario ofrece el servicio?
¿Cómo retiramos las posibles trabas y hacemos más fácil su experiencia?

Mi usuario

Ofrece una prueba que permite conocer y ampliar el panoraba de las habilidades que posee el perfil creativo, mediante una experiencia lúdica y rápida.

Mi cliente

Ofrece una prueba que permite clasificar y evaluar a un perfil creativo que pueda acomodarse a las necesidades laborales de la empresa, mediante una experiencia lúdica.

Creadores de ganancia

¿Cómo el servicio genera beneficios tangibles o intangibles al cliente?
¿Cómo el servicio satisface de manera amplia sus expectativas y deseos?

Mi usuario

Experiencia y resultado
Capacitaciones

Mi cliente

Suscripciones
Capacitaciones

Portafolio de servicios y productos

¿Qué productos o servicios hacen parte de la oferta principal y secundaria?
¿Cómo llegan estos a los usuarios de manera efectiva?

Mi usuario

° Resultado de un perfil profesional creativo ampliando y reconociendo las habilidades transversales que posee.
° Plataforma mediática para buscar una convocatoria laboral asertiva.
° Capacitaciones de habilidades transversales.

Mi cliente

° Plataforma mediática para buscar una convocatoria laboral asertiva.
° Herramienta para perfilamiento laboral.
° Capacitación sobre alcance de un perfil profesional.

Herramienta tomada del Kit Desarrollo e Impacto ¡Ya! por Nesta.
Creative Commons. Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Licencia Internacional.
https://es.diytoolkit.org/

CONCLUSIONES

PLAYTESTING + PROTOTIPADO

El testeo se manejo de manera Virtual-remota para mejorar las posibilidades de desplazamiento en un escenario real como una entrevista esto permite que el candidato pueda sentirse de una manera más cómoda, accequible y libre de ser, al mismo tiempo disminuirá los nervios que comunmente se ven reflejados en procesos de contratación laboral y permitirá que el perfil natural del candidato pueda ser evaluado sin alteraciones.

En prospectiva la prueba se desarrollará de manera autónoma en una plataforma web, que permitirá ampliar y capacitar la información de los perfiles creativos y su alcance a los reclutadores, con el fin de que puedan elegir de manera asertiva el candidato que pueda aportarle en diferente áreas y proyectos de las empresas.

En prospectiva la plataforma permitirá que las empresas puedan acceder a contenido específico y conocer a profundidad el talento creativo y cómo poderlo explotar en el buen sentido de la palabra para gozar del alcance que puede llegar a tener este gremio.

En prospectiva la base de datos diligenciada por los usuarios permitirá tener un panorama amplio de las habilidades y perfilamientos que están saliendo al mercado generando un referente investigativo de data en el gremio creativo.

Por otro lado, se podrán idenfiticar y evaluar las necesidades creativas de la empresas que participen y se vinculen con la plataforma.

La plataforma pretende así mismo fortaceler a través de capacitaciones gratuitas a los usuarios temas importantes y avances como lo es la propiedad intelectual entre otros temas culturales y legales.

El juego permite que el usuario pueda estar más cómodo y que la prueba pueda ser evaluada de manera asertiva sin que el candidato altere respuesta o mienta acerca de su perfil o estilo de personalidad.

Los “diseñadores gráficos” necesitan complementar, ampliar y visualizar el alcance profesional que tienen, un autoreconocimiento con el fin de saberse mostrar en el mercado laboral y ser visible y destacable en el sector empresarial al cual quiere aplicar.

La Plataforma busca ser un recurso mediático para buscar una convocatoria laboral asertiva, justa y humana. Cambiando el eje de enfoque de reclutación laboral a la una experiencia humanista y lúdica.

NIVEL 5:

5. PROSPECTIVA Y ALCANCE

ALCANCE

Mediante el resultado del juego, se busca profundizar y ampliar las habilidades transversales que posee cada candidato, y entender cómo funciona su comportamiento en un escenario laboral, así mismo, generar un feedback que indague qué otras habilidades puede mejorar para alcanzar otro tipo de perfil.

Dentro del proceso de indagación encontré que hay una necesidad real por dinamizar el panorama real de contratación en la comunidad de creativos en la ciudad de Bogotá, lo que es necesario para la consolidación de una economía creativa que no solamente beneficie a los creadores, sino, que también tenga un impacto sobre el sector empresarial de pequeña escala para quienes es difícil contratar servicios profesionales, de manera que este sector de la producción pueda contar dentro de sus desarrollos con un proceso creativo, en el que se destaca por ser innovador, de calidad, asertivo, adaptable al entorno y a las tendencias, para explorar, tomar decisiones de riesgo y aportar en el éxito y visibilidad de una empresa.

Investigar desde el juego, aporta valor tanto en los procesos de recolección de información como del desarrollo de generar una experiencia significativa y atractiva para entender comportamientos naturales de los creativos en un escenario empático.

El proyecto permite activar instrumentos diseñados a partir de la jugabilidad, que perfilan candidatos en campos creativos, resaltando el valor de las habilidades transversales para proyectarlas dentro de una organización, impactando sobre las convocatorias laborales y aportando un panorama desde la perspectiva humana más no técnica.

La construcción del modelo de perfilamiento se enfocó en divulgar y resaltar un perfil creativo mediante las habilidades transversales, para que los candidatos puedan profundizar su comportamiento desarrollado en un ambiente laboral.

El proyecto logra construir un expediente del candidato permite reflexionar acerca de otras áreas como por ejemplo, técnicas, experiencias y aspiraciones, lo que en prospectiva permitirá acercar un poco más el enfoque del perfil creativo y la necesidad creativa de la empresa.

Al aplicar elementos del juego y las narrativas en la recolección de datos, permite indagar tanto a los candidatos, la forma en cómo se actúa, piensa y adapta a diferentes circunstancias en un entorno laboral.

PROSPECTIVA

El uso del proyecto, pretende generar una base de datos que cuantifique e indague la demanda laboral mediante el resultado de los estilos de personalidad basado en habilidades transversales.

Así mismo, se pretende generar data a partir de las empresas que usen la plataforma con el fin de indagar la orientación de los perfiles más solicitados en comparación a la demanda de perfiles creativos arrojados.

Por otro lado, pretende generar un puente de conexión entre oferta y demanda, más objetiva y enfocada en la proyección del comportamiento del perfil creativo.

El juego se prototipo en una plataforma virtual básica, pero en prospectiva del juego se pretende desarrollar dentro de una arquitectura web que pueda guardar las bases de datos (expedientes).

Por otro lado, se busca que sea un canal de conexión para la oferta y la demanda según las diferentes preferencias de habilidades y rasgos creativos, por lo que será una base de datos no solo para los candidatos sino para las empresas que quieran ser parte de la red de creativos (expediente empresarial).

El juego tiene el potencial La construcción del modelo de perfilamiento se enfoca en divulgar y resaltar un perfil creativo mediante las habilidades transversales, para que las empresas puedan evaluar, identificar y proyectar un candidato en las necesidades laborales de la vacante y conectar con el candidato entendiendo su estilo de personalidad desarrollado en un proceso de creación.

El juego tiene el potencial de existir en el mercado como una herramienta que pretende capacitar al personal o reclutador, por medio de una propuesta de cuatro perfiles y sus variaciones, para generar un mejor entendimiento del valor de un perfil creativo.

En el cruce de información que se obtuvo del DISC y las habilidades transversales que propone el BID, se determinan 4 pilares de perfilamiento, sin embargo, en el resultado del juego se evidencia diferentes combinaciones de perfil, para ampliar la información de los resultados, se pretende involucrar algoritmos específicos de búsqueda para las empresas e inteligencia artificial que complemente la información de los candidatos.

6. ANEXOS

CONSIDERACIONES ÉTICAS

El desarrollo del proyecto "RASGO CREATIVO" es un proceso de investigación - creación, en donde se desarrollará un modelo de perfilamiento creativo basado en los lenguajes del juego, para el sector empresarial de Bogotá, que permita clasificar las habilidades creativas usando herramientas digitales como mediación entre las necesidades de talento humano de las empresas y la diversidad de talentos creativos.

Este proyecto de investigación relaciona las normas éticas de investigación como lo son la Declaración de Helsinki (1964) como principal punto el de beneficio de la investigación a los participantes, el reporte de Belmont (1979) y la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) como referentes internacionales y la LEY NÚMERO 23 DE 1982 - Sobre los derechos de autor y protección a la propiedad intelectual como referente nacional. En donde se pretende atender a las necesidades del sector creativo y empresarial dentro de los procesos de reclutamiento. La investigación corresponde a un riesgo mínimo, las actividades a desarrollar postulan un método de refuerzo para la conducta de los sujetos, sin intención de afectarlos de manera negativa. así cumpliendo con los principios básicos de beneficencia, justicia y autonomía.

Este proyecto busca el desarrollo de un modelo novedoso para el sector creativos y empresarial, ejecutando herramientas lúdicas para el desarrollo de perfilamientos creativos. Dentro de la exploración e investigación del proyecto, se desarrollarán algunos ejercicios prácticos con la población a investigar, entrevistas a profesionales y conocedores de los temas ya nombrados, para analizar las herramientas y métodos encontrados en el desarrollo de la investigación.

Para el desarrollo legal de este proyecto, todas las personas involucradas en esta investigación serán informadas por medio de un documento escrito, en donde se elaborará por medio de un consentimiento informado, en el cual se detalla el objetivo de la investigación y las diferentes herramientas usadas para el desarrollo del mismo. Todo el material utilizado dentro de la participación de los sujetos será manejado de manera confidencial y utilizado con fines académicos. Igualmente en este documento quedará claro que el sujeto podrá finalizar su participación si es su deseo, en cualquier momento y sin ningún tipo de consecuencia.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Proyecto: RASGO CREATIVO - LA ESTRATEGIA DEL DEL JUEGO COMO PERFILAMIENTO LABORAL

Estudiante: Angie Lorena Angulo Ariza
Maestría En Diseño Para Industrias Creativas Y Culturales
Universidad Del Bosque - Facultad De Creación Y Comunicación

Este formulario de consentimiento informado está dirigido al sector creativo como diseñadores gráficos y sector empresarial.
Por medio de este documento se efectúa la invitación formal de (nombre del participante)_____ _____, identificado con documento de identidad n°_____, para participar en el proyecto "RASGO CREATIVO" por la autoría de la estudiante Angie Lorena Angulo Ariza en el marco de la maestría en Diseño en Industrias Creativas y Creativas de la Universidad El Bosque.

El desarrollo del proyecto "RASGO CREATIVO" es un proceso de investigación - creación, en donde se desarrollará un modelo de perfilamiento creativo basado en los lenguajes del juego, para el sector empresarial de Bogotá, que permita clasificar las habilidades creativas usando herramientas digitales como mediación entre las necesidades de talento humano de las empresas y la diversidad de talentos creativos.
El propósito que se busca en la investigación es explorar a través de los lenguajes del juego, un modelo de perfilamiento creativo que atienda a las necesidades del sector empresarial en procesos de reclutamiento, estructurando de manera lúdica la diversidad de talentos creativos.
Está dirigido a dos canales; por un lado los usuarios (sector creativo) y por otro lado los clientes (sector empresarial). Todo el material utilizado dentro de la participación de los sujetos será manejado de manera confidencial y utilizado con fines académicos. Igualmente en este documento quedará claro que el sujeto podrá finalizar su participación si es su deseo, en cualquier momento y sin ningún tipo de consecuencia.
Los procedimientos que se llevarán a cabo contarán desde el marco teórico de los perfilamientos creativo y lúdico como vehículo para el desarrollo y clasificación del sector creativo, que estará en un rango de tiempo de 5 a 10 minutos por juego, según lo requieran las mecánicas.
Los beneficios que se buscan determinar en el desarrollo de la investigación y la práctica del proyecto son; de carácter individual en la profundización de los diferentes perfiles creativos por medio del juego y de carácter social, al reconstruir los requerimientos del sector empresarial en el ámbito laboral. La participación de los sujetos será usada con fines académicos. Igualmente en este documento quedará claro que el sujeto podrá finalizar su participación si es su deseo, en cualquier momento y sin ningún tipo de consecuencia.
En caso de tener alguna inquietud respecto a su participación puede hacerla de manera escrita o verbal, ya sea ante el autor del proyecto o el asesor del mismo y esta tendrá que ser contestada y solucionada para continuar con su participación.

A continuación está el acta de consentimiento informado.

Mil gracias por su colaboración.
Atentamente:

Angie Lorena Angulo Ariza
c.c. 1018480104 Bogotá.

ACTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo (nombre del participante)_____, identificado con documento de identidad n°_____, hago constar que he leído la información respecto al proyecto investigación-creación "RASGO CREATIVO", que mis dudas han sido contestadas y estoy de acuerdo en participar de manera voluntaria dentro de los mecanismos usados para el desarrollo del proyecto.

Además, doy mi consentimiento para que la información recolectada sea utilizada con fines académicos, ya que la participación dentro del proyecto no tendrá ninguna afectación ni física ni moralmente de forma negativa. Igualmente sé que en este podrá finalizar su participación si es su deseo, en cualquier momento y sin ningún tipo de consecuencia.

NOMBRE DE PARTICIPANTE

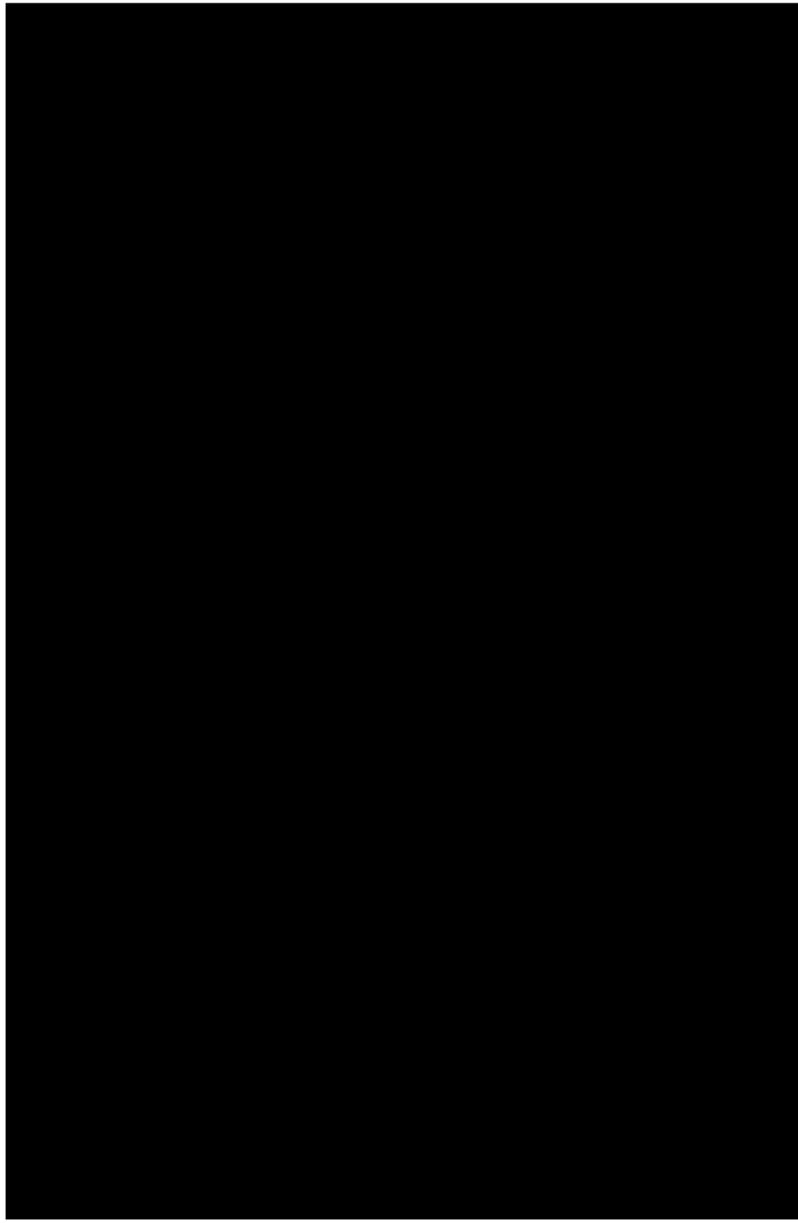
_____

NOMBRE DEL ACUDIENTE

_____
FIRMA y C.c

NOMBRE DEL INVESTIGADOR

_____
FIRMA y C.c.



ANEXO #1

Siguiendo el proceso ECE (Escuchar, crear y entregar) del kit de herramientas del DCP (Diseño centrado en la personas) y se cruza con las primera 3 etapas del design thinking (Empatizar, definir y idear) por lo que se construye un juego que permita involucrar la primera fase Escuchar + empaizar; esta fase permite identificar 3 pilares importantes para la construcción dej juego:

FASE 1: ESCUCHAR

CON QUIÉN HABLAR
CÓMO GENERAR EMPATÍA
CÓMO RECOGER HISTORIAS

Objetivo: escuchar a los diseñadores qué necesidades tienen ellos al buscar un trabajo, cuáles han sido sus experiencias en procesos de selección.

Con quién hablar

Diseñadores Gráficos, empleados, desempleados y freelance.

Cómo recolectar historias y generar empatía

Entrevistas a partir de juegos para convertirlo en una experiencia significativa y movilizar el pensamiento por medio del juego, este deberá permitir una conversación fluida en el desarrollo de la entrevista.

PASOS:

Identificar un reto de diseño:

1. Identificar las necesidades de los diseñadores dentro del proceso de selección.

2. Qué tipos de diseñadores buscan, qué tipos de trabajos sueñan, qué habilidades pesan más en el diseñador (skills, técnicas, cognitivas), qué pesa más en un trabajo, (ambiente laboral, beneficios, salario emocional).

Averiguar lo que ya se conoce:

Indagar sobre lo qué sienten en procesos de selección, el tiempo invertido, las emociones y la experiencia.

Identificar a las personas con las que se quiere hablar

Diseñadores Gráficos, empleados, desempleados y freelance.

Métodos de investigación: entrevistas individuales y con expertos / conocimiento de la comunidad.

Enfoque de las entrevistas: Técnicas de entrevista - entrevista guiada

Desarrollar Tu Paradigma: Observar vs. interpretar

FASE 2: CREAR

DAR SENTIDO A LOS DATOS
ENCONTRAR PATRONES
DEFINIR OPORTUNIDADES

PASOS:

Co- diseño participativo: Buscar la manera en el que ellos a través de sus necesidades sugieran las oportunidades de mejora.

Diseño empático: Se busca que el espacio y el juego permita compartir sus experiencias en procesos de selección compartiendo sus historias y generando un escenario empático.

Identificar patrones: Grillado de la entrevistas

Áreas de oportunidad: A partir de las necesidades identificadas en común se desarrollará un análisis que permitirán identificar las oportunidades.

ANEXO #1

Marca temporal	Nombre / profesión / cargo actual	¿Cómo se sintió en la entrevista?	¿Qué opiniones tiene respecto a la entrevista?	¿Qué fue lo qué más le gustó?	¿Se sintió incómodo o le disgustó algo en el proceso?... especifiqué su respuesta.	Escriba una pequeña reflexión sobre la entrevista o algo que haya aprendido durante la misma.	Le gustaría que la experiencia en procesos de selección fuera lúdica o tradicional.	¿Participaría en un juego que lo clasificara en un perfil creativo?
24/11/2021	Gabriel Herrera /Diseñador Gráfico	Muy bien!	Bastante completa	La propuesta para cambiar las entrevistas y el proceso de selección para diseñadores y creativos	No, en ningún momento	Que existen otros factores que no se están teniendo en cuenta en los procesos de selección y que muchos de estos procesos no son adecuados o justos con los creativos.	Lúdica	Sí
18/01/2022	jeison malagon	bien, siempre con preguntas bien estructuradas y manera muy fluida	me pareció muy constructiva. Siempre fue claro el objetivo del proyecto y las preguntas estuvieron muy bien formuladas	La herramienta que se propuso, para mejorar los procesos de selección de talento humano creativo.	no, en ningún momento	aprendí sobre como se pueden mejorar los procesos de selección en el mundo creativo	Lúdica	Sí
19/01/2022	Alexander Eslava / Diseñador Gráfico / Diseñador	Bien	Interesante	Las preguntas me parecieron muy buenas y la metología lúdica que se maneja	No	Creo que aborda varios temas relacionados con la vinculación laboral, me parece interesante la relación que se hace desde la propiedad intelectual, y me gustó el ejercicio de suponer que se es un diseñador famoso y los comportamientos que se tendrían.	Lúdica	Sí
19/01/2022	Luis Pérez/Artista y Diseñador 3D/Diseñador Senior	Comodo y tranquilo, en confianza	Fue una esntrevista fuera de lo común, con un enfoque lúdico que genero un ambiente tranquilo y relajado durante su desarrollo	Que haya sido una entrevista diferente al igual que el factor de juego en medio	Cero incomodo, tal vez si se hizo un tanto extensa, pero cool	Acerda de la importancia que tiene saber de la economía naranja, al igual que sobre los derechos intelectuales, en nuestro ámbito profesional	Lúdica	Sí
20/01/2022	Daniela Tapia / diseñadora gráfica profesional / Ux designer	Excelente muy ameno	Excelente, todo suma! Ahora somos una esponja que absorbe todo	Como concluyó el segundo juego :)	No para nada	Esta bueno poder expresar lo que uno piensa en estos procesos que de alguna manera ahora son medianamente más cómodos desde casa	Lúdica	Sí
21/01/2022	Angie Gonzalez / Diseñadora Gráfica / Diseñadora Gráfica senior	bien y relajada	Fue una entrevista fuera de lo común y divertida	Los juegos	No me sentí incomoda en el proceso ya que fue una entrevista diferente en donde se podía hablar sin tapujos	Fue una entrevista diferente, donde la interacción no fue solo de preguntar y responder si no que se presentaron actividades que lo ponían a pensar a uno mas allá de la respuesta automática que se pueda dar, además que aprendí conceptos que son importantes para el desarrollo de un creativo que no conocía. Considero que cuando se rompe el hielo con este tipos de juegos o actividades el entrevistado se siente en calma y no siente presionado que tiene que dar un respuesta correcta y pensar mucho de que si lo que estoy diciendo esta bien, considero que con este método las respuestas son mas sinceras y autenticas, eso me gusto mucho de la entrevista.	Lúdica	Sí
24/01/2022	JUAN DAVID MENDIETA / DISEÑADOR GRAFICO/ DIRECTOR DE ARTE	MUY BIEN, ME GUSTO MUCHO LA DINAMICA... NO SE SINTIO EXTENSA EN NINGUN MOMENTO, SE EXPLICARON MUY BIEN LAS DINAMICAS	MUY LUDICA Y IMPORTANTE PARA EL DESARROLLO COMO GREMIO	LA DINAMICA A LA HORA DE RELAIZAR UNA ENTREVISTA, NO SE SINTIO PREGUNTA RESPUESTA	NINGUNO	LO MAS IMPORTANTE PARA NOSOTROS COMO ARTISTAS EN ENTENDER Y AFERRANOS A LA IDEA DE QUE NUESTRA CREATIVIDAD TIENE UN VALOR NO SOLO MONETARIO SINO MATERIAL. QUE DEBEMOS DEFENDER NUESTRAS IDEAS Y CREACIONES ARTISTICAS	Lúdica	Sí
25/01/2022	Anthony Sierra / Diseñador Gráfico/ Freelancer	Muy bien, estuvo buena la dinámica y se aprendió acerca de la Propiedad Intelectual	Es un trabajo que puede entregar generalidades entre distintas personas y/o profesiones, en este caso Diseñadores Gráficos.	Los cartas de los roles de diseñador	Me sentí cómodo en el proceso, todo fué bastante claro.	La propiedad intelectual es un tipo de propiedad que permite el derecho a tener disposición al trabajo creativo, ingenio y obra propia como creador del mismo.	Tradicional	Sí
26/01/2022	TATIANA ZAMBRANO - DISEÑADORA DE MARKETING	MUY BIEN TRANQUILA INFORMADA	MUY FLUIDA HACE UNA MUY BUENA EXPLICACIÓN DE CADA PUNTO DE LA ENTREVISTA Y SUS TEMAS SON PUNTUALES	EL TEMA A CONOCER ES ALGO MUY IMPORTANTE PARA UNA PERSONA COMO DISEÑADOR	NO TODO MUY BIEN	APRENDI EL CONCEPTO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL	Lúdica	Sí
2022-03-24	Juan Osorio / Diseñador y programador	Muy tranquilo y fluido	Muy interesante los temas que se abordaron en todo momento	La importancia que tiene la propiedad intelectual y el desconocimiento de la misma.	No, en ningún momento.	Me pareció muy chévere como se organizó la entrevista, ya que no era pregunta y respuesta sino más dinámica y esto lo hacía más fluida y sincera.	Lúdica	Sí

Perfil	Diseñador e Ilustrador profesional.	Localidad	Bogotá	Entrevista #	1
Entrevistada:	Alexander Eslava	Organización	Actualmente Freelance	Fecha entrevista	23/01/22

CLAVES DE GRILLADO				
Contenido general: texto simple sin formato **Aclaraciones del grillador:** entre paréntesis. Por ejemplo: (Espontáneo)/ (Guiado).	"verbatims/citas textuales": entre comillas. Se espera que sean ilustrativas de contenido e hipótesis interpretativas INTRODUCIR EL NÚMERO DE PÁGINA DE LA DESGRABACIÓN (pp x)	*Intervenciones y repreguntas de la entrevistadora:* en itálicas. Se registran cuando aportan a la comprensión del contenido general.	**Hipótesis interpretativas/ líneas de pre análisis:** en negrita. Deben estar acompañadas por citas textuales que las ilustren o aporten a la comprensión.	**Categorías de análisis** Se van a ver representadas al margen derecho de la página. Cada categoría cuenta con un color distintivo. **Unidad de análisis:** Por párrafo.

Dimensiones entrevista y aspectos a grillar	Grilla de contenidos	Observaciones
PRESENTACIÓN *Etapa 0*	*Entrevistadora: Me gustaría conocer un poco más de ti, tu experiencia laboral y percepción que tienes en procesos de selección laboral.* Vale perfecto bueno Hola, Buenos días, mi nombre es Alexander Eslava, soy diseñador gráfico e ilustrador. Me gradué en el año 2015 de la Facultad de artes de diseño de la Facultad de artes de la Universidad Nacional en la carrera de diseño gráfico. Mi experiencia como tal en en la búsqueda laboral, me ha dado a entender algunos, pues conocimientos son los cuales ya después de un tiempo ya sabemos que tenemos. Es indispensable que un diseñador gráfico tenga un portafolio, ya sea bueno, por lo menos digital. Si tiene uno físico sería un plus, pero es algo fundamental y es algo que ayuda a que uno pueda conseguir un empleo o los clientes vean de primera mano qué podemos hacer. [...] Cómo tal al comienzo, para mí fue un poco complejo conseguir trabajo en el sentido de que yo no tenía un portafolio, entonces comencé a armar un portafolio de los trabajos que había hecho de la Universidad así y de los trabajos freelance comencé como	**Categoría 3:** Perfilamiento del diseñador gráfico. Es importante para un diseñador poder contar con un portafolio, ya que este le permite, mostrar sus habilidades y estilos gráficos **Categoría 4:** Procesos de selección (Percepción y experiencia) Para un cliente es muy importante visualizar el portafolio ya que influye en parte en la toma de decisiones para llamar e incluso contratar al candidato. **Categoría 1:** Búsqueda de empleo (Páginas, concursos, herramientas) Para participar en cualquier convocatoria laboral, es importante contar con un buen portafolio ya que es un requerimiento incluso en algunas páginas y concursos.

PRESENTACIÓN *Etapa 0*	crear un pequeño portafolio, eh? Muy junior y ahí poco a poco, pues fui consiguiendo clientes y fui consiguiendo personas con las cuales podía colaborar. *Entrevistadora: Ok, digamos cómo te sientes o crees tú que en el proceso, pues ya final de la Universidad y esto ¿saliste preparado de una vez para enfrentar un ambiente laboral o para enfrentar como todo esto, espacios de cómo buscar trabajo que se pide para hacer un diseñador para que te contraten y demás que estuviste preparado para eso?* Yo creo que si falta falta en la Academia, formación o por lo menos en mi caso, falta formación en ese aspecto de, digamos, cómo cobrar de un cliente o cómo manejar este tipo de elementos, siento que que hace falta un información no porque uno sale y uno cuándo cuánto voy a cobrar y todavía no es parte del ejercicio diario del diseñador. Pensar cuánto se puede cobrar por un trabajo y ya después uno comienza a entender de qué bueno no tiene que analizar el tiempo que se demora los gastos. Bueno, hay muchos factores que llegan a incidir, pero en ese caso creo que sí fue. Poca la información que se ha recibido en ese aspecto. *Entrevistadora: Digamos en cuestión de herramientas, ¿también sientes que la la Universidad te preparó bien?* [...] No hay sí, digamos que más que toda la Universidad se enfoca en la formación conceptual del diseñador, no, pero esa parte de las herramientas, por así decirlo, ya fue muy por uno, Yo recuerdo que en fotografías y alcance a tener como una una inducción en Photoshop, cuando estuvimos en fotografía, pero ya que te digan a ti mira este software, sirve o si no está Photoshop utiliza software libre o esa parte, si no, no la tuvimos como tal. Fue más información propia del estudiante.	**Categoría 5:** Diseño Gráfico Colombiano (Percepción y Referentes) En algunas universidades se prioriza la formación conceptual del diseño y se dejan de lado elementos importantes como las herramientas o software que se estén usando en el diseño, incluso está se deberían actualizar a medida que el diseño y la demanda evolucione. **Categoría 2.** Propiedad Intelectual Es importante contar con la información de cuánto vale el trabajo de un diseñador, no solo monetariamente sino simbólicamente, ya que el reconocimiento de esto, ayuda a que el gremio tenga mucha más validez e importancia en el mercado. **Categoría 3:** Perfilamiento del diseñador gráfico. Es importante para un diseñador contar con una formación conceptual, ya que esta es la brecha de diferencia entre saber usar una herramienta y ser un buen diseñador.

PRIMER JUEGO: 3 O MÁS *Etapa 1 Empatizar/Escuchar*	[...] *Entrevistadora: Te salió famoso, listo nombra 3 diseñadores que sigas que admires su trabajo.* Hay un ilustrador que me parece un re Mostró que se llama Kim Jong el Man, pues es un ilustrador muy, dibujarla desde la memoria. Y, pues uno se queda mirando cuando el Man trabaja y es muy bacano el muy bacano lo que hace. Así que me cogiste frío. Bueno, hay otro ilustrador que se llama Derek Laumann, que es genial el trabajo del que creo que tal vez bueno, él sí es más famoso. Y, todos hemos visto el trabajo. Bueno, es como hace como, como ilustraciones chibis son muy chéveres. Pero estoy diciendo sólo ilustradores. Se llama Johnso Sommariva, que es un ilustrador de Marvel que también. Tiene un estilo muy similar a bueno a como el estilo que yo dibujo, pero pues el el hombre es un teso también. [...] *Entrevistadora: ¿Ok en dónde? ¿En dónde habías escuchado el término de propiedad Intelectual?* Bueno, la Universidad como tal, pues en la vida real o en el trabajo también. Entonces. ¿Bueno como tal no soy fan de la economía, pero sí, sí, digamos que la propiedad intelectual como tal es un término que se está aplicando desde hace muchos años, entonces? Digamos que yo sí, pues no conozco a la perfección. Digamos que soy experto en el tema, pero sí sé derechos. De por sí uno, muchas veces firma una carta de confidencialidad. Con las empresas, a veces 1 no puede exponer el trabajo que realiza conciertos, empresas, entonces le toca uno firmar. *[...] Entrevistadora: Bien nombra 3 tipos de trabajos que te llamen la atención.* Uff, hay eso sí, hay varios buenos ilustradores. El primero, creo que. Se puede vivir esta 1 puede trabajar en Concept art. Me parece muy chévere ese tipo de trabajos de consultar. También 1 puede ser el ilustrador de libros infantiles. Y uno puede ser también ilustrador de cómics. Así que digamos que me parecen muy chéveres. [...] Concept art me gusta bastante. Que digamos en Colombia, casi no hay	**Categoría 5:** Diseño Gráfico Colombiano (Percepción y Referentes) En esta pregunta me pareció curioso, que ninguno de los referentes sean Colombianos, entonces, ¿Se está moviendo el diseño y el talento Colombiano, para ser un referente importante para nosotros? **Categoría 2.** Propiedad Intelectual La propiedad Intelectual, es un término que se está desarrollando desde hace algún tiempo, sin embargo, no es algo que se refuerce mucho en la academia, más que todo se empieza a conocer en un contrato de trabajo, en el que básicamente se renuncia a algunos derechos de esta. **Categoría 1:** Búsqueda de empleo (Páginas, concursos, herramientas) El trabajo soñado o apasionante para los diseñadores muchas veces es carente en vacantes en la misma industria, se podría decir que hay una pequeña brecha

PRIMER JUEGO: 3 O MÁS *Etapa 1 Empatizar/Escuchar*	industria. De producción audiovisual de animación ese tipo de cosas, pues está creciendo, no, pero, pero sí sí, me parece muy bacano. *[...] Entrevistadora: ¿Y sientes que esa pasión de lo que estudiaste es compensado con lo que te pagan?* Bueno, acá en Colombia, si es más bajo el salario, digamos para un diseñador o un ilustrador, pues a diferencia de los países buenos como Europa o como Estados Unidos. Creo que acá los diseñadores nos pagan menos, porque muchas veces se confunde, o sea la percepción de que la persona que maneja photoshop e illustrator ya es diseñador, no? Entonces, pues mucha gente, pues no es por desmeritar, pero mucha gente que que maneje el software ya piensan que son diseñadores gráficos. Y no es así, entonces, pues también algo que me he dado cuenta es que en la sociedad hay un desconocimiento genérico a la labor del diseñador gráfico o el diseñador industrial también aplica entonces, pues muchas veces uno se da cuenta. uno se da cuenta de eso es porque la la misma gente que lo rodea uno es pues bueno ya ahorita después de un tiempo ya saben lo que uno hace, pero al comienzo eran como. ¿Qué hace un diseñador a los mismos del Ricaurte? Entonces, como que sea la idea de que montar un plotter y no está mal, no estoy diciendo que no sea bueno uno también tener un negocio de impresión, pero muchas veces se da esa percepción de que a usted va a trabajar es en impresión. *[...] Entrevistadora: Nombra 3 o más plataformas que uses para buscar trabajo.* No mira ahí en digamos que estoy es que es que las redes. Pues tiene muchas cosas buenas que si no las sabe utilizar, pues pues uno puede generar ganancias de eso. No digamos que en Facebook hay grupos y páginas de vacantes laborales para todo tipo de carreras. ¿En el caso de los diseñadores creo que hay unas que se llaman vacantes, bueno, ahí vacantes creativos, no me acuerdo como se llama, pero el caso es que no hay veces de publicaciones de ser necesarias, eh? Bueno, no sé un diseñador para crear. ¿Algo en tanto tiempo? Y yo, pues sí, he conseguido pues trabajos por ahí por la por la red de Facebook, entonces lo que te comentaba el comienzo ahí es cuando uno tiene que tener así una no tiene una	entre la formación de la academia y de las vacantes laborales reales que se ofrecen en el mercado y así mismo el talento se ve desperdiciado o mal pago. **Categoría 3:** Perfilamiento del diseñador gráfico. Las herramientas no son los únicos elementos que un diseñador debe tener, más allá de eso es la formación conceptual del diseño. **Categoría 5:** Diseño Gráfico Colombiano (Percepción y Referentes) Es importante no solo identificar muy bien el perfil de un diseñador gráfico en la academia sino también en la misma sociedad ya que, existe una brecha informativa de lo que realmente hace y puede llegar a hacer un diseñador más allá de conocer una herramienta.

PRIMER JUEGO: 3 O MÁS *Etapa 1 Empatizar/Escuchar*	página web, por lo menos uno portafolio virtual donde uno pueda enviarle al al cliente para que tenga una idea de lo que uno hace. Sí, bueno, esa es una, pero hay otra que es redactores publicitarios, ahí también se ven. Se ven muchas vacantes laborales. *[...] Entrevistadora: nombra 3 palabras negativas que definen tu experiencia en procesos de selección.* Bueno. Digamos que es difícil cuando hay poca experiencia., Porque digamos que claro, pues claro, uno sin saber mucho sale a la al por así decirlo al ruedo. ¿Y qué hace el resto de gente que trabaja rápido y trabajando, pues tienen buen buen nivel y uno comenzando no? Y más para los que no hicimos prácticas, en mi caso, digamos, yo no quise hacer prácticas, yo quise fue. A seguir trabajando en en mi en por así decirlo en mi parte artística y explotar esa parte de de ilustración, entonces tuve la oportunidad de hacerlo y pues prefería eso a hacer prácticas de pronto cuando me gradué. ¿De pronto yo ahí si deseas era que debía hacer prácticas porque es bueno conseguir cierto contacto en el ambiente laboral, no? Entonces ahí me puse a dudar, pero después decía, bueno, de igual forma no se perdió todo. Ganamos antes experiencia en industria, otra palabra que pena. ¿Listo de pronto nervios, aunque yo soy más tranquilo, pero sí hay muchas personas que pueden alterarse, ponerse nerviosas frente a un proceso de selección, no? Y entre más natural sea, pues es mucho mejor. Pero si la persona está nerviosa, Hay personas ansiosas, dice demuestra eso, pues puede tener un efecto negativo en la entrevista. *[...] Entrevistadora: Nombra 3 características negativas que te definan como diseñador.* Bueno de pronto si me gusta tomarme el tiempo para hacer. Para de pronto puedo demorarme en algunas cosas. Porque me gusta, o sea, porque si me gusta que queden chéveres, pero a veces puedo demorarme un poco. [...] Creo que pronto me hace falta a veces hacer ejercicios de práctica. Porque una vez es como	**Categoría 1:** Búsqueda de empleo (Páginas, concursos, herramientas) Las redes sociales han tomado fuerza no solo como canales de ocio y comunicación, sino ,también un canal de búsqueda laboral, ya que son usados por pequeñas empresas o emprendimientos para publicar trabajos, es un canal con un alcance para todos, pero ¿cómo se puede controlar las convocatorias, concursos y vacantes? **Categoría 3:** Perfilamiento del diseñador gráfico. La experiencia no debería ser un requerimiento para conseguir un trabajo, ya que, muchas veces son diseñadores esponja que pueden aportar mucho de su mundo de diseño a las empresas y crecer en la misma.

PRIMER JUEGO: 3 O MÁS *Etapa 1 Empatizar/Escuchar*	que si no es trabajo, no me pongo a diseñar algo. [...] sí debería ser un poco más constante. *[...] Entrevistadora: debes nombrar 3 o más errores que creas que hayas cometido en procesos de selección.* Qué más te digo, bueno, otra cosa que puede que pudiera haber fallado es que uno tiene que tratar de tener una comunicación asertiva con el entrevistador. ¿En esos días estás como primeras, cómo se dice? Como en esas primeras impresiones que tienen de uno es bueno uno estar mirando a los ojos, a la persona que lo entrevista. Estár tranquilo, entonces bueno, lo que te dije de los nervios entraría ahí. Qué más bueno, algo que también me pasó no tenía portafolio y fui a entrevistas y portafolio y eso es un no es bueno. *[...] Entrevistadora: en el marco de la propiedad intelectual, qué opinas tú de estas pruebas en las que tú aplicas y puede que te contraten o no..* De igual forma Depende es que es que digamos en una prueba que me hice una empresa, una vez ellos me van los insumos para un cartel. Bueno, no me acuerdo cómo es que era la prueba exactamente, pero sí era cómo realizar un cartel de unas cosas y ellos me daban como los insumos, entonces pues. No, no creo que ellos no lo pusieran a comercializar ni nada. En este tipo de pruebas. Algo que te dejan claro es que no se va a usar eso para un fin comercial. ¿Y, en el caso que se llegue a usar para un fin comercial, lo correcto es avisar a la persona que hace la prueba para ver si está de acuerdo o sea un proceso como de negociación, no? En el otro lado que hice unas unas unas que unas ilustraciones ya fue todo desde mí. Mi creación. Me dijeron que ellos no iban a usar eso para sus proyectos y que eso era propiedad intelectual mía, porque fue un trabajo que realicé solamente para acceder a un trabajo. Bueno, o sea que los derechos son míos porque yo entré solamente para realizar un trabajo. [...] Sí, porque este caso es el mundo de las ideas, uno puede ver. Un ejemplo, muy bueno. Alguien puede ver un diseño mío, Y que se inspire para hacer algo conceptualmente similar, sin necesidad de llegar a copiarme claramente hay una línea delgada, ¿No? Porque pues. ¿Sí yo hago si yo hago algo y un trabajo y veo veo que el concepto es demasiado.	**Categoría 4:** Procesos de selección (Percepción y experiencia) En los procesos de selección, se puede llevar a explorar una curva de emociones que en ocasiones si no se controla, podría llegar afectar el desempeño de un diseñador, es por esto, que el juego permite un ambiente natural y fluido que relaja y saca provecho del propósito al cual se quiere llegar. **Categoría 3:** Perfilamiento del diseñador gráfico. Es importante siempre manejar una planeación de cada pieza a diseñar y exponer nuestros tiempos al cliente, ya que por estos se debe cobrar, la práctica y la constancia son factores importantes en una carrera que evoluciona con las tendencias. **Categoría 4:** Procesos de selección (Percepción y experiencia) La comunicación asertiva permite que el entrevistado pueda hablar de forma clara y exponer el objetivo al cual se quiere llegar. **Categoría 2.** Propiedad Intelectual En algunas pruebas dentro del proceso de selección, las empresas permiten que los diseñadores tomen recursos para el desarrollo de la misma, para minimizar el tiempo de prueba y también como un camino a la protección de la creación intelectual, se puede de igual manera evaluar aspectos importantes, como tiempos de entrega, calidad de la pieza, orden del archivo para determinar dentro de la decisión de la vacante.

PRIMER JUEGO: 3 O MÁS *Etapa 1 Empatizar/Escuchar*	*[...] Entrevistador: ¿Y crees que de pronto son necesarias esas pruebas o por ejemplo, no sé tú hablas mucho como del portafolio ahí puedes ver cómo las habilidades que tienes en ilustración conceptual, diagramación como todos estos elementos en los que has tenido experiencia, crees que es importante las pruebas?* En parte sí creo que es bueno que sea eso ya depende del fin del trabajo, pero creería que también es bueno que entiendo las empresas por lo que lo hacen. Porque digamos que un ejemplo tú puedes ser un ilustrador, pues muy, muy bueno, un diseñador muy bueno. Pero yo también como empresa, no sé, necesito que tú trabajes en un tiempo determinado. *[...] Entrevistadora: ¿Qué analizarías de un perfil para contratarlo?* [...]Analizar el perfil. ¿Utilizar el perfil de la de la persona no digamos que uno puede bueno, dependiendo del tipo de empresa uno tiene un portafolio de trabajos a realizar uno ya sabe qué enviarle a esa persona no con que comenzará a probar esa persona? No, entonces sí digamos tú dices no, no me gusta ilustrar y yo te envío ilustraciones, pues yo ahí estaría fallando. *[...] Entrevistadora: ¿Qué aprendiste en los procesos de selección?* Yo creo que también podía aprender, digamos que en este caso, que era un proceso en conjunto. Pude aprender de los compañeros que también aplicaban. Sí, entonces también uno ve cómo las habilidades que ellos tenían. ¿Cómo lo lo? Lo que ellos estaban ofreciendo. Y también las preguntas que les hacían. Los errores que tenían eso, como viendo un poco en parte de los otros compañeros, cuando uno puede estar en una prueba en conjunto. *[...] Entrevistadora: Nombre 3 frustraciones que hayas vivido en procesos de selección.*	**Categoría 2.** Propiedad Intelectual Sin embargo, existe una delgada línea en este tipo de pruebas que se pueda usar la creación de los postulados a la vacante, como referente, y en algunos casos se pueda plagiar. **Categoría 4:** Procesos de selección (Percepción y experiencia) Las pruebas técnicas de los diseñadores son importantes para evaluar el rendimiento y proceso de los postulados y así determinar si se atiende a las necesidades de la empresa. **Categoría 3:** Perfilamiento del diseñador gráfico. Dentro del análisis del portafolio no solo se puede evidenciar el estilo gráfico y la experiencia del diseñador, si no también si este cumple con la cultura organizacional y el propósito de la empresa, no se debe asumir las habilidades de un diseñador. **Categoría 4:** Procesos de selección (Percepción y experiencia) En las entrevistas grupales, se pueden prestar espacios para comparar nuestras capacidades y personalidades con otros diseñadores, es un buen ejercicio para hacer una introspección del nivel en el que estamos.

PRIMER JUEGO: 3 O MÁS *Etapa 1 Empatizar/Escuchar*	Bueno que no lo llamen a uno. Llamen a uno, pero pues digamos que no, o sea, tal vez al comienzo uno se frustra bastante ahorita uno es como bueno, buscaban otro perfil es entendible. [...]La experiencia, pero mira que o sea es como tan extraño aparte porque pues igual tú adquieres experiencia con el trabajo y si no te contratan por no tener experiencia pues es difícil con el tiempo adquirirla. [...]Es difícil, pues yo en mi caso no tenía contactos de empresas ni nada. A mí me tocó comenzar pasando, pues sí a todo la hoja de vida y cómo mostrar el trabajo. Sí, subiendo algo importante, subiendo la hoja de vida. A los perfiles de internet porque Internet es una herramienta muy, muy valiosa. *[...] Entrevistadora: Crees que de pronto en el portafolio puedes llegar a visualizar como todo el talento creativo como profesional.* el portafolio claramente esa es la puerta que va a abrir al cliente, es la carta de presentación y uno le da una idea muy grande de lo que es capaz de hacer.	**Categoría 4:** Procesos de selección (Percepción y experiencia) Es importante que las empresas siempre cuenten con un seguimiento o un feedback para cada convocatoria, ya que la experiencia de los diseñadores es frustrante cuando no conocen acerca del estado de su proceso, por otro, lado es importante que la empresa tenga claro el tipo de perfil que necesita para no desgastar tiempo en perfiles que no corresponden con su requerimiento. La experiencia no debería determinar en gran medida la contratación, se podrían generar contratos así como el SENA que les permitan a los diseñadores que no tienen experiencia adquirirla en algunas empresas **Categoría 1:** Búsqueda de empleo (Páginas, concursos, herramientas) Es importante contar con una red de contactos que puedan involucrarse al gremio creativo, incluso considero que desde la academia se deberían gestionar estos directorios o redes para que los egresados puedan contar o encontrar ofertas laborales. **Categoría 5:** Diseño Gráfico Colombiano (Percepción y Referentes) Es importante para cualquier diseñador poder plasmar todo su talento en el portafolio ya que esta es la primera fuente de análisis de un diseñador.

SEGUNDO JUEGO: MUNDOS PARALELOS *Etapa 2 Idear/Crear*	*[...] Entrevistadora: Listo si fueras un diseñador famoso. ¿Cómo diseñarías? ¿Cómo sería esa personalidad? ¿Es diseñador famoso, cómo se organizaría, cómo trataría a sus compañeros que herramientas usar y a cuánto cobraría? ¿Por qué lo premiarían y en donde trabajaría?* Bueno, yo pienso que hay un tipo de diseñadores a los que ya digamos que cogen que los buscan por su arte específico. ¿Yo pienso que yo trabajaría ósea, es que yo soy diseñador y como tipo ilustrador, no? Yo me iría a trabajar. Para empresas yo creo que conservar es lo más seguro. [...] tiene que ser buena persona ante todo un buen ser humano, generalmente soy de las personas que tratan a los demás bien y uno tiene que tratar a los demás como que uno quiere que lo traten a pues a uno. *[...] Entrevistadora: si fueras un diseñador emocional. ¿Cómo sería tu personalidad?...* Pues yo pienso que todos los seres humanos somos emocionales, pero yo pienso que nosotros al venir de Facultad de artes, pues tenemos esa esa parte emocional más alta, no, como esa sensibilidad, personas que vienen de la mayoría, generalmente la gente que está en facultades de arte son más sinceros, más honestos y más emocionales, en el sentido que expresan mejor sus emociones. ¿Que por eso, pues también apoya el arte, no? O sea que ayuda a expresarse, pero yo pienso que no, ya me considero como tal una persona emocional. Es cómo una persona que expresa sus emociones por medio de su concepto gráfico. *[...] Entrevistadora: Bien, cómo serías si fueras un diseñador artista? ¿Me estabas diciendo que creas tu que que va más ligado? ¿Cómo hacer las emociones? ¿Qué más? ¿Qué otras características definirías tú a un artista siendo diseñador?* Es que el artista puede vivir en muchas cosas. Pero entiendo, digamos que un Andy Warhol o algo así me imagino. Bueno sería sería. Listos sería algo muy, pues hay varias categorías, podría ser de muchos factores. El diseñador artista no puede ser una persona que haga artes plásticas y que haga un cartel con artistas,	**Categoría 5:** Diseño Gráfico Colombiano (Percepción y Referentes) Dentro del diseño Colombiano es importante, reforzar la marca y estilo propio para poder generar valor y reconocimiento dentro de cada pieza que se desarrolle. **Categoría 6:** Rasgos de Personalidad (Percepción) Según su percepción uno de los rasgos de personalidad debe ser en la humanidad con la que trata a los demás compañeros para poder guiar los proyectos y general buenos resultados. **Categoría 6:** Rasgos de Personalidad (Referentes) Todos estamos sujetos a expresar nuestras emociones a través de cada pieza que diseñamos, aunque tenga un argumento conceptual, siempre lo que diseñamos está construido por una parte de nosotros, y que puede determinar incluso el estilo gráfico de un diseñador. **Categoría 5:** Diseño Gráfico Colombiano (Percepción y Referentes) Se tiene muchos referentes claros extranjeros acerca del estilo y rasgos de personalidad, sin embargo, no existe ningún referente colombiano. **Categoría 6:** Rasgos de Personalidad (Co-creación)

SEGUNDO JUEGO: MUNDOS PARALELOS *Etapa 2 Idear/Crear*	Me acordé de un Man Isidro Ferrer, eso es buenísimo. Él es un español que es un diseñador, artista, artista plástico y el y el Man es famosísimo y creo que lo buscan por su por su estilo, entonces, algo que algo que es importante es que ya. Ya digamos que lo busquen por un estilo específico como ha decidido Ferrer. [...] Pues yo creo que sería más de ilustrador, como que me busquen por mi línea de ilustración. Acá también hay varias personas que hacen carteles o diseños. *[...] Entrevistadora: ¿Si fueras un diseñador villano, cómo sería ese perfil?* [...]Bueno yo lo asocio con una persona ególatra, una persona mala, no como una persona muy picada, falta de humildad, pero yo creo que ello no sería ese. ¿No sería una persona así como chanda, no como? Cómo pica que trate que se cree, apuestan a que puede decir groserías. Pero que se crean san Dios, no como todo crecido picado que mejor dicho. *[...] Entrevistadora: y el último. Si eres un diseñador superhéroe.* [...] digamos que sería un diseñador que trabaja en pro del beneficio de la sociedad.	Este rasgo también podría ser un factor importante para poder destacar a un diseñador y que sea reconocido por su estilo, un diseñador que explore otros cambios de la Academía y pueda complementarse. Los diseñadores con habilidades en ilustración poseen la característica de ser diseñadores artísticos y emocionales, ya que la ilustración es un proceso de creación que une un concepto, una crítica con un propósito artístico. **Categoría 6:** Rasgos de Personalidad (Co-creación) Según su percepción este tipo de rasgo de personalidad, sería un villano por la forma en como trabaja y se expresa, sin embargo, entraría en un perfil que sólo le importa los resultados más allá de cómo lograrlos, incluso podría determinarse como una personalidad Dominante, pero puede ser funcional para las empresas que buscan resultados inmediatos y que generen algo de control para guiar los proyectos. En este caso se habla de un diseñador Influyente, no necesariamente tiene que hacer causas caritativas para determinar si es o no un buen diseñador, lo que permite este tipo de perfiles es motivar al equipo de trabajo y son muy optimistas en cada proyecto.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adams, (2018). Las "Flash Card": las tarjetas didácticas que ayudan a memorizar grandes temarios. Recuperado de: https://www.adams.es/blogs/alumno/las-flash-card-las-tarjetas-didacticas-que-ayudan-a-memorizar-grandes-temarios/

Araneda, M. J. R., Moraga, R. N., & Aravena, M. B. (s/f). Problemas éticos y consecuencias reconocidas por psicólogos nóveles en reclutamiento y selección de personal. 13.

Arciniegas, C. M. A., Bedoya, D. P. G., & Urbina, L. M. A. (2013). Competencia creatividad e innovación: Conceptualización y abordaje en la educación. Katharsis, 15, Art. 15. https://doi.org/10.25057/25005731.245

AdgColombia, (s.f) https://www.adgcolombia.org/miembros-adg

Andigraf, 2018. Informe de sostenibilidad de la industria gráfica 2017-2018. (p.15). Colombia. Recuperado de: https://andigraf.com.co/informe-de-sostenibilidad-de-la-industria-grafica-2017-2018-2/

BID. (2019)Habilidades del Siglo 21: Desarrollo de habilidades transversales en América Latina y el Caribe / > BIBLIOTECA UPAL | Koha. (s/f). Recuperado de https://catalogo.upal.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=193

Corrales, 2018. CAP VII la identidad en los juegos de rol a través de la narrativa. Game & Play: La cultura del juego digital (pps, 101 - 120). Egregius Ediciones Tesis Univ. Granada. Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos.

Cuenta satélite de cultura y economía naranja (CSCEN) Bogotá 2014-2019pr. (s/f). Recuperado el 25 de junio de 2021, de https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-y-economia-naranja-cscen-bogota-2014-2019pr#empleo

Dono, A. (s.f). Tendencias de Reclutamiento en Colombia. Revista Empresarial. Recuperado de: https://revistaempresarial.com/gestion-humana/contratacion/tendencias-de-reclutamiento-en-colombia/

DANE. (2018). Saber para decidir 2018 boletín Nacional (p. 28). Colombia. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/sinidel/boletin-sinidel-2018-impresion.pdf

IDtanelto, (septiembre 2, 2022). 5 errores en la selección de talento. Recuperado de: https://idtalento.com/5-errores-en-la-seleccion-de-talento/

IDtanelto, junio 9, 2022. ¿cómo identificar fortalezas y debilidades de un candidato en un proceso de selección? Recuperado de: https://idtalento.com/identificar-fortalezas-y-debilidades-de-un-candidato/

Mantilla, L. (2018) "La percepción hacia el diseñador gráfico y su función como profesional en el mercado laboral de la ciudad de Ambato" Tesis de grado. Recuperado en: http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27400/1/Mantilla%20Lissette.pdf

Molina, S. (2021) Norte Creativo: Mitigando brechas de capital humano del Diseño Industrial. (Tesis de maestría). Universidad El Bosque, Bogotá.

Guales, J. & Rosales, G, (2021) La metodología Inbound Recruiting como estrategia de reclutamiento y selección en la empresa Degeremcia S.A. desde octubre 2019 hasta octubre 2020 (tésis de pregrado). Universidad de Guayaquil -Facultad de Ciencias Psicológicas, Guayaquil.

García, C. R. (2021). Malia, El Mar De Las Emociones. p. 59. (Tésis de pregrado) Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá

Gimeno, T. (30 de noviembre de 2016) ¿Qué es Inbound Recruiting? Recuperado de: https://blog.talentclue.com/que-es-inbound-recruiting

Jimenez, 2018. Diseño de experiencias. Recuperado de: https://felipejimenezcano.medium.com/dise%C3%B1o-de-experiencias-951abddb7742

Jaramillo, N. B. (s/f). PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA FACULTAD DE INGENIERÍA INGENIERÍA INDUSTRIAL BOGOTÁ 201. 208.

(Jara, A. 2018) Gestión del talento humano como factor de mejoramiento de la gestión pública y desempeño laboral. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 23, núm. 83, pp. 740-760, 2018

La Tarjeta Profesional | Asociación de Diseñadores Gráficos de Colombia. (s/f). Recuperado el 25 de junio de 2021, de https://www.adgcolombia.org/archivo/articulos/la-tarjeta-profesional

Las 10 competencias transversales más valoradas por los empleadores. (s/f). Recuperado , de https://www.universia.net/es/actualidad/habilidades/10-competencias-transversales-mas-valoradas-empleadores-1139319.html

Meza, M. (2017). Las Habilidades Blandas "Soft Skills" y sus tendencias. Recuperado de: https://www.linkedin.com/pulse/las-habilidades-blandas-soft-skills-y-sus-tendencias-m%C3%ADler-meza/?originalSubdomain=es

Norman, D. (2018) Los cuatro principios del buen diseño de Donald Norman. Argentina. Recuperado de: https://webnova.com.ar/los-cuatro-principios-del-buen-diseno-de-donald-norman/

O, L. S. R. de, T, A. M. L., & A, D. C. O. (2008). Modelo de reclutamiento y selección de talento humano por competencias para niveles directivo de la organización. Scientia et Technica, 2(39), Art. 39. https://doi.org/10.22517/23447214.3231

Palomar, G. (2012). Los juegos de mesa creación y producción. (Tesis Master). Universidad de Granada, España.

Rojas, J. y Leal. L. (2018). Estrategias de gamificación para construir una cultura de investigación en contextos universitarios (Tesis de grado). Universidad Santo Tomas, Bogotá.

R.A.D, 2018. Estructuración de un sistema de información para identificar y visibilizar la oferta, inserción e impacto del Diseño. (Proyecto Cámara de Comercio). Asociación Colombiana Red Académica de Diseño, Colombia.

Ramirez, k. Escenario actual del diseño gráfico en el ámbito de la investigación en México, (Tesis de grado) Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Segura, B. (2009). En torno a la Teoría del Iceberg : adquisición real de la cultura meta en el aula de L2. (Tésis de Maestría) Universidad Nacional, Costa Rica.

Semana, (Abril 24 del 2017). Consejos para contratar a un empleado cuando se tiene una microempresa. Revista semana. Recuperado de:
https://www.semana.com/como-contratar-empleados-para-mi-negocio/72263/

Vega, L. K. (2017). Perspectivas de las Industrias Creativas y su Aporte al Crecimiento Económico. 84.