



facultad  
arquitectura, diseño y artes  
PUCE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES CARRERA DE  
DISEÑO

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
DISEÑADOR/A PROFESIONAL CON MENCIÓN EN DISEÑO GRÁFICO  
Y COMUNICACIÓN VISUAL.

**Diseño de sistema de identificación visual, herramientas gráficas  
de apoyo, material informativo y comunicacional de Facultad  
Yanbal en Quito Ecuador.**

Nombre:  
Pablo Pérez Cadena  
Director:  
Dis. Soraya Quelal Mtr.  
Quito, febrero 2017

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo y esfuerzo, a mis padres que siempre fueron mi motivación y apoyo en cada una de las decisiones que he tomado. También a mi hermano que siempre está cada vez que lo necesito. A Gaby por su ayuda y ser una compañera incasable, Gracias a todos mis amigos que acompañaron y formaron parte de esta meta cumplida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi tutora Soraya Quelal Moncayo por el tiempo y la paciencia para terminar este proceso lo antes posible.

A mis amigos, hermano y a Gaby, que han estado ahí en todo momento y han sido parte de esta meta, agradezco a las personas que de alguna manera aportaron para poder llevar a cabo esta investigación.

# ÍNDICE

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE.....	4
TEMA.....	6
INTRODUCCIÓN .....	6
II. JUSTIFICACIÓN .....	7
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
IV. OBJETIVOS .....	9
V. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	11
IX. MARCO METODOLÓGICO.....	15
1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
2. METODOLOGÍA DEL DISEÑO.....	17
3. UNIVERSO O MUESTRA.....	18
X. SÍNTESIS DEL CONTENIDO DE LOS CAPÍTULOS.....	19
CAPÍTULO 1 .....	20
1.1 MODELO DE CAPACITACIÓN YANBAL .....	21
1.1.1 CUÁL ES EL MODELO DE NEGOCIO DE YANBAL.....	21
1.1.2 LAS CAPACITACIONES CUMPLEN CON LOS PRINCIPIOS DE APRENDIZAJE .....	24
1.1.3 PROYECTO FACULTAD YANBAL.....	26
1.2. HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES .....	26
1.2.1. CANALES DE COMUNICACIÓN .....	27
1.2.2. MATERIAL PROMOCIONAL EN LAS CAPACITACIONES.....	27
1.2.3. ¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN SE DIFUNDE?.....	29
1.3. MOTIVACIÓN LABORAL .....	30
1.3.1. ACTIVIDADES MOTIVACIONALES .....	31
1.3.2. MOTIVACIÓN LABORAL DEL EMPLEADO EN YANBAL.....	31
1.4. CONCLUSIONES.....	31
CAPÍTULO 2 .....	33

2.1. PROPUESTA DE DISEÑO.....	34
2.1.1. REQUISITOS DE DISEÑO.....	34
2.1.2. PROPUESTA.....	41
2.1.3. VALIDACIÓN DEL CONCEPTO .....	46
2.2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO SELECCIONADA A NIVEL GRÁFICO .....	48
2.3. VALIDACIÓN INICIAL DE LA PROPUESTA DE DISEÑO DESARROLLADA .....	92
CONCLUSIONES CAPÍTULO 2 .....	96
CAPÍTULO 3 .....	97
3.1 PRESENTACIÓN DEL PROTOTIPO.....	98
3.1.1 SIGNO IDENTIFICADOR .....	98
3.1.2 FOTOMONTAJES .....	99
3.1.3 PANTALLAS PLATAFORMA DE CAPACITACIÓN.....	101
3.1.4. COMUNICADOS.....	106
3.2. ASPECTOS TÉCNICOS DEL PROYECTO .....	109
3.2.1 PRESUPUESTOS .....	112
3.3. VALIDACIÓN FINAL .....	116
3.2.1 CONCLUSIÓN ENCUESTA .....	118
RECOMENDACIONES .....	120
BIBLIOGRAFÍA.....	121
ANEXOS .....	123

# ÍNDICE DE FIGURAS

## Gráfico

FIGURA 1. DIFERENCIAS ENTRE LAS MOTIVACIONES INTRÍNSECAS Y EXTRÍNSECAS .....	15
FIGURA 2. METODOLOGÍA INVESTIGATIVA .....	19
FIGURA 3. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS YANBAL .....	25
FIGURA 4. ACCIONES DE MODULACIÓN .....	26
FIGURA 5. MECANISMOS DE TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN .....	27
FIGURA 6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA .....	32
FIGURA 7. COMUNICACIÓN INTERNA CAPACITACIÓN .....	33
FIGURA 8: PIRÁMIDE DE MASLOW .....	34
FIGURA 9: REQUISITOS TÉCNICOS DEL PROYECTO .....	40
FIGURA 10: COLORES CORPORATIVOS .....	41
FIGURA 11: COLORES CORPORATIVOS SECUNDARIOS .....	41
FIGURA 12: PROPORCIÓN DE COLOR .....	42
FIGURA 13: FAMILIAS TIPOGRÁFICAS .....	42
FIGURA 14: USOS PERMITIDOS PARA TITULARES Y DESTACADOS.....	43
FIGURA 15: USO DE COLORES Y FUENTES .....	43
FIGURA 16: FORMAS BÁSICAS .....	44
FIGURA 17: FORMAS BÁSICAS - CONTENEDORES.....	44
FIGURA 18: DIAGRAMA PROBLEMA SOLUCIÓN DE DISEÑO.....	45
FIGURA 19: RUEDA DE ATRIBUTOS.....	45
FIGURA 20: DISEÑO PROCESO DE BRAINSTORMING .....	47
FIGURA 21: VISUAL BOARD .....	49
FIGURA 22: PROCESO CONCEPTO DE DISEÑO .....	50
FIGURA 23: VALIDACIÓN CONCEPTO DE DISEÑO .....	51
FIGURA 24: PROCESO DESAROLLO NOMBRE.....	52
FIGURA 25: FUENTES DEFINIDAS .....	53
FIGURA 26: PROCESO DISEÑO LOGOTIPO 01.....	54
FIGURA 28: PROPORCIÓN ÁUREA ELEMENTOS 02.....	55
FIGURA 27: PROPORCIÓN ÁUREA ELEMENTOS 01.....	55

FIGURA 29: NÚMERO ÁUREO LOGTIPO .....	56
FIGURA 30: SÍMIL METAFÓRICO .....	57
FIGURA 31: VISUAL BOARD .....	58
FIGURA 32: DESARROLLO IMAGOTIPO 01.....	58
FIGURA 33: DESARROLLO IMAGOTIPO 02.....	59
FIGURA 34: DESARROLLO IMAGOTIPO 04.....	60
FIGURA 35: DESARROLLO IMAGOTIPO 05.....	61
FIGURA 36: DESARROLLO IMAGOTIPO 06.....	62
FIGURA 37: PROPORCIÓN ELEMENTOS OPCIÓN 01 .....	63
FIGURA 38: PROPORCIÓN ELEMENTOS OPCIÓN 02 .....	63
FIGURA 39: OPCIONES FINALES.....	64
FIGURA 41: IDENTIFICADOR VISUAL VARIACIÓN DE COLOR PERMITIDA .....	65
FIGURA 40: IDENTIFICADOR VISUAL COLOR PRINCIPAL .....	65
FIGURA 42: COLORES DE LA MARCA .....	66
FIGURA 44: TAMAÑOS PERMITIDOS DE LA MARCA .....	67
FIGURA 43: ÁREA DE SEGURIDAD DE LA MARCA.....	67
FIGURA 45: USOS PERMITIDOS DE LA MARCA 01 .....	68
FIGURA 46: USOS PERMITIDOS DE LA MARCA 02.....	69
FIGURA 47: CONSTRUCCIÓN ÍCONOS 01.....	70
FIGURA 48: CONSTRUCCIÓN ÍCONOS 02.....	71
FIGURA 49: RETÍCULA PLATAFORMA 01.....	73
FIGURA 50: RETÍCULA PLATAFORMA 02.....	74
FIGURA 51: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 01 .....	74
FIGURA 52: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 02 .....	75
FIGURA 53: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 03 .....	75
FIGURA 54: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 04 .....	76
FIGURA 55: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 05 .....	76
FIGURA 56: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 06 .....	77
FIGURA 57: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 07 .....	77
FIGURA 58: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 08 .....	78
FIGURA 60: PROCESO DE EDICIÓN FOTOGRÁFICA 01 .....	79

FIGURA 59: BOCETOS PANTALLAS 01.....	79
FIGURA 62: PROCESO DE EDICIÓN FOTOGRÁFICA 02 .....	80
FIGURA 61: BOCETOS PANTALLAS 02.....	80
FIGURA 64: BOCETOS PANTALLA INICIO 01 .....	85
FIGURA 66: BOCETOS PANTALLA INICIO 03.....	86
FIGURA 67: BOCETOS PANTALLA INICIO 04.....	86
FIGURA 68: BOCETOS PANTALLA PERFIL 01.....	87
FIGURA 69: BOCETOS PANTALLA PERFIL 02.....	87
FIGURA 70: BOCETOS PANTALLA PERFIL 03.....	88
FIGURA 71: BOCETOS CURSOS 01 .....	88
FIGURA 72: BOCETOS MIS CURSOS 01.....	89
FIGURA 73: BOCETOS MIS CURSOS 02.....	89
FIGURA 74: BOCETOS KIT 01 .....	90
FIGURA 75: BOCETOS KIT 02 .....	91
FIGURA 76: BOCETOS KIT 03 .....	92
FIGURA 77: BOCETOS BITÁCORA KIT .....	93
FIGURA 78: BOCETOS MAILING.....	94
FIGURA 79: BOCETOS BANNER YANBALNET .....	95
FIGURA 80: BOCETOS POP UP YANBALNET.....	96
FIGURA 81: MARCA FINAL.....	102
FIGURA 82: FOTOMONTAJE FINAL 01.....	103
FIGURA 83: FOTOMONTAJE FINAL 02.....	103
FIGURA 84: FOTOMONTAJE FINAL 03.....	104
FIGURA 85: FOTOMONTAJE FINAL 04.....	104
FIGURA 86: FOTOMONTAJE FINAL 05.....	105
FIGURA 87: FOTOMONTAJE EN WEB INTERNA YANBALNET .....	112
FIGURA 88: CAJA KIT ESTRUCTURA DE TROQUEL ARTE FINAL .....	113

## TEMA

Diseño de sistema de identificación visual, herramientas gráficas de apoyo, material informativo y comunicacional de Facultad Yanbal en Quito Ecuador.

## INTRODUCCIÓN

Con el fin de apoyar con el Diseño Gráfico y la Comunicación Visual, de la cultura organizacional de Yanbal, este proyecto propone por medio de la PUCE y Yanbal Ecuador, apoyar al plan estratégico para diseñar el sistema de identificación visual, herramientas gráficas de apoyo, material informativo y comunicacional de Facultad Yanbal en Quito Ecuador.

Como punto de partida se realizó una investigación para diagnosticar el proceso de capacitaciones organizadas en Yanbal, para saber los requerimientos del comité y del usuario.

Se utilizó una investigación documental/exploratoria, ya que de esta manera se puede definir la factibilidad de la creación del diseño del presente proyecto.

Una vez recolectada la información necesaria con respecto al tema de investigación se procede con la elaboración del diseño del sistema de identificación visual y material complementario de la Facultad Yanbal.

La Facultad Yanbal es un proyecto de formación integral que permite potenciar las habilidades de los colaboradores en diferentes aspectos y prepararlos para los retos que implican sus distintos roles, lo novedoso de este proyecto y que diferencia de las capacitaciones regulares es que también se creará una plataforma virtual de fácil acceso y manejo para quienes serán capacitados.

Este estudio se centró en la motivación intrínseca, pues lo que se quiere es que el personal esté identificado con la empresa u organización, con el fin de que los empleados cumplan con su labor de manera eficaz y voluntaria.

## II. JUSTIFICACIÓN

“El Estado impulsará la formación y capacitación para mejorar el acceso y calidad del empleo y las iniciativas de trabajo autónomo. El Estado velará por el respeto a los derechos laborales de las trabajadoras y trabajadores ecuatorianos en el exterior, y promoverá convenios y acuerdos con otros países para la regularización de tales trabajadores” (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Se desarrolla un Plan General de Capacitación y, según el caso, un Plan de Desarrollo Individual destinado al desarrollo de las competencias específicas, a partir de capacitaciones, asignaciones de desarrollo, liderazgo de proyectos, cine-foros, mentoring o coaching.

El objetivo es disminuir brechas e impulsar perfiles que permitan el crecimiento dentro de la empresa.

Existen varios métodos de capacitación y desarrollo, pero es importante saber que cualquiera de estos puede utilizarse tanto para capacitación como para desarrollo.

Al momento de la selección de una técnica se deben considerar varios factores. Ninguna técnica es ideal, el mejor método depende de:

- La efectividad respecto al costo
- Contenido deseado del programa
- Preferencias y capacidad de las personas que recibirán el curso
- Idoneidad de las instalaciones con que se cuenta
- Principios de aprendizaje a emplear
- Beneficios de la capacitación empresarial

La empresa cuenta con un sistema de Gestión por Competencias enfocado en la estrategia organizacional y en el refuerzo de los conocimientos, habilidades y destrezas que los colaboradores necesitan para desempeñar efectivamente su cargo.

“Facultad Yanbal, es un proyecto de formación integral que permite potenciar las habilidades de los colaboradores en diferentes aspectos y prepararlos para los retos como líderes Yanbal” (YANBAL ECUADOR, 2015).

La presente investigación tiene como finalidad contribuir a Facultad Yanbal, como parte de la estrategia de motivación en sus empleados, de mejora en sus procesos de capacitación y desarrollo de sus colaboradores.

La motivación es el elemento clave para lograr un desempeño laboral positivo, para consolidar la estabilidad emocional y laboral de los individuos, cualquiera que sea la actividad que desempeñen. La motivación laboral hace posible que el clima en la organización sea armonioso, pues todos los empleados trabajan por un bien común, y esto hace que la comunicación fluya

de manera efectiva.

En tal sentido, hay que reconocer, que la motivación laboral depende en gran parte del tipo de actividad que se lleve a cabo, y estas actividades a su vez tienen que satisfacer las necesidades y expectativas de los empleados. Cuando esto se logra casi siempre las personas ofrecen una mejor predisposición frente a sus labores. Es decir, mientras más motivados estén los empleados más identificados están con la organización.

El área de recursos humanos desempeña los siguientes procesos: captar, capacitar, evaluar el desempeño, sostener un clima organizacional sano, retribuir desarrollar al personal, las cuales son de gran valor e importancia.

La motivación es un elemento importante dentro de cualquier actividad. Sin embargo, siendo la motivación esencial dentro de las organizaciones no siempre se encuentra en las mejores condiciones.

Es importante fomentar la motivación y lograr que los empleados se identifiquen con la organización, es por esto que las capacitaciones se convierten en una herramienta que con la mano de un material de apoyo informativo adecuado ayudará a mejorar estos aspectos, así como también logrará articular a los empleados y a la gerencia para trabajar por un bien común.

La cultura organizacional de Yanbal considera la diversidad como una ventaja competitiva para el desarrollo integral, por lo que favorece que grupos diversos de la comunidad aporten al trabajo con actitudes, percepciones, motivaciones y necesidades variadas. Una herramienta destacable es el Plan de Desarrollo Gente Yanbal, consistente en el desarrollo por medio de hábitos, dirigido al fortalecimiento de la cultura organizacional a través de refuerzos de conducta, actividades para el desarrollo de competencias organizacionales o transversales.

La misión, visión y valores de la empresa son transmitidos al personal desde su ingreso, con un importante Plan de Inducción que permite que la persona se sienta parte de la organización y se comprometa tempranamente con los principios corporativos.

De manera personal el proyecto es importante para mi, y mi desarrollo profesional, trabajar en ambitos de aprendizaje desde la comunicación y diseño gráfico siempre han llamado mi atención. Poder contribuir en procesos de aprendizaje, saber que el diseño puede mejorar procesos simples o complejos, son razones que me motivan a realizar este proyecto.

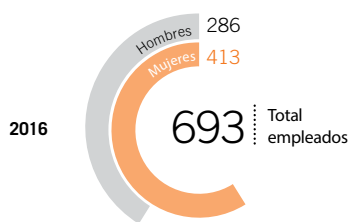
### III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Una vez obtenidos los datos del departamento de Recursos humanos, se puede mencionar que un principal problema ha sido los resultados de las capacitaciones tradicionales que se llevan a cabo año a año, pues estos cada vez son menos favorables para la empresa, convirtiéndose de esta manera en un gasto innecesario en lugar de una inversión. El personal ha perdido el interés en formar parte de las capacitaciones, muchos lo hace por obligación y otros prefieren ocupar su tiempo en producir más para la empresa.

Por este motivo Yanbal crea un nuevo modelo de capacitaciones denominado Facultad Yanbal, el cual es una plataforma digital capacitación virtual, de uso exclusivo de los colaboradores en donde se podrán capacitar de manera más personalizada en condiciones favorables y ambientes preferidos del empleado, pero para lograr que este programa sea acogido por el colaborador de la empresa es necesario diseñar la plataforma digital, el material gráfico de apoyo, material informativo y material comunicacional, lo que ayudará a motivar a todo el personal de formar parte de estas capacitaciones y que se retomen los resultados que se daban años atrás cuando apenas se iniciaba con los procesos de capacitación.

Es en este punto en donde se encuentra la oportunidad para desarrollar el presente proyecto, pues mediante el diseño gráfico se quiere lograr persuadir al personal, incentivar a la empresa para fortalecer sus conocimientos y así llegar al crecimiento en común.

El material debe ser diseñado de tal manera que el personal de Yanbal se sienta identificado y comprometido con este programa, para que forme parte de él y pueda reconocer la importancia del mismo y cómo le ayudará no solo a su mejor desempeño dentro de la empresa sino también a su mejora en ámbitos personales.



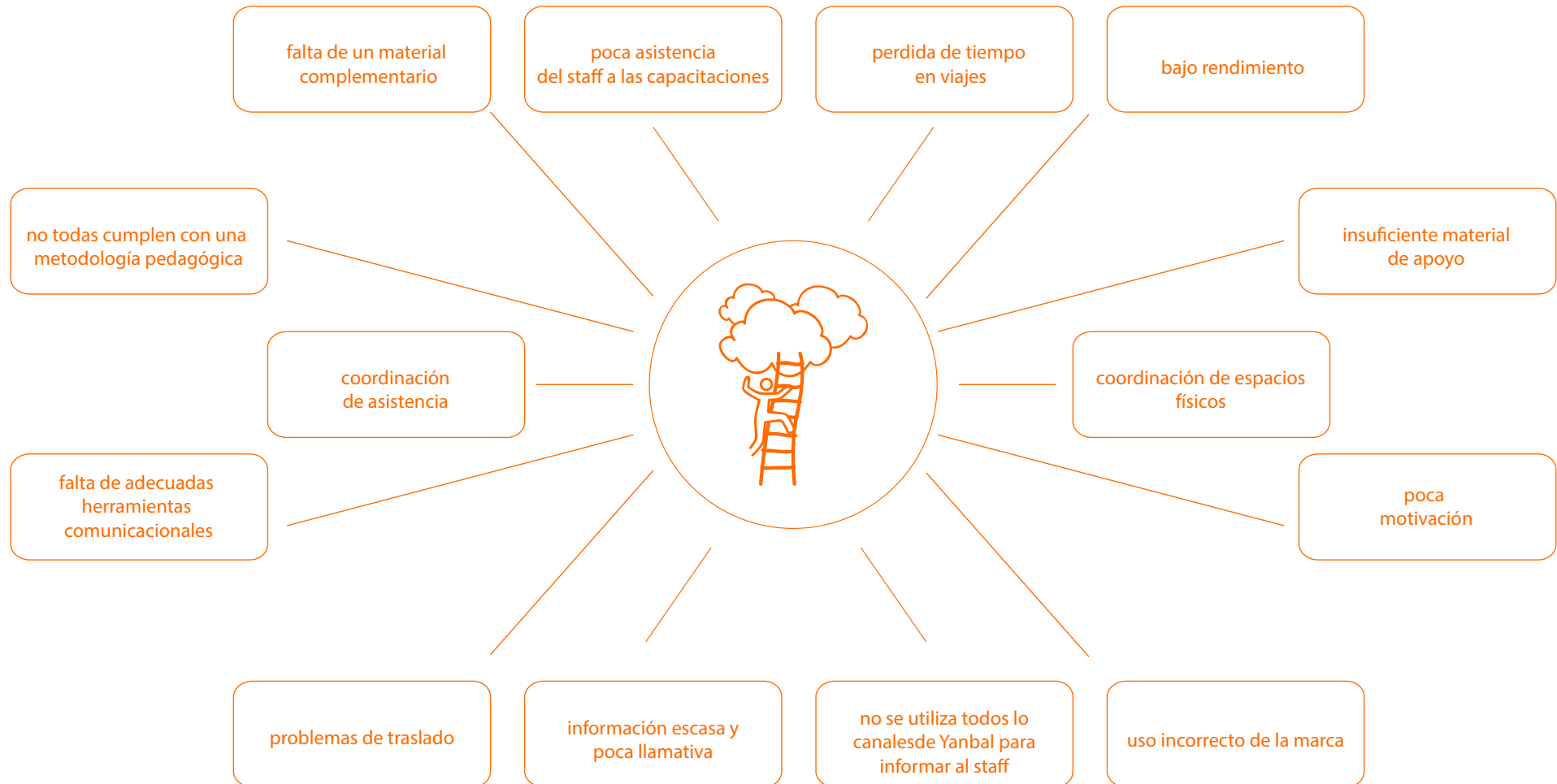
**Asistencia a capacitaciones**



**Cantidad de Capacitaciones**



# Capacitaciones deficientes en Yanbal Ecuador



## **A). FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo puede aportar el diseño gráfico a mejorar el proceso de aprendizaje del personal durante las capacitaciones en Yanbal Ecuador?

## **IV. OBJETIVOS**

### **a) OBJETIVO GENERAL**

- Diseñar material gráfico, educativo e informativo para complementar las capacitaciones organizadas desde Facultad Yanbal para así aportar a la motivación, y desarrollo de los colaboradores dentro de este proyecto.

### **b) OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar el proceso de capacitaciones en Yanbal, definir los requerimientos del comitente y del usuario.
- Diseñar el sistema de identificación visual, herramientas gráficas de apoyo, material informativo y comunicacional del nuevo modelo de capacitación.
- Validar el material gráfico del proyecto del nuevo modelo de capacitación de Yanbal con profesionales del área y grupo objetivo.

Hipótesis		Variables	Indicadores	Metodología/técnicas	
Problema / Premisa	condicional	Respuestas / Causas	...existe una variación de:	Evidencias / Medibles: ¿A través de qué elementos, signos, síntomas, ítems... se identifica la presencia de cierta variable en la realidad?	Marco metodológico
CAPACITACIONES DEFICIENTES EN YANBAL ECUADOR		C1. Métodos pedagógicos en las capacitaciones	V1. Modelo de Capacitación Yanbal	I1. ¿Cuál es el Modelo de negocio de Yanbal?	T1.Encuesta – Observación
				I2 Las capacitaciones se cumplen con los principios de aprendizaje	
		C2. Herramientas comunicacionales	V2. Canales de comunicación	I3 Proyecto Facultad Yanbal	T3. Encuesta
				I1. ¿El material promocional de las capacitaciones es llamativo?	T1. Encuesta
				I2. ¿Existe suficiente material de apoyo en las capacitaciones?	T2. encuesta, entrevista
		C3 Motivación laboral	V3. Actividades motivacionales	I3. ¿Qué tipo de información se difunde?	T.3 Encuesta
				I1. ¿Se siente motivado en el área que labora?	T1.Encuesta – Observación
				¿Qué actividades le ofrece su empresa que le da un sentimiento de pertenencia?	T2.Encuesta – Observación

## V. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

### CLIMA LABORAL Y LA MOTIVACIÓN

El clima organizacional es parte de la motivación, ya que busca proporcionar satisfacción a los trabajadores, en cuanto a las necesidades personales.

Antes de entrar al tema de motivación laboral, se debe tomar en cuenta el concepto de motivación únicamente. La motivación “se trata de un componente psicológico que orienta, mantiene y determina la conducta de una persona, la palabra motivación nace del latín *motivus* (movimiento) y el sufijo *-ción* (acción, efecto). “Motivación” (s/f.). En Significados.com. Disponible en: <https://www.significados.com/motivacion/> [Consultado: 3 de noviembre de 2016, 13:50 pm].

La motivación no es igual para todos los seres humanos. Sin embargo, en cuestión laboral existen puntos que comparten los empleados y que se pueden usar para la motivación del personal.

En psicología se distinguen dos tipos de motivación en función de donde procede el estudio, la motivación intrínseca y la motivación extrínseca.

“La motivación intrínseca se puede definir como aquella que procede del propio sujeto, que está bajo su control y tiene capacidad para auto reforzarse. Se asume que cuando se disfruta ejecutando una tarea se induce una motivación intrínseca positiva. Es más, aquellas emociones positivas que no están directamente relacionadas con el contenido de la tarea también pueden ejercer una influencia positiva en la motivación intrínseca.” (LIC. PCS. PEDRO F. INFANTE SANJINEZ, TEORIAS DE LA MOTIVACIÓN, p.1, 2012).

Para entender mejor esta explicación se presenta la siguiente figura.

	<b>MOTIVACIÓN INTRÍNSECA</b>	<b>MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA</b>
<b>ORIGEN</b>	<b>Necesidades psicológicas</b> <i>(autonomía, competencia, afinidad)</i>	<b>Incentivos y consecuencias ambientales</b> <i>(contingentes a la conducta)</i>
<b>FUENTE</b>	<b>Satisfacción inherente a la realización de la actividad</b>	<b>Consecuencias independientes de la actividad</b>
<b>CONDUCTA</b>	<b>Espontánea, por propio interés</b>	<b>Razón instrumental</b>
<b>RESULTADO</b>	1. Mayor bienestar psicológico. 2. Mayor persistencia, creatividad, comprensión conceptual, aprendizaje de alta calidad	<b>Efecto del incentivo o consecuencia</b>

FIGURA 1. DIFERENCIAS ENTRE LAS MOTIVACIONES INTRÍNSECAS Y EXTRÍNSECAS  
FUENTE: DR. MANUEL CARRASCO (2013).

En este estudio se centrará en la motivación intrínseca, pues lo que se quiere es que como se menciona en un subtítulo anterior el personal este identificado con la empresa u organización, con el fin de que los empleados cumplan con su labor de manera eficaz y voluntaria trabajando por un bien común.

## **CULTURA CORPORATIVA.**

Consiste en la creencia y la filosofía de la organización acerca de cómo se deben llevar a cabo sus asuntos. Así mismo expresa un modo de vida, un sistema de creencias, expectativas y valores, una forma particular de interacción y de relación de determinada organización.

Los siguientes pasos se usan a menudo como guía para dirigir una cultura empresarial:

- Identificar que tipo de cultura se requiere en la organización.
- Determinar si ya existe una cultura y establecerla.
- Identificar si existe alguna deficiencia en la cultura.
- Describir los métodos para solucionar la ineficiencia de esta.
- Ejecutar las alternativas escogidas.
- Repetir este proceso con regularidad.

Deal y Kennedy (2005) afirman: “que los valores comunes de la organización forman el núcleo de la cultura, por ello la organización debe trabajar sobre estos valores comunes.” (p. 1).

## **LAS CAPACITACIONES**

Dentro de una empresa las capacitaciones son importantes ya que aportan al desarrollo del personal, lo que ayuda a mejorar la actitud, el trabajo en equipo, destreza o comportamiento de su personal.

“La capacitación debe tratar de experiencias de aprendizaje hacia lo positivo y benéfico así como completarlas y reforzarlas con actividades para que los individuos en todos los niveles de la empresa puedan adquirir conocimientos con mayor rapidez y desarrollar aquellas actitudes y habilidades que los beneficiaran así mismos y a la empresa” (Chiavenato, 2001, p. 547).

“Para Yanbal, los colaboradores conforman el pilar más importante para el cumplimiento de metas y objetivos, por lo que la compañía enfoca diversas iniciativas y esfuerzos en pro de su bienestar, crecimiento y satisfacción, en todas las localidades y centros operativos.” (Memoria Yanbal, 2012-2013, p.28)

Una vez realizado el diagnóstico de necesidades de capacitación, se procede a realizar un programa enfocado al desarrollo de las competencias específicas, competencias técnicas y necesidades generales de los colaboradores para el desarrollo de las capacitaciones.

Los colaboradores que participan de las capacitaciones, sienten que están comprometidos con la empresa, buscan mejorar las competencias y aplicarlas a su área de trabajo.

Los beneficios empresariales que se generan de las capacitaciones son:

- Refuerzo de conocimientos y habilidades
- Desarrollo de destrezas, nuevos conocimientos
- Mejorar la productividad de los empleados
- Mejora el clima organizacional
- Aumenta el bienestar de los empleados
- El crecimiento dentro de la compañía

## PRINCIPIO DE APRENDIZAJE

Los principios de aprendizaje son postulados primarios e iniciales que sirven para orientar el proceso hacia un final eficaz. No son fijos, ni tampoco taxativos e inmutables sino que se descubren en la práctica cotidiana, y son susceptibles de revisión. Así los principios que orientaron la enseñanza tradicional fundada en el docente no son los mismos que los actuales, centrados en el alumno. Entre algunos principios que guían la enseñanza actual se puede mencionar (Fingerharter, 2011, p. 1)

**Principio de la individualidad:** reconociendo a cada alumno como integrante de un grupo, pero fundamentalmente con características personales y aptitudes singulares, que conviene identificar para ayudarlo a superar sus dificultades y para estimularlo en sus fortalezas.

**Principio de la fundamentación:** Cada objeto a enseñar debe ser expuesto en cuanto a la finalidad que se aspira obtener a partir de su aprehensión.

**Principio de motivación:** Tratar de captar la atención del educando con material atractivo, aplicaciones prácticas, tomando en cuenta sus intereses y necesidades.

**Principio de graduación:** Debe adecuarse la enseñanza a la edad de los educandos y a sus conocimientos previos.

**Principio de participación:** el estudiante debe ser el protagonista del proceso de aprendizaje, investigando, escuchando activamente, criticando y argumentando.

**Principio de relación entre la teoría y la práctica:** tanto una como otra son absolutamente necesarias, ya que la teoría sin la práctica no se vivencia, y la práctica sin teoría es un salto al vacío.

**Principio de retroalimentación:** Los alumnos deben conocer sus dificultades y sus logros, para poder actuar sobre ellos. La devolución de los exámenes y tareas es muy provechoso en este sentido, tanto para el alumno como para el docente.

**Principio del autoconocimiento:** Esto es lo que se conoce como metacognición. El buen alumno es el que sabe lo que ya aprendió y lo que le falta por aprender. El mal alumno culpa de sus fracasos escolares a factores externos a él, como la mala suerte.

**Principio de la transferencia:** todo aprendizaje es susceptible de aplicarse a otras situaciones o aprendizajes.

**Principio del resultado:** Los resultados satisfactorios estimulan al estudiante, es por eso que resulta conveniente comenzar con tareas fáciles que les permiten adquirir confianza, para luego, progresivamente, elevar la complejidad de las tareas. (Fingermar, 2011, p. 1)

Los principios de aprendizaje son importantes para aplicarlos en la metodología de las capacitaciones, estos principios son los que más se alinean al nuevo modelo de capacitaciones. Aplicarlos a la nueva plataforma de aprendizaje, ayudará a que los alumnos generen mejores experiencias, es una guía para la nueva herramienta de capacitación.

## **VI. HIPÓTESIS**

El diseño de un sistema de identificación visual, herramientas gráficas de apoyo, material informativo y comunicacional de la Facultad Yanbal, permitirá comprometer a los colaboradores de Yanbal Ecuador con los procesos de capacitación, motivándolos a participar en ellas trayendo beneficios de crecimiento personal para los colaboradores e institucionales para la empresa tanto a nivel nacional como internacional.

## IX. MARCO METODOLÓGICO

### 1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación del proyecto es necesario utilizar la metodología investigativa que nos ayuda a tener una información organizada y sistematizada a través de diferentes técnicas o métodos que se emplean en el proceso.

Se ha visto la necesidad de diagnosticar el problema y definir las necesidades del comitente y del usuario, utilizar una investigación documental/exploratoria y, pues con estos tipos de investigación se pretende definir la factibilidad de la creación del diseño del presente proyecto.

TÉCNICA	OBJETIVO	MUESTRA	INSTRUMENTO
Investigación documental	Recabar toda la información necesaria para fundamentar la realización del presente trabajo		Fichas bibliográficas-fichas hemerográficas
Observación	Evidenciar las deficiencias durante el proceso de capacitación y constatar el material informativo y de apoyo que se utiliza durante este proceso	Colaboradores dentro del proceso de capacitación	Ficha de observación y registro descriptivo
Encuesta	Reconocer por qué existe un bajo interés por las capacitaciones de parte de los colaboradores, y por ende la razón de los resultados negativos de las mismas	Staff Yanbal 70 personas	Cuestionario
Entrevista	Evidenciar cuáles son las falencias en el momento de organizar las capacitaciones, por lo que los resultados son negativos.	Líder de Interés María Sol Paladines Gerente de Recursos Humanos	Cuestionario

FIGURA 2. METODOLOGÍA INVESTIGATIVA

FUENTE: EL AUTOR

### INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

La revisión bibliográfica y documental constituye uno de los principales pilares en los que se sustenta la investigación educativa. La elaboración del marco teórico a partir de la revisión documental resulta imprescindible, ya que, fundamentalmente nos permite delimitar con mayor precisión nuestro objeto de estudio y constatar el estado de la cuestión, evitando así volver a descubrir la rueda, es decir, evitar resolver un problema que ya ha sido resuelto con anterioridad por otros investigadores. (Rodríguez y Valldeoriola, 2007, p. 18)

## LA OBSERVACIÓN

Como ya se ha comentado, las principales herramientas del investigador en metodología cualitativa son la observación participante, la entrevista y el análisis de textos y documentación (personal y oficial). No obstante, la principal herramienta de algunas de las metodologías aquí expuestas (por ejemplo, la investigación etnográfica y la investigación-acción) es el propio investigador. (Rodríguez y Valldeoriola, 2007, p. 18)

## ENCUESTAS

Para Grasso (2006), la encuesta permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas. (p. 13).

Desde tiempos ancestrales el ser humano ha recogido informaciones de toda índole sobre las actitudes, opiniones, costumbres e incidencias puntuales en un territorio dado. Hoy en día, la encuesta se ha convertido en una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales. Las organizaciones contemporáneas políticas, económicas y sociales, utilizan esta técnica como un instrumento indispensable para conocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos. De todas las técnicas de análisis social, la encuesta es la más representativa, debido a su intenso uso y difusión. (Kuznik, Hurtado Albir y Espinal Berenguer, 2010, p. 317)

## ENTREVISTAS

La entrevista, desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. Por razones obvias sólo se emplea, salvo raras excepciones, en las ciencias humanas. (Sabino, 1992, p. 121).

Para conocer la realidad de la empresa dentro del proceso de capacitaciones, se realizará una entrevista estructurada, con lo que se evidenciará el entorno actual del proceso de capacitación.

Se analizarán los datos arrojados de la investigación, para proceder a elaborar un informe, con lo que se obtendrá información de interés para el desarrollo del proyecto.

## 2. METODOLOGÍA DEL DISEÑO

Recolectada la información necesaria con respecto al tema de investigación se puede proceder a la elaboración del diseño del sistema de identificación visual y material complementario de la Facultad Yanbal, para lo cual se ha elaborado el siguiente esquema, para identificar cada fase y el método de diseño a utilizarse.

Joan Costa afirma que:

“Si diseñar implica supeditar la creación de formas a un propósito, el propósito del diseño es siempre responder a una necesidad del hombre. Su verdadera dimensión y su rol social los adquiere al dar una respuesta formal a una función, es decir al modo de acción en virtud del cual un objeto cumple la finalidad por la cual ha sido creado” (Costa J. ,2007,p.47)

Por lo tanto se infiere que el proceso de diseño debe comprender tres etapas fundamentales: la analítica, la creativa y la ejecución.

### **Etapas analítica:**

Una vez recolectada toda la información necesaria, tanto en medios bibliográficos como por medio de la documentación fotográfica, se realizará un análisis sobre todo lo obtenido, para tomar en cuenta lo estrictamente necesario para poder proceder a la siguiente etapa.

### **Etapas creativa:**

- Brainstorming del concepto
- Conceptualización
- Bocetos

### **Etapas de ejecución FASE I**

- Estilo de la nueva propuesta y del logo
- Definición de la cromática
- Tipografía
- Material y soporte
- Aplicación de piezas gráficas

### **Etapas de ejecución FASE II**

- Estilo de la nueva propuesta de material de apoyo
- Definición de la paleta cromática
- Definición del estilo de imagen que se aplicarán en las diferentes piezas
- Evaluación de materiales y forma
- Estilo de línea gráfica para pantallas
- Tipografía
- Medidas

### Etapa de ejecución FASE III

- Estilo de la nueva propuesta de la plataforma Digital
- Definición de la paleta cromática
- Definición del estilo de fotografías que se aplicarán en las diferentes piezas
- Medidas recomendadas
- Artes finales

## 3. UNIVERSO O MUESTRA

Las personas a quienes va dirigido el proyecto y conformarán este estudio es un total de 100, lo que constituye el universo, para definir la muestra se hará la aplicación de la siguiente fórmula se utiliza cuando el universo es limitado, con los siguientes elementos (Münch & Ángeles, 2009):

Z	=	Nivel de confianza
N	=	Tamaño de la Población
p	=	Probabilidad de éxito
q	=	Probabilidad de fracaso
e	=	Nivel de Error

Para la determinación de la muestra la fórmula es:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(Z^2 * p * q) + (N * e^2)}$$

Aplicando al estudio tenemos:

Z	=	1,65 (confianza del 90%)	
N	=	100	
p	=	0,5	
q	=	0,5	
e	=	0,1 (error muestra del 5%)	
n =		$1,65 * 0,5 * 0,5 * 100$	=70
		$(1,65 * 0,5 * 0,5) + (100 * 0,1^2)$	

Por tanto, la muestra para el presente estudio estuvo constituida por 69,49 de esta manera la encuesta será aplicada a 70 personas.

## **X. SÍNTESIS DEL CONTENIDO DE LOS CAPÍTULOS**

### **CAPÍTULO 1**

Se analiza el tema de capacitaciones en el departamento de recursos humanos de Yanbal Ecuador, el problema radica en los resultados actuales que se está obteniendo con las capacitaciones tradicionales que se llevan a cabo año a año, pues estos cada vez son menos favorables para la empresa, convirtiéndose de esta manera en un gasto innecesario en lugar de una inversión. El personal ha perdido el interés en formar parte de las capacitaciones, muchos lo hace por obligación y otros prefieren ocupar su tiempo en producir más para la empresa. Se obtiene un panorama del problema central a resolver.

El capítulo uno finaliza con la información necesaria para plantear la solución en el tema de capacitaciones y saber cuales son los requisitos de diseño que se requieren, mismos que se plantean en la siguiente parte del documento.

### **CAPÍTULO 2**

En el capítulo dos se presenta la propuesta de diseño, en base a los requisitos técnicos y de diseño del usuario. A partir de ello se plantea toda la propuesta de diseño.

En este capítulo se evidencia la necesidad del usuario partiendo desde la fase conceptual de diseño, la línea gráfica, la marca, el manual de uso de la marca, el diseño de navegación, diseño de las pantallas del sistema de capacitación y las comunicaciones.

### **CAPÍTULO 3**

En este capítulo se presentan los resultados de toda la investigación y el proceso de diseño, los artes finales, los prototipos del kit y de la plataforma de aprendizaje.

Esta sección termina con los costos aproximados del desarrollo de este proyecto, a nivel de diseño y producción de prototipos.

C A P Í T U L O

1

# 1.1 MODELO DE CAPACITACIÓN YANBAL

## 1.1.1 CUÁL ES EL MODELO DE NEGOCIO DE YANBAL

Yanbal fue fundada en Perú el año de 1967 por Fernando Belmont quien tuvo la visión de crear una empresa de venta de cosméticos, en donde el motor fuera la mujer latinoamericana.

“En el Ecuador, la empresa inició sus operaciones en 1978, bajo la figura legal de una sociedad anónima. Actualmente, cuenta con una oficina administrativa y una planta de producción ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, además de un centro de distribución, cuatro bodegas de reparto, trece oficinas de servicios y entrenamiento a lo largo del territorio nacional: en Guayaquil, Cuenca, Manta, Santo Domingo de los Tsáchilas, Machala, Loja, Ambato, Esmeraldas, Quevedo y Quito (Naciones Unidas y Quitumbe)” (YANBAL ECUADOR S.A, 2014).

“El principal producto de esta empresa es la oportunidad, esto consiste en un programa que ofrece desarrollo integral, personal y económico, e incluye incentivos en dinero y especie, descuentos en compras, premios, entrenamiento y reconocimientos, que se entregan a aquellas personas (especialmente mujeres) que alcanzan diferentes metas a lo largo de la denominada Escalera del Éxito” (YANBAL ECUADOR S.A, 2014).

Dicha oportunidad es canalizada por medio de un sistema de venta directa multinivel de los más de 1.300 productos de belleza que ofrece Yanbal.

En la siguiente figura se puede apreciar la diversidad de productos que ofrece la empresa:

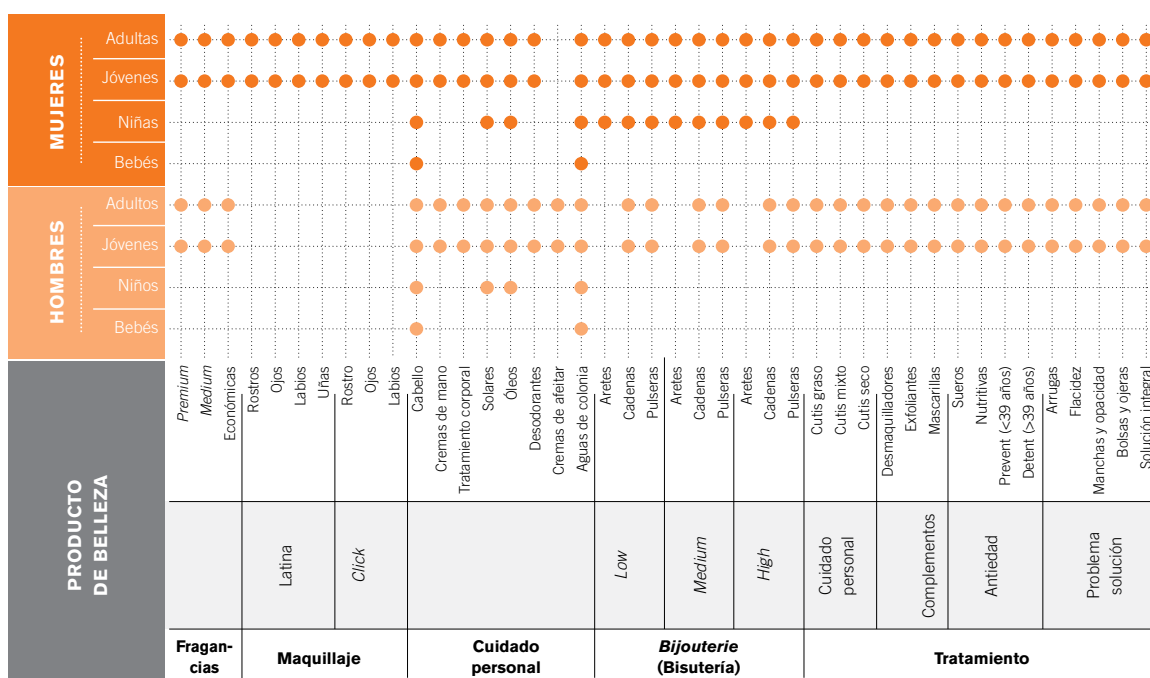
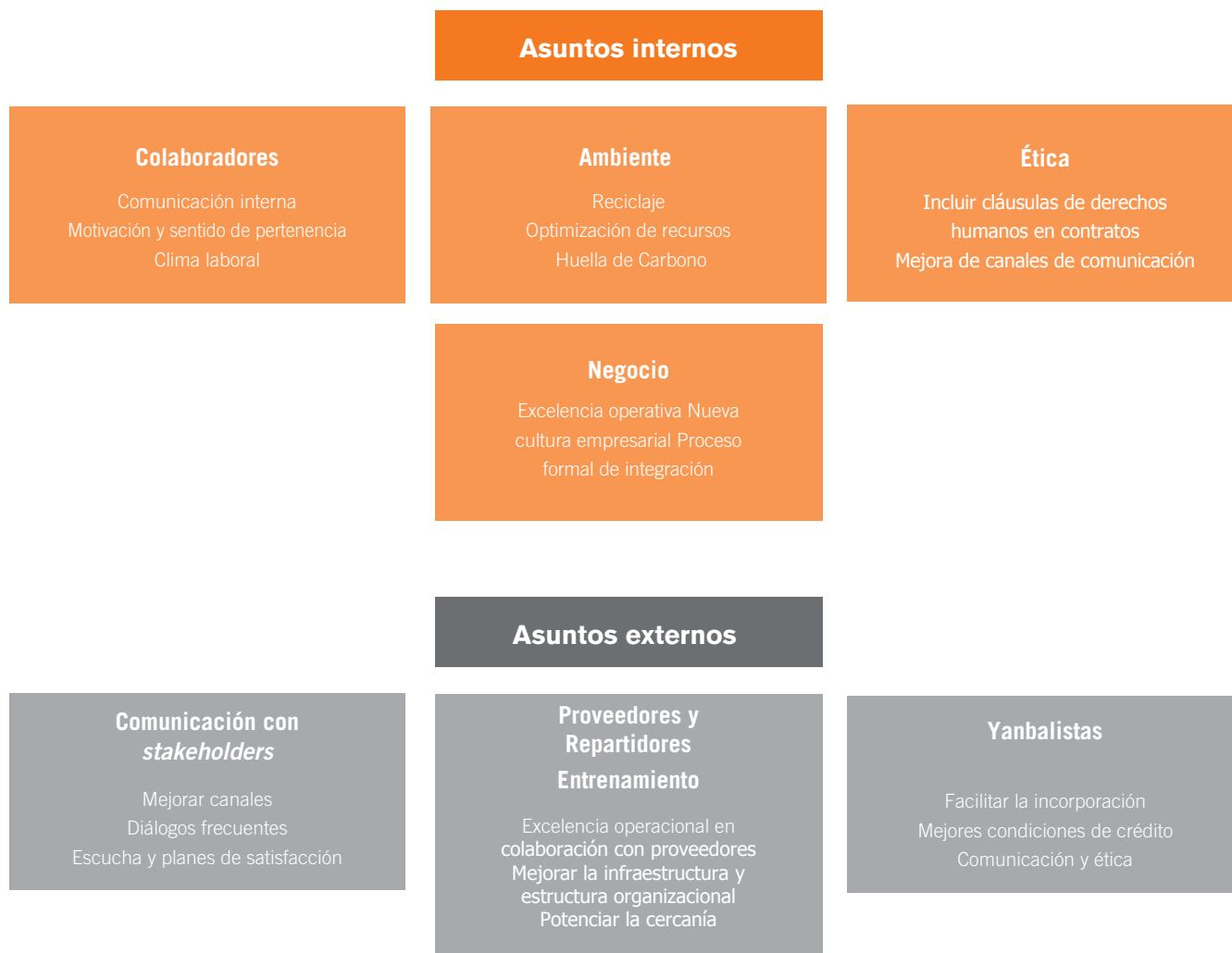


FIGURA 3. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS YANBAL

FUENTE: (YANBAL ECUADOR S.A, 2014)

Desde los distintos comités Yanbal gestiona las oportunidades, impactos y riesgos potenciales que, entre otros, se han avizorado en los siguientes ámbitos, a nivel económico, ambiental y social, generando diversas acciones para modularlos:



**FIGURA 4. ACCIONES DE MODULACIÓN**  
FUENTE: (YANBAL ECUADOR S.A, 2014)

En esta empresa se ha evidenciado el interés por ser una organización fuerte frente a la competencia, para lo cual es importante el desarrollo y mejora de sus sistemas de comunicación, de esto dependerá la actuación y función de la comunicación, esta puede mejorar o empeorar, todo depende de la información que reciban los clientes internos y externos de parte de la empresa y de los canales que ésta posee.

“Yanbal fomenta una comunicación constante con sus grupos de interés, pues valora el mantenimiento de buenas relaciones interpersonales e intenta escuchar sus expectativas, para tomarlas en cuenta en el diseño de planes de mejora y la potenciación de la sostenibilidad del negocio” (YANBAL ECUADOR S.A, 2014).

La compañía estableció mecanismos constantes para transmitir información crítica a los distintos públicos, tanto internos como externos.

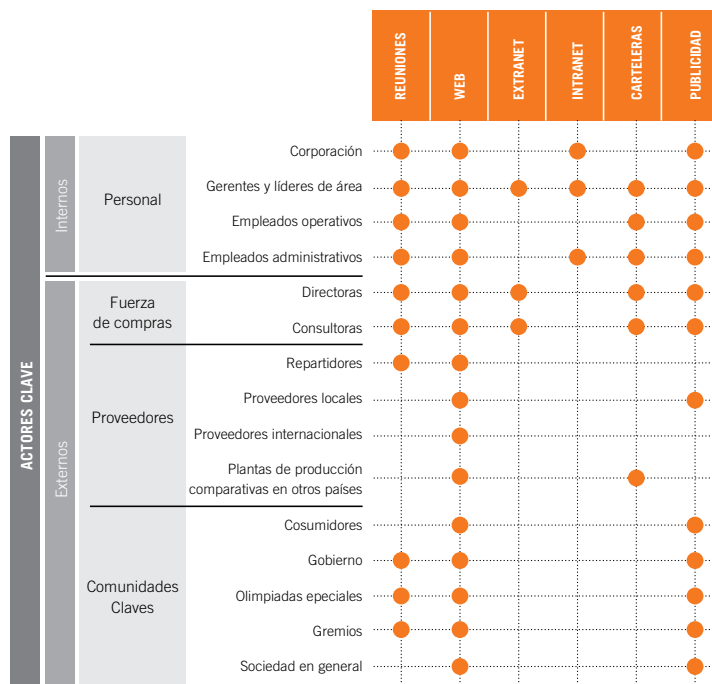


FIGURA 5. MECANISMOS DE TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN

FUENTE: (YANBAL ECUADOR S.A, 2014)

“Además de estos canales de comunicación fijos, se estableció la necesidad estratégica de desarrollar diálogos con los grupos de interés, con el objetivo de alimentar una matriz de materialidad, dichos diálogos han servido para evidenciar la necesidad de implementar procesos de capacitación y más actividades para incentivar a los trabajadores de Yanbal y mejorar su desempeño laboral” (YANBAL ECUADOR, 2015).

### MATERIAL DE APOYO EN LAS CAPACITACIONES

Quienes son capacitados manifiestan que se debería buscar que el material que usan tanto los capacitadores como capacitados sea en cierta manera más interactivo y que contenga la información exclusiva y necesaria para cada colaborador según su área de trabajo. Una vez concluido el tiempo de capacitación lo único que recibe el capacitado es un certificado de constancia de haber participado en las capacitaciones, y los trabajadores piden reconocimientos mayores como premios económicos o similares.

La misma información con el mismo nivel de importancia, debido a que lo que es importante para uno, para otro puede ser irrelevante (Anexo 2).

Al realizar la observación general de una capacitación, que los mismos colaboradores lo manifestaron en las encuestas como son principalmente la falta de un material complementario para cada tema tratado en la capacitación, y que sea suficiente para todos los colaboradores, por otro lado los apoyos visuales usados por los capacitadores eran repetitivas la mayoría de ellos contenían textos en exceso, impidiendo que las personas que son capacitadas logren tener una conexión adecuada con el tema tratado, convirtiendo a la capacitación en poco productiva, todos los asistentes que van a ser capacitados deben llevar su propio material para tomar nota de lo que consideren importante, siendo este un gran limitante, pues no todos poseerán

## 1.1.2 LAS CAPACITACIONES CUMPLEN CON LOS PRINCIPIOS DE APRENDIZAJE

En la empresa Yanbal, el proceso de capacitación se lo lleva a cabo de la siguiente manera: El departamento de Recursos Humanos realiza el comunicado de las capacitaciones por mailing, los colaboradores se inscriben en la capacitación con un correo a Recursos Humanos, la capacitaciones son presenciales, toman de 2 a 4 horas dependiendo de las mismas, se realizan en los salones de reuniones de Yanbal, El capacitador es la persona que lleva los materiales para la capacitación.

Es así que Yanbal ha desarrollado planes de mejora y capacitación los cuales están dirigidos al personal, sin distinción alguna, el departamento encargado de fomentar la integración cotidiana, así como en eventos, capacitaciones y eventos deportivos, sin restricción ni discriminación de ningún tipo en la empresa es el departamento de “Recursos Humanos quienes conjuntamente con la Gerencia promueven el trato igualitario para todos quienes laboran y son parte de la empresa” (YANBAL ECUADOR S.A, 2014).

Durante varios años Yanbal ha manejado un proceso de capacitación constante con sus colaboradores, “la empresa realiza una vez al año un diagnóstico de necesidades de capacitación (DNC) el cual consiste en realizar una evaluación de capacidades a tres trabajadores de cada área, los cuales son elegidos al azar, una vez realizada dichas evaluaciones, se procede a efectuar una reunión con los jefes de área y la directora de recursos humanos para revisar las evaluaciones y tomar acciones frente a ellas, por lo tanto el DNC sirve para identificar las necesidades de capacitación de todas las áreas de la organización, y gestionar la capacitación de todo el personal enfocada en desarrollar sus competencias específicas, competencias técnicas, y necesidades generales y particulares” (YANBAL ECUADOR S.A, 2014).

Una vez teniendo los resultados del diagnóstico se llevaban a cabo las capacitaciones, las cuales solo se realizan una vez por año, con el pasar de los años estas capacitaciones fueron perdiendo su fuerza debido a que se las encontraba repetitivas sin dar los resultados esperados, o al menos no los resultados positivos que se evidenciaban años anteriores, así lo corrobora en la entrevista realizada la Gerente de Recursos Humanos, pues manifiesta que al principio cuando se inició con las capacitaciones se notaba el interés de los colaboradores por asistir y una vez terminada esta capacitación se notaba un rendimiento excelente en sus funciones (Ver anexo 2).

Sin embargo con el pasar de los años estas capacitaciones ya no tenían nada nuevo que ofrecer a más de los temas de capacitación que es lo único que diferenciaba la capacitación con la del año anterior, por lo que los colaboradores solo asistían por obligación ya no se mostraba el interés por el mismo, por lo tanto el rendimiento no tenía mejora alguna (Ver Anexo 2).

Por este motivo las capacitaciones en lugar de beneficiar a la empresa empezaron a afectar pues pasaron de ser una inversión a un gasto prácticamente innecesario. (Ver anexo 2)

En el diagnóstico de necesidades de capacitación (DNC) del año 2014, arroja resultados bajos en cuanto a los niveles de compromiso de los colaboradores de la empresa Yanbal, del 100% de las personas que fueron capacitadas en el último año apenas un 41% evidenció un crecimiento a nivel personal y profesional, reflejando mejoras en los diferentes departamentos en los que se desenvuelven, e incluso logrando ascensos en sus puestos de trabajo.

Al obtener estos indicadores, se evidenció la necesidad de investigar la razón por la que los colaboradores hayan perdido interés en las capacitaciones y los resultados ya no sean los mismos, por lo tanto se procedió a realizar una entrevista con la Gerente de Recursos Humanos de Yanbal, otra entrevista con un representante de los colaboradores de la empresa, una encuesta a 70 colaboradores y finalmente también acudir a una capacitación para realizar una observación abierta no participativa, para evidenciar personalmente la información recogida tanto en las encuestas como en las entrevistas, los resultados de estas entrevistas y encuestas se los puede apreciar en el Anexo 1.

A nivel general, tanto con las encuestas y las entrevistas se pudo evidenciar que existe problemas en cuanto al tiempo de los diferentes colaboradores, así lo manifestó la Directora de los recursos humanos en la entrevista pues indicó que las capacitaciones se las realiza no solo en la sede en Naciones Unidas, hay personal de provincia que debe trasladarse al ciudad donde se realizará la capacitación, para partir de este lugar en grupo, entonces el día seleccionado no se labora con el grupo que va a ser capacitado y se pierde horas en un día de producción, y retrasan el trabajo, pues en varios casos un departamento depende del otro para poder cumplir con sus obligaciones.

Ya durante las capacitaciones según se pudo observar, el número de personas capacitadas sobrepasa los 30 por lo que es difícil hacerlo más participativo lo cual hace menos llevadero el tiempo de las capacitaciones así llevando al aburrimiento y desinterés de los participantes En la entrevista a la directora, manifestó que también se ha evidenciado una inversión excesiva en cuanto a los viajes y a los capacitadores, y la falta de un repositorio que contenga la información necesaria con tiempo anticipado sobre los temas a tratar en las capacitaciones que sirvan de material de apoyo para las personas que conforman el staff.

Cada una de estas afirmaciones pueden dar cuenta claramente de que en las capacitaciones actuales manejadas por Yanbal debido al desconocimiento de la importancia de los principios de aprendizaje, estos no fueron aplicados lo que provocó la falta de buenos resultados en las capacitaciones.

Un punto fundamental y que sirve de apoyo para el cumplimiento de los principios de aprendizaje en una capacitación son los materiales que se usan para el desarrollo del mismo, en las capacitaciones de Yanbal existe también una gran deficiencia en el uso del material comunicacional, informativo y de apoyo para las capacitaciones por ello dicha falta de aplicación de los principios de aprendizaje, en el siguiente apartado se puede observar la falta del material para las capacitaciones y su repercusión en los resultados de quienes son capacitados.

Al evidenciar este problema Yanbal decide implementar un sistema de capacitación completamente moderno denominado Facultad Yanbal como un proceso para potenciar las habilidades de los colaboradores.

### **1.1.3 PROYECTO FACULTAD YANBAL**

La Facultad Yanbal es un proyecto de formación integral que permite potenciar las habilidades de los colaboradores en diferentes aspectos y prepararlos para los retos que implican sus distintos roles, lo novedoso de este proyecto y que diferencia de las capacitaciones regulares es que también se creará una plataforma virtual de fácil acceso y manejo para quienes serán capacitados

“Facultad Yanbal se centrará en el impacto de las actividades y reputación, se analizará dos grupos” (YANBAL ECUADOR, 2015):

- Comunicación y sus canales
- Formación de colaboradores (desarrollo, apoyo, calificación de desempeño)

“Uno de los propósitos es comunicar sobre Facultad Yanbal a todos los clientes internos de la empresa a través de los medios de comunicación interna: Yanbalnet, himno y mailing “(YANBAL ECUADOR, 2015).

## **1.2. HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES**

Es importante manejar dentro de la empresa una comunicación visual persuasiva, ésta comunicación hace referencia a todo aquello que se puede ver y que transmite alguna clase de contenido o mensaje, bien sea este intencional o simplemente implícito en el objeto o imagen que se visualiza. La comunicación visual es importante pues es la transmisión de un mensaje claro mediante cualquier medio visual, sustentado en diseño gráfico crítico y basado en un estudio metodológico enfocado a un objetivo específico. Estos medios visuales pueden

ir desde una tarjeta comercial hasta una gran campaña de difusión, pasando por videos, escenografías, vallas, camisetas, cultura corporativa, y más.

El diseño gráfico es una herramienta muy importante en cualquier organización. El diseño gráfico comunica interna o externamente de manera estética, clara y precisa un mensaje específico con el mínimo de desviación de la información.

Para mantener una buena comunicación dentro de la empresa, es esencial saber elegir los canales adecuados y desarrollarlos de manera eficaz.

Existen diversos canales de comunicación que las empresas pueden utilizar. Cabe señalar que estos pueden ser de dos tipos: formales e informales. Los primeros sirven para transmitir la información oficial (comunicados, órdenes, memorandos, etc.), mientras que los segundos se componen de las conversaciones y rumores. Si bien los canales formales permiten llevar un control más eficaz del flujo de la información, no permiten pronosticar por sí solos el comportamiento colectivo dentro de la organización.

### **1.2.1. CANALES DE COMUNICACIÓN**

En Yanbal Ecuador se manejan tres líneas de comunicación, dos en comunicación externa dirigido a la fuerza de ventas y al cliente final, y la comunicación interna que va dirigido al staff y a sus colaboradores. La empresa cuenta con medios oficiales de comunicación interna que son tres, Yanbalnet, himnos y mailing.

### **1.2.2. MATERIAL PROMOCIONAL EN LAS CAPACITACIONES**

Al hablar de material promocional, se hace referencia a una amplia gama de productos que tienen por finalidad hacer publicidad de una marca, una empresa o un producto. En el caso particular del proyecto lo que se busca es promocionar la Facultad Yanbal. Dentro de la categoría de material promocional ingresan todas las piezas de diseño gráfico impreso que, entre ellas se puede mencionar por ejemplo: Brochures, flyers, folletos, dípticos, trípticos, cartelería, banners, gigantografías, piezas de marketing directo, etc.

Con la observación realizada en una capacitación de Yanbal y con las encuesta realizadas se pudo evidenciar que el desinterés por parte de los colaboradores para acudir a las capacitaciones se debe a que, como ellos mismo señalan en las encuestas (observar Anexo 2), no contaban con un tipo de material informativo suficiente sobre la capacitación, la cual los prepare para las mismas, manifiestan también que debería existir una manera más llamativa que persuada a los colaboradores a asistir a la misma, que las notificaciones se las realiza de manera muy simple mediante un correo electrónico y con tan solo dos días de anticipación.

Do	Do
<p><b>¿Con qué medios llegamos al Staff?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Yanbalnet.</li> <li>+ Himno.</li> <li>+ Eventos.</li> <li>+ Tarjetas y cartas de fidelización.</li> </ul>	<p><b>¿Qué queremos comunicarle al Staff?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Que somos una empresa que ofrece oportunidades a sus Colaboradores para mejorar cómo se ven y cómo se sienten, elevando su nivel de vida y capacitándolos.</li> <li>+ Que somos una empresa que más allá de vender productos, cambia vidas.</li> <li>+ Que trabajamos para ofrecer productos y experiencias que reflejen la calidad de clase mundial en todo lo que hacemos.</li> <li>+ Que nos comunicamos de forma simple y cercana.</li> <li>+ Que actuamos con responsabilidad con el medioambiente y la sociedad.</li> </ul>

**FIGURA 6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA**  
FUENTE: (YANBAL ECUADOR S.A, 2015)

### 1.2.3. ¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN SE DIFUNDE?

Estimados Compañeros

Por medio del presente, hacemos extensiva una cordial invitación a participar de la capacitación “Facturación Electrónica de Comisiones Directoras”, la misma que estará dirigida para todo el staff de Naciones Unidas.

Los colaboradores que deseen participar de la capacitación por favor enviar un mail de confirmación a: [Cristina.canizares@unique-yanbal.com](mailto:Cristina.canizares@unique-yanbal.com) hasta el 14 de Diciembre.



Fecha: Jueves 12 de Enero 2017  
Hora: de 10:00 a 11:00 y de 15:00 a 16:00  
Fecha: Viernes 13 de Enero 2017  
Hora: de 10:00 a 11:00  
Lugar: EC-NNUU- Salón Irreverent

Esperamos que esta capacitación aporte significativamente en bienestar de todo el equipo  
Cordialmente

Recursos Humanos

FIGURA 7. COMUNICACIÓN INTERNA CAPACITACIÓN  
FUENTE: (YANBAL ECUADOR S.A, 2017)

En la figura 6, apreciamos los comunicados entregados a los colaboradores vía mailing, se puede constatar el uso incorrecto de la marca, la información no llama la atención de los usuarios.



ANEXO 1 ENCUESTA

El 47% indican que el material es poco llamativo, mientras que tan solo el 17,14% piensan lo contrario, en este punto es necesario constatar dicho material para evidenciar qué es lo que lo hace poco vistoso, de esta manera contar con criterios suficientes para evitar cometer los mismos errores y diseñar el material comunicacional de tal manera que sea atractivo al colaborador y muestre su deseo por mantenerse y ser parte de la empresa.

### 1.3. MOTIVACIÓN LABORAL

La motivación de los recursos humanos consiste fundamentalmente en mantener culturas y valores corporativos que conduzcan a un alto desempeño”. (Armstrong, 1991: 266).



FIGURA 8: PIRÁMIDE DE MASLOW  
FUENTE: ABRAHAM MASLOW (MOTIVACIÓN Y PERSONALIDAD, 1991).

Maslow divide las 5 necesidades en dos grupos importantes, las necesidades de supervivencia y las necesidades de crecimiento. El cumplimiento de las necesidades es un proceso, que cumple con parámetros básicos, para llegar a la cúspide de la pirámide.

Por su parte Elton Mayo en su experimento Hawthorne llegó a la conclusión de que el trabajo “es una actividad grupal y que gran parte de los adultos son modelados sobre la actividad de trabajo, al igual que Maslow coincide en la necesidad de reconocimiento seguridad y sentido de pertenencia que necesitan tener los empleados. Elton indica que estos factores son aun más importantes que la moral del trabajador y de las condiciones físicas en las que trabaja. La colaboración grupal debe ser planeada y desarrollada a lo largo del la actividad laboral para dar resultados positivos” (Lévy- Leboyer, 2003).

Es importante distinguir el factor necesario para su motivación y este es uno de los grandes retos dentro de la motivación laboral.

Ahora el trabajo supone que los empleados persigan algo más que el reconocimiento económico, persiguen recompensas internas que contienen un alto contenido emocional, lo que se quiere con estas recompensas es que el trabajador tenga una sensación de bienestar cuando realiza su trabajo.

“Un factor que influye dentro de la motivación laboral es el clima organizacional, este está relacionado con el grado de motivación de los integrantes de la organización. El clima laboral es favorable cuando proporciona satisfacción de las necesidades personales de los integrantes “(Serra, 2008).

### **1.3.1. ACTIVIDADES MOTIVACIONALES**

### **1.3.2. MOTIVACIÓN LABORAL DEL EMPLEADO EN YANBAL**

“Para Yanbal, los colaboradores conforman el pilar más importante para el cumplimiento de metas y objetivos, por lo que la compañía enfoca diversas iniciativas y esfuerzos en pro de su bienestar, crecimiento y satisfacción, en todas las localidades y centros operativos” (YANBAL ECUADOR S.A, 2014).

La compañía aplica anualmente una encuesta de clima laboral, Luego de la evaluación, se implementan varios grupos focales que buscan que los colaboradores comenten su percepción sobre los diferentes programas y políticas. En el 2015 Yanbal ocupó en segundo lugar en “Great place to work”, esto gracias al alto índice de felicidad de los colaboradores que forman parte de Yanbal.

Es evidente que la empresa trabaja por mantener alto el índice de felicidad en los colaboradores, mantener buen clima laboral en la empresa depende de muchos factores, Yanbal se preocupa por desarrollar programas que ayuden al bienestar de sus colaboradores. Es importante cubrir las necesidades del empleado, generando espacios y aplicando nuevas herramientas para un mejor desenvolvimiento de este en la compañía.

## 1.4. CONCLUSIONES

La investigación realizada para el desarrollo de este primer capítulo permitió evidenciar cómo se llevan a cabo las capacitaciones al personal que labora en Yanbal, para así identificar las razones por las cuales ya no estaban dando los resultados positivos que esperaba la empresa, así como también reconocer las necesidades de los colaboradores para sentirse a gusto con ello, es así que con lo desarrollado en el presente capítulo se pudo concluir que:

1. Yanbal al ser una empresa de nivel internacional y siempre buscar potenciar su imagen, no descuida las necesidades de sus colaboradores, por lo que ha implementado proyectos de capacitación con este fin, sin embargo dichas capacitaciones no cumplen con una metodología pedagógica adecuada por lo que los empleados de la empresa han perdido interés por participar en estas capacitaciones. Por tal motivo se ve la necesidad de crear un nuevo método de capacitación, surgiendo así el proyecto Facultad Yanbal.

2. Se evidenció que una de las razones por las cuales las capacitaciones han perdido interés es debido a la falta de adecuadas herramientas comunicacionales, no se manejaba un material promocional lo suficientemente informativo y persuasivo, y en cuanto al material de apoyo durante las capacitaciones era insuficiente y sin imagen propia.

3. Las capacitaciones dentro de las empresas son actividades que se las considera motivacionales siempre y cuando estas se manejen de forma que no canse al colaborador y cumpla con las estrategias de aprendizaje y los métodos pedagógicos aplicados siempre en formatos más modernos, solo de este modo pueden ser consideradas como tal, de lo contrario como ha sucedido en Yanbal, las capacitaciones se convirtieron en una obligación más para el empleado de la empresa que solo acudían a ella por miedo a lo que pueda ocasionar el no asistir a una de ellas. En Yanbal se pudo demostrar el poco interés que ahora tienen los colaboradores con las capacitaciones, la motivación a disminuido, generando una pérdida de tiempo para el colaborador y para la empresa.

C A P Í T U L O

2

## 2.1. PROPUESTA DE DISEÑO

El objetivo del presente proyecto es generar una experiencia positiva en el nuevo modelo de capacitaciones. Es necesario brindar al producto características con la idea de enriquecerlo conceptualmente, en el diseño del material comunicacional que se trabajará en base a un concepto general y con el material de apoyo para la capacitación. Se debe mantener un mensaje innovador, abarcando todo lo que se quiere transmitir al colaborador de la empresa.

Al analizar el modelo actual de capacitaciones que mantiene Yanbal para sus colaboradores, se pudo evidenciar los problemas del mismo. El proyecto la Facultad Yanbal pretende mejorar este proceso en varios ámbitos, implantando un nuevo modelo de capacitación. Se va a utilizar el diseño para crear la identidad de este proyecto. Se comunicará a los colaboradores para que asistan a las capacitaciones y se desarrollará el material para los usuarios dentro de este modelo de capacitación.

Las piezas a diseñar, deben cumplir con los principios teóricos de aprendizaje mencionados anteriormente. Es necesario que el diseño cumpla la función no solo de informar y persuadir, si no también ser una herramienta de ayuda y organización del material para los usuarios.

Luego del levantamiento de datos de la presente investigación, se pudo determinar varios requisitos que ayudarán a limitar aspectos técnicos y de función en cuanto al diseño. El material que se diseñará pretende responder necesidades de los usuarios del nuevo modelo de capacitación que Yanbal implementará.

### 2.1.1. REQUISITOS DE DISEÑO

Para enfrentar este problema es necesario tomar en cuenta algunos de los principios de aprendizaje, para llevarlos a su aplicación en el material de diseño y cumplir con el cometido, a continuación se enlistan dichos principios los cuales fueron ya explicados en el marco teórico y en el desarrollo del proyecto.

#### REQUISITOS TEÓRICOS

**Principio de la individualidad:** para desarrollar la propuesta gráfica y el material a diseñar es importante que el usuario sienta que es integrante de un grupo. Además, es fundamental que el usuario sienta que tiene características personales y aptitudes singulares dentro del grupo.

Se necesita implementar una identidad gráfica para el proyecto que genere un sentido de pertenencia del usuario hacia el proyecto o grupo. Es fundamental que el usuario sienta que es un ente con aptitudes únicas y lo destaquen dentro del grupo.

**Principio de motivación:** El diseño debe tratar de captar la atención del usuario con material atractivo, aplicaciones prácticas, tomando en cuenta los intereses y necesidades del usuario. Esto se logrará diseñando material llamativo para el usuario, fuertemente visual, e icónico. Así se podrá para facilitar el uso de la plataforma de aprendizaje el cuál lo invitará a participar y generar una experiencia positiva en el proceso de aprendizaje en las capacitaciones.

**Principio de participación:** El usuario debe ser el protagonista del proceso de aprendizaje, investigando, escuchando activamente, criticando y argumentando.

La facultad Yanbal es una plataforma de aprendizaje virtual que permite al usuario manejar sus tiempos, decidir que quiere aprender, para esto el diseño debe brindar al usuario facilidad para encontrar la información en la plataforma, de una manera amigable y llamativa.

**Principio de retroalimentación:** Los usuarios deben conocer sus dificultades y sus logros, para poder actuar sobre ellos. La devolución de los exámenes y tareas es muy provechoso en este sentido, tanto para el usuario como para el capacitador. Después de cada módulo de aprendizaje, el usuario debe realizar una evaluación sobre los conocimientos, el diseño debe evidenciar los logros o las notas del usuario de una manera amigable, didáctica, que sienta que su esfuerzo es reconocido por sus logros y motivado a mejorar su puntaje.

**Principio del resultado:** Los resultados satisfactorios estimulan al usuario, es por eso que resulta conveniente comenzar con tareas fáciles que les permitan adquirir confianza, para luego progresivamente, elevar la complejidad de las tareas. El diseño debe mostrar al usuario los resultados de una forma didáctica llamativa para que lo motive a mejorar o sentirse orgulloso de sus logros.

Una vez expuestos los requisitos teóricos concluimos con ciertas características esenciales las cuales ayudarán y marcarán una pauta para el diseño de las piezas gráficas del presente proyecto.

## REQUISITOS DE USUARIO

**Geográfico:** El proyecto está dirigido para los trabajadores de todo el país en Yanbal Ecuador.

**Edad:** 23-50 años

**Sexo:** Masculino y Femenino

De los datos obtenidos en las encuestas y en la entrevista, se definieron algunos requisitos de usuario importantes para el diseño del material en las capacitaciones.

Referencia	Requisito
El material impreso debe ser fácil de transportar, y ayudar al usuario a organizar la información.	Se diseñará el material físico pensando en la funcionalidad del usuario, el material debe tener un tamaño adecuado para una fácil y cómoda transportación.
Ausencia de un tipo de material informativo sobre la capacitación, en los canales oficiales de comunicación interna	Se debe generar piezas gráficas para los canales de comunicación oficiales que son: Maling, YanbalNet e Himnos, El material es en formato digital. <b>Mailing:</b> 700px. X (400px hasta 800px.) <b>Yanbalnet:</b> Banner 600px x 175px. PopUp: 420,95 px. x595,28 px. <b>Himno:</b> La información se diseña sobre una plantilla de Power Point de tamaño: 700px x 540px.
Desinterés por parte de los colaboradores para acudir a las capacitaciones, material no llamativo, mucha información en texto, es poco gráfico.	El material debe ser atractivo visualmente para el usuario, diagramar la información sin generar la percepción que existe demasiado texto. Utilizar recursos gráficos e icónicos en el diseño para ayudar al usuario una lectura completa y amigable de toda la comunicación.

FIGURA 9: REQUISITOS TÉCNICOS DEL PROYECTO

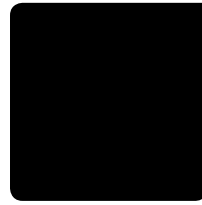
FUENTE: EL AUTOR

## REQUISITOS DE DISEÑO

Para el desarrollo del proyecto, es necesario seguir la reglamentación en cuanto al uso de marca, manual de identidad corporativa y Brand book establecidos por Yanbal. A continuación se detallan los requisitos necesarios para aplicarlos en todas las piezas y productos a diseñar.

### Colores corporativos

Estos son los principales colores de la marca:



**Pantone 1505 C**  
**Pantone 1505 U**

**C0 M65 Y100 K0**

**R237 G108 B35**

**C0 M0 Y0 K0**

**R255 G255 B255**

**Pantone Black C**  
**Pantone Black U**

**C0 M0 Y0 K100**

**R0 G0 B0**

**FIGURA 10: COLORES CORPORATIVOS**

FUENTE: BRAND BOOK YANBAL- 2014

El naranja y el negro nunca deben usarse juntos, ni en la misma proporción.  
El blanco siempre debe mediar entre ellos.

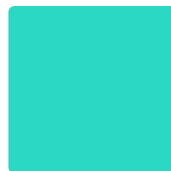
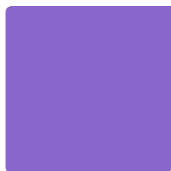
### Colores de soporte

Estos colores de soporte se utilizarán siempre en menor proporción que los colores corporativos. Podrán vivir sobre imágenes y en fondos blancos. Su función es crear diferencias y jerarquías. Evitar usarlos de manera decorativa.

Existen tres niveles de color:

- Los secundarios y neutrales son los que se usarán en primera instancia.
- Los colores pasteles nacen del 50% y 30% de los colores secundarios.
- Los colores corporativos naranja y negro también pueden utilizarse en trama.

### Colores secundarios



**Pantone 178 C**  
**Pantone 178 U**

**C0 M70 Y70 K0**

**R255 G88 B89**

**#ff6666**

**Pantone 265 C**  
**Pantone 265 U**

**C60 M60 Y0 K0**

**R147 G99 B204**

**#9966cc**

**Pantone 2727 C**  
**Pantone 285 U**

**C90 M50 Y0 K0**

**R46 G125 B225**

**#3366cc**

**Pantone 333 C**  
**Pantone 332 U**

**C70 M0 Y30 K0**

**R51 G217 B194**

**#33cccc**

**Pantone 7487 C**  
**Pantone 7487 U**

**C50 M0 Y100 K0**

**R139 G220 B100**

**#99cc66**

**Pantone 381 C**  
**Pantone 388 U**

**C30 M0 Y100 K0**

**R206 G219 B0**

**#cccc00**

**FIGURA 11: COLORES CORPORATIVOS SECUNDARIOS**

FUENTE: BRAND BOOK YANBAL- 2014

## Proporción de color

- La proporción de colores variará dependiendo del tema del que se vaya a tratar.
- Cuando hablemos de oportunidad o cuando desarrollemos piezas de marca, el naranja y el blanco serán los protagonistas. El negro y los colores de soporte se aplicarán en cantidades mínimas.

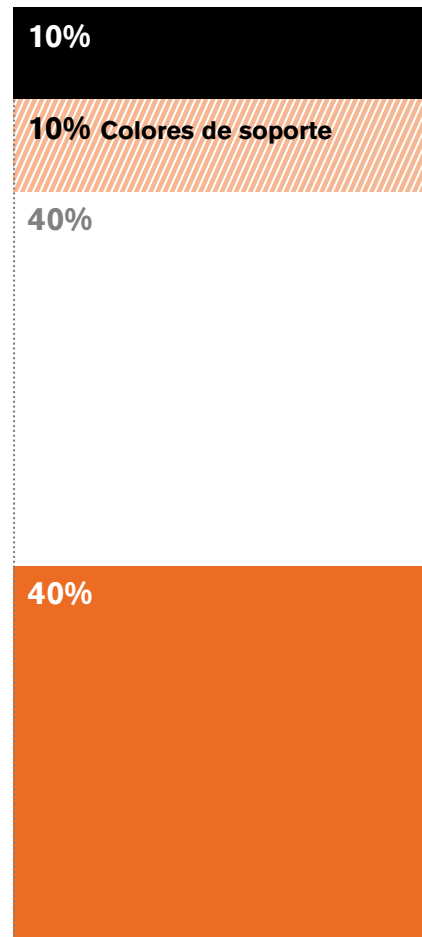


FIGURA 12: PROPORCIÓN DE COLOR

FUENTE: BRAND BOOK YANBAL- 2014

## Familias tipográficas

El nuevo sistema visual se basa en la combinación de tres familias tipográficas:

- + Akzidenz Grotesk
- + Bauer Bodoni
- + Trade Gothic

De estas familias tipográficas, se han seleccionado solo algunas variantes permitidas.

CONDENSED  
AKZIDENZ  
GROTESK

---

BAUER  
BODONI  
*ITALIC*  
*bold&roman*

---

TRADE  
GOTHIC  
*BOLD & ITALIC*  
LIGHT

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec.

Aenean vulputate eleifend velit. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum.

FIGURA 13: FAMILIAS TIPOGRÁFICAS

FUENTE: BRAND BOOK YANBAL- 2014

## Titulares y destacados

- Todas las composiciones tipográficas para titulares y destacados deben ser creadas únicamente a partir de las variantes mostradas.

<b>Trade Gothic</b>	<b>123 ABCDE abcde</b>	BOLD
	<b><i>123 ABCDE abcde</i></b>	BOLD ITALIC
	123 ABCDE abcde	LIGHT
	<i>123 ABCDE abcde</i>	LIGHT ITALIC
<b>Bauer Bodoni</b>	<b>123 ABCDE abcd</b>	BOLD
	<b><i>123 ABCDE abcde</i></b>	BOLD ITALIC
	123 ABCDE abcde	ROMAN
	<i>123 ABCDE abcde</i>	ITALIC
<b>Akzidenz Grotesque</b>	<b>123 ABCDE abcd</b>	BOLD
	<b><i>123 ABCDE abcde</i></b>	BOLD ITALIC
	123 ABCDE abcd	LIGHT CONDENSED
	<i>123 ABCDE abcde</i>	LIGHT ITALIC CONDENSED

FIGURA 14: USOS PERMITIDOS PARA TITULARES Y DESTACADOS  
FUENTE: BRAND BOOK YANBAL- 2014

Tomar en cuenta lo siguiente:

- Utilizar las líneas como separador de ideas fuertes.
- Los espacios entre palabras y letras son un elemento importante en la composición.
- El resultado de la composición tipográfica debe mantener carácter femenino, elegante y moderno de la marca.

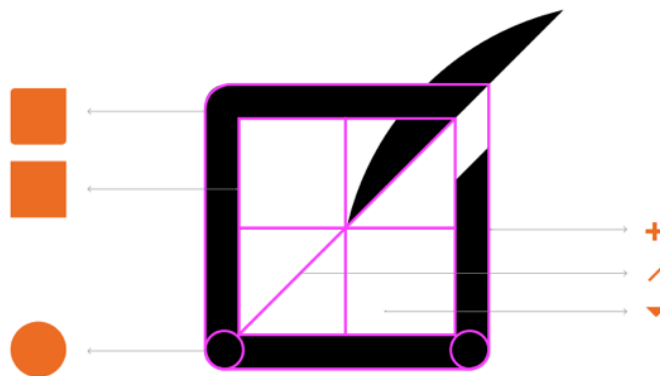


FIGURA 15: USO DE COLORES Y FUENTES  
FUENTE: BRAND BOOK YANBAL- 2014

## Formas básicas

El nuevo sistema visual contempla elementos de soporte que acompañen a las composiciones tipográficas y que sirvan de apoyo a la diagramación.

- Las formas básicas elegidas parten de la construcción del swoosh.



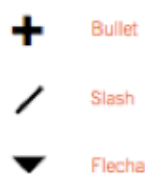
### Líneas



Línea sólida

Línea de puntos

### Bullets / Íconos



Bullet

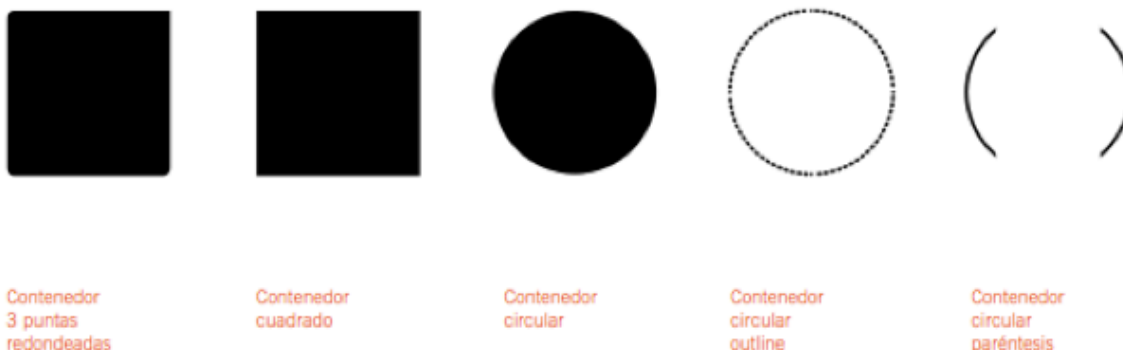
Slash

Flecha

FIGURA 16: FORMAS BÁSICAS

FUENTE: BRAND BOOK YANBAL- 2014

### Contenedores



Contenedor 3 puntas redondeadas

Contenedor cuadrado

Contenedor circular

Contenedor circular outline

Contenedor circular paréntesis

FIGURA 17: FORMAS BÁSICAS - CONTENEDORES

FUENTE: BRAND BOOK YANBAL- 2014

Toda esta información nos ayuda a definir parámetros y canalizar las ideas para generar propuesta de diseño, tomando en cuenta los requisitos para generar una línea visual coherente con el proyecto.

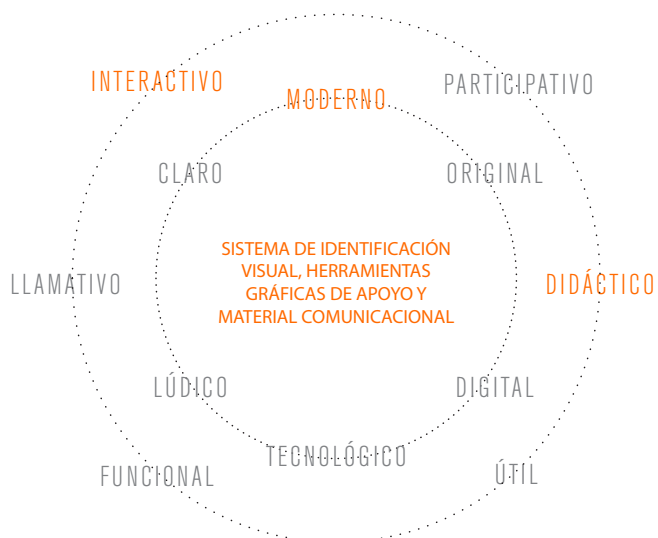
## 2.1.2. PROPUESTA

Para el desarrollo del concepto, se emplearán mapas mentales, brainstorming, y analogías que permiten generar ideas adecuadas para nuestro proyecto. Se aplicará esta técnica para obtener la metáfora visual que definirá la identidad del proyecto, el diseño del material informativo y de apoyo.



**FIGURA 18: DIAGRAMA PROBLEMA SOLUCIÓN DE DISEÑO**  
FUENTE: EL AUTOR

En una primera exploración es necesario generar una rueda de atributos para definir las características principales del proyecto.



**FIGURA 19: RUEDA DE ATRIBUTOS**  
FUENTE: EL AUTOR

Características para el proyecto:

- + Interactivo
- + Moderno
- + Didáctico

Una vez establecidas las características para el proyecto se ha realizado un brainstorming, para lo cual se convocó a un equipo de 6 personas del departamento de Comunicación de Yanbal, para generar las ideas de la propuesta del concepto del proyecto.

Brainstorming

Participantes:

1. Pablo Pérez - Analista creativo
2. Gabriela Velastegui – Redactora
3. Emilia Vejar – Comunicación Interna
4. David Arias - Producción y sonido
5. Fausto Fuentes - Director Digital
6. Lorena Saa - Directora Audiovisual

Se reunió al equipo en el salón, mediante el siguiente gráfico se les explicó el problema y los requerimientos para el concepto de Diseño, este brainstorming servirá también para generar la metáfora visual.

## YANBAL

IMPLEMENTACIÓN DE NUEVO  
MODELO DE CAPACITACIÓN Y  
PLATAFORMA DE APRENDIZAJE

- + Capacitaciones más interactivas
- + Reconocimiento laboral
- + iniciativa
- + Motivación laboral
- + Ambiente de aprendizaje personalizado
- + Elección de horarios y capacitaciones
- + Ser tutor o dictar una capacitación
- + Interactuar
- + Parte de un Equipo
- + Crecimiento profesional
- + Moderno - tecnológico

## PARA LO CUAL SE REQUIERE DISEÑAR

SISTEMA DE IDENTIFICACIÓN  
VISUAL, HERRAMIENTAS  
GRÁFICAS DE APOYO Y  
MATERIAL COMUNICACIONAL

- + Comunicación visual persuasiva
- + Atractivo visualmente
- + Diseño Lúdico
- + Informativo
- + Moderno - tecnológico
- + Llamativo

## REQUISITOS

USUARIO - DISEÑO - TEÓRICOS

## CARACTERÍSTICAS

INTERACTIVO - MODERNO - DIDÁCTICO

## IDEAS DEL CONCEPTO

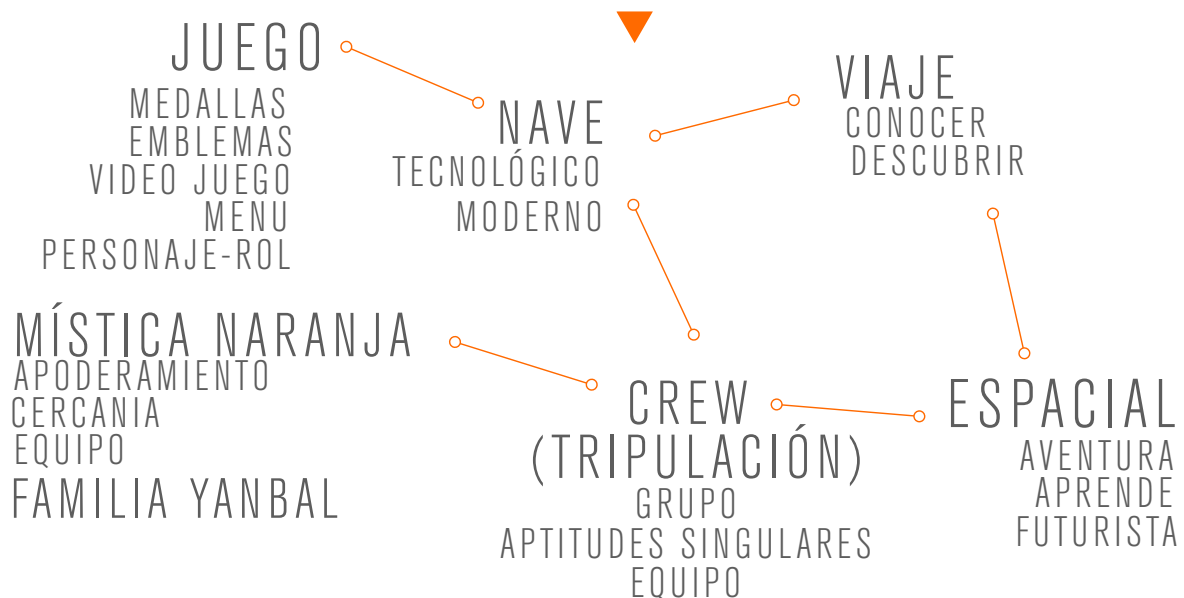


FIGURA 20: DISEÑO PROCESO DE BRAINSTORMING

FUENTE: EL AUTOR

Se destaca al final del gráfico las palabras e ideas que coincidieron del proceso de brainstorming.

A continuación, se presenta las conclusiones e ideas finales de Brainstorming. Se toma en cuenta las ideas que cumplen con las características del proyecto, así mismo las ideas que más requisitos abarcaban. Se descartó algunas de estas por no cumplir con los requisitos necesarios del proyecto. El levantamiento de información se lo puede observar en los anexos.

1. Es necesario brindar a esta nueva plataforma de aprendizaje, una identidad llamativa. Al ser un nuevo formato de capacitación debe presentarse con un concepto nuevo y con otro nombre. La imagen debe invitar al usuario a participar del proceso de aprendizaje, sentirse parte de un equipo especial y ser reconocido por su esfuerzo y ganas de capacitarse.

Ideas – palabras claves:

Tripulación del conocimiento

Nave del aprendizaje

Equipo espacial

Tripulación Naranja

La idea es que el usuario sea parte de una tripulación de aprendizaje, con una imagen moderna, tecnológica, lúdica, pantallas llamativas al usuario, que perciba el momento de aprendizaje siendo parte de una tripulación que aprende descubre y enseña.

El usuario se toma su momento para conectarse asumir un rol dentro este proceso de capacitación.

Se concluyó una vez analizada la metáfora que el nombre del nuevo proceso de capacitación es Tripulación Naranja. Este nombre es el resultado de la evaluación de la requisitos y es la que mejor se ajusta. (En el desarrollo se explica cómo se escogió el nombre y la validación del naming)

2. **Metáfora:** Ser parte de la tripulación naranja, un espacio de aprendizaje didáctico moderno digital, inmerso en una gráfica que simule estar dentro de una nave espacial. Se maneja un diseño coherente con la propuesta, generando la percepción de usar pantallas parecidas a video juegos más que en una plataforma de aprendizaje. Se genera en el usuario una actitud positiva y didáctica, mientras desempeña un rol, un personaje, un tripulante parte del equipo de aprendizaje de la Tripulación Naranja.

3. Una vez definido el concepto se analiza la mejor opción de diseño para aplicarlo en la identidad, herramientas gráficas de apoyo y material comunicacional.

Para esto se hace una recolección visual de imágenes e ideas que faciliten y orienten para el proceso de diseño.

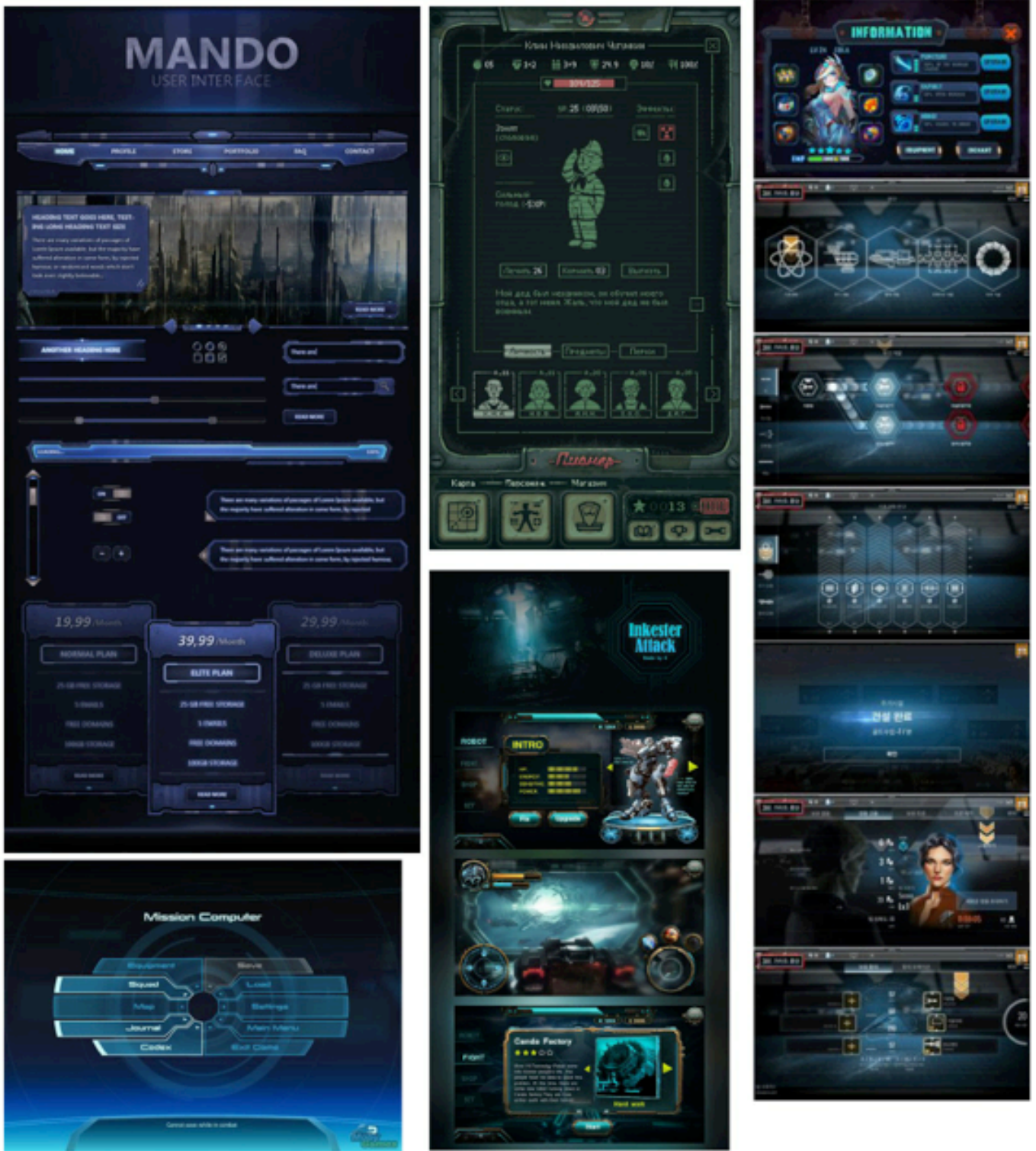


FIGURA 21: VISUAL BOARD  
FUENTE: INTERNET

Se analizaron menús, pantallas y elementos de video juegos de consolas, dispositivos móviles y PC., por ser llamativos, altamente conceptuales, icónicos, didácticos y porque atraen la atención del usuario a través de su gráfica futurista, moderna tecnológica. Son también ordenados y ayudan al usuario a no perderse entre todos los botones y opciones entre las diferentes pantallas.

### 2.1.3. VALIDACIÓN DEL CONCEPTO

El concepto de diseño debe estar presente en todas piezas que se va a diseñar, la gráfica y recursos de diseño.

Se procede a una validación de concepto, está validación compara y analiza los requisitos del usuario, teórico y de diseño así como las características mencionadas anteriormente.

#### CONCEPTO DE DISEÑO

PROMESA:

Tripulación Naranja



METAFORA:

Ser parte de la tripulación naranja, un espacio de aprendizaje didáctico moderno digital, inmerso en una gráfica que evoque estar dentro de una nave espacial, manejando un diseño coherente con la propuesta, es decir generar en el usuario actitud positiva y didáctica mientras desempeña un rol, un personaje, un tripulante parte del equipo de aprendizaje, de un viaje de conocimiento de la Tripulación Naranja.



DISEÑO:

Sistema de identificación Visual, herramientas gráficas de apoyo y material comunicacional.



APOYO



Sistema de premiación digital, alienados a la metáfora, lo cual haga de el proceso más participativo y lúdico. que el usuario sienta que es el protagonista de este proceso y asuma el rol de ser parte de la tripulación naranja.

Material comunicacional y herramientas gráficas de apoyo, que ayuden y promuevan el aprendizaje en el modelo de capacitaciones.

FIGURA 22: PROCESO CONCEPTO DE DISEÑO

FUENTE: EL AUTOR

## REQUISITOS DE USUARIO:

REQUISITO	CUMPLE	PARCIALMENTE	NO CUMPLE
Capacitaciones más interactivas	X		
Reconocimiento laboral	X		
Ambiente de aprendizaje personalizado	X		
Parte de un Equipo	X		
Moderno - tecnológico	X		

## REQUISITOS TEÓRICOS PRINCIPIOS DE APRENDIZAJE

REQUISITO	CUMPLE	PARCIALMENTE	NO CUMPLE
Principio de la individualidad	X		
Principio de motivación	X		
Principio de participación	X		
Principio de retroalimentación	X		
Principio del resultado	X		

## REQUISITOS DE DISEÑO

SISTEMA IDENTIFICACIÓN VISUAL	REQUISITO	CUMPLE	PARCIAL MENTE	NO CUMPLE
FUNCIONALIDAD	Cubre las necesidades de capacitación	X		
	Facilidad para el aprendizaje	X		
DIDÁCTICO	Fomenta el uso y aprendizaje	X		
	Motiva al trabajo en equipo e individual	X		
TÉCNICO	Software amigable y personalizado	X		
	Utilización flexible del sistema	X		

FIGURA 23: VALIDACIÓN CONCEPTO DE DISEÑO

FUENTE: EL AUTOR

## 2.2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO SELECCIONADA A NIVEL GRÁFICO

### 2.2.1. SIGNOS IDENTIFICADORES BÁSICOS

Se explicará el desarrollo para la generación del nombre, logotipo e imagotipo del proyecto.



**FIGURA 24: PROCESO DESARROLLO NOMBRE**  
FUENTE: EL AUTOR

Este nombre se produce mediante diversos mecanismos lingüísticos adoptando diversos aspectos. El nombre del proyecto se compone de dos modalidades de denominación:

**Tripulación:** modalidad de nominación de simbolización, la cual es la alusión al proyecto mediante una imagen literaria.

**Naranja:** modalidad de nominación descriptiva, naranja no solo el color corporativo, esta palabra tiene una gran fuerza en los trabajadores, ya que alrededor de esta palabra se busca la mística Yanbal.

Una vez escogido el nombre, se procede a diseñar el logotipo.

Hay que tomar en cuenta que uno de los requisitos de diseño del manual de marca de Yanbal, es utilizar las tipografías corporativas para composiciones de identificadores visuales.

<b>Trade Gothic</b>	<b>123 ABCDE abcde</b>	BOLD
	<b><i>123 ABCDE abcde</i></b>	BOLD ITALIC
	123 ABCDE abcde	LIGHT
	<i>123 ABCDE abcde</i>	LIGHT ITALIC
<hr/>		
<b>Bauer Bodoni</b>	<b>123 ABCDE abcd</b>	BOLD
	<b><i>123 ABCDE abcde</i></b>	BOLD ITALIC
	123 ABCDE abcde	ROMAN
	<i>123 ABCDE abcde</i>	ITALIC
<hr/>		
<b>Akzidenz Grotesque</b>	<b>123 ABCDE abcd</b>	BOLD
	<b><i>123 ABCDE abcde</i></b>	BOLD ITALIC
	123 ABCDE abcd	LIGHT CONDENSED
	<i>123 ABCDE abcde</i>	LIGHT ITALIC CONDENSED

FIGURA 25: FUENTES DEFINIDAS

FUENTE: BRAND BOOK YANBAL 2014

Se realiza varios bocetos de composición tipográfica para la aprobación del uso de las tipografías en el nombre del proyecto,

Se validó mediante un equipo de aprobación, formado por los siguientes integrantes

1. Pablo Pérez – Analista Creativo
2. Mabel López - Jefa de Arte
3. Ana Herrera – Directora de arte
4. Gabriela Velastegui – Redactora
5. Emilia Vejar – Comunicación Interna

En siguiente gráfico se puede observar el proceso de diseño para la elección del nombre, solo se presentan las ideas que cumplen con el objetivo.

Los logotipos que están en color Naranja son los escogidos por el grupo de revisión de artes, al ser tipografía Sans Serif ayudan a una legibilidad más rápida, genera una percepción más moderna por su estilización y simplicidad.

Akzidenz Grotesk

Trade Gothic

Bauer Bodoni

TRIPULACIÓN  
NARANJA

TRIPULACIÓN  
NARANJA

TRIPULACIÓN  
NARANJA

TRIPULACIÓN  
NARANJA

TRIPULACIÓN  
NARANJA

TRIPULACIÓN  
NARANJA

*tripulación*  
NARANJA

TRIPULACIÓN  
NARANJA

TRIPULACIÓN  
naranja

TRIPULACIÓN  
NARANJA

*TRIPULACIÓN*  
NARANJA

*tripulación*  
NARANJA

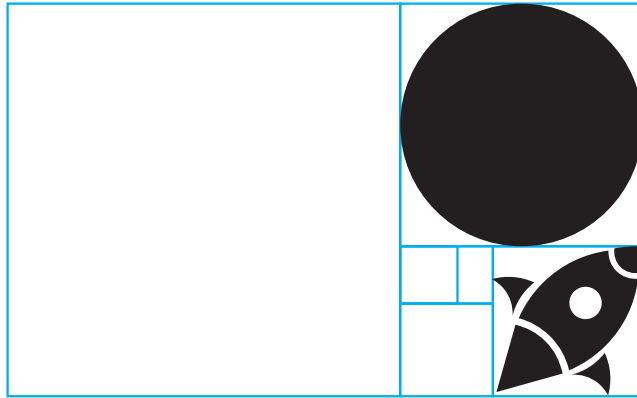
TRIPULACIÓN  
NARANJA

TRIPULACIÓN  
NARANJA

FIGURA 26: PROCESO DISEÑO LOGOTIPO 01

FUENTE: EL AUTOR

Para determinar la posición y tamaños de las dos palabras del logotipo, se utilizaron proporciones áureas, como retículas y medidas. De igual manera los tamaños tienen una relación de número áureo como se muestra a continuación.



# TRIPULACIÓN NARANJA

FIGURA 27: PROPORCIÓN ÁUREA ELEMENTOS 01  
FUENTE: EL AUTOR

IDENTIDAD VISUAL  
/ IDENTIFICADORES DE LA MARCA  
CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO  
SÍNTESIS FORMAL - PROPORCIONES ÁUREAS

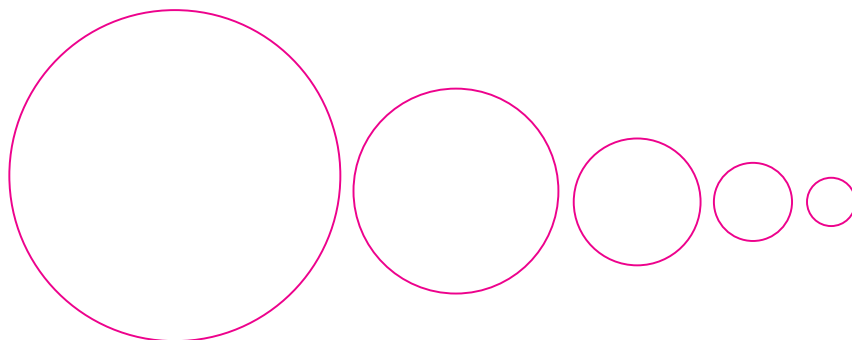
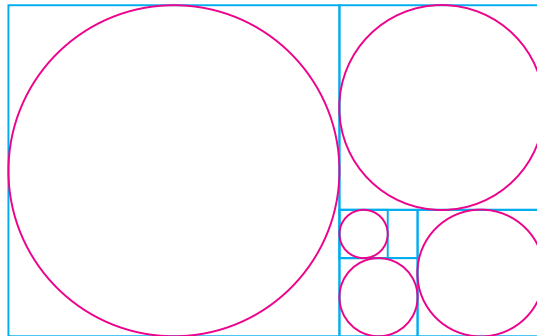


FIGURA 28: PROPORCIÓN ÁUREA ELEMENTOS 02  
FUENTE: EL AUTOR



$$\frac{A}{B} = 1,618 \text{ (NÚMERO ÁUREO)}$$



FIGURA 29: NÚMERO ÁUREO LOGTIPO  
FUENTE: EL AUTOR

Se utilizó la teoría de la proporción áurea en esta composición del logotipo para lograr un diseño más armónico entre los diferentes elementos que componen la marca.

El imagotipo es el signo visual encargado de representar al proyecto, para la definición de signo visual. Se utiliza la técnica de mapa mental de Ellen Lupton, que nos ayudará a generar conexiones entre el concepto y el nombre, se analizarán las palabras clave para determinar si el identificador simbólico es icónico o alfabético. (Lupton, E, 2011)

AVENTURA  
GRUPO  
APRENDIZAJE  
PROPÓSITO  
EQUIPO  
FAMILIA  
DESCUBRIR  
NAVE

## ◀ TRIPULACIÓN NARANJA ▶

CERCANÍA  
EQUIPO  
FAMILIA YANBAL  
MÍSTICA YANBAL  
COLOR  
IDENTIDAD

SIMBOLIZACIÓN

IMAGOTIPO

TRIPULACIÓN ▶ NAVE  
NARANJA

EQUIPO  
VIAJE  
CONOCER  
DESCUBRIR  
ESPACIAL  
AVENTURA  
APRENDE  
FUTURISTA

DESCRIPCIÓN

## SIMIL METAFÓRICO

TRIPULACIÓN

ES  
A LA

NAVE

COMO

APRENDIZAJE

ES  
A LA

CAPACITACIÓN

FIGURA 30: SÍMIL METAFÓRICO

FUENTE: EL AUTOR

La palabra clave escogida fue NAVE, fue validada según la relación con el concepto y metáfora visual.

Se realiza una recolección visual, que ayude como referencia para poder diseñar el imagotipo.

Con esto se procede a analizar atributos gráficos representativos, y al proceso de bocetaje.



FIGURA 31: VISUAL BOARD

FUENTE: INTERNET

Una vez realizada la síntesis formal y los bocetos, se escogió los que gráficamente cumplieran con el concepto y los requisitos, se procedió a la digitalización de los mismos.

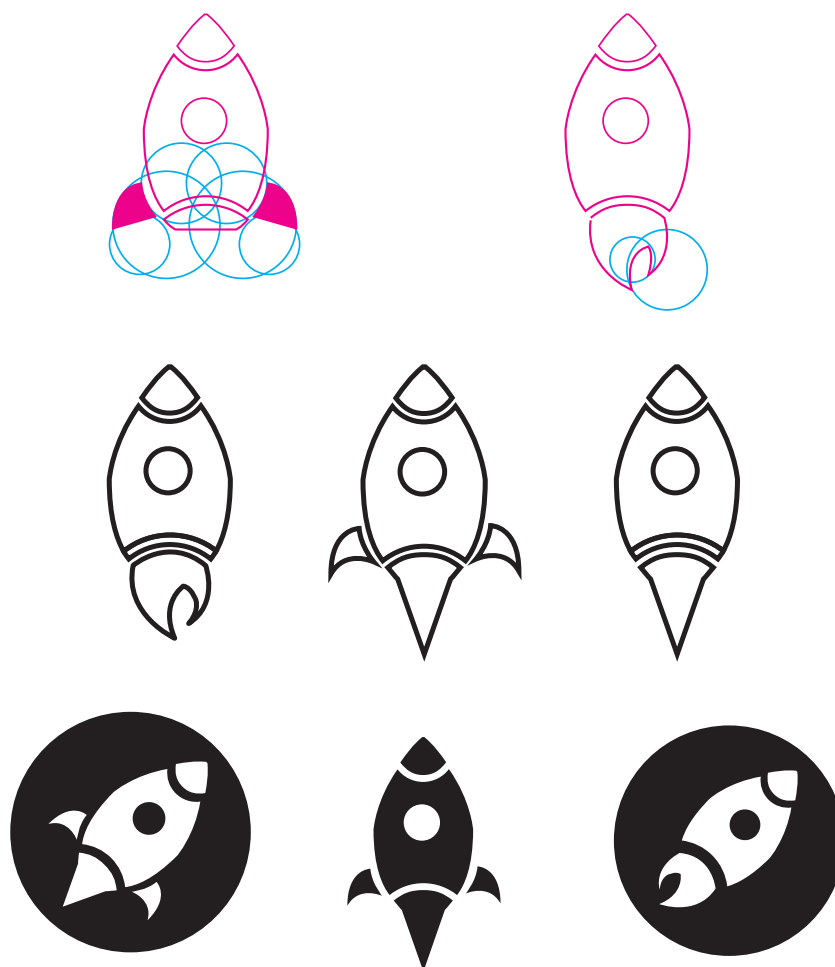
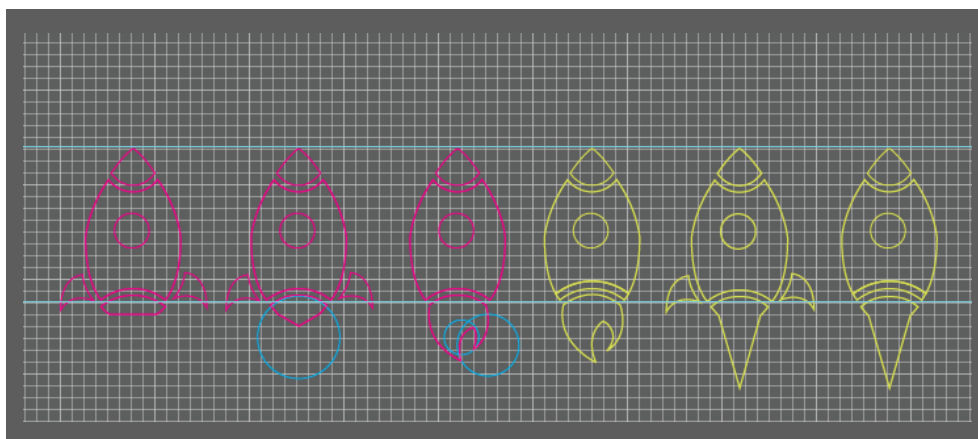


FIGURA 32: DESARROLLO IMAGOTIPO 01

FUENTE: EL AUTOR

Es necesario que el imagotipo responda a una composición, en este caso se utilizó retículas y circunferencias en base a la proporción áurea, las mismas utilizadas para la composición del logotipo.

Mediante una geometrización basada en proporciones áureas se estilizó las propuestas finales, a continuación se muestra el proceso.



**FIGURA 33: DESARROLLO IMAGOTIPO 02**  
FUENTE: EL AUTOR

IDENTIDAD VISUAL  
/ IDENTIFICADORES DE LA MARCA  
CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO  
**SÍNTESIS FORMAL**

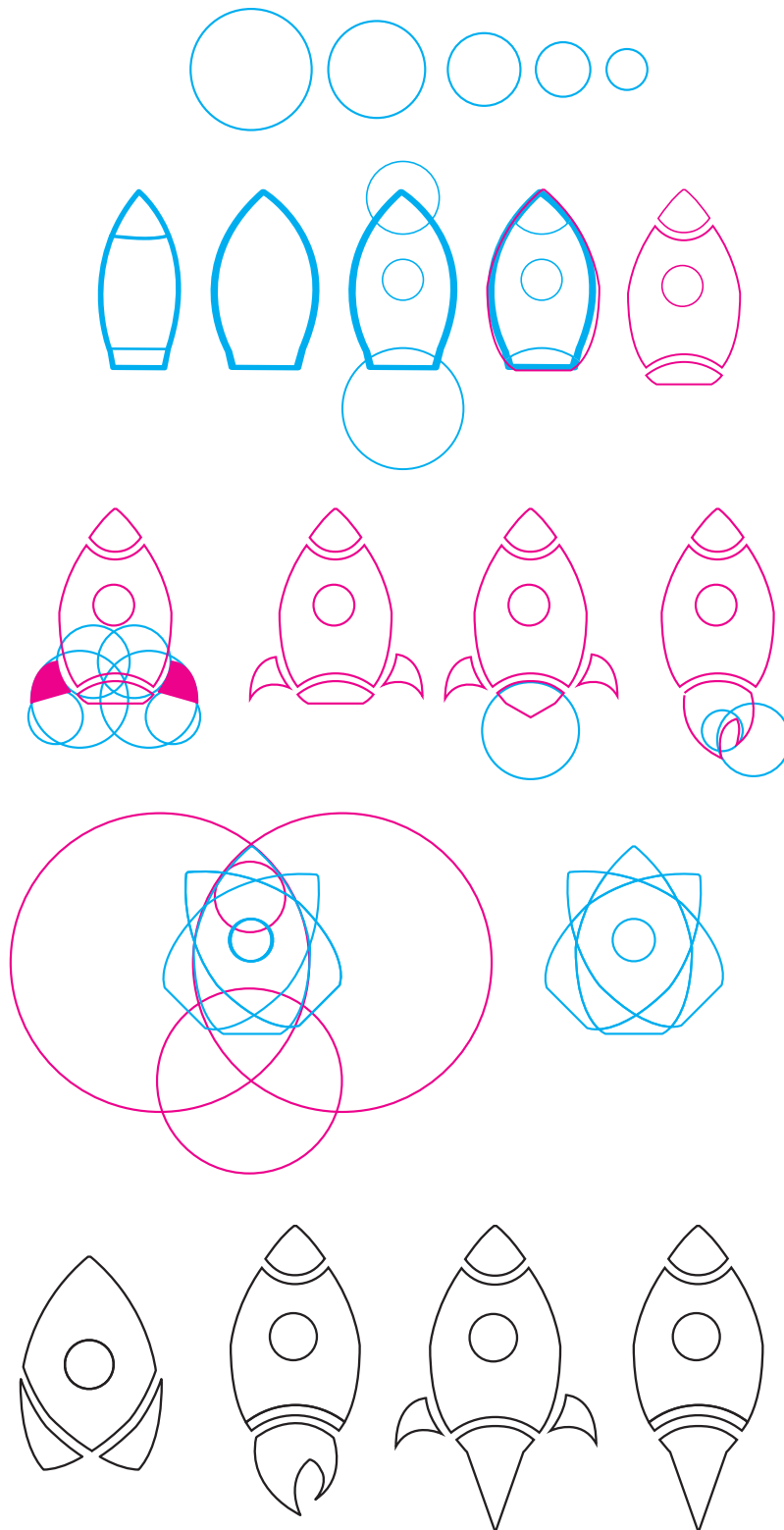
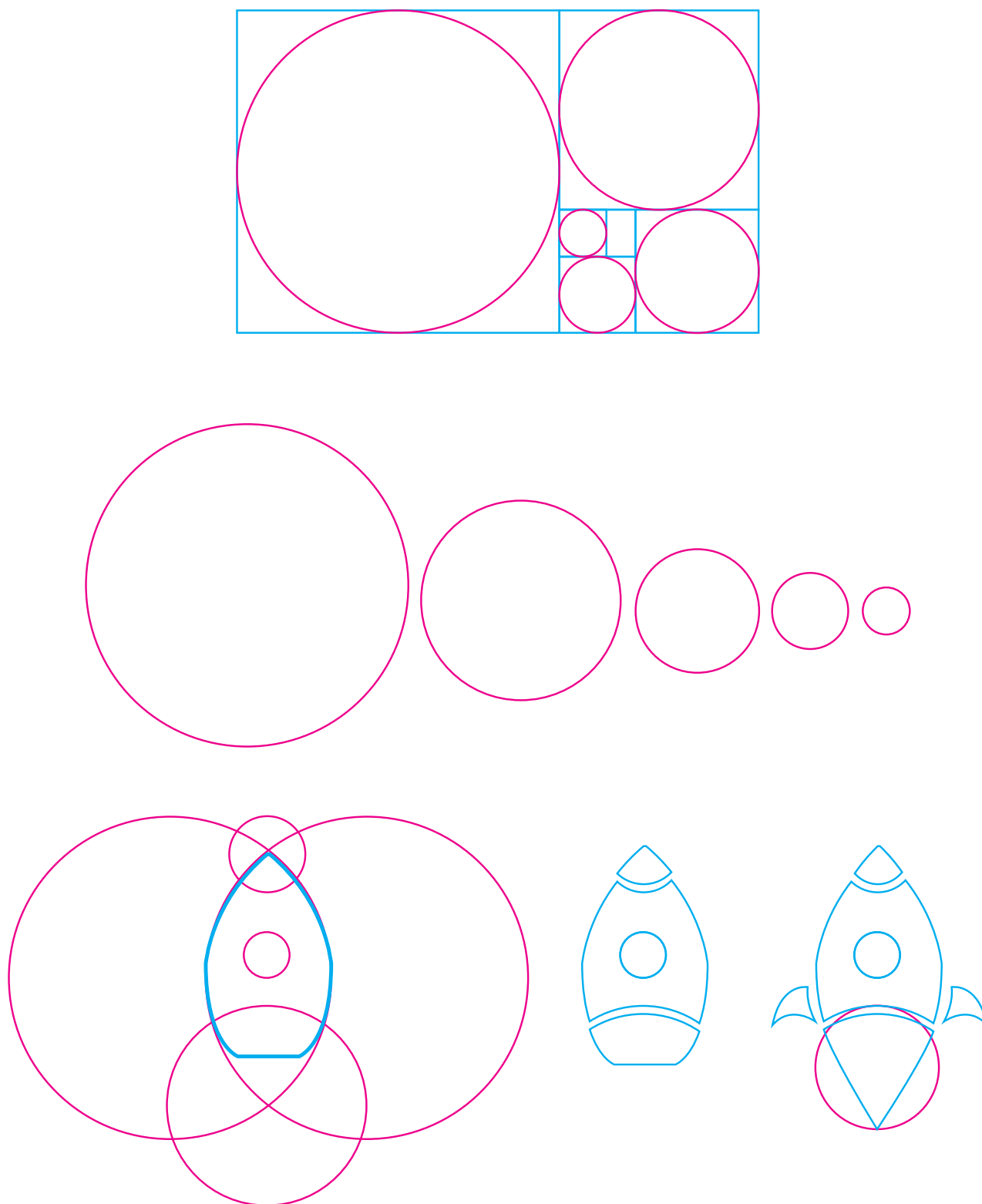
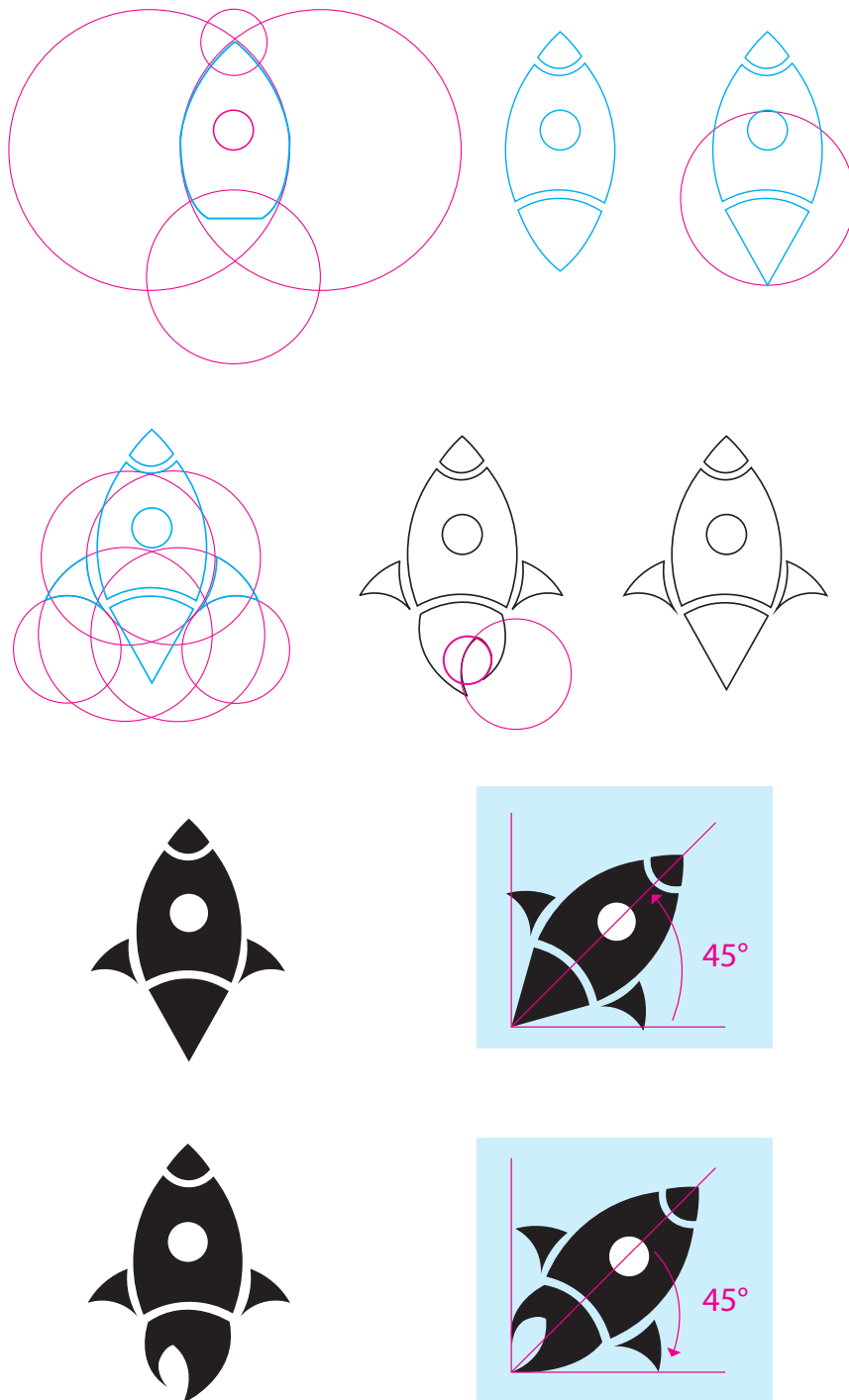


FIGURA 34: DESARROLLO IMAGOTIPO 04  
FUENTE: EL AUTOR

**IDENTIDAD VISUAL**  
**/ IDENTIFICADORES DE LA MARCA**  
**CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO**  
**SÍNTESIS FORMAL - PROPORCIONES ÁUREAS**

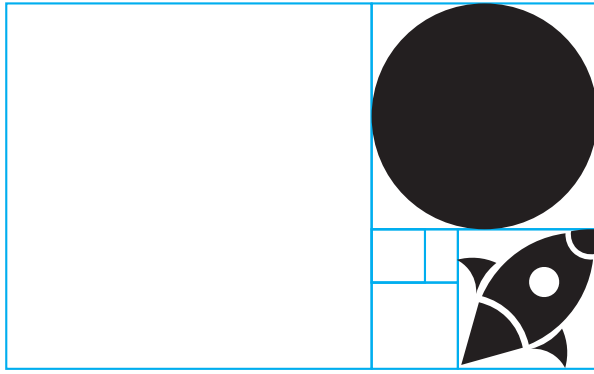


**FIGURA 35: DESARROLLO IMAGOTIPO 05**  
FUENTE: EL AUTOR



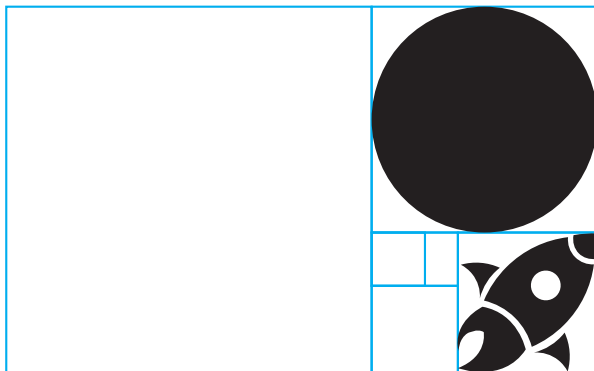
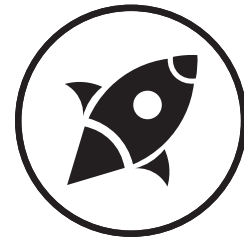
**FIGURA 36: DESARROLLO IMAGOTIPO 06**  
 FUENTE: EL AUTOR

Para lograr una sensación de movimiento en el imagotipo se procede a aplicar el concepto de La Gradación explicada por Wong en su Libro Fundamentos de Diseño, el cual nos dice “Genera enlace óptico y crea una sensación de progresión” (2015, Pág. 52). Es por se roto el imagotipo con centro en la base -45 grados para generar la sensación de movimiento, progreso y dinamismo, rompiendo con la estructura vertical planteada inicialmente.



# TRIPULACIÓN NARANJA

FIGURA 37: PROPORCIÓN ELEMENTOS OPCIÓN 01  
FUENTE: EL AUTOR



# TRIPULACIÓN NARANJA

FIGURA 38: PROPORCIÓN ELEMENTOS OPCIÓN 02  
FUENTE: EL AUTOR



Se aplica la ley de Figura fondo de la leyes de la Gestalt que dice “Percibimos zonas del campo perceptual en las que centramos la atención y llamamos “figura””. Así creamos atención en el imagotipo, de la misma manera se aplica la Ley de cierre la cual dice “Nuestra mente añade los elementos faltantes para completar una figura” Leyes de la Gestalt” (Wong, W, 2011).

La forma, sea positiva o negativa, es mencionada comúnmente como la 'figura', que está sobre el 'fondo'. Aquí el fondo designará la zona cercana a la forma o figura. En casos ambiguos, la relación entre figura y fondo puede ser reversible" (Wong, W, 2011).

A las dos propuestas finales se les aplica el concepto de espacio negativo y positivo, figura y fondo el imagotipo y composición, a continuación se detalla el proceso:

1



TRIPULACIÓN  
NARANJA

2



TRIPULACIÓN  
NARANJA



FIGURA 39: OPCIONES FINALES  
FUENTE: EL AUTOR

Las dos propuestas fueron revisadas durante todo el proceso, la opción número 1 es la final, después de algunos cambios y correcciones esta propuesta es aprobada para la aplicación de la identidad de marca.

Se presenta los atributos de la marca:

- Interactivo
- Moderno
- Futurista
- Viaje de conocimiento

## CROMÁTICA

El color principal de la marca y del proyecto es el naranja, por ser el color principal corporativo de Yanbal, se lo utilizará en armonía con dos colores corporativos más, así mismo detallaremos qué colores se utilizan en todo el proceso de diseño.

### IDENTIDAD VISUAL / IDENTIFICADORES DE LA MARCA CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO VERSIONES DE COLOR Y FONDOS

Este es el color corporativo de la marca y sus variaciones de color y usos sobre fondos.

#### COLOR PRINCIPAL



FIGURA 40: IDENTIFICADOR VISUAL COLOR PRINCIPAL  
FUENTE: EL AUTOR

#### COLORES CORPORATIVOS SECUNDARIOS SOLO SE DEBE USAR SOBRE FONDO BLANCO

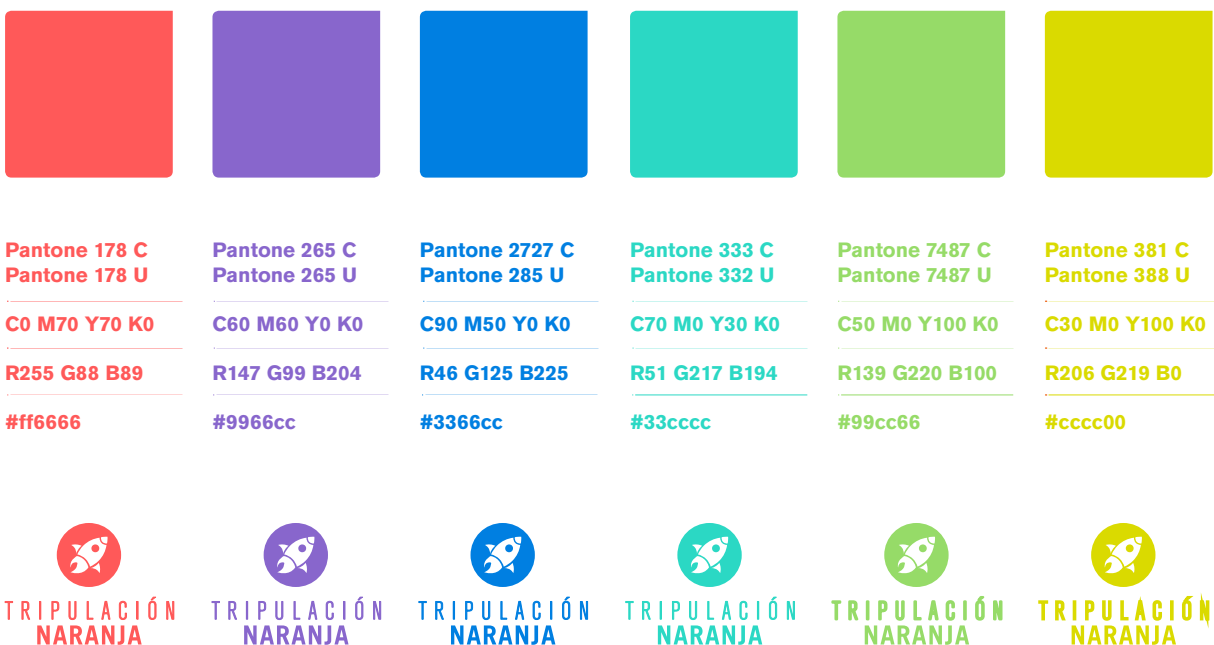


FIGURA 41: IDENTIFICADOR VISUAL VARIACIÓN DE COLOR PERMITIDA  
FUENTE: EL AUTOR

Según Heller en su libro psicología del color describe los atributos perceptuales del los colores de la siguiente manera que (Lupton, E, 2011)

Naranja: Entretenimiento – diversión

Rojo: Vitalidad - Energía

Verde: Estabilidad

Azul: Sabiduría – Inteligencia

Turquesa: Adaptación – Creatividad - Aprendizaje

Una vez analizados los atributos y factores de psicología del color, se escoge trabajar los dos colores para el proyecto.



FIGURA 42: COLORES DE LA MARCA  
FUENTE: EL AUTOR

Se procede a realizar las especificaciones de la marca, según Joan Costa y los identificadores visuales, así mismo el uso correcto de la misma.

# IDENTIDAD VISUAL / IDENTIFICADORES DE LA MARCA

## CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO

### ÁREA SEGURA DE LOGOTIPO

El área segura es el espacio libre que necesita el logo a su alrededor.



FIGURA 43: ÁREA DE SEGURIDAD DE LA MARCA  
FUENTE: EL AUTOR

### TAMAÑOS MÍNIMOS

Para asegurar la correcta legibilidad de la marca, se han reglamentado tamaños mínimos de impresión para cada uno de los logotipos.



FIGURA 44: TAMAÑOS PERMITIDOS DE LA MARCA  
FUENTE: EL AUTOR

IDENTIDAD VISUAL  
/ IDENTIFICADORES DE LA MARCA  
CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO  
VERSIONES DE COLOR Y FONDOS



1. Sobre fondos planos, el logotipo se usará sólo en blanco.



2. Usar sobre fondos planos los colores corporativos



3. Usar texturas parejas que permitan que se vean correctamente.



4. Usar el color que más contraste sobre las imágenes.



5. Se deben evitar las formas complejas alrededor o dentro del imagotipo y logotipos.

FIGURA 45: USOS PERMITIDOS DE LA MARCA 01  
FUENTE: EL AUTOR

IDENTIDAD VISUAL  
/ IDENTIFICADORES DE LA MARCA  
CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO  
USOS INCORRECTOS



1. No utilizar en zonas ilegibles.



2. No modificar proporciones.



3. No aplicar sombra.



4. No aplicar resplandor.



5. No cambiar la posición de los elementos.



6. No aplicar degradados al logotipo

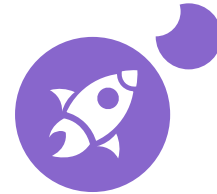
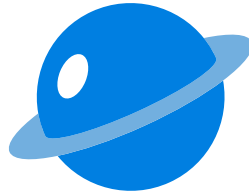
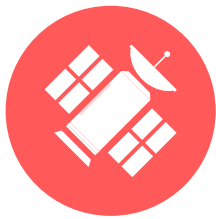
FIGURA 46: USOS PERMITIDOS DE LA MARCA 02  
FUENTE: EL AUTOR

**IDENTIDAD VISUAL  
/ IDENTIFICADORES DE LA MARCA**

**CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO**

**CONSTRUCCIÓN DE ÍCONOS A PARTIR DEL ISOTIPO**

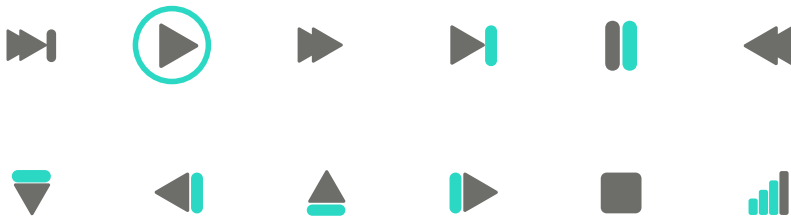
Se diseña y genera íconos que ayudarán para la línea gráfica y recursos gráficos para los respectivos diseños. Estos íconos se generan a partir de imagotipo usando los colores corporativos.



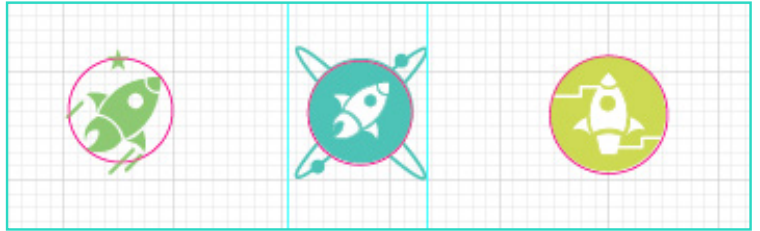
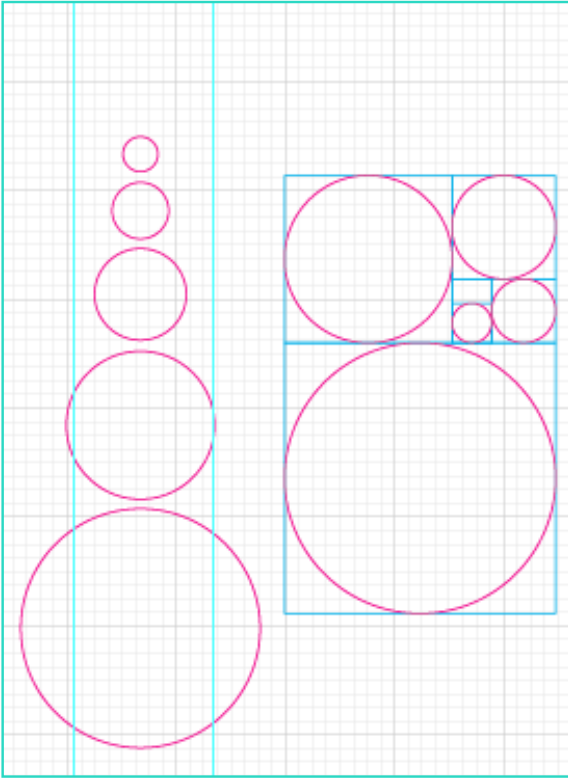
C A R G A N D O



C A R G A N D O



**FIGURA 47: CONSTRUCCIÓN ÍCONOS 01**  
FUENTE: EL AUTOR



Contrucción de íconos , a partir de retícula y medidas áureas, aplicación de imagotipo a colores secundarios.

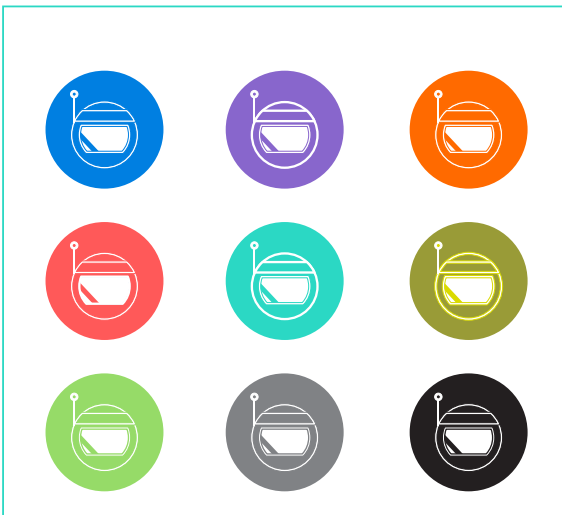
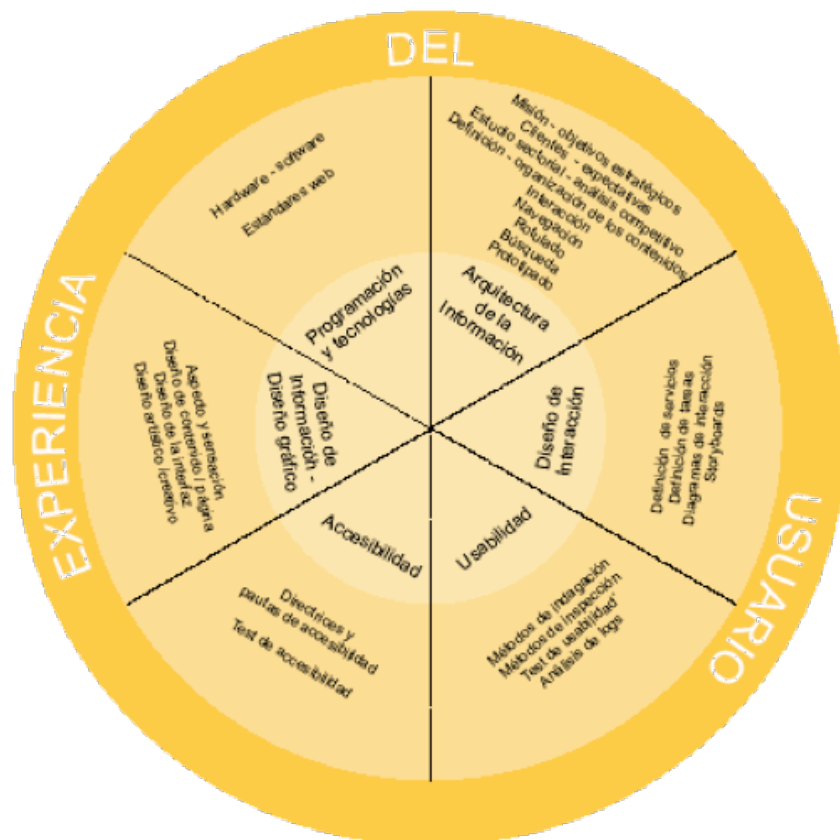


FIGURA 48: CONSTRUCCIÓN ÍCONOS 02  
FUENTE: EL AUTOR

## DISEÑO PANTALLAS - PLATAFORMA DE CAPACITACIÓN.

Para el desarrollo de la página web, se realizó una retícula, que servirá de guía para el diseño de las diferentes pantallas, así mismo se tomó en cuenta conceptos teóricos sobre diseño de página Web como: navegación, funcionalidad, estética, accesibilidad, usabilidad interacción. Ahora se mostrará el proceso de diseño, partiendo desde el concepto y símil metafórico ya establecidos anteriormente, aplicado a la plataforma digital de aprendizaje, tomando en cuenta los requisitos de diseño y del usuario.



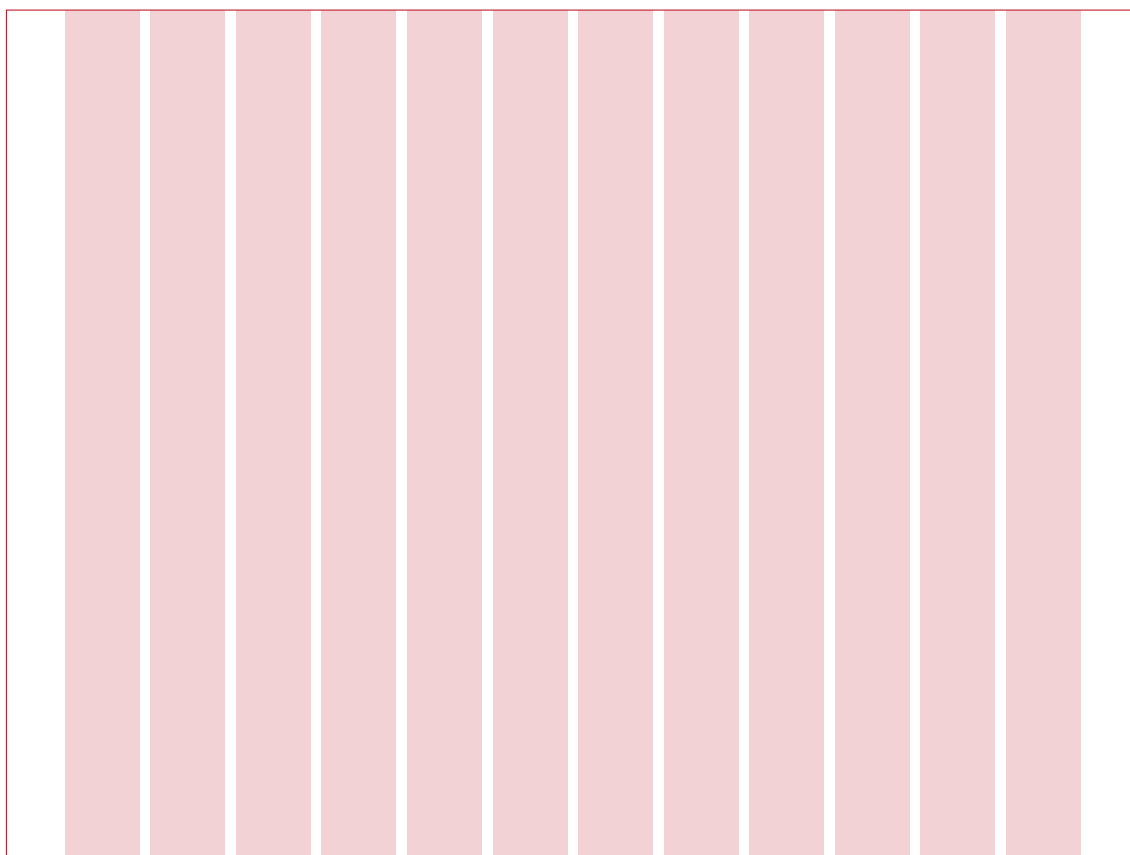
Fuente: <http://www.staffcreativa.pe/blog/usabilidad-web-experiencia-usuario/>  
Luigi Santa Maria · Diciembre 9, 2013

Se definió el tamaño de diseño de la pantalla de 1024 pixels x 768 pixels, siendo esta medida muy usada actualmente por los desarrolladores web, y la que se recomienda para monitores de computadora y laptop de 13 y 15 pulgadas, tablets y ipad. El 80% de los usuarios tienen laptops de 15 pulgadas, el 20% de 13 pulgadas. Así mismo, hay 100 tablets repartidas estratégicamente entre los colaboradores que también cuentan con un formato para usar la plataforma.

Usando una retícula de 12 columnas por 4 filas, con un gutter de 10 px, se procede a diseñar y componer la información para la pantalla de inicio de sesión. Se definirá la línea gráfica tomando en cuenta los requisitos del usuario. Se diseña una plataforma que incentive e invite a participar al usuario de una manera amigable y atractiva visualmente.

Utilizando material diseñado como: símbolos gráficos, botones e imágenes para generar el concepto. Más adelante se detalla el proceso de diseño de esas piezas.

1024px x 768px.



**FIGURA 49: RETÍCULA PLATAFORMA 01**

FUENTE: EL AUTOR



PANTALLA INICIO

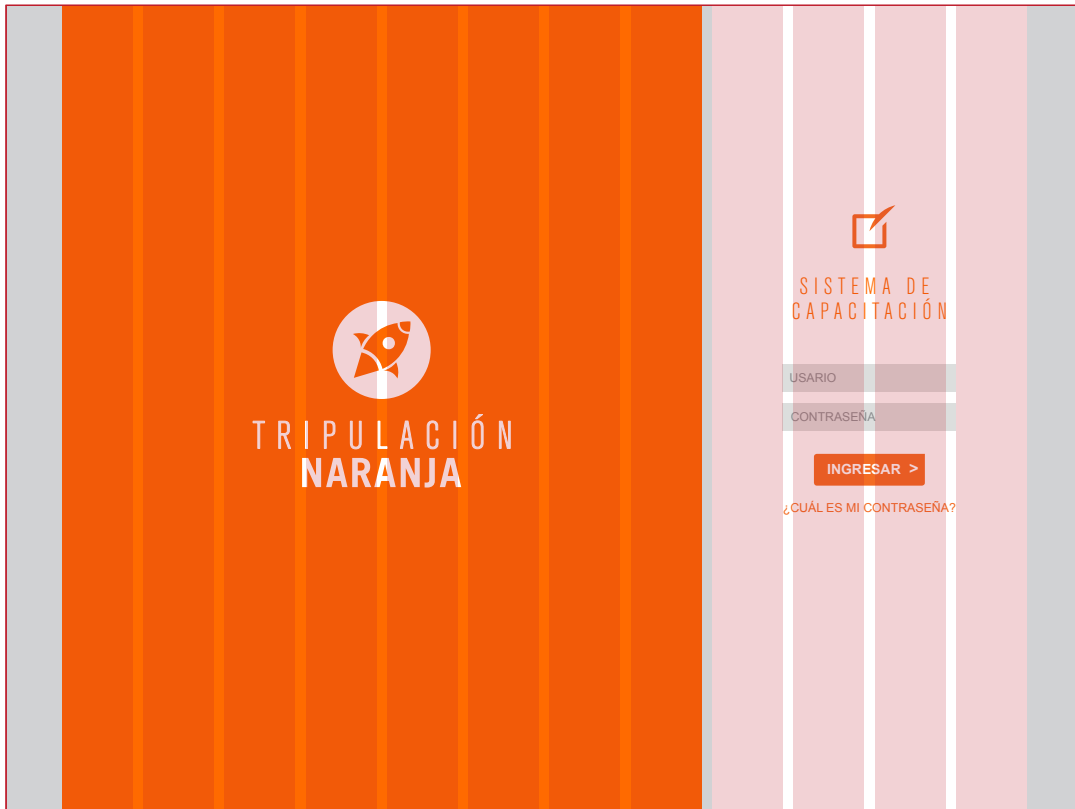


FIGURA 52: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 02

FUENTE: EL AUTOR

PANTALLA INICIO

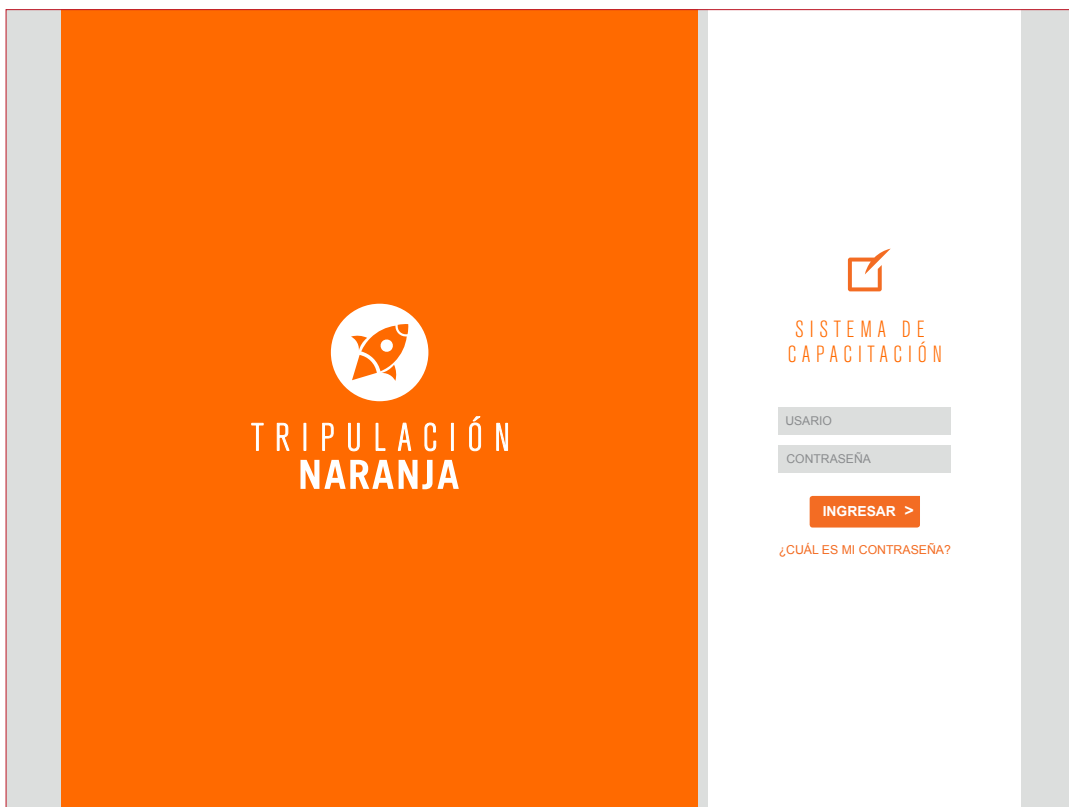


FIGURA 53: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 03

FUENTE: EL AUTOR

PANTALLA INICIO

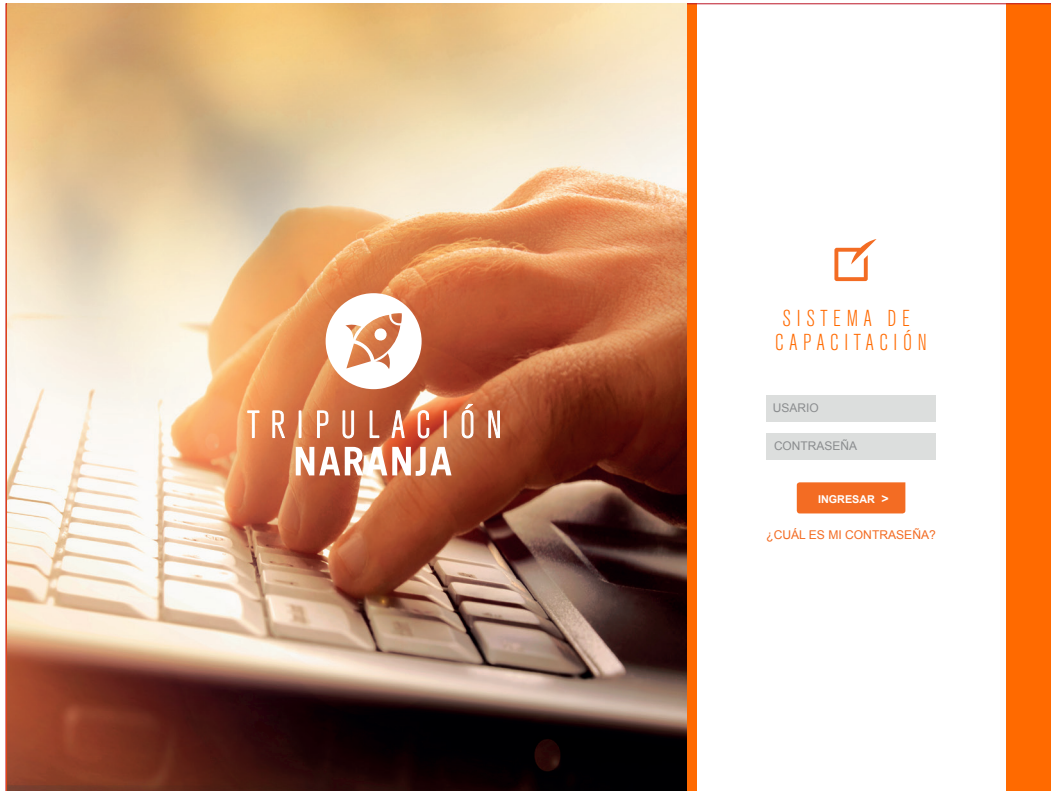


FIGURA 54: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 04  
FUENTE: EL AUTOR

PANTALLA INICIO

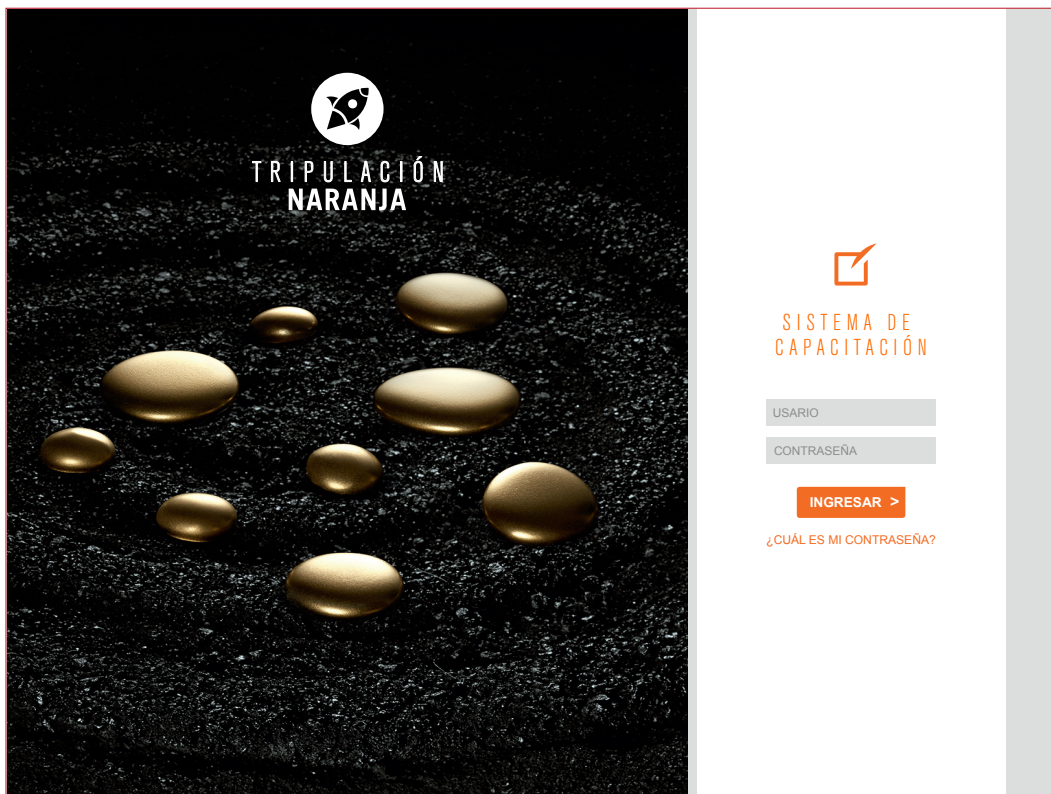


FIGURA 55: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 05  
FUENTE: EL AUTOR

PANTALLA INICIO

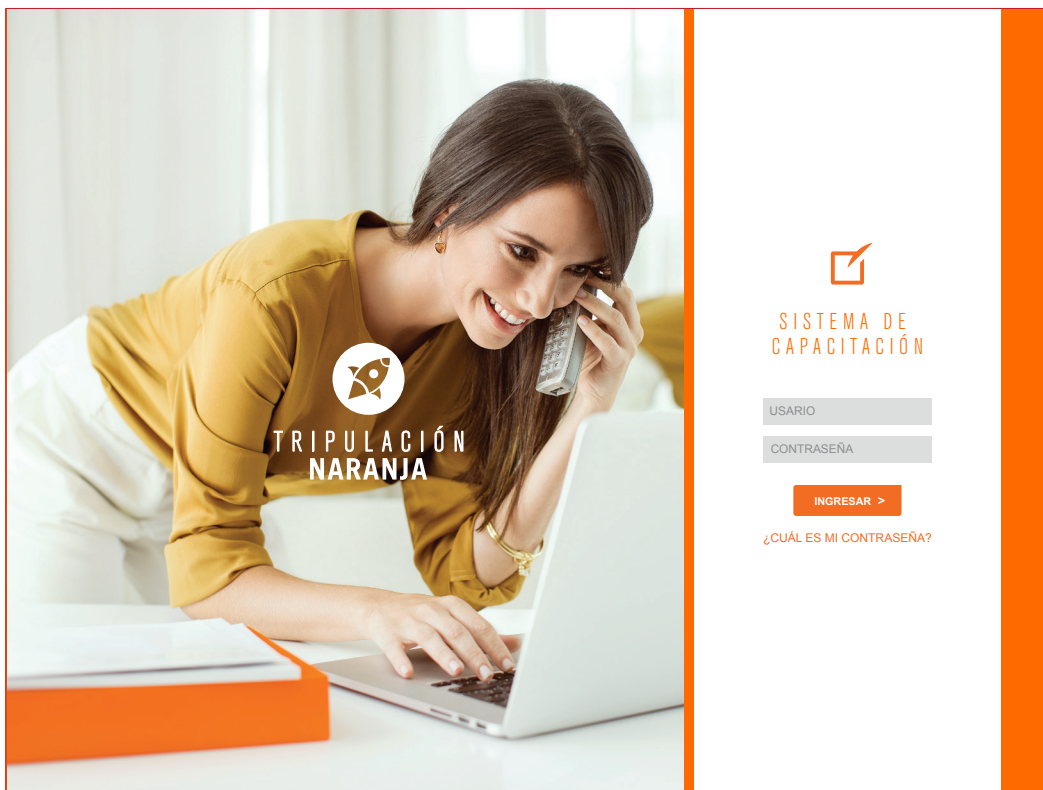
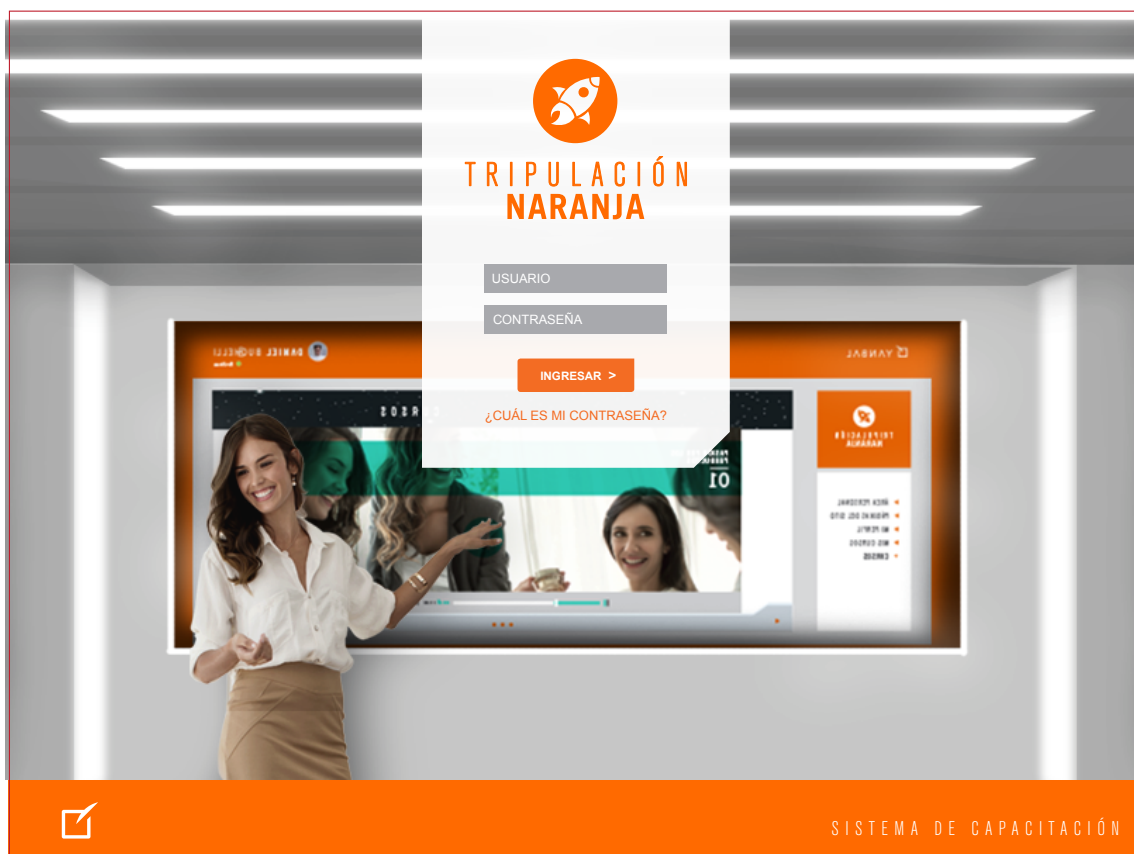


FIGURA 56: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 06  
FUENTE: EL AUTOR

PANTALLA INICIO



FIGURA 57: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 07  
FUENTE: EL AUTOR



**FIGURA 58: BOCETOS PANTALLA INICIO LOG IN 08**

FUENTE: EL AUTOR

Se procedió a realizar varios bocetos de composiciones para la pantalla de inicio de sesión. Tomando en cuenta los requisitos del usuario de usar gráfica llamativa que refleje el nuevo modelo de capacitaciones.

Para poder diseñar las pantallas de la nueva plataforma es necesario crear material de apoyo, se realiza 5 fotomontajes que serán parte de las composiciones y línea gráfica para todo el proyecto.

Se usa la figura retórica de la metáfora, la cual consiste en la identificación de un término real con uno imaginario. Esta figura nos ayuda a generar una imagen con alta expresividad y poder representar mejor ideas complejas. Se usó la técnica de la fotomontaje o manipulación fotográfica, a continuación se detalla el proceso.

Mediante una lluvia de ideas, se escogió los recursos del banco de imágenes del uso corporativo de la empresa para los montajes. Teniendo en cuenta las que mejor servían según el ángulo de luz y concepto para cada fotomontaje. Una vez escogidos los bocetos finales se realiza la edición fotográfica.

Usando diferentes recursos gráficos se logra la imagen deseada; se ajustan colores, sombras, luces y contrastes. Se toma en cuenta los aspectos técnicos necesarios para el uso de cada foto, manipulación de tamaños, resolución y perfil de color. Se detalla el proceso de uno de los cinco fotomontajes



FIGURA 59: BOCETOS PANTALLAS 01

FUENTE: EL AUTOR



FIGURA 60: PROCESO DE EDICIÓN FOTOGRÁFICA 01

FUENTE: EL AUTOR

Una vez realizados los 5 fotomontajes, se procedió a la validación y corrección de los mismos por parte del equipo de revisión de artes, el autor y tutora del proyecto.

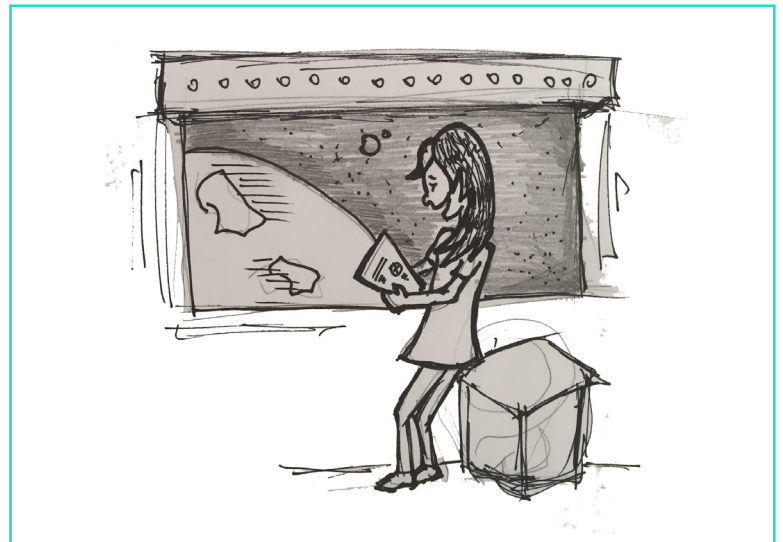


FIGURA 61: BOCETOS PANTALLAS 02  
FUENTE: EL AUTOR



FIGURA 62: PROCESO DE EDICIÓN FOTOGRÁFICA 02  
FUENTE: EL AUTOR

Definidos todos los recursos y la línea gráfica se procede con el proceso de bocetaje para las pantallas.

Es necesario un diseño altamente gráfico y conceptual para responder a los requisitos del usuario. El diseño de las pantallas de la plataforma de capacitaciones debe estar alineado al uso del manual de imagen corporativo, aplicando la línea gráfica y concepto de diseño del proyecto.

Se define antes un flujo de navegación para la plataforma de aprendizaje, el cual nos sirve de guía para el recorrido por los distintos menús, para este flujo se crea puntos interés e información dentro de la plataforma, logrando una jerarquización de la información de la interfaz. Se pretende crear una navegación fácil de utilizar y llamativa para el usuario.

1

1024px x 768px.  
PANTALLA DE INICIO DE SESIÓN

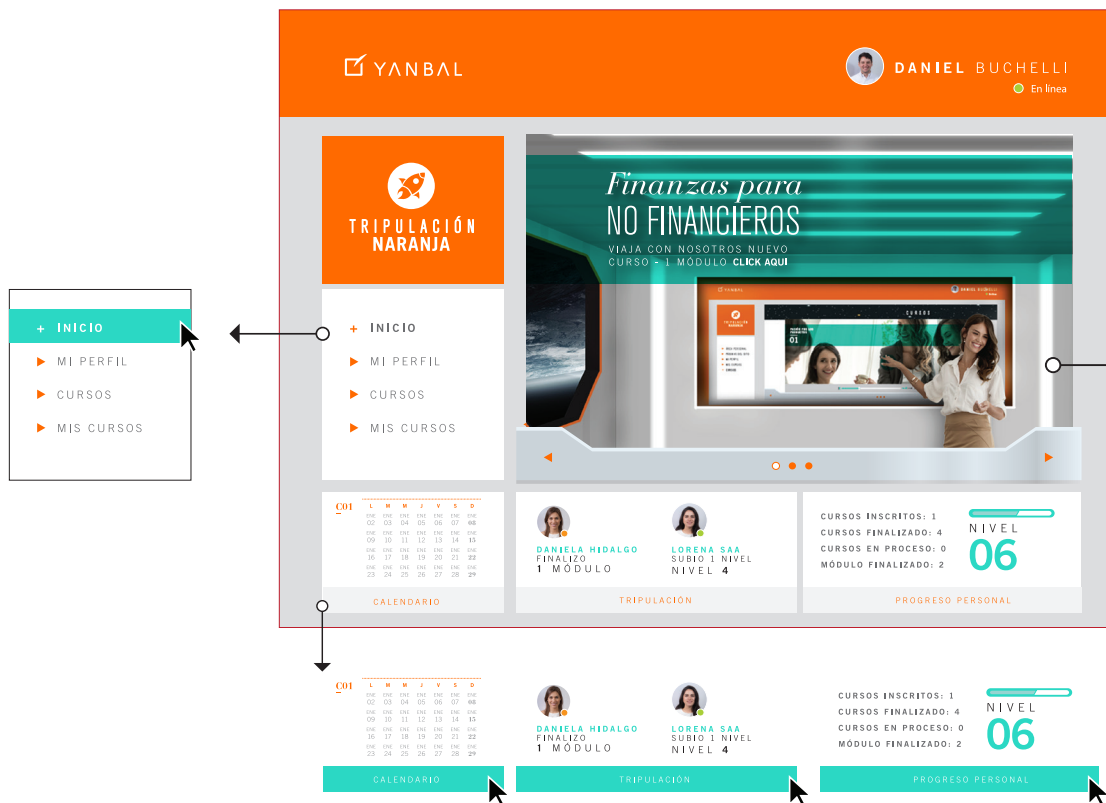


1024px x 768px.  
PANTALLA DE INICIO

2

CAMBIA PANTALLA CENTRAL  
LOOP 10 SEG.

2



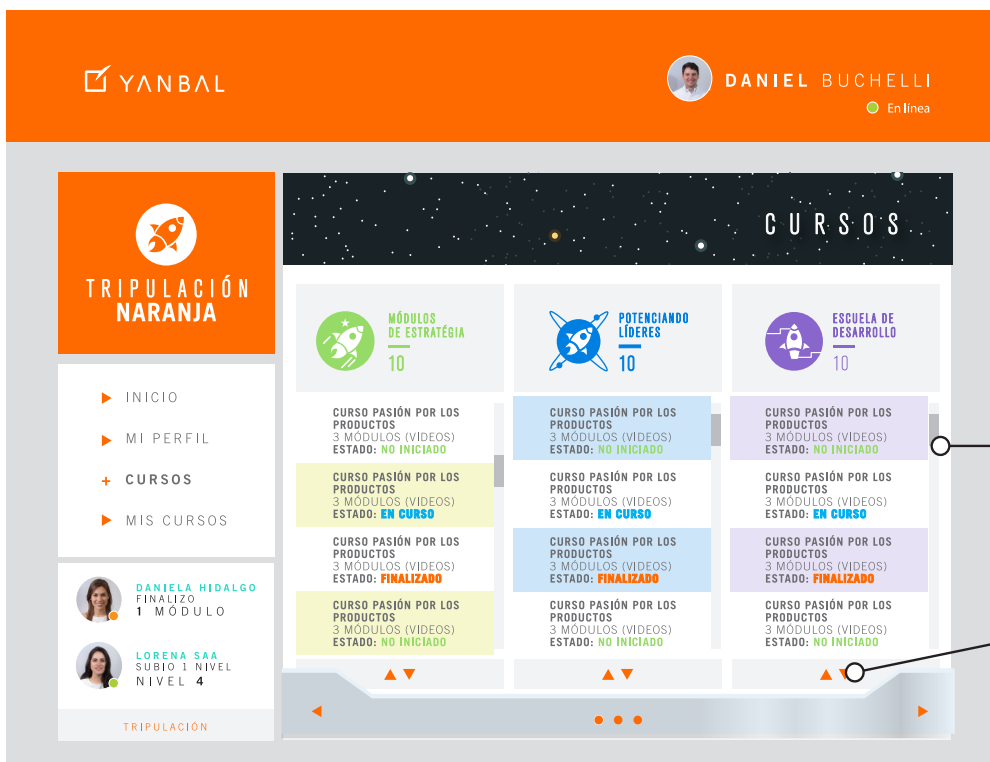
1024px x 768px.  
PANTALLA DE MI PERFIL



CADA VEZ QUE EL CURSOR PASE SOBRE LOS ÍCONOS, SE HAGAN LIGERAMENTE MÁS GRANDES

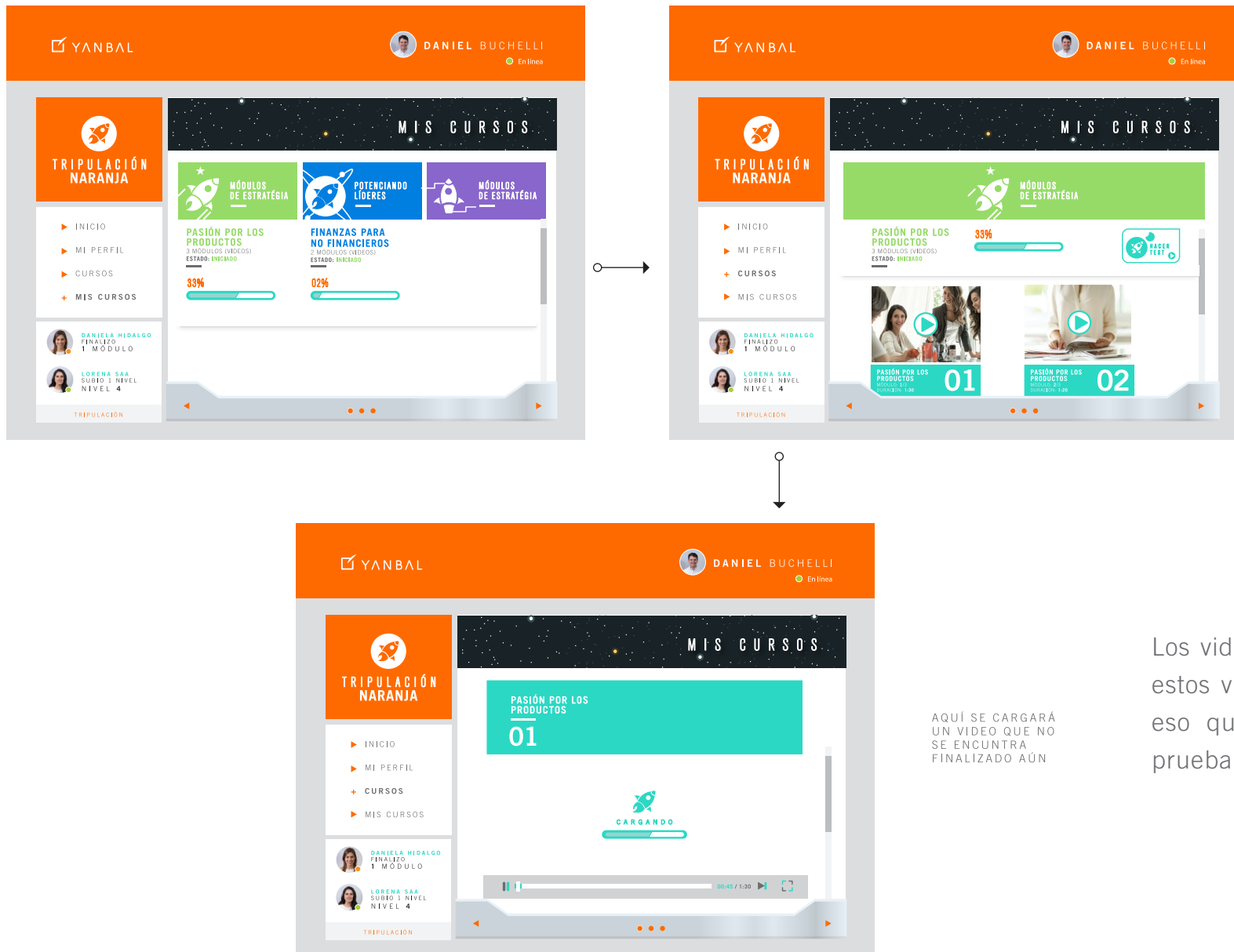
DARLE UN POCO DE ANIMACIÓN A LA PÁGINA

1024px x 768px.  
PANTALLA DE CURSOS



ESTOS TRES MÓDULOS DEBEN TENER UN SCROLL

DE IGUAL MANERA FUNCIONAR LOS BOTONES DE ABAJO PAR SUBIR Y BAJAR ENTRE LOS CURSOS



AQUI SE CARGARÁ  
UN VIDEO QUE NO  
SE ENCUENTRA  
FINALIZADO AÚN

Los videos son los del capacitador, estos videos aún no existen es por eso que se cargará un video de prueba para el prototipo.

Presentamos el proceso de diseño.

# 1 PANTALLA - INICIO

1024px x 768px.

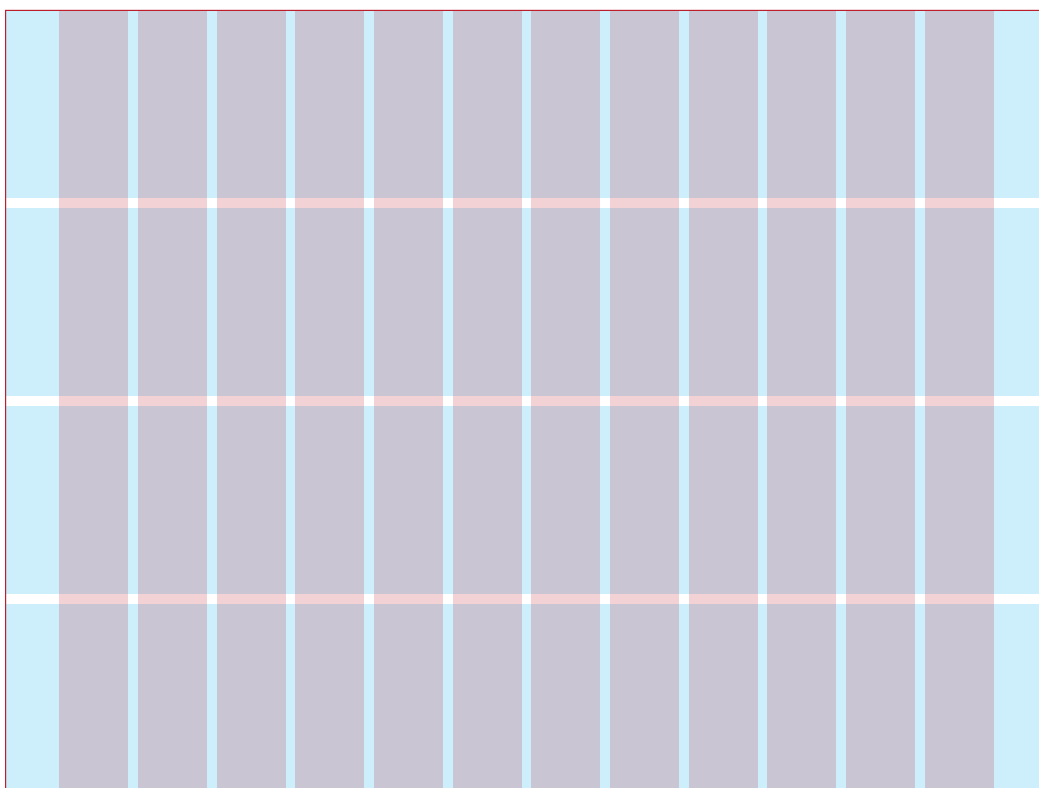


FIGURA 64: BOCETOS PANTALLA INICIO 01

FUENTE: EL AUTOR



FIGURA 65: BOCETOS PANTALLA INICIO 02

FUENTE: EL AUTOR



FIGURA 66: BOCETOS PANTALLA INICIO 03  
FUENTE: EL AUTOR



FIGURA 67: BOCETOS PANTALLA INICIO 04  
FUENTE: EL AUTOR

## 2 PANTALLA - PERFIL

1024px x 768px.

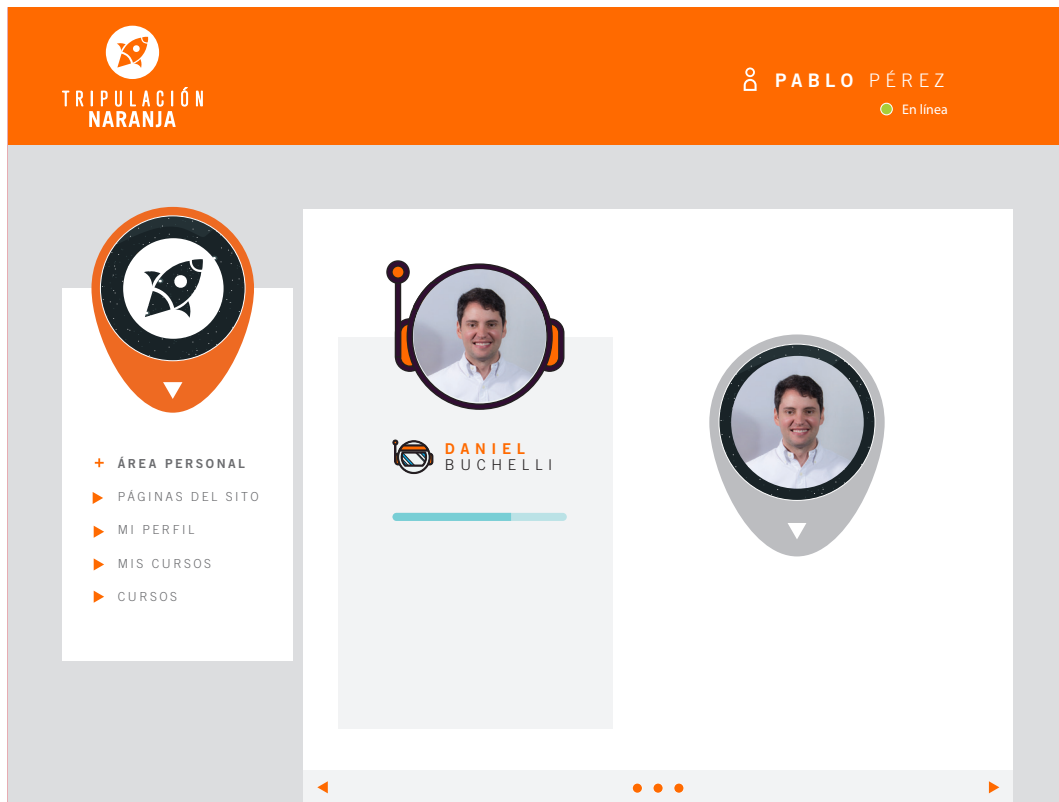


FIGURA 68: BOCETOS PANTALLA PERFIL 01

FUENTE: EL AUTOR

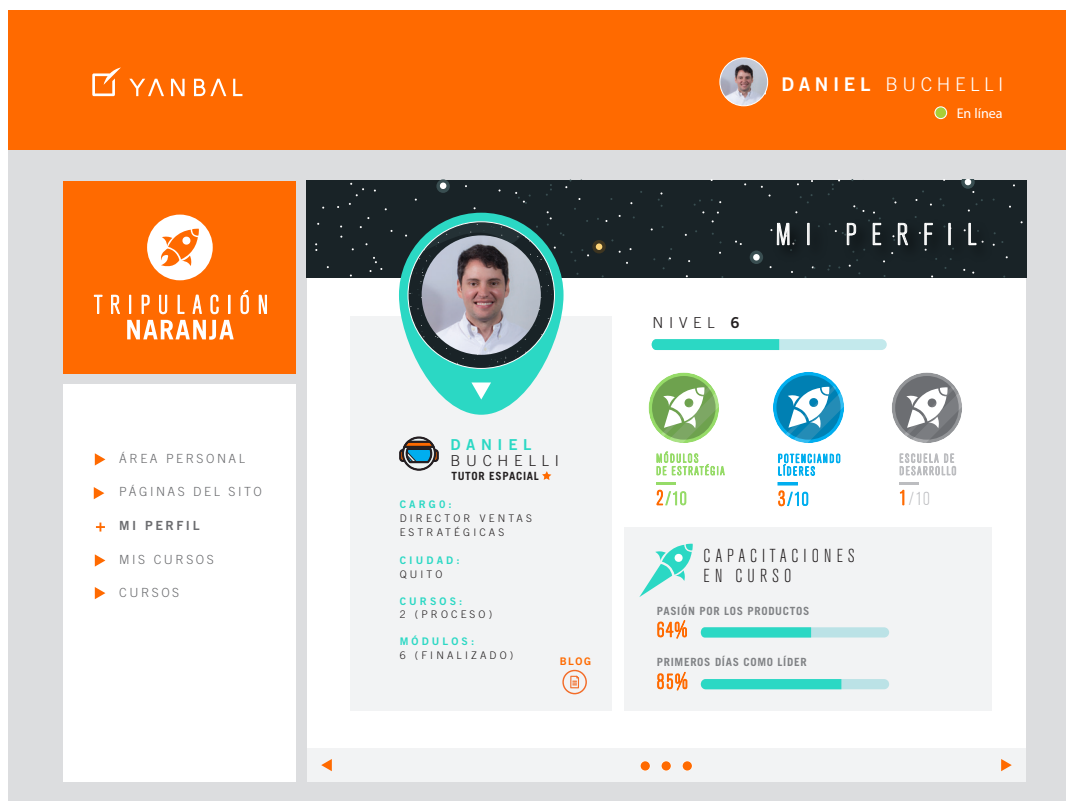


FIGURA 69: BOCETOS PANTALLA PERFIL 02

FUENTE: EL AUTOR

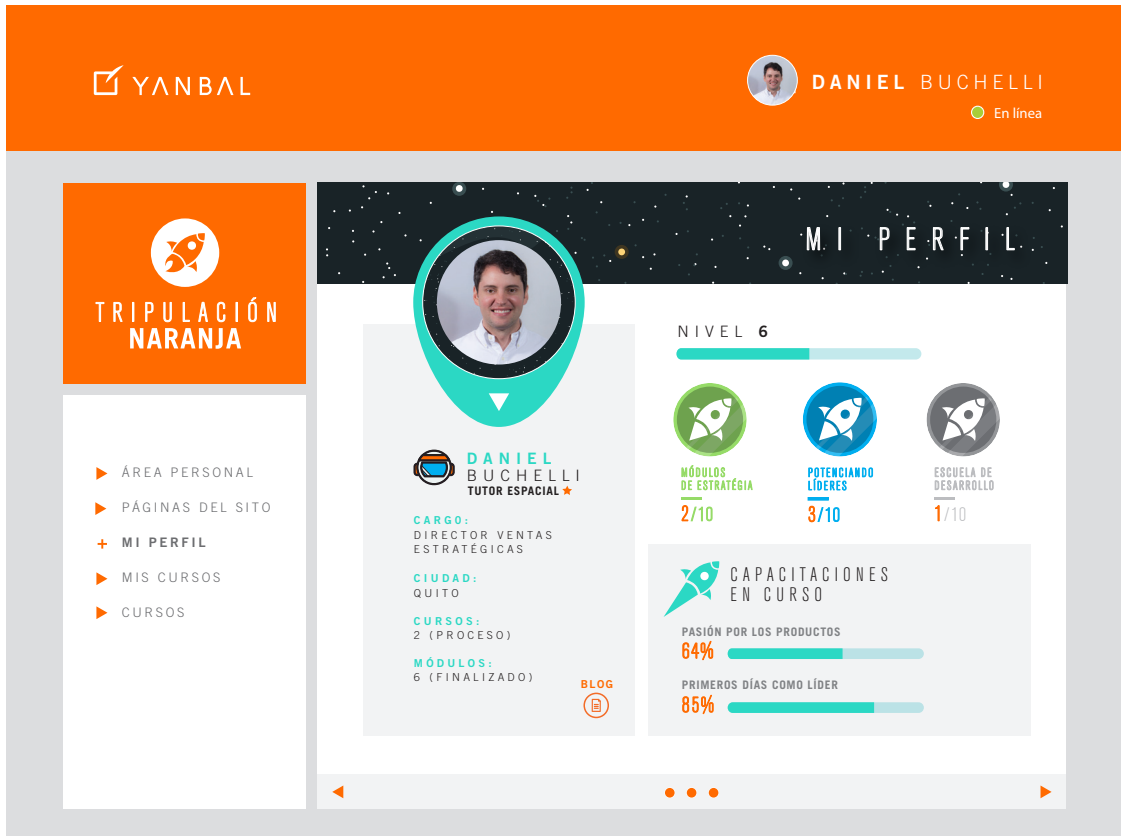


FIGURA 70: BOCETOS PANTALLA PERFIL 03  
FUENTE: EL AUTOR

### 3 PANTALLA - CURSOS

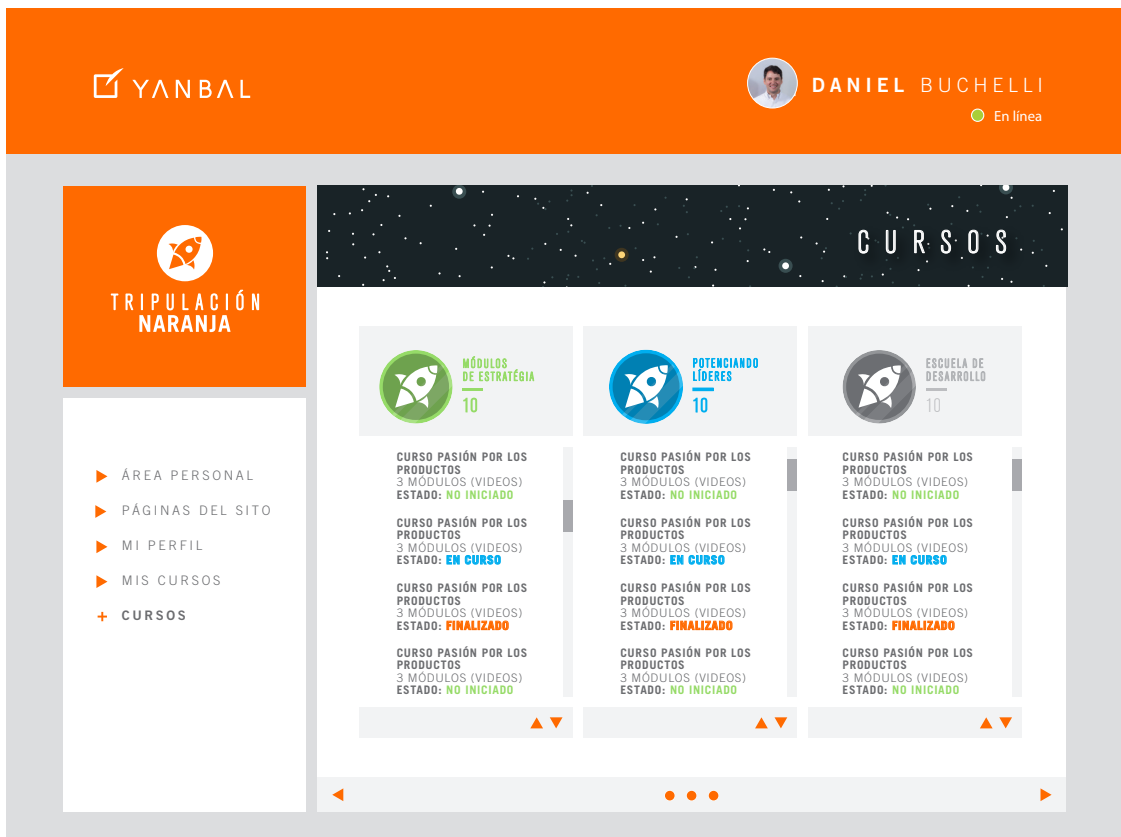


FIGURA 71: BOCETOS CURSOS 01  
FUENTE: EL AUTOR

# 4 PANTALLA - MIS CURSOS

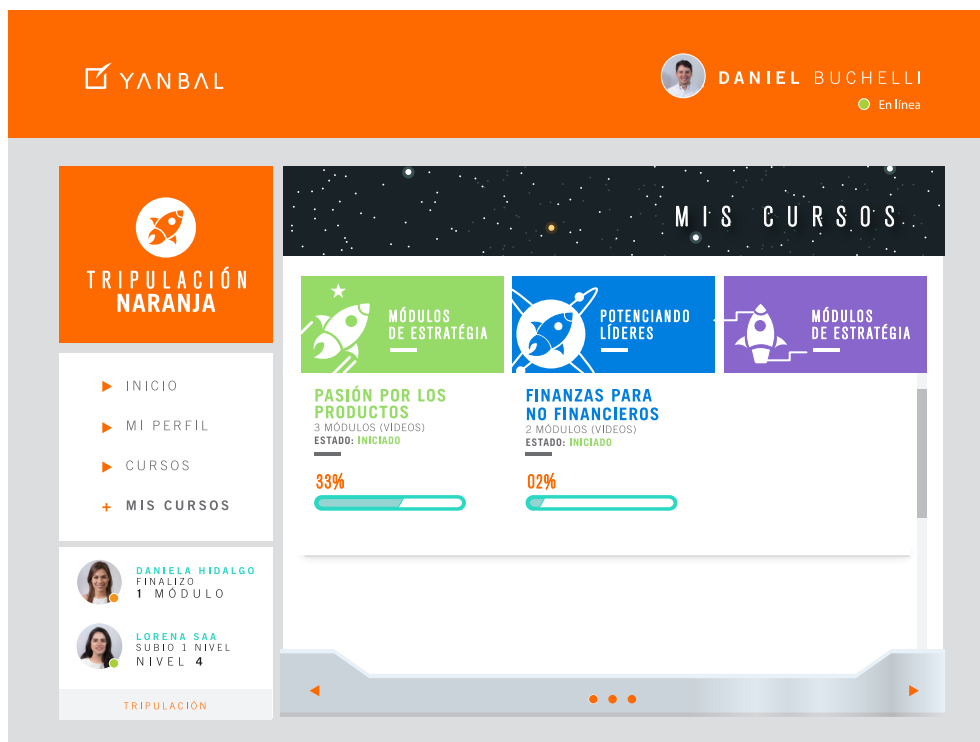


FIGURA 72: BOCETOS MIS CURSOS 01  
FUENTE: EL AUTOR

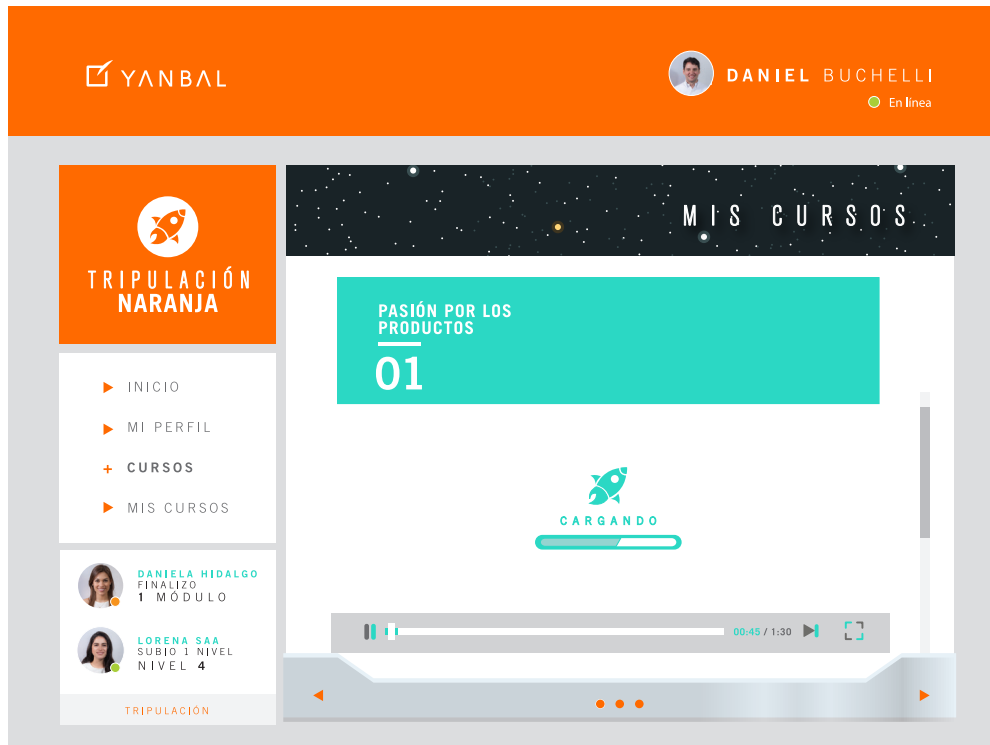


FIGURA 73: BOCETOS MIS CURSOS 02  
FUENTE: EL AUTOR

Establecidos los diseños de las pantallas son sometidos a validación de diseño, cambios y rediseño de las mismas.

El Kit es la herramienta física de apoyo para los usuarios del nuevo modelo de capacitación. Para el diseño de este, se tomó en cuenta los vectores de la forma para los diferentes detalles, funciones del kit y sus componentes.

### Función

Relación Kit – Usuario – Objetos

El tamaño corresponde a medidas establecidas para optimizar la producción con menos desperdicio de papel. Debe ser ergonómico y funcional para la transportación del mismo.

### Tecnológica

Factores de producción

El material debe resistir el uso, se recomienda gramajes de 300 o mayores. Debe tener acabados como laminado mate para protección.

La impresión debe ser offset en tintas Directas, 2 pantones corporativos.

### Expresión

Características simbólicas - Usuario

El diseño corresponde a la línea gráfica, llevando a una composición simple altamente icónica, aplicación de la marca y uso de colores corporativos.

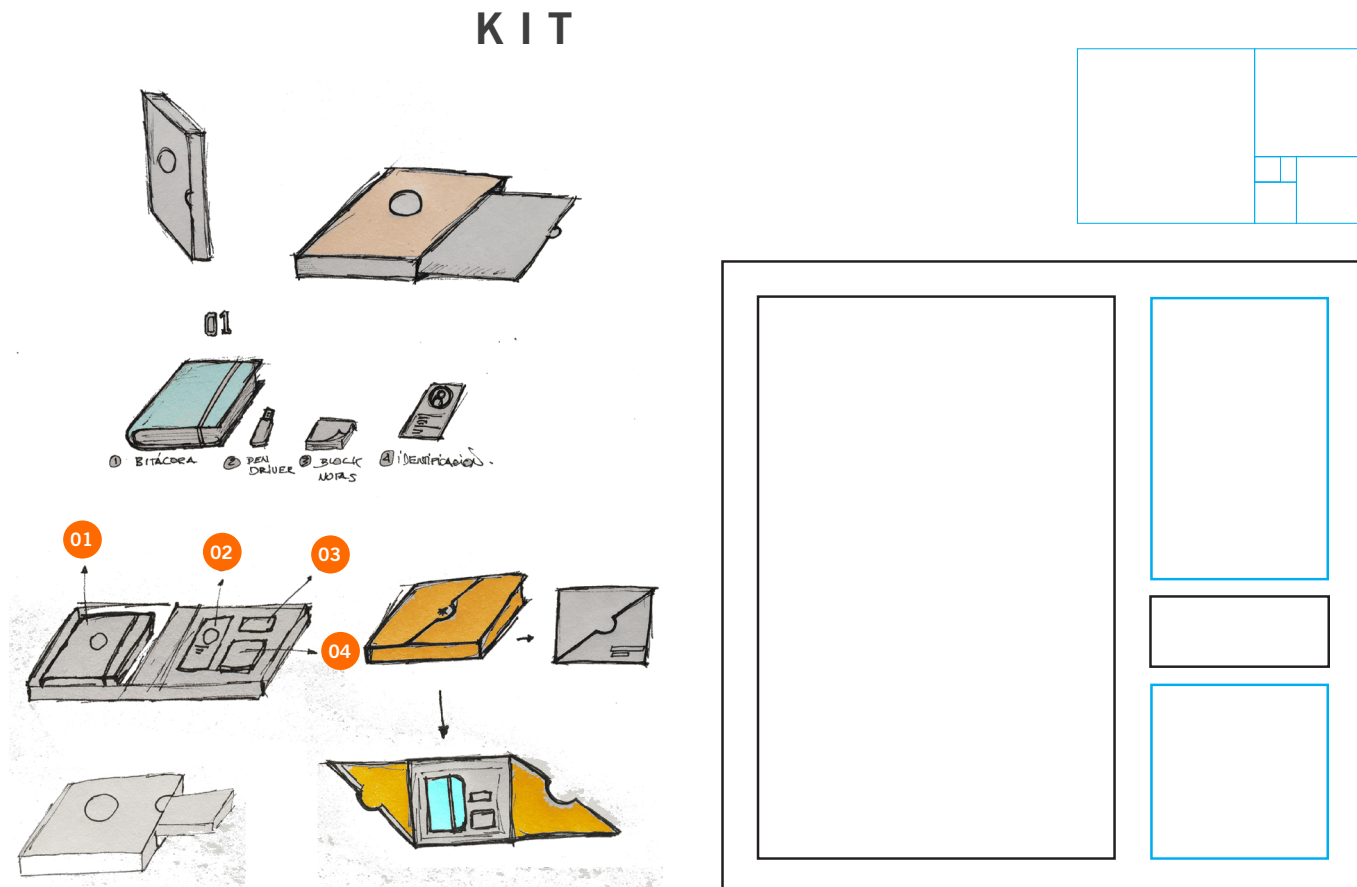
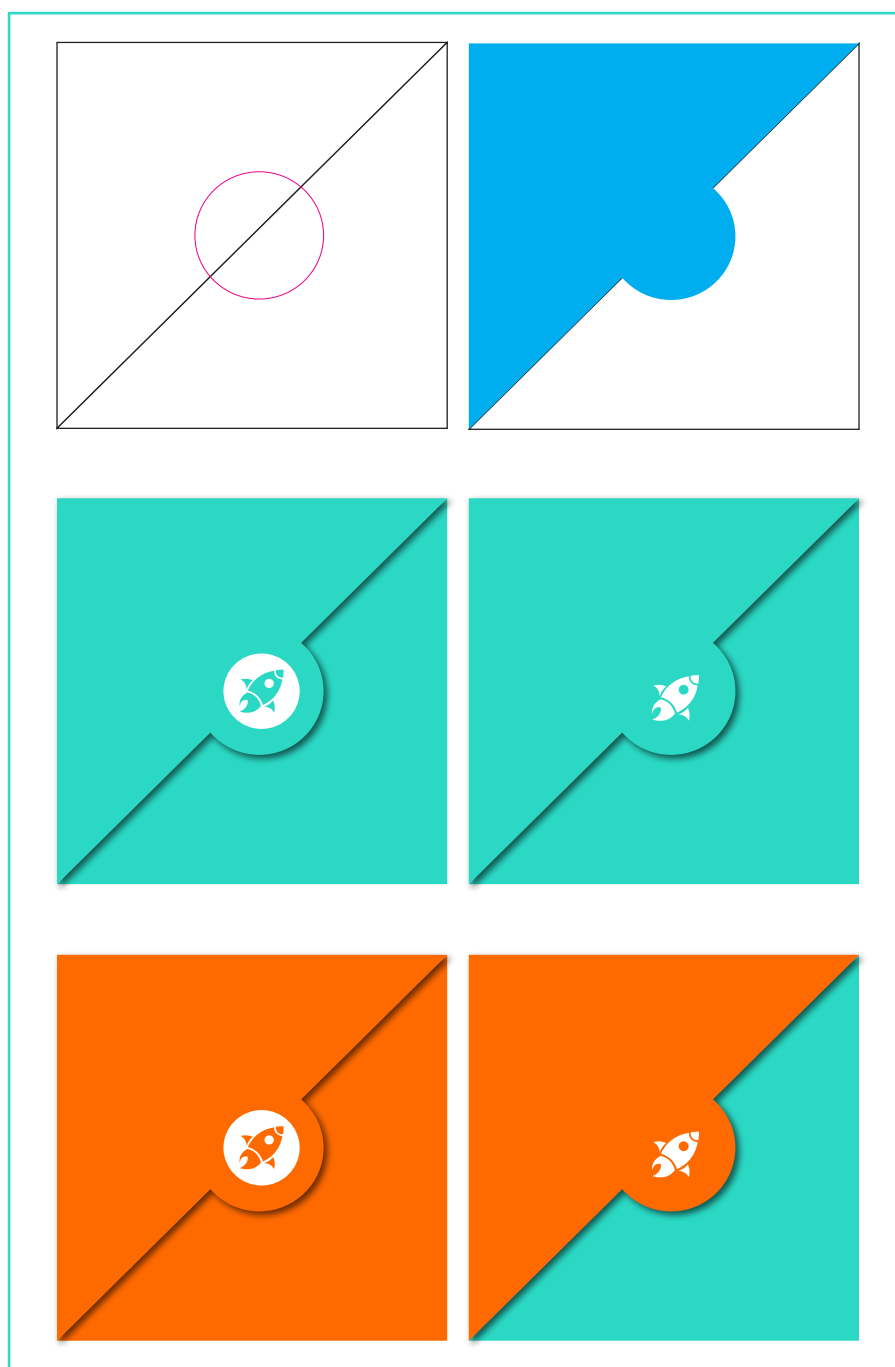
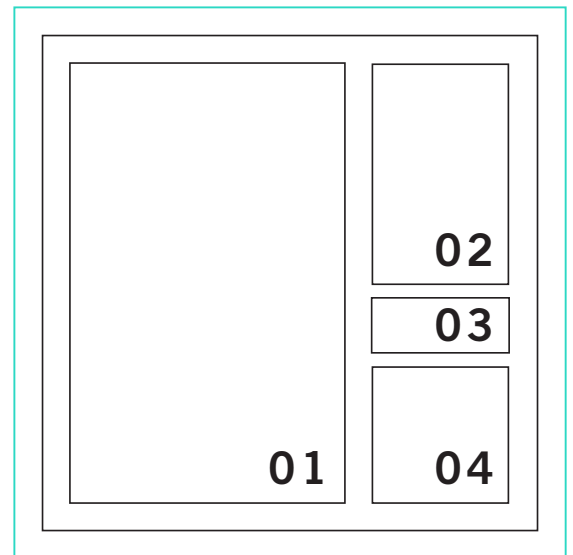


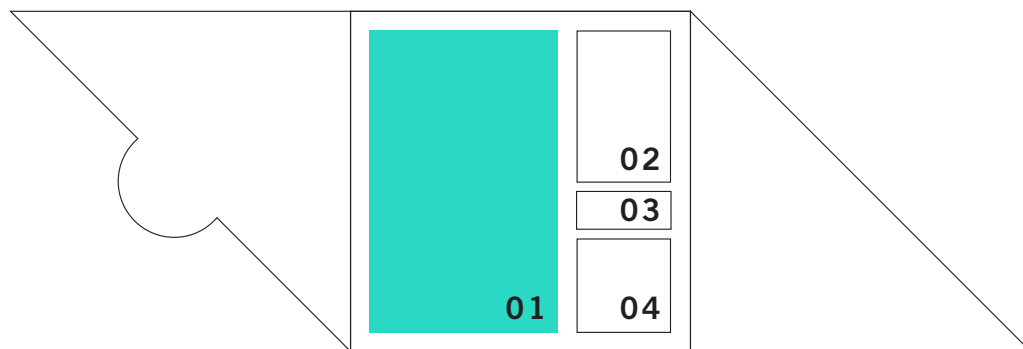
FIGURA 74: BOCETOS KIT 01  
FUENTE: EL AUTOR

De la misma manera los elementos y el diseño del Kit corresponden al uso de la proporción áurea como guía para medidas y diseño.



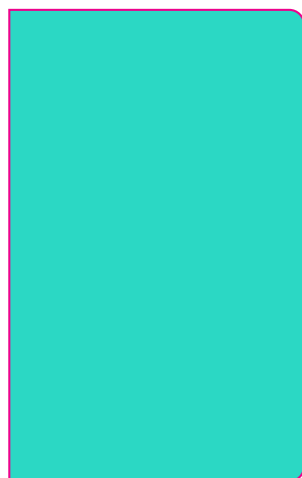
**FIGURA 75: BOCETOS KIT 02**  
FUENTE: EL AUTOR

IDENTIFICADORES DE LA MARCA  
/KIT  
01 BITÁCORA  
PORTADA

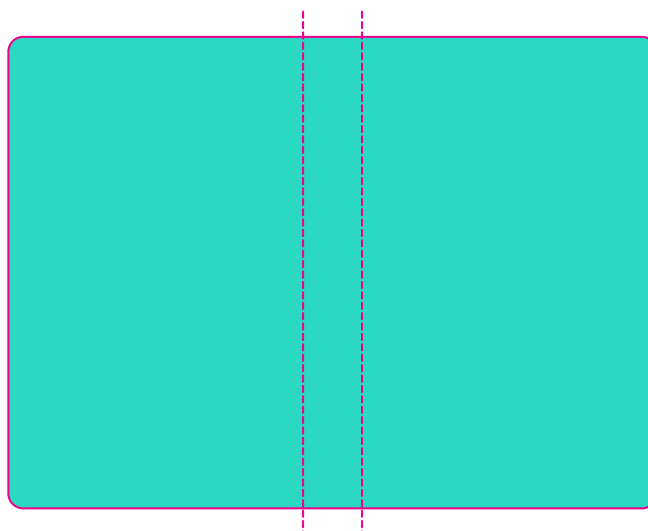


01  
BITÁCORA

PORTADA CERRADA



PORTADA Y CONTRAPORTADA TIRO



PORTADA Y CONTRAPORTADA RETIRO - GUARDAS

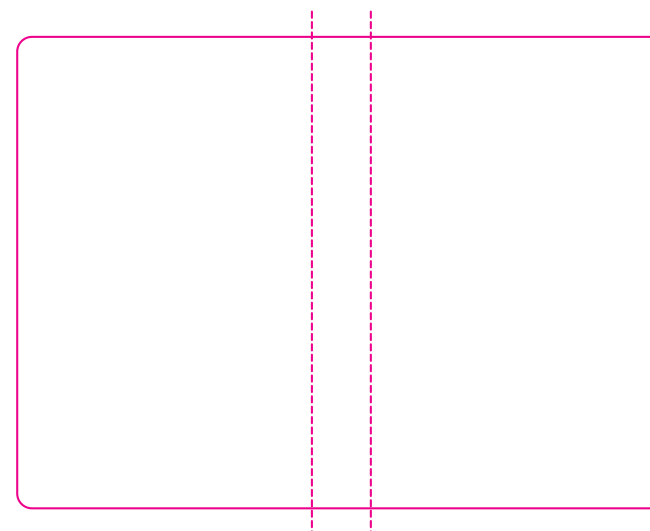
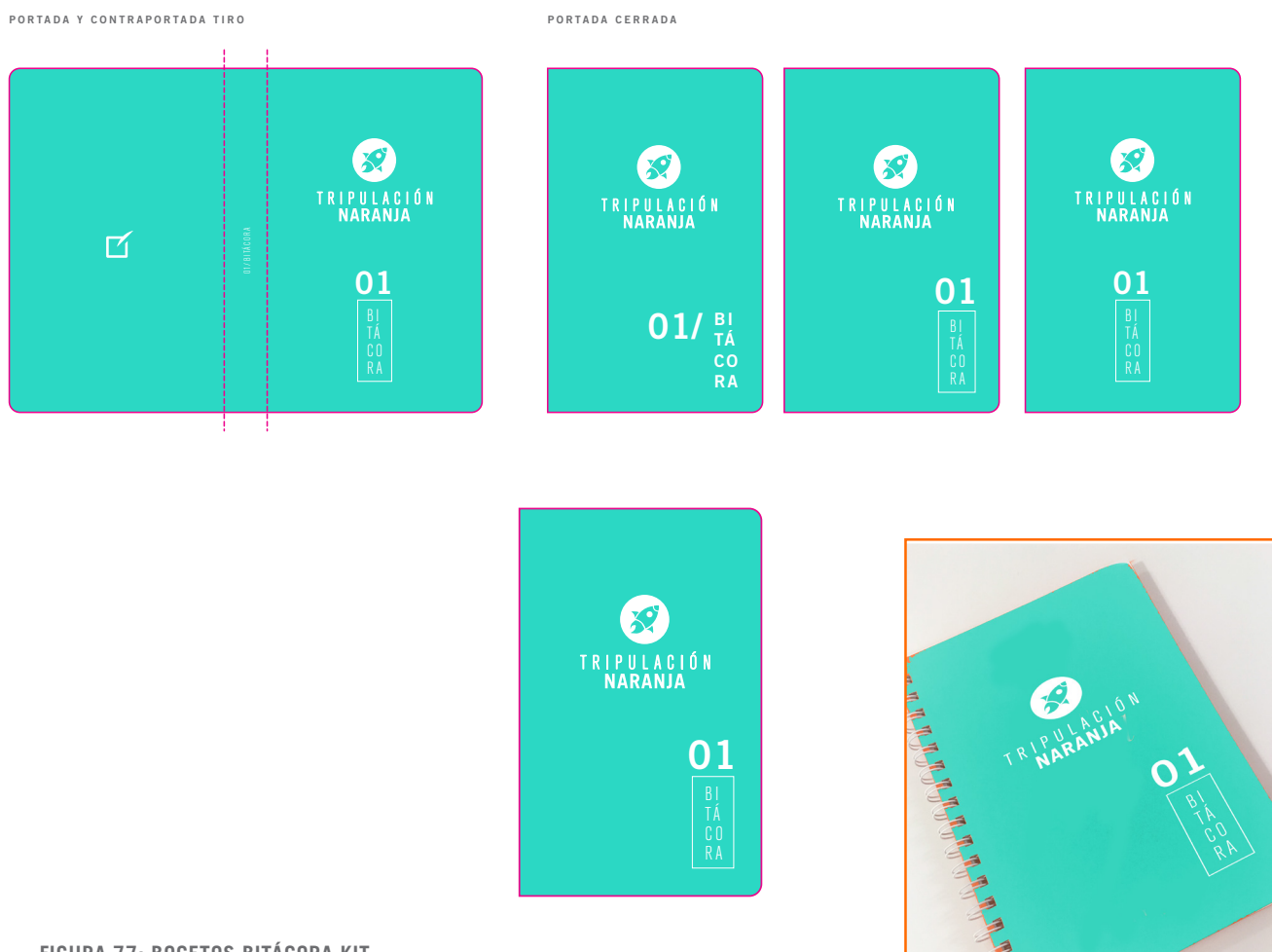


FIGURA 76: BOCETOS KIT 03  
FUENTE: EL AUTOR

Se procede al diseño de la bitácora o libreta de apuntes y al block de notas para responder a los requisitos del usuario, el cual es tener un material de ayuda al usuario para llevar notas importantes, así como captar ciertos procesos de aprendizaje que solo se logran escribiendo, la bitácora no solo es una herramienta de recolección de datos para el usuario, pretende cumplir también la función de invitar al usuario a escribir mientras realiza las capacitaciones.

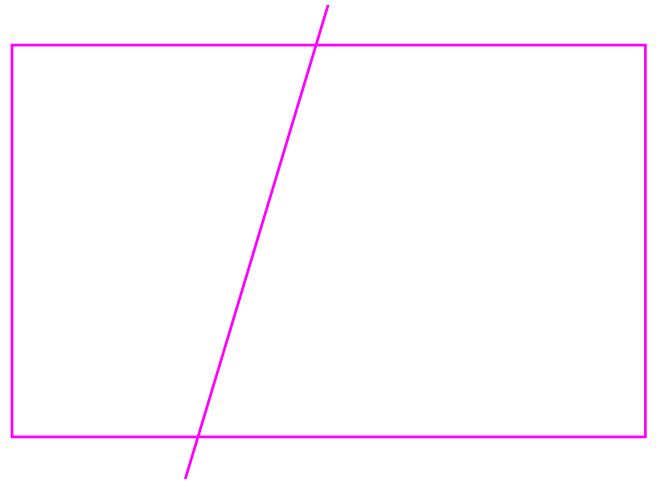
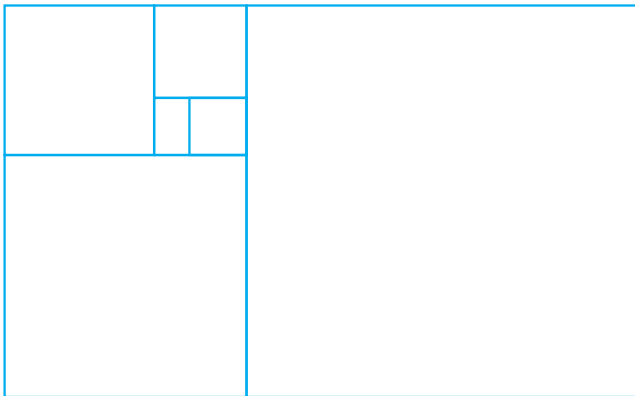
Aplicando un diseño que responda a la línea gráfica establecida se procede a realizar varios bocetos.



**FIGURA 77: BOCETOS BITÁCORA KIT**  
FUENTE: EL AUTOR

Finalmente se procede con el diseño de las comunicaciones para los canales de comunicación interna que son mailing y Yanbalnet, si bien en los requisitos de usuarios se sugiere el uso de tamaños en cuanto a los formatos digitales, por motivos de la línea gráfica y diseño de la propuesta, se plantea cambiar un poco la medidas establecidas en el tamaños para las comunicaciones vía Mailing, esta nueva medida corresponde al uso de tamaño y retículas áureas y uso de retícula, los mismo que se usaron para todas las piezas gráficas de este proyecto, a continuación se presenta el proceso de bocetaje y diseño de los comunicados.

## COMUNICADO MAILING



  
**TRIPULACIÓN  
NARANJA**

Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
Te invitamos a participar de la capacitación  
"Facturación Electrónica",

Si deseas participar, Ingresa a  
[www.tripulacionnaranja.com](http://www.tripulacionnaranja.com)

ESPERAMOS QUE ESTA CAPACITACIÓN APORTE  
SIGNIFICATIVAMENTE EN BIENESTAR DE TODO EL EQUIPO



  
**TRIPULACIÓN  
NARANJA**

Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
Te invitamos a participar de la capacitación  
"Facturación Electrónica",

Si deseas participar, Ingresa a  
[www.tripulacionnaranja.com](http://www.tripulacionnaranja.com)

ESPERAMOS QUE ESTA CAPACITACIÓN APORTE  
SIGNIFICATIVAMENTE EN BIENESTAR DE TODO EL EQUIPO



FIGURA 78: BOCETOS MAILING

FUENTE: EL AUTOR

## BANNER YANBALNET



  
**TRIPULACIÓN  
NARANJA**

Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
Te invitamos a participar de la capacitación  
“Facturación Electrónica”

Si deseas participar, da click aquí  
[WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM](http://WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM)



  
**TRIPULACIÓN  
NARANJA**

Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
Te invitamos a participar de la capacitación  
“Facturación Electrónica”

Si deseas participar, da click aquí  
[WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM](http://WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM)



Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
Te invitamos a participar de la capacitación  
“Facturación Electrónica”

Si deseas participar, da click aquí  
[WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM](http://WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM)



Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
Te invitamos a participar de la capacitación  
“Pasión por los Productos”

Si deseas participar, da click aquí  
[WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM](http://WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM)



FIGURA 79: BOCETOS BANNER YANBALNET

FUENTE: EL AUTOR



FIGURA 80: BOCETOS POP UP YANBALNET  
FUENTE: EL AUTOR

### 2.3. VALIDACIÓN INICIAL DE LA PROPUESTA DE DISEÑO DESARROLLADA

La validación inicial nos ayuda con una exploración más cercana con el usuario, se presentó la línea gráfica el concepto plasmado en los prototipos digitales y físicos. Para un mejor análisis de los datos se elabora una matriz de validación inicial la cual se presenta a continuación.

## RESUMEN DE REQUERIMIENTOS

REQUISITOS  
USUARIO - DISEÑO - TEÓRICOS



CARACTERÍSTICAS  
INTERACTIVO - MODERNO - DIDÁCTICO

- + Comunicación visual persuasiva
- + Atractivo visualmente
- + Diseño Lúdico
- + Informativo
- + Moderno - tecnológico
- + Llamativo

# 01 DISEÑO DEL MANUAL DE MARCA,

### REQUISITOS DE USUARIO:

REQUISITO	CUMPLE	PARCIALMENTE	NO CUMPLE
Capacitaciones más interactivas	X		
Reconocimiento laboral	X		
Ambiente de aprendizaje personalizado	X		
Parte de un Equipo	X		
Moderno - tecnológico	X		

# 02 PIEZAS DE COMUNICACIÓN Y FOTOMONTAJE DIGITALES

### ATRIBUTOS DEL CONCEPTO Y LÍNEA GRÁFICA

REQUISITO	CUMPLE	PARCIALMENTE	NO CUMPLE
La imagen es futurista	X		
Refleja capacitaciones modernas	X		
Diseño conceptual	X		
Gráfica expresiva	X		
La gráfica es persuasiva	X		

# 03 DISEÑO DE LA PLATAFORMA DIGITAL

## REQUISITOS DE USUARIO:

REQUISITO	CUMPLE	PARCIALMENTE	NO CUMPLE
Capacitaciones más interactivas	X		
Reconocimiento laboral	X		
Ambiente de aprendizaje personalizado	X		
Parte de un Equipo	X		
Moderno - tecnológico	X		

## REQUISITOS TEÓRICOS PRINCIPIOS DE APRENDIZAJE

REQUISITO	CUMPLE	PARCIALMENTE	NO CUMPLE
Principio de la individualidad	X		
Principio de motivación	X		
Principio de participación	X		
Principio de retroalimentación	X		
Principio del resultado	X		

## REQUISITOS DE DISEÑO

SISTEMA IDENTIFICACIÓN VISUAL	REQUISITO	CUMPLE	PARCIALMENTE	NO CUMPLE
FUNCIONALIDAD	Cubre las necesidades de capacitación	X		
	Facilidad para el aprendizaje	X		
DIDÁCTICO	Fomenta el uso y aprendizaje	X		
	Motiva al trabajo en equipo e individual	X		
TÉCNICO	Software amigable y personalizado	X		
	Utilización flexible del sistema	X		

# 04 DISEÑO DEL KIT

## REQUISITOS DE USUARIO:

REQUISITO	CUMPLE	PARCIALMENTE	NO CUMPLE
Capacitaciones más interactivas	X		
Reconocimiento laboral	X		
Ambiente de aprendizaje personalizado	X		
Parte de un Equipo	X		
Moderno - tecnológico	X		

## REQUISITOS TEÓRICOS PRINCIPIOS DE APRENDIZAJE

REQUISITO	CUMPLE	PARCIALMENTE	NO CUMPLE
Principio de la individualidad	X		
Principio de motivación	X		
Principio de participación	X		
Principio de retroalimentación	X		
Principio del resultado	X		

## REQUISITOS DE DISEÑO

SISTEMA IDENTIFICACIÓN VISUAL	REQUISITO	CUMPLE	PARCIALMENTE	NO CUMPLE
FUNCIONALIDAD	Cubre las necesidades de capacitación	X		
	Facilidad para el aprendizaje	X		
DIDÁCTICO	Fomenta el uso y aprendizaje	X		
	Motiva al trabajo en equipo e individual	X		
TÉCNICO	Packaging amigable y personalizado	X		
	Material resistente al uso	X		

El prototipo de la caja al ser un modelo impreso en impresión digital, el gramaje no pudo ser mayor de 300, generó las solapas un poco inestables al uso, se recomienda usar gramajes de impresión mayores a las 400, con un laminado que refuerce la estructura de la caja.

## CONCLUSIONES CAPÍTULO 2

En este capítulo se obtuvo la información necesaria después de un proceso de validación inicial, se pudo determinar varios requisitos que ayudarán a limitar aspectos técnicos y de función en cuanto al diseño. El material que se diseñará pretende responder necesidades de los usuarios del nuevo modelo de capacitación que Yanbal implementará.

Para el desarrollo del proyecto, es necesario seguir la reglamentación en cuanto al uso de marca, manual de identidad corporativa y Brand book establecidos por Yanbal.

Una vez establecidas las características para el proyecto se ha realizado un brainstorming, con el equipo creativo del departamento de Comunicación de Yanbal, se validó la conceptualización del diseño para generar los prototipos finales del nuevo modelo de capacitación.

Por lo tanto se concluye que se cumplió con el segundo objetivo del presente proyecto, el cual es el diseño Diseño de sistema de identificación visual, pantallas digitales, material informativo y comunicacional de Tripulación Naranja en Yanbal Ecuador.

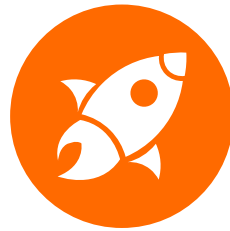
C A P Í T U L O

3

### 3.1 PRESENTACIÓN DEL PROTOTIPO

Se presenta el proceso final de diseño, estas propuestas son la que serán validadas por los usuarios.

#### 3.1.1 SIGNO IDENTIFICADOR



TRIPULACIÓN  
NARANJA



FIGURA 81: MARCA FINAL  
FUENTE: EL AUTOR

### 3.1.2 FOTOMONTAJES



FIGURA 82: FOTOMONTAJE FINAL 01

FUENTE: EL AUTOR



FIGURA 83: FOTOMONTAJE FINAL 02

FUENTE: EL AUTOR



FIGURA 84: FOTOMONTAJE FINAL 03  
FUENTE: EL AUTOR



FIGURA 85: FOTOMONTAJE FINAL 04  
FUENTE: EL AUTOR



FIGURA 86: FOTOMONTAJE FINAL 05  
FUENTE: EL AUTOR

### 3.1.3 PANTALLAS PLATAFORMA DE CAPACITACIÓN PANTALLA DE INGRESO



### 3.1.3 PANTALLAS PLATAFORMA DE CAPACITACIÓN

#### PANTALLA DE INICIO

**YANBAL** DANIEL BUCHELLI En línea

## TRIPULACIÓN NARANJA

- + INICIO
- ▶ MI PERFIL
- ▶ CURSOS
- ▶ MIS CURSOS

# Finanzas para NO FINANCIEROS

VIAJA CON NOSOTROS NUEVO CURSO - 1 MÓDULO [CLICK AQUÍ](#)

**Finanzas para NO FINANCIEROS**

C01	L	M	J	V	S	D
ENE	ENE	ENE	ENE	ENE	ENE	ENE
02	03	04	05	06	07	08
ENE	ENE	ENE	ENE	ENE	ENE	ENE
09	10	11	12	13	14	15
ENE	ENE	ENE	ENE	ENE	ENE	ENE
16	17	18	19	20	21	22
ENE	ENE	ENE	ENE	ENE	ENE	ENE
23	24	25	26	27	28	29

CALENDARIO

**DANIELA HIDALGO**  
FINALIZO  
1 MÓDULO

**LORENA SAA**  
SUBIO 1 NIVEL  
NIVEL 4

TRIPULACIÓN

CURSOS INSCRITOS: 1  
CURSOS FINALIZADO: 4  
CURSOS EN PROCESO: 0  
MÓDULO FINALIZADO: 2

NIVEL **06**

PROGRESO PERSONAL

#### PANTALLA DE PERFIL

**YANBAL** DANIEL BUCHELLI En línea

## TRIPULACIÓN NARANJA

- ▶ ÁREA PERSONAL
- ▶ PÁGINAS DEL SITIO
- + MI PERFIL
- ▶ MIS CURSOS
- ▶ CURSOS

# MI PERFIL

**DANIEL BUCHELLI**  
TUTOR ESPACIAL ★

**CARGO:** DIRECTOR VENTAS ESTRATÉGICAS

**CIUDAD:** QUITO

**CURSOS:** 2 (PROCESO)

**MÓDULOS:** 6 (FINALIZADO)

BLOG

NIVEL **06**

**MÓDULOS DE ESTRATEGIA**  
2/10

**POTENCIANDO LIBERES**  
3/10

**ESCUELA DE DESARROLLO**  
1/10

**CAPACITACIONES EN CURSO**

**PASIÓN POR LOS PRODUCTOS**  
64%

**PRIMEROS DÍAS COMO LÍDER**  
85%

TRIPULACIÓN

## PANTALLA DE CURSOS

**YANBAL** DANIEL BUCHELLI En línea

### TRIPULACIÓN NARANJA

- ▶ INICIO
- ▶ MI PERFIL
- + CURSOS
- ▶ MIS CURSOS

**DANIELA HIDALGO**  
FINALIZO  
1 MÓDULO

**LORENA SAA**  
SUBIO 1 NIVEL  
NIVEL 4

TRIPULACIÓN

## CURSOS

MÓDULOS DE ESTRATEGÍA	POTENCIANDO LÍDERES	ESCUELA DE DESARROLLO
<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>NO INICIADO</b>	<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>NO INICIADO</b>	<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>NO INICIADO</b>
<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>EN CURSO</b>	<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>EN CURSO</b>	<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>EN CURSO</b>
<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>FINALIZADO</b>	<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>FINALIZADO</b>	<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>FINALIZADO</b>
<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>NO INICIADO</b>	<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>NO INICIADO</b>	<b>CURSO PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>NO INICIADO</b>

## PANTALLA DE MIS CURSOS

**YANBAL** DANIEL BUCHELLI En línea

### TRIPULACIÓN NARANJA

- ▶ INICIO
- ▶ MI PERFIL
- ▶ CURSOS
- + MIS CURSOS

**DANIELA HIDALGO**  
FINALIZO  
1 MÓDULO

**LORENA SAA**  
SUBIO 1 NIVEL  
NIVEL 4

TRIPULACIÓN

## MIS CURSOS

MÓDULOS DE ESTRATEGÍA	POTENCIANDO LÍDERES	MÓDULOS DE ESTRATEGÍA
<b>PASIÓN POR LOS PRODUCTOS</b> 3 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>INICIADO</b>	<b>FINANZAS PARA NO FINANCIEROS</b> 2 MÓDULOS (VIDEOS) ESTADO: <b>INICIADO</b>	
<b>33%</b>	<b>02%</b>	



TRIPULACIÓN NARANJA

- ▶ INICIO
- ▶ MI PERFIL
- + CURSOS
- ▶ MIS CURSOS



DANIELA HIDALGO  
FINALIZO  
1 MÓDULO



LORENA SAA  
SUBIO 1 NIVEL  
NIVEL 4

TRIPULACIÓN

MIS CURSOS



MÓDULOS DE ESTRATEGIA

PASIÓN POR LOS PRODUCTOS  
3 MÓDULOS (VIDEOS)  
ESTADO: INICIADO

33%



PASIÓN POR LOS PRODUCTOS  
MÓDULO 1:1  
DURACIÓN: 1:30

01



PASIÓN POR LOS PRODUCTOS  
MÓDULO 2:1  
DURACIÓN: 1:20

02



TRIPULACIÓN NARANJA

- ▶ INICIO
- ▶ MI PERFIL
- + CURSOS
- ▶ MIS CURSOS



DANIELA HIDALGO  
FINALIZO  
1 MÓDULO



LORENA SAA  
SUBIO 1 NIVEL  
NIVEL 4

TRIPULACIÓN

MIS CURSOS

PASIÓN POR LOS PRODUCTOS

01



CARGANDO

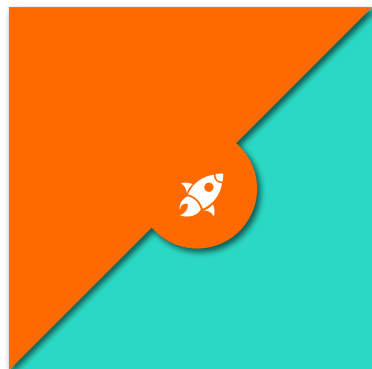
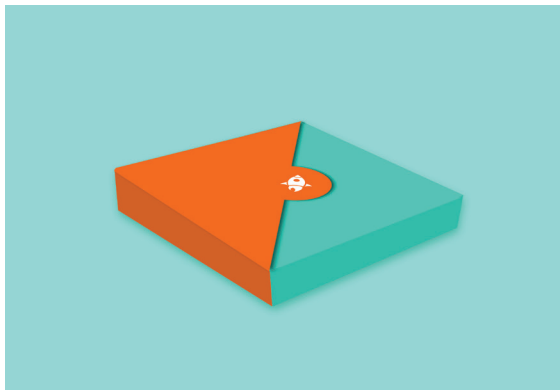


00:45 / 1:30

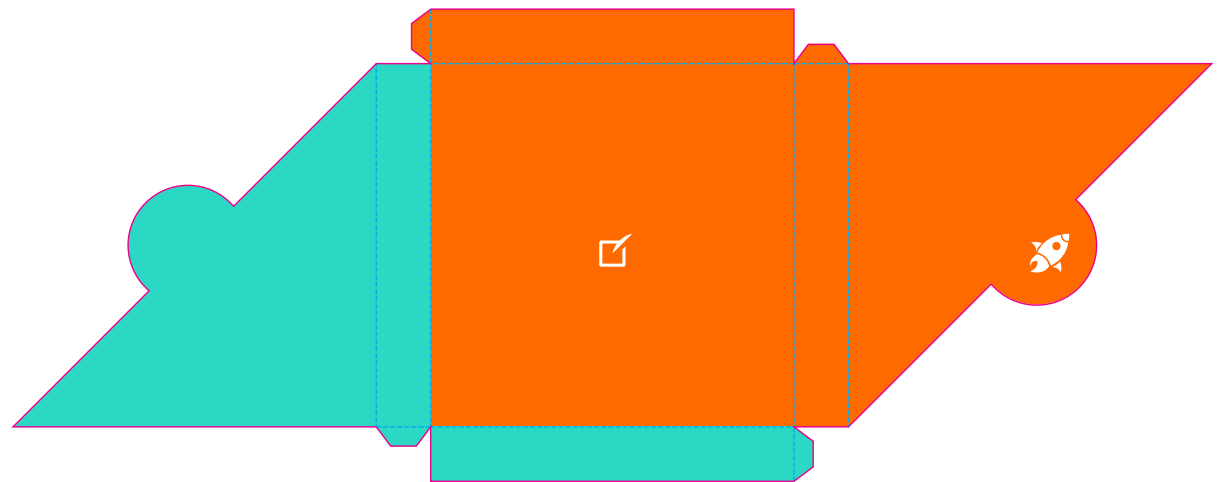
# KIT

IDENTIFICADORES DE LA MARCA /KIT

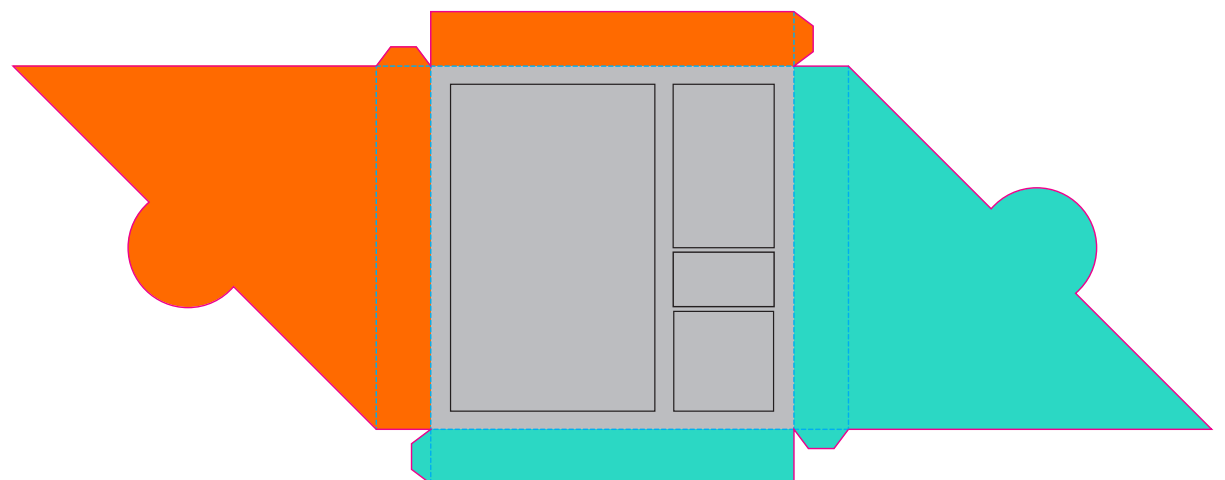
00 CAJA  
PORTADA



PORTADA CAJA TIRO



PORTADA CAJA RETIRO (INTERIOR)





### 3.1.4. COMUNICADOS

#### COMUNICACIÓN MAILING

700 PX

**TRIPULACIÓN NARANJA**

Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
Te invitamos a participar de la capacitación  
"Facturación Electrónica"

Si deseas participar, da click aquí  
[WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM](http://WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM)

ESPERAMOS QUE ESTA CAPACITACIÓN APORTE  
SIGNIFICATIVAMENTE EN BIENESTAR DE TODO EL EQUIPO

433 PX



## TRIPULACIÓN NARANJA

Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
Te invitamos a participar de la capacitación  
“Facturación Electrónica”

Si deseas participar, da click aquí  
[WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM](http://WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM)

ESPERAMOS QUE ESTA CAPACITACIÓN APORE  
SIGNIFICATIVAMENTE EN BIENESTAR DE TODO EL EQUIPO



### COMUNICACIÓN YANBALNET



## TRIPULACIÓN NARANJA

Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
Te invitamos a participar de la capacitación  
“Facturación Electrónica”

Si deseas participar, da click aquí  
[WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM](http://WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM)



Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
Te invitamos a participar de la capacitación  
“Pasión por los Productos”

Si deseas participar, da click aquí  
[WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM](http://WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM)



## COMUNICACIÓN POPUP



  
**TRIPULACIÓN  
NARANJA**

Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
 Te invitamos a participar de la capacitación  
 “Facturación Electrónica”

Si deseas participar, da click aquí  
[WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM](http://WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM)

ESPERAMOS QUE ESTA CAPACITACIÓN APORTE  
 SIGNIFICATIVAMENTE EN BIENESTAR DE TODO EL EQUIPO





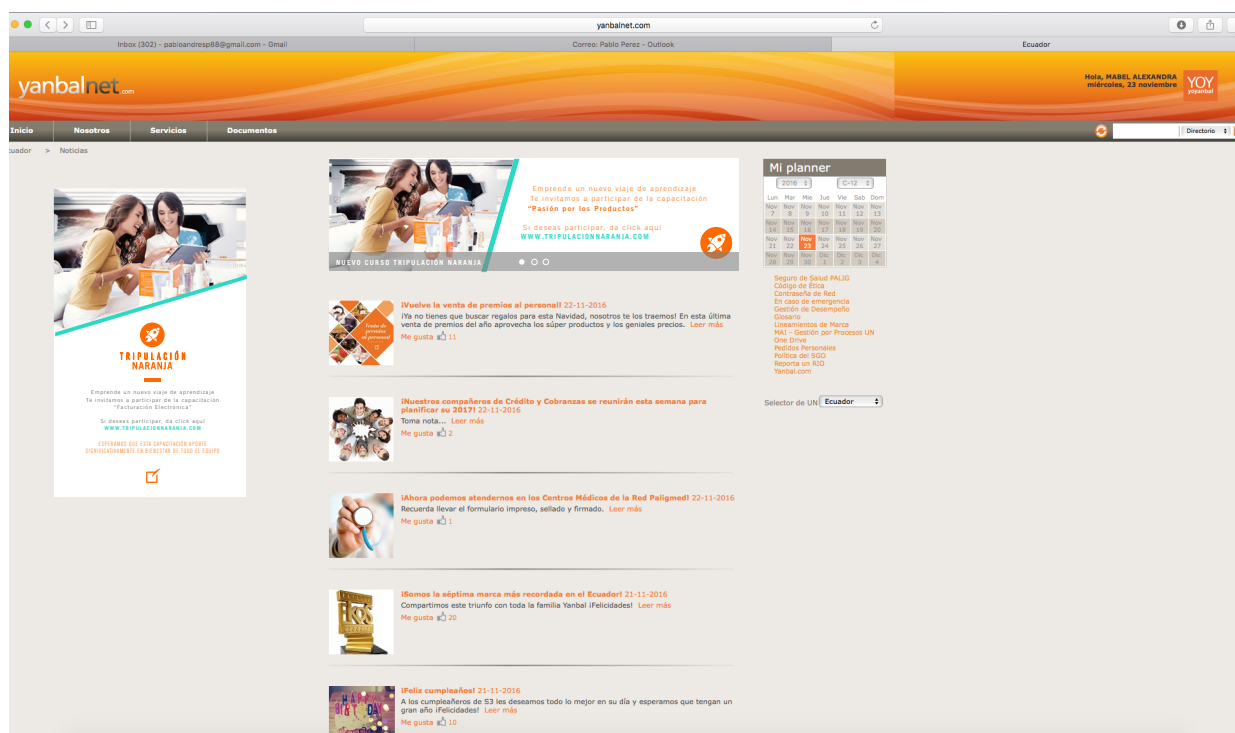
  
**TRIPULACIÓN  
NARANJA**

Emprende un nuevo viaje de aprendizaje  
 Te invitamos a participar de la capacitación  
 “Facturación Electrónica”

Si deseas participar, da click aquí  
[WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM](http://WWW.TRIPULACIONNARANJA.COM)

ESPERAMOS QUE ESTA CAPACITACIÓN APORTE  
 SIGNIFICATIVAMENTE EN BIENESTAR DE TODO EL EQUIPO





The screenshot shows the YanbalNet website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Inicio', 'Nosotros', 'Servicios', and 'Documentos'. The main content area features a news feed with several articles, each with a thumbnail image and a brief description. The articles include:

- TRIPULACIÓN NARANJA**: Emprende un nuevo viaje de aprendizaje. Te invitamos a participar de la capacitación "Facturación Electrónica".
- ¡Vuelve la venta de premios al personal!** 22-11-2016. Ya no tienes que buscar regalos para esta Navidad, nosotros te los traemos!
- ¡Nuestros compañeros de Crédito y Cobranzas se reunirán esta semana para planificar su 2017!** 22-11-2016. Toma nota... Leer más
- ¡Ahora podemos atendernos en los Centros Médicos de la Red Paligmed!** 22-11-2016. Recuerda llevar el formulario impreso, sellado y firmado. Leer más
- ¡Somos la séptima marca más recordada en el Ecuador!** 21-11-2016. Compartimos este triunfo con toda la familia Yanbal ¡Felicidades! Leer más
- ¡Feliz cumpleaños!** 21-11-2016. A los cumpleaños de 33 les deseamos todo lo mejor en su día y esperamos que tengan un gran año ¡Felicidades! Leer más

On the right side, there is a 'Mi planner' section with a calendar for November 2016. Below the calendar, there is a list of services and a 'Selector de UN' dropdown menu set to 'Ecuador'.

FIGURA 87: FOTOMONTAJE EN WEB INTERNA YANBALNET

FUENTE: EL AUTOR

## 3.2. ASPECTOS TÉCNICOS DEL PROYECTO

Se detalla los proceso de diseño de troquel:

- Medidas
- Estructura de cierre
- Estructura de caja
- Gragado

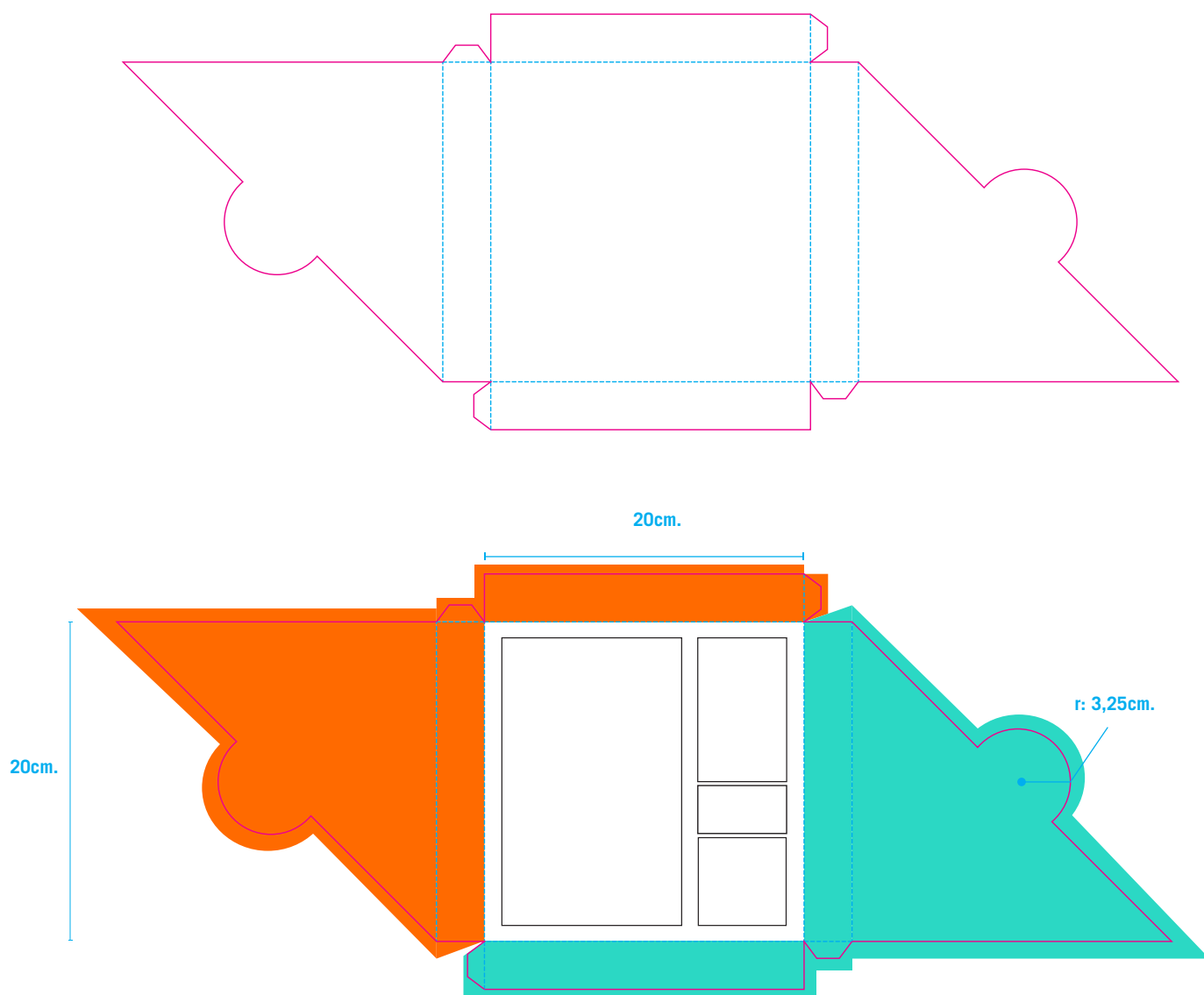
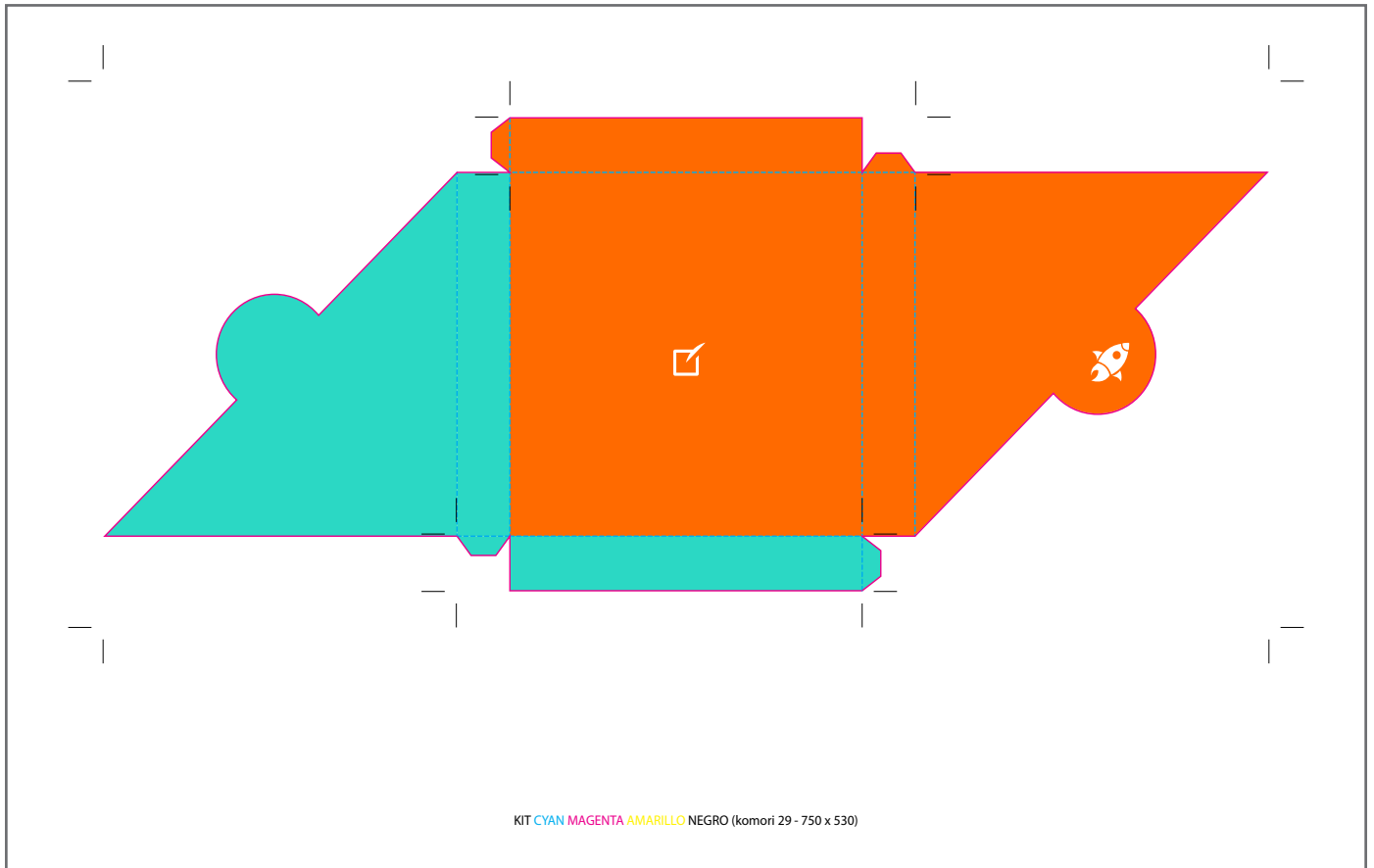


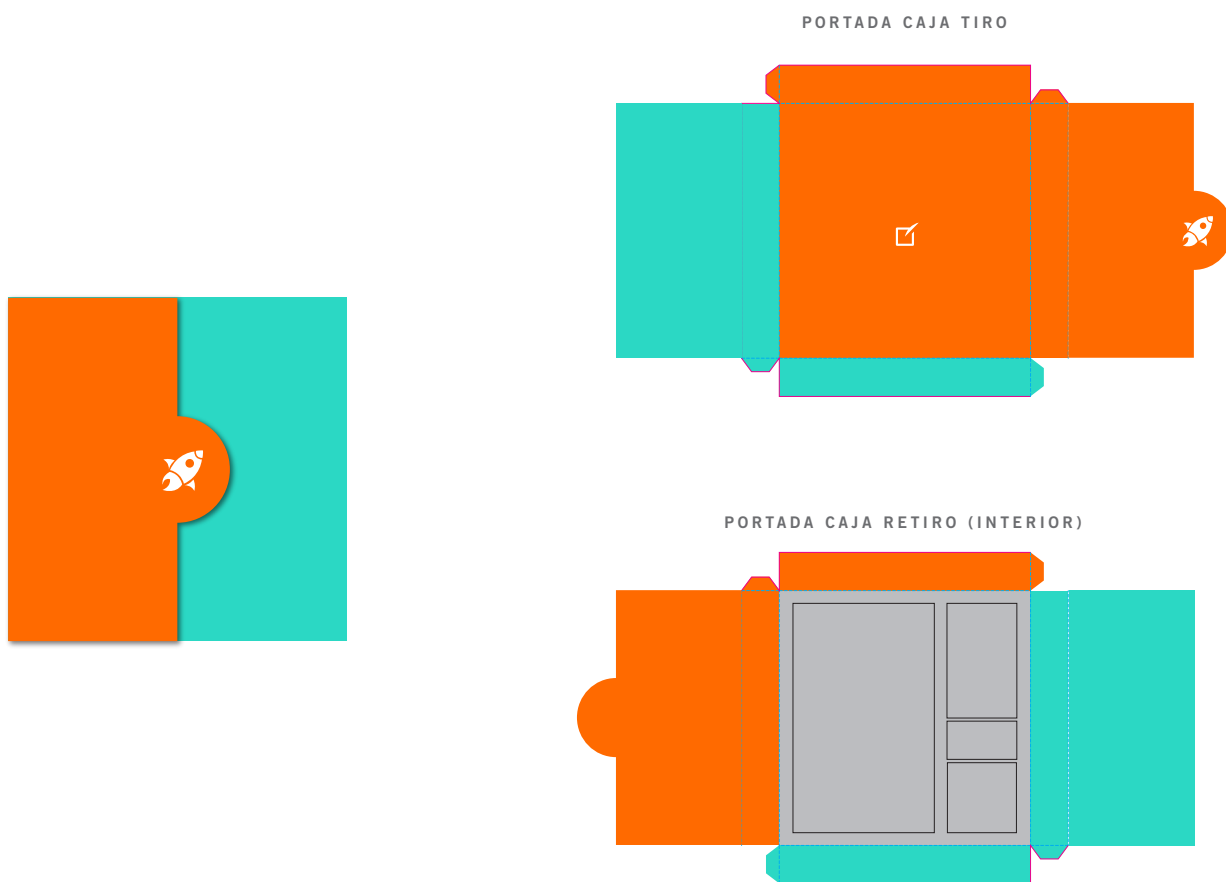
FIGURA 88: CAJA KIT ESTRUCTURA DE TROQUEL ARTE FINAL

FUENTE: EL AUTOR

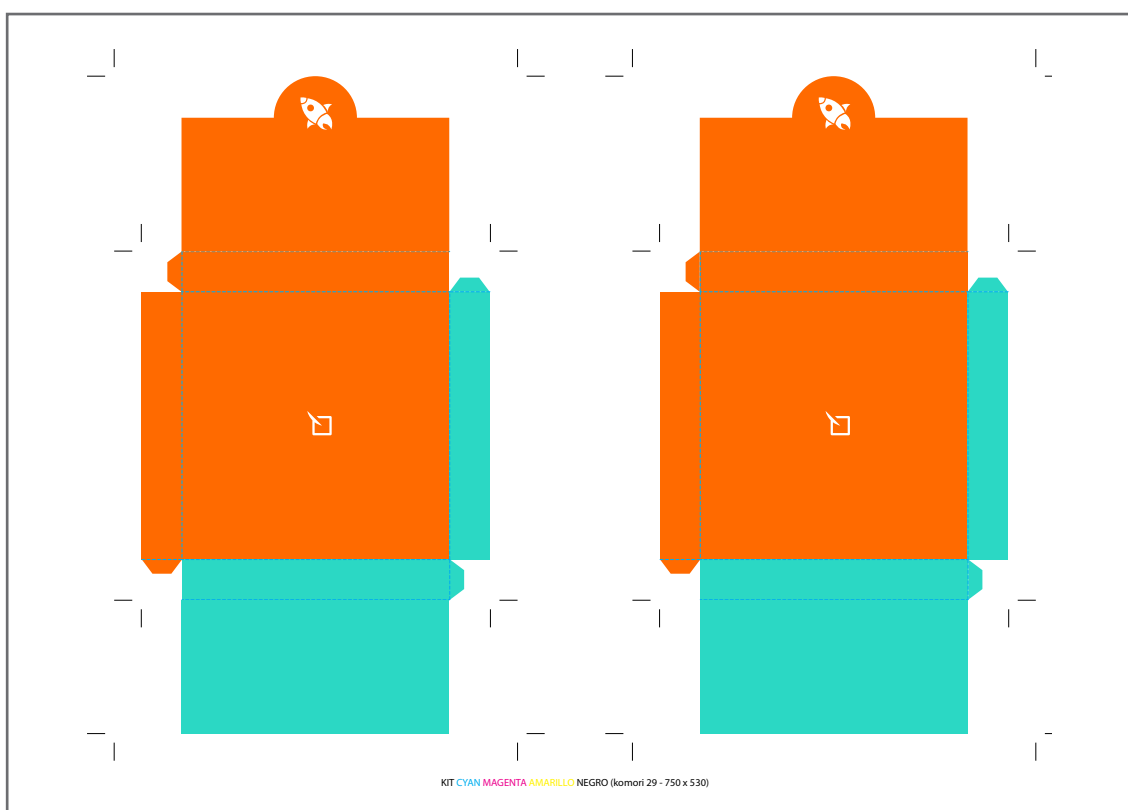
Armado del kit sobre pliego de 750mm x 530mm, para Komori 29 full color, offset

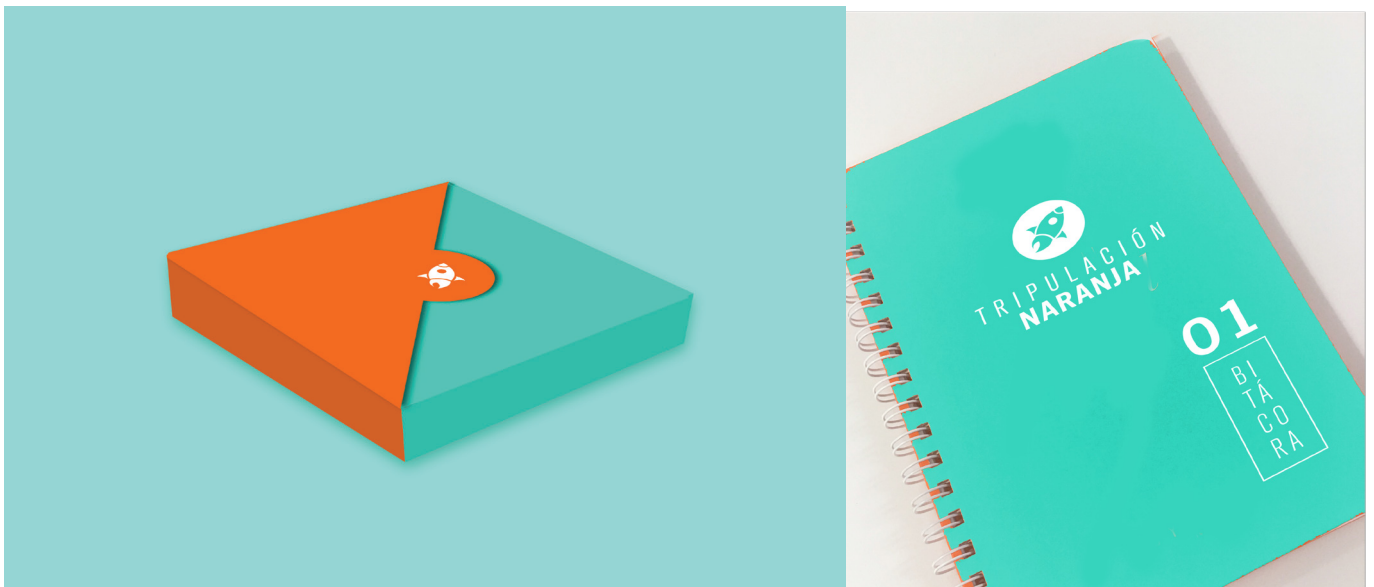
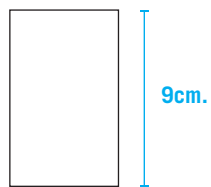
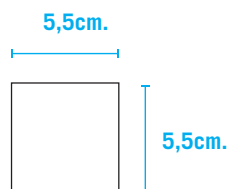
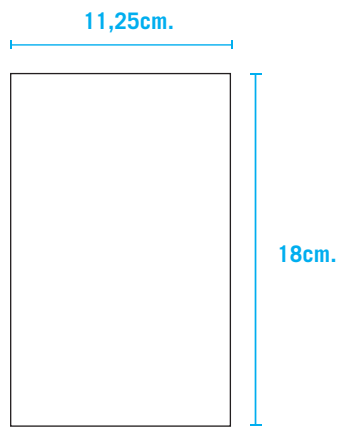


Por temas de producción y funcionalidad, se recomienda esta segunda opción de cierre de la tapa del kit.



Armado del kit sobre pliego de 750mm x 530mm, para Komori 29 full color, offset





### **Caja Kit**

Materiales: Cuché mate de 400 gramos

Sistema de impresión: offset Dos colores directos Tiro y Retiro

Colores: Pantone 1505C y Pantone 333C

Acabados: Laminado mate exterior - Grafado doblado - Troquelado - Pegado

### **Bitácora**

Materiales: Portada pasta dura - Bond de 70gr. blanco

Sistema de impresión: offset un color directo portada y contraportada

Colores: Pantone 333C

Acabados: Laminado mate exterior - Anillado blanco

### **Tarjeta Personal**

Materiales: Cuché mate de 300 gramos

Sistema de impresión: offset full color Tiro y Retiro

Colores: Full color

Acabados: Laminado mate exterior - Troquelado

### **Block de notas**

Materiales: Bond de 70 gramos

Sistema de impresión: offset full color Tiro

Colores: Full color

Acabados: Troquelado - Pegado

## 3.2.1 PRESUPUESTOS

### PRESUPUESTOS DE DISEÑO OPERATIVO - PROGRAMACIÓN - FOTOMONTAJE

- Se detalla los costos de los diferentes procesos y trabajo operativo.

#### / CÁLCULO DE PRECIOS DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN BASADO EN HORAS DE TRABAJO CREATIVO Y OPERATIVO

**Proyecto:** Tripulación Naranja

**Características:** Identidad visual, diseño de la línea gráfica de la web, diseño del kit packing, diseño fotomontajes y material de comunicación

#### DISEÑO DEL MANUAL DE MARCA, PIEZAS DE COMUNICACIÓN Y FOTOMONTAJE DIGITALES

##### DISEÑADOR FOTOGRAFICO

Valor base para el cálculo	300
Total horas laborables	6
Valor Hora	\$20
Horas estimadas del trabajo creativo	6
<b>Valor total</b>	<b>300</b>

##### DISEÑADOR GRÁFICO

Valor base para el cálculo	720
Total horas laborables	20
Valor Hora	20
Horas estimadas del trabajo creativo	24
<b>Valor total</b>	<b>720</b>

VALOR TOTAL DEL DISEÑO DEL MANUAL DE MARCA,  
PIEZAS DE COMUNICACIÓN Y FOTOMONTAJE DIGITALES \$660.00

#### DISEÑO DE LA PLATAFORMA DIGITAL

##### PROGRAMADOR

Valor base para el cálculo	385
Total horas laborables	6
Valor Hora	35
Horas estimadas del trabajo creativo	11
<b>Valor total</b>	<b>385</b>

##### DISEÑADOR GRÁFICO

Valor base para el cálculo	300
Total horas laborables	10
Valor Hora	30
Horas estimadas del trabajo creativo	10
<b>Valor total</b>	<b>300</b>

VALOR TOTAL DEL DISEÑO DEL PROTOTIPO DE LA PLATAFORMA DIGITAL \$685.00

#### DISEÑO DEL KIT

##### IMPRESIÓN

Valor base para el cálculo	200
Impresión digital del packing del kit	100
Memory Flash	40
Block de notas	15
Impresión de la bitácora	25
Tarjeta de identificación	20
<b>Valor total</b>	<b>200</b>

##### DISEÑADOR GRÁFICO

Valor base para el cálculo	360
Total horas laborables	10
Valor Hora	30
Horas estimadas del trabajo creativo	12
<b>Valor total</b>	<b>360</b>

VALOR TOTAL DEL DISEÑO DEL PROTOTIPO DEL KIT \$560.00

# TABLA PARA EL CALCULO DE PRECIO DE DISEÑO

(BASADO EN HORAS DE TRABAJO CREATIVO Y OPERATIVO)

## TRIPULACIÓN NARANJA

DISEÑO		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$ -	DISEÑO
Total horas laborables al mes			80	
Valor hora		\$	20,00	
Horas estimadas de trabajo creativo			80	
Valor bruto por Diseño Creativo		\$	1.600,00	
OPERATIVO		VALOR BASE PARA EL CALCULO	\$ -	
Total horas laborables al mes			50	
Valor hora		\$	20,00	
Horas estimadas de trabajo operativo			50	
Valor bruto por trabajo operativo		\$	1.000,00	
<b>VALOR BRUTO POR DISEÑO</b>			<b>\$ 2.600,00</b>	
<b>DIAS LABORABLES</b>			<b>17 día(s)</b>	

Gastos Variables		Cantidad	V.U.	Subtotal
Ilustrador (Ilustración)		1	\$ -	\$ -
Fotógrafo (Fotografía)		1	\$ 250,00	\$ 250,00
Programador (Programación)		1	\$ 300,00	\$ 300,00
Diagramador (Diagramación por pág)		1	\$ 100,00	\$ 100,00
Corrector de estilo (Corrección por página)		1	\$ 50,00	\$ 50,00
Productor Audiovisual		1	\$ -	\$ -
Dibujante 3D - (Dibujo 3D)		1	\$ -	\$ -
Arte finalista (Arte final - revisión)		1	\$ 50,00	\$ 50,00
App designer		1	\$ -	\$ -
Animador 2D - 3D / Animación		1	\$ -	\$ -
Consultor / Consultoría		1	\$ -	\$ -
<b>VALOR BRUTO POR MOD</b>				<b>\$ 750,00</b>

TRANSPORTE *		Cantidad	V.U.	Subtotal
Gasolina		0	\$ -	\$ -
Mantenimiento de auto		0	\$ -	\$ -
Taxi		4	\$ 5,00	\$ 20,00
Bus		30	\$ 0,25	\$ 7,50
Envíos por correo		0	\$ -	\$ -
Avión		0	\$ -	\$ -
Viáticos chofer		0	\$ -	\$ -
Mensajería		0	\$ -	\$ -
Fletes		0	\$ -	\$ -
<b>SUB-TOTAL TRANSPORTE</b>				<b>\$ 27,50</b>

Producción, modelos, prototipos *		Cantidad	V.U.	Subtotal
Machote, modelo, prototipos		1	\$ 100,00	\$ 100,00
Impresiones (papel, cartulina)		2	\$ 80,00	\$ 160,00
Terminados gráficos		1	\$ 80,00	\$ 80,00
Digitalización		1	\$ 50,00	\$ 50,00
Planos impresos		1	\$ -	\$ -
Láminas de presentación		1	\$ -	\$ -
Empaques		1	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>SUB TOTAL IMPRESIÓN Y PRODUCCIÓN DE MODELOS</b>				<b>\$ 470,00</b>

<b>EQUIPOS DE OFICINA (h)</b>		<i>susceptible de descuento</i>	
Computador de escritorio		\$	-
Computador portátil		\$	1.100,00
Impresora		\$	300,00
Cámara fotográfica		\$	-
Monitor HD		\$	-
Tableta gráfica		\$	200,00
Scanner		\$	200,00
Disco duro externo		\$	100,00
Router		\$	100,00
5 Proyector de video		\$	-
Tablet		\$	-
Smartphone		\$	600,00
Teléfono fijo		\$	-
Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)		\$	2.600,00
Período de vida útil (en años)			3
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL		\$	866,67
Mensual		\$	72,22
Diaria		\$	3,44
Valor por Hora		\$	0,43
<b>SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>\$</b>	<b>55,89</b>

<b>MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA - INSTRUMENTOS DE USO DIARIO (h)</b>			
Perforadora		\$	9,20
Grapadora		\$	12,00
Sello		\$	5,00
Estilete		\$	5,00
Tijeras		\$	2,00
Lápices de color		\$	7,00
Rotuladores		\$	10,00
Resma de papel		\$	4,00
Cinta adhesiva		\$	0,60
6 Masquin		\$	0,95
Clips		\$	1,80
Tachuelas		\$	2,30
Carpetas		\$	3,50
Sobres		\$	6,50
Valor inicial (colocar el valor de todos los instrumentos)		\$	69,85
Período de vida útil (en años)			1
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL		\$	69,85
Mensual		\$	5,82
Diaria		\$	0,19
Valor por Hora		\$	0,02
<b>SUB TOTAL MATERIALES E INSUMOS DE OFICINA</b>		<b>\$</b>	<b>3,15</b>

<b>7 MUEBLES Y ENSERES (h)</b>			
Escritorio de recepción		\$	450,00
Estación de trabajo		\$	550,00
Sillón de oficina		\$	165,00
Silla giratoria		\$	55,00
Mesa de reuniones		\$	-
Anaqueles		\$	-
Valor inicial (colocar el valor de todos los equipos a depreciar)		\$	1.220,00
Período de vida útil (en años)			5
Depreciación anual		\$	244,00
Mensual		\$	20,33
Diaria		\$	0,68
Valor por Hora		\$	0,08
<b>SUB TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>\$</b>	<b>11,01</b>

<b>ARRIENDO (h)</b>		Factura	Diario	Hora	Subtotal
8 Valor		100	3,33333	0,14	\$ 100,00
<b>SUB TOTAL DEPRECIACIÓN</b>					<b>\$ 100,00</b>

	Planilla	Diario	Hora	Subtotal
9 Servicios Básicos				
Gastos de energía eléctrica	30	1,00	0,04	\$ 5,42
Gastos de Agua	25	0,83	0,03	\$ 4,51
Gastos de telefonía fija	20	0,67	0,03	\$ 3,61
Datos y Voz	30	1,00	0,04	\$ 5,42
Internet	30	1,00	0,04	\$ 5,42
Alarma	0	0,00	0,00	\$ -
Seguro	0	0,00	0,00	\$ -
<b>SUB TOTAL SERVICIOS</b>				<b>\$ 24,38</b>

<b>RESUMEN</b>			
1	<b>Honorarios profesionales</b>		<b>\$ 2.600,00</b>
2	<b>Mano de Obra directa</b>		<b>\$ 750,00</b>
3	<b>Transporte</b>		<b>\$ 27,50</b>
4	<b>Producción, modelos, prototipos</b>		<b>\$ 470,00</b>
5	<b>Equipos de oficina</b>		<b>\$ 55,89</b>
6	<b>Materiales e insumos de oficina</b>		<b>\$ 3,15</b>
7	<b>Muebles y enseres</b>		<b>\$ 100,00</b>
8	<b>Arriendo</b>		<b>\$ 100,00</b>
9	<b>Servicios básicos</b>		<b>\$ 24,38</b>
<b>SUB TOTAL PRESUPUESTO</b>			<b>\$ 4.130,91</b>
	Experiencia del diseñador	0 % - 50 %	0% \$ -
	Impacto del proyecto (Bajo - Medio - Alto)	0% - 100 %	0% \$ -
	Imprevistos		10% 413,09
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>			<b>\$ 4.544,01</b>

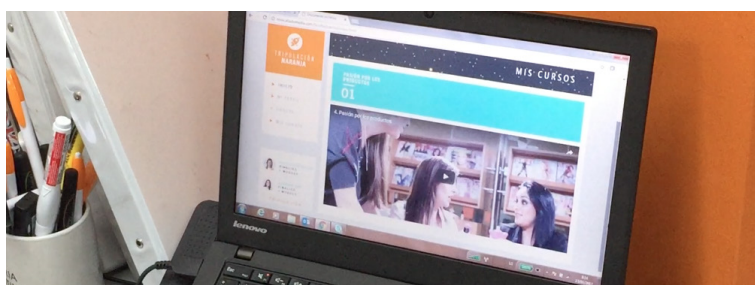
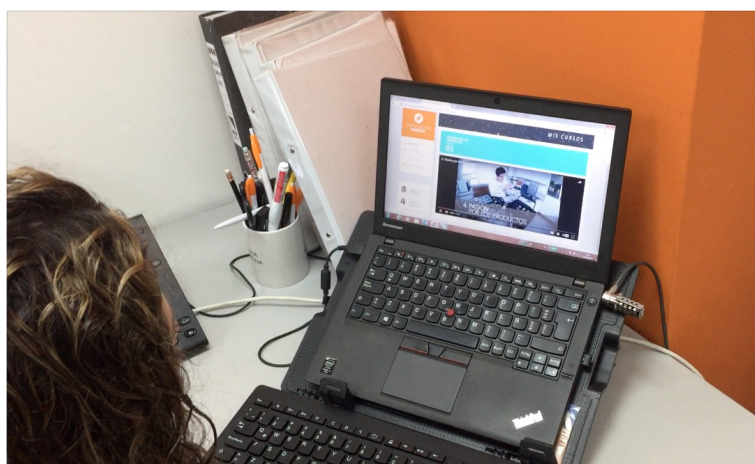
### 3.3. VALIDACIÓN FINAL

La validación final del prototipo del Kit y de las pantallas, fue realizado un grupo de colaboradores de Yanbal y un grupo de vendedoras independientes.

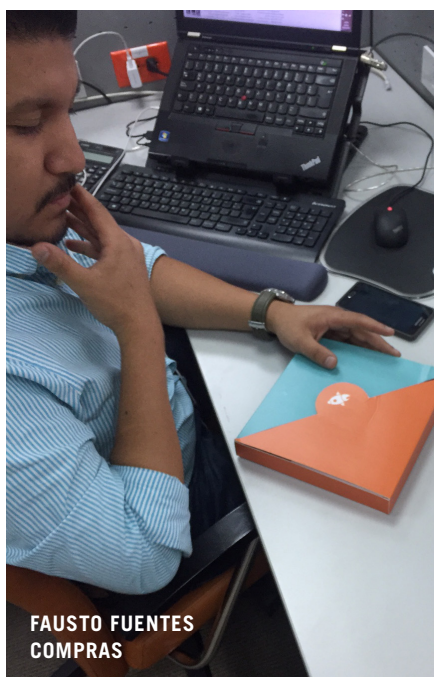
Se les presentó el Kit impreso, la bitácora, block de notas y una memoria flash, el usuario manipuló el empaque para luego pasar a la validación del prototipo de la plataforma de aprendizaje.



GABRIELA VELÁSTEGUI  
RRHH



ANDRÉS LEÓN  
PROCESOS



FAUSTO FUENTES  
COMPRAS



CRISTINA MALDONADO  
VENDEDORA YANBAL

**OBJETIVOS:**

/ VALIDAR EL PROTOTIPO DE LA PÁGINA WEB

**Población: 5 Colaboradores de Yanbal**

1. Los usuarios ingresaron sin problema a la plataforma.
2. El diseño les pareció agradable y llamativo
3. Dentro de la plataforma la pantalla que primero entraron fue a “MI PERFIL”
4. En la pantalla que más se quedaron navegando fue en la de “MI PERFIL”
5. Los usuarios navegaron por las 5 pantallas
6. La pantalla que menos tiempo navegaron fue la de “CURSOS”
7. Los usuarios intentaron ingresar en el menú de “TRIPULACIÓN”
8. Navegaron dentro de la plataforma sin ningún tipo de instrucción o confusión

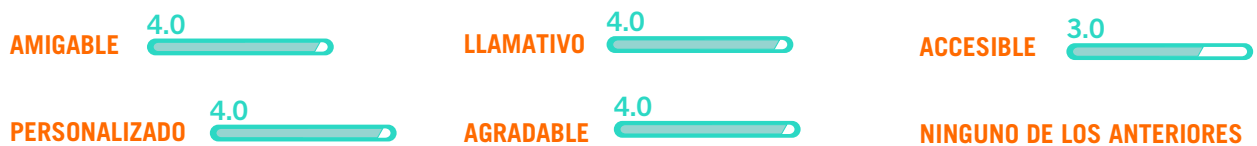
**OBJETIVOS:**

- / VALIDAR LA PROPUESTA DE DISEÑO Y MARCA
- / VALIDAR EL PROTOTIPO DE LA PÁGINA WEB
- / VALIDAR LE PROTIPO DEL KIT Y SUS COMPONENTES

**Población: 10 Colaboradores de Yanbal  
10 Directoras Independientes de Yanbal**

**ESCALA DE VALORACIÓN SOBRE 5.0**

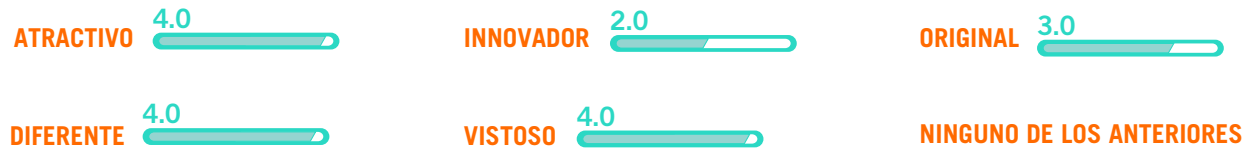
**1.** ¿CREÉ USTED QUE EL DISEÑO DE LA PÁGINA WEB ES?



**2.** ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS LE TRASMITE LA MARCA “TRIPULACIÓN NARANJA”?



**3.** ¿EL KIT QUE LE FUE ENTREGADO LE PARECE?



**4.** ¿EL DISEÑO Y EL TAMAÑO DEL KIT LE PARECE?



5. ¿CREÉ USTED QUE EL DISEÑO DE LAS PANTALLAS DE LA PLATAFORMA WEB ES?



6. ¿CREÉ USTED QUE LAS PIEZAS COMUNICACIONALES SON?



7. ¿EL USO DEL COLOR EN EL DISEÑO DE LA MARCA LE PARECE?



8. ¿LA TIPOGRAFÍA USADA EN EL DISEÑO DE LAS PANTALLAS DE LA PLATAFORMA WEB LE PARECE?



### 3.2.1 CONCLUSIÓN ENCUESTA

Podemos observar con los resultados, que el diseño de la plataforma de capacitaciones, es llamativa y didáctica, respondiendo a los requisitos del usuario, esta plataforma les parece una manera moderna de capacitarse lúdicamente, con un diseño personalizado y amigable al usuario.

Una vez diseñada las pantallas de la plataforma se programo las mismas, con este prototipo se presento a los usuarios para validar mediante la observación del manejo de la plataforma

La marca y los colores usados para todas la pieza gráficas les parece a los usuarios modernos, atractivos, claros e interactivos.

El diseño de los comunicados informan al usuario de una manera atractiva, llamativa e informativa.

El Kit cumple el objetivo de ser un diseño llamativo y funcional para el usuario, los componentes son herramientas vistosas y personalizadas, que ayudan al usuario en el proceso de aprendizaje de la plataforma La Tripulación Naranja.

### **CONCLUSIÓN CAPÍTULO 3**

El diseño de la gráfica y marca Tripulación Naranja responde a un proceso de investigación, metodología y diseño, el cual se debe tomar en cuenta para la aplicación del proyecto al momento de una implementación, el proyecto responde al interés de la empresa por generar colaboradores más capacitados.

El kit es una ayuda para los usuarios que participan del proceso de aprendizaje, una ayuda que es funcional llamativa diferente y lúdica,

El material comunicacional logra ser llamativo y persuasivo para el usuario, brinda información práctica detallada y atractivas, con esta gráfica el usuario siente mayor interés por la información.

### **CONCLUSIONES GENERALES**

Una vez realizado el diseño del material gráfico, educativo e informativo se complementó con las capacitaciones organizadas desde Facultad Yanbal, de esta manera se aportó con la motivación y el desarrollo de los colaboradores.

Se evidenció que una de las razones por las cuales las capacitaciones han perdido interés es debido a la falta de adecuadas herramientas comunicacionales, no se manejaba un material promocional lo suficientemente informativo y persuasivo, en cuanto al material de apoyo durante las capacitaciones era insuficiente.

Se logró diseñar el sistema de identificación visual, herramientas gráficas de apoyo, material informativo y comunicacional del nuevo modelo de capacitación.

Con todo lo antes mencionado se validó el material gráfico del proyecto del nuevo modelo de capacitación de Yanbal con profesionales del área y grupo objetivo, logrando con ello cumplir con el objetivo de la investigación.

## RECOMENDACIONES

Todo el diseño responde a la metodología de los principios de aprendizaje, el diseño de cada pieza está pensado para brindar un proceso de capacitación más llamativo y participativo, se buscó que el usuario cumpla un rol dentro de esta plataforma de aprendizaje, es por eso que el diseño personaliza al colaborador, siendo este el que busque la información, cómo y cuándo quiere capacitarse.

- Una vez implementado el sistema es importante renovar los videos de las capacitaciones después de un período que cumplan sus objetivos.
- Las comunicaciones deben actualizarse y siempre mantener una imagen moderna y llamativa.
- El uso de colores corporativos es importante, así como la tipografía y uso de marca, el manejo adecuado de estos ayudan a mantener una línea gráfica fuerte y ordenada.
- La calidad de las capacitaciones es un factor que siempre debe velar el departamento a cargo del proceso, es necesario que los capacitadores cumplan los objetivos de aprendizaje planteados en el proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

Ayestaran, R. (2012). Madrid España: ESIC Editorial.

Boyce P.

(1996). Paris: Trabajo presentado en ICSU Press-UNESCO Expert Conference on Electronic Publishing in Science, 19-23 de febrero.

Fajardo Carcamo, J. (2014). <http://www.regeneracionradio.org/index.php/arte-y-cultura/item/4233-diseno-grafico-con-perspectiva-social>

Gavin Ambrose, & Harris, P. (2009). Parramón Paidotribo.

Herrero, V. (1994). Revista de Investigación Bibliotecológica , 8.

Hitchcock, S. C. (3 de junio de 1998). <http://journals.ecs.soton.ac.uk/survey/survey.html>  
fecha recuperado: 02-01-2017 16:00

Koontz, H., & Wehrich , H. (2004). México: MX: McGraw-Hill.

Kotler, P. (2010). Marketing.

López M. (2005). Revistas electrónicas. Razon y palabra , 9.

Pérez, A. (2008). Estrategias de Comunicación. Barcelon Espana: Editorial Ariel.

Perez, A. (2008). Barcelona-España: Editorial Ariel.

Pintado Blanco, M. T. (2013). ESIC Editorial.

Ramos F. (1998). From

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/ramos.htm>

Tapia, A. (2007). México: Designio.

UNAM. (2009).

Weber, M. ( 2010 ). Editorial Gustavo Gili, S.L.

Wood, P. (2002). (traducción de Joan Escofet) . Barcelona España,: Editorial Gustavo Gili , S.A,.

### Encuesta

**Objetivos:**

- Recolectar información sobre la opinión de los colaboradores de la empresa acerca de cómo se maneja las capacitaciones en Yanbal y el manejo de la comunicación dentro de la misma.
- Averiguar si las capacitaciones cubren las necesidades de los colaboradores en las diferentes áreas,
- Verificar si el material utilizado es el adecuado y se sienten conformes con el mismo.

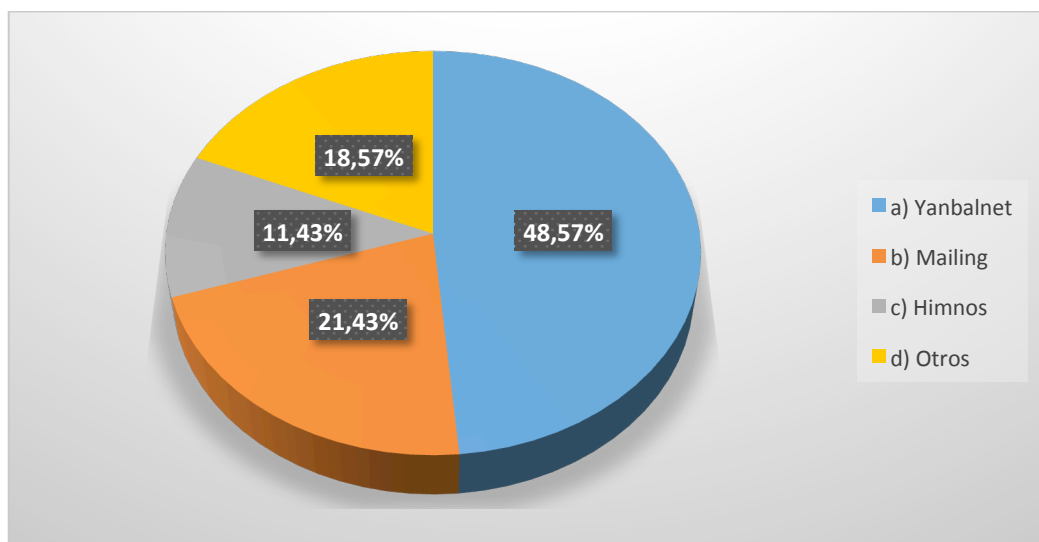
**Población: 70 Colaboradores de Yanbal que han asistido alguna vez a una capacitación.**

- Departamento o área en la que labora:

.....

1.- ¿Cómo se entera sobre las capacitaciones en Yanbal?

- a) Yanbalnet
- b) Mailing
- c) Himnos
- d) Otros



2.- ¿Cree que la información que difunden por medio de estos canales es suficiente?

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

Porqué.....  
.....  
.....

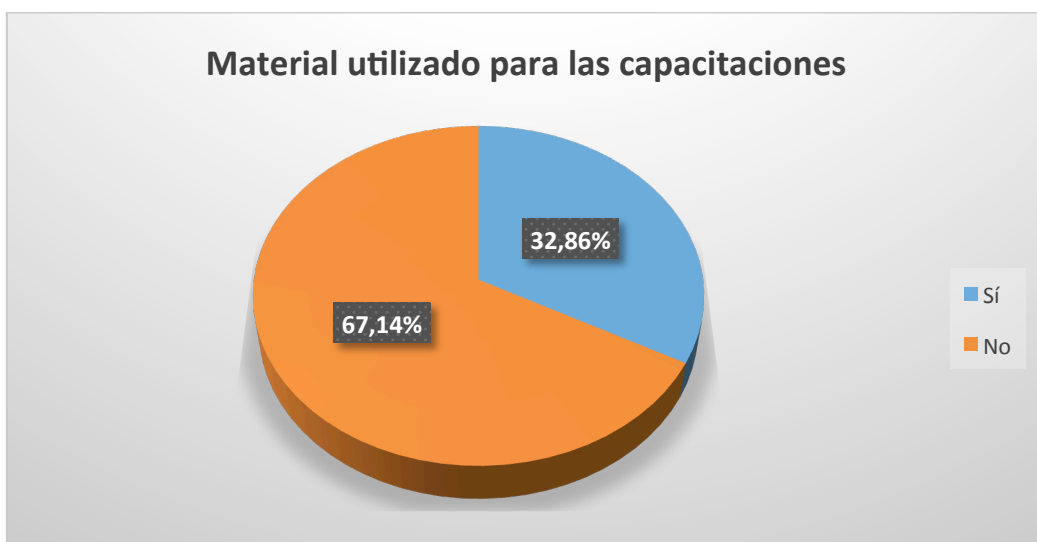


3.- ¿El material que se utiliza para difundir la información lo motivó a participar?

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

Porqué:.....  
.....  
.....



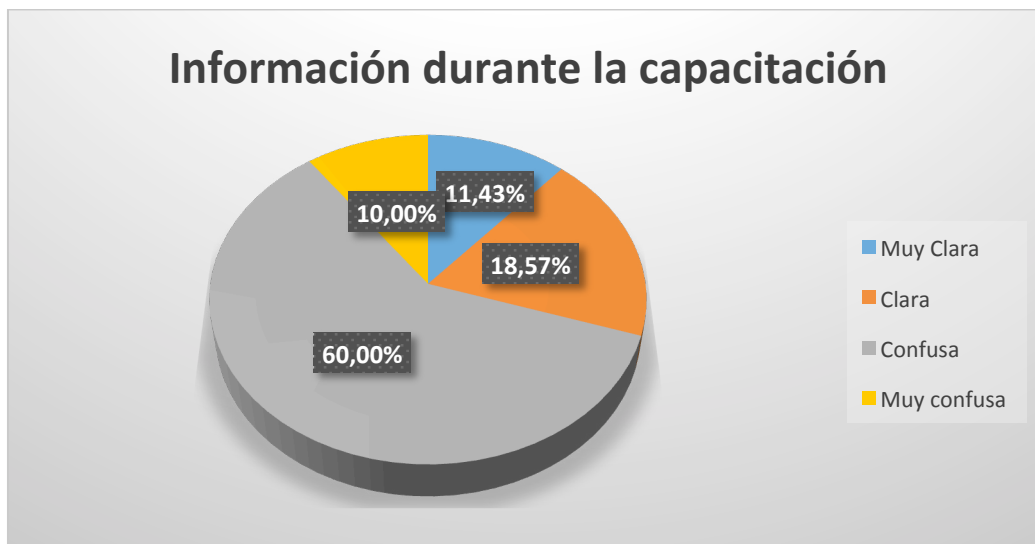
4.- Usted cree que la información emitida durante las capacitaciones es:

Muy Clara \_\_\_\_\_

Clara \_\_\_\_\_

Confusa \_\_\_\_\_

Muy confusa \_\_\_\_\_



5.- Cómo califica el material utilizado en las capacitaciones:

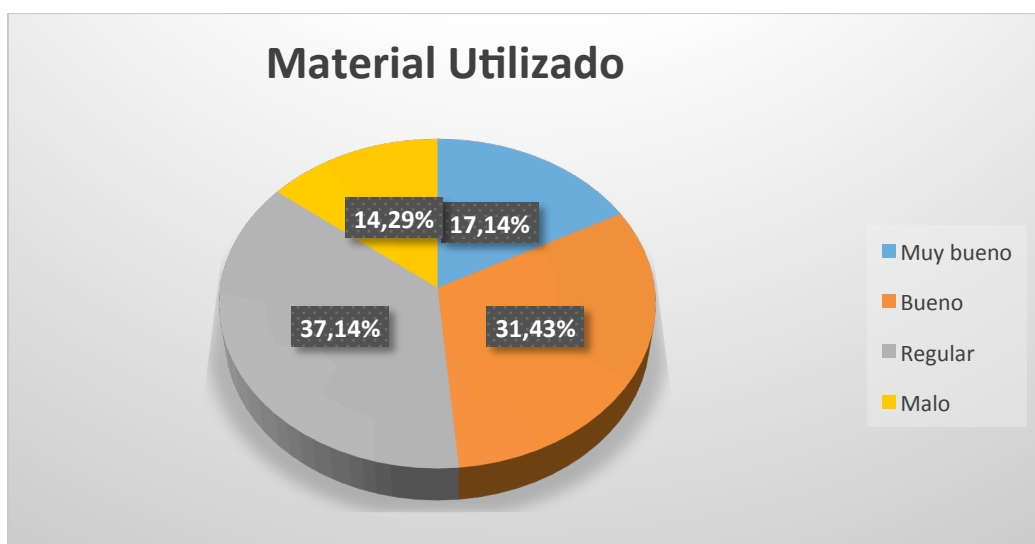
Muy bueno \_\_\_\_\_

Bueno \_\_\_\_\_

Regular \_\_\_\_\_

Malo \_\_\_\_\_

Porqué.....  
.....  
.....



6.- Cree usted que son relevantes los temas tratados en las capacitaciones

Sí \_\_\_\_

No \_\_\_\_

Porqué.....  
.....  
.....



7.- Considera que el material de capacitación utilizado para las capacitaciones tiene un diseño llamativo:

Muy llamativo \_\_\_\_

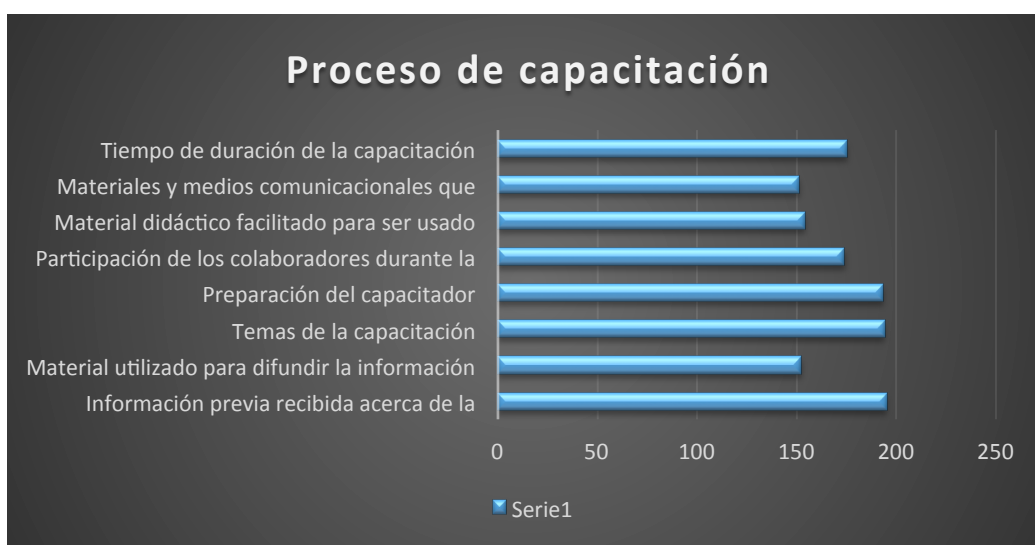
Poco llamativo \_\_\_\_

Nada llamativo \_\_\_\_



8.- Califíque en la siguiente escala según su parecer el proceso de capacitación de Yanbal, siendo 5 la más alta nota. (5=excelente 1= muy malo)

Actividad	5	4	3	2	1
Información previa recibida acerca de la capacitación					
Material utilizado para difundir la información previo a las capacitaciones					
Temas de la capacitación					
Preparación del capacitador					
Participación de los colaboradores durante la capacitación					
Material didáctico facilitado para ser usado durante la capacitación					
Materiales y medios comunicacionales que utilizó el capacitador durante todo el proceso de capacitación					
Tiempo de duración de la capacitación					



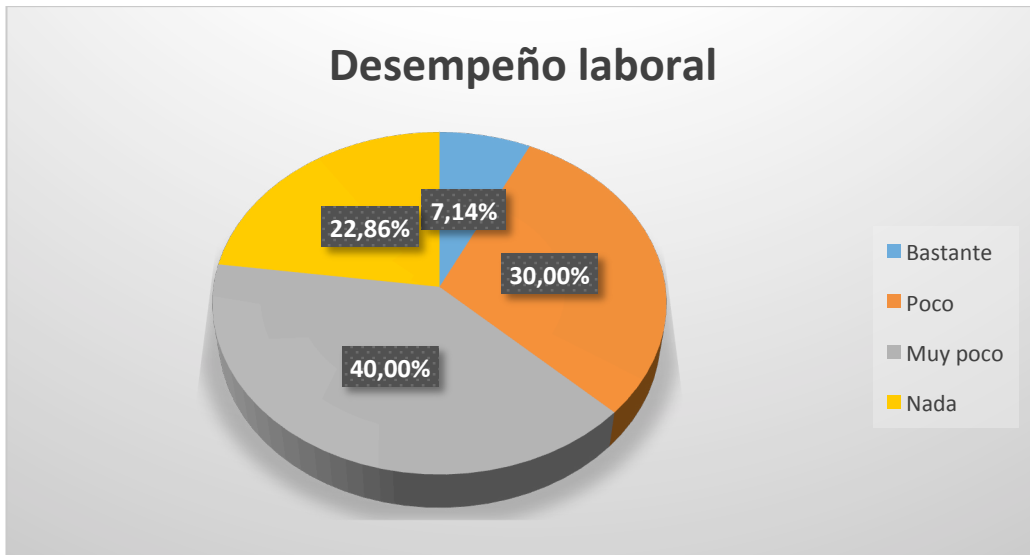
9.- ¿Cuánto ha ayudado en su desempeño laboral las capacitaciones brindadas por Yanbal?

Bastante \_\_\_\_\_

Poco \_\_\_\_\_

Muy poco \_\_\_\_\_

Nada \_\_\_\_\_



11. Marque con una x el material utilizado por el capacitador

Proyector (diapositivas, etc.)

Pizarra

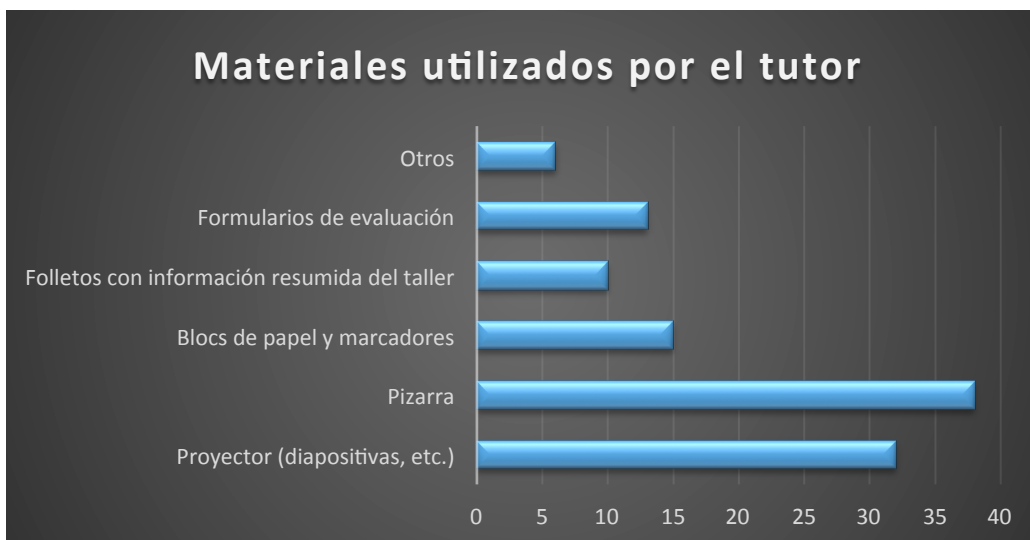
Blocs de papel y marcadores

Folletos con información resumida del taller

Formularios de evaluación

Otros

Cuáles.....



¿Cómo evalúa usted la relación entre los compañeros de trabajo?

Excelente

Buena

Regular

Mala

TOTAL



12.- De las siguientes actividades de motivación laboral cuáles se llevan a cabo en la empresa?

Campeonatos deportivos

Reconocimiento por desempeño laboral

Incentivos económicos

Oportunidades de ascenso

Ninguno

Otros.....



13.- ¿Considera a las capacitaciones recibidas como una actividad de motivación laboral?

Sí

No

Porqué.....  
.....  
.....



## ENTREVISTA

**Nombre:** María Emilia Vejar - Analista de Comunicación Organizacional Recursos Humanos

### Objetivos:

- Conocer el proceso de capacitaciones de Yanbal
- Descubrir cuáles son las falencias desde la parte organizativa, que han provocado el desinterés por parte de los colaboradores
- Mejorar el material comunicacional de la mano de los principales directivos de Yanbal

### 1.- ¿Cuál es el proceso de planificación de las capacitaciones en Yanbal?

Para llevar a cabo las capacitaciones, dos meses antes se realiza una evaluación del personal para reconocer en qué se está fallando, para según esto hacer una selección del personal idóneo, seguido de esto se realiza la selección de los temas de capacitación, se realiza un cronograma, y una semana después de haber concluido con las capacitaciones se procede a una evaluación de los colaboradores

### 2.- ¿Cómo se realiza la selección del personal que va a brindar la capacitación?

Como son ya varios años que Yanbal maneja las capacitaciones, contamos con un portafolio de amplias opciones de capacitadores, seguimos de cerca su desempeño para saber si están actuales en sus metodologías de enseñanza, se realiza una preselección, se los llama a una entrevista y se hace una selección final conjunto con el comité de directivos de la empresa.

### 3.- ¿Cuáles son los canales de comunicación que utilizan para informar sobre las capacitaciones a sus colaboradores?

Los canales por los cuales comunicamos a nuestros colaboradores que habrá una capacitación son por medio del Yanbalnet, correos electrónicos, banners en los pasillos de la empresa y mediante una llamada a cada colaborador días antes de la fecha de su capacitación.

### 4.- ¿Bajo qué parámetros realizan el diseño del material informativo, herramientas de apoyo y material didáctico de las capacitaciones?

En primer lugar el Material comunicacional se usa como base los utilizados en años anteriores solo se lo modifica según la necesidad de cada año, no hacemos mayores cambios más que la fecha y los temas de las capacitaciones, el material didáctico se encarga netamente el capacitador, lo único que Yanbal interviene es en colocar el logo de la empresa en el material necesario, y finalmente el material de apoyo se cuenta con lo que se mandó a realizar en un principio, pues no quisimos complicarnos y mandamos a realizar en grandes proporciones por lo que lo restante se sigue usando cada capacitación hasta q se acaben estos materiales, estos fueron diseñados en un principio por unos diseñadores especializados contratados hace dos años y como se indicó solo se modifica la fecha en los mismos.

### 5.- ¿Cuál es la participación de los colaboradores dentro de las capacitaciones?

Es medianamente activa, todo es según a quien maneja el grupo, pues he podido notar que existen capacitadores que trabajan activamente con su grupo, mientras que de la misma manera hay otros que se dedican netamente a impartir la información que necesita adquirir el colaborador.

## **6.- ¿Cómo evalúa usted el aporte de las capacitaciones?**

Lamentablemente el aporte que brindaban las capacitaciones ha ido disminuyendo drásticamente pues se ha podido notar el desinterés por parte de los colaboradores, así como no se han evidenciado frutos o cambios en el desempeño laboral, por esto se quiere diagnosticar estas falencias para poder encontrar la solución y lograr mejorar para beneficio tanto de la empresa como cada uno de nuestros colaboradores.

## **7.- Manejan la motivación laboral**

Creemos que las capacitaciones son una gran oportunidad de crecimiento, por lo cual yo consideraría que estas son una actividad de motivación personal en general de la empresa, adicional a esto el jefe de cada departamento tiene encargado de realizar actividades semanales o quincenales que comprometan al trabajador con la empresa, y mejoren los lazos de afectividad entre los compañeros para que puedan laborar de manera que se sientan a gusto en su lugar de trabajo.

## **8.- ¿Qué cosas cree que debería mejorar?**

Pienso que hay dos puntos clave a mejorar en todo este proceso por un lado la selección del capacitador, pues como le mencioné no todos permiten el trabajo activo de quienes son capacitados impidiendo así el crecimiento del colaborador, llevando así que no quieran asistir de nuevo a una capacitación.

Otro punto es en cuanto al material, pienso que cada año debemos innovar y diseñar el material dependiendo las necesidades de los empleados para que incluso viendo la información se contagien de lo que queremos transmitir y sientan el deseo de asistir a las capacitaciones.

Y por último creo que otra manera de incentivar a los empleados a que asistan a las capacitaciones es reconociendo su desempeño en ellas, dando incentivos o bonos a quien demuestre mejores resultados un mes después de haber recibido las capacitaciones, es por eso que el Proyecto la Facultad Yanbal se pensó para mejorar todo el proceso.

## CONCLUSIÓN

Se pudo observar con los datos obtenidos en la entrevista que verdaderamente no se le da la importancia debida a las capacitaciones, sino más bien que se las aplica por decirlo de alguna manera por costumbre, más no buscando verdaderos resultados positivos, es por esta razón que se ha ido perdiendo el interés por parte de quienes participan en ellas.

Por ello la elaboración del material y herramientas comunicacionales es importante para promocionar y llevar a cabo el proyecto de Facultad Yanbal, para presentar una idea novedosa y lograr persuadir al público objetivo a ser parte de las capacitaciones y obtener los resultados deseados por la empresa.

## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Fecha:**

**Para proceder a la observación se tomó en cuenta lo citado por Bunge y se llevó a su aplicación:**

- Intencionada: porque coloca las metas y los objetivos que los seres humanos se proponen en relación con los hechos, para someterlos a una perspectiva tecnológica.
- Ilustrada: porque cualquier observación para ser tal está dentro de un cuerpo de conocimientos que le permite ser tal; solo se observa desde una perspectiva teórica.
- Selectiva: porque necesitamos a cada paso discriminar aquello que nos interesa conocer y separarlo del cúmulo de sensaciones que nos invade a cada momento.
- Interpretativa: en la medida en que tratamos de describir y de explicar aquello que estamos observando. Al final de una observación científica nos dotamos de algún tipo de explicación acerca de lo que hemos captado, al colocarlo en relación con otros datos y con otros conocimientos previos.

### ASPECTOS A OBSERVAR:

#### 1. ASPECTOS PERSONALES DEL CAPACITADOR:

	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	DESCRIPCIÓN
a) Presentación personal.		X		La actitud demostrada no fue adecuada, demostraba desinterés y en el momento que llegó no se presentó con el grupo ni pidió que ellos se presentaran.
b) Coherencia entre lo que dice y hace.		X		Sí existía dicha coherencia, pero es posible mejorar si el capacitador muestra más entusiasmo durante su conferencia.

c) Uso del tono de voz	X			No hacía énfasis en las cosas importantes, por lo que se notaba la falta de manejo del público y también como muchos ya no estaban concentrados en lo que se trataba en la capacitación.
d) Desplazamiento en el aula	X			Durante toda la capacitación tan solo se desplazó por tres ocasiones y ninguna de ellas por el lugar en donde están los colaboradores.

	SI	NO	NO SE OBSERVA	DESCRIPCIÓN
a) Los contenidos con los que trabaja el capacitador son actualizados.		X		No todos los contenidos eran actualizados, si se evidenciaba esto en ciertos temas, pero hubieron muchos que no, por lo que los capacitados iban perdiendo poco a poco el interés e incluso demostraban saber más que quien los estaba capacitando.
b) El capacitador demuestra dominio en el uso de los contenidos de la clase.	X			
c) El capacitador establece relaciones con otros contenidos y fácilmente los integra con otros.	X			
d) Promueve aprendizajes partiendo de las necesidades, saberes y potencialidades del personal			X	No se pudo distinguir este punto, pues se considera que no existía un conocimiento previo del capacitador sobre las necesidades de su público.
e) Recoge saberes y experiencias de quienes son capacitados		X		No dio mucha apertura a la participación de los asistentes, o cuando alguien quería manifestarse no lo deja concluir su idea y pasa a otra de inmediato.

f) Identifica y aborda ideas equivocadas o cuestionables.			X	Las pasa de largo sin mayor interés.
	SI	NO	Poco	
g) Se observa el trabajo de contenidos: 1. Conceptuales 2. Procedimentales 3. Actitudinales			X	Solo se observa lo conceptual y un poco de procedimental, aborda los temas de manera muy fugaz y no se detiene en lo actitudinal.
h) Utiliza diversos métodos, técnicas y/o estrategias apropiadas para el aprendizaje.			X	No varía en la utilización de técnicas, tan solo se dedica a hablar y hace pocas preguntas, no hay participación de los asistentes.
i) Recursos que utiliza son los apropiados y suficientes		X		No son los suficientes, pues no trabaja con material de apoyo suficiente para los participantes, faltaron 3 folletos para los participantes, y tan solo contaba con 5 carpetas, por lo tanto no las entregó a nadie.

## 2. EN RELACIÓN CON LOS CONTENIDOS:

**Descripción de aspectos relevantes del desempeño:** el desarrollo de la capacitación por parte del capacitador es bastante mecánico, lo hace todo de memoria y da la sensación de una constante repetición, maneja los temas a tratar los conoce muy bien pero no sabe transmitirlos para que el capacitado se interese, no hay un proceso de retroalimentación pues solo se dedica impartir el conocimiento y en muy pocas ocasiones permite que quienes son capacitados intervengan.

## 3. INTERACCIÓN CON EL PERSONAL CAPACITADO

	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	DESCRIPCIÓN
a) Facilita el clima de diálogo	X			Porque no deja concluir las ideas de los participantes cuando intervienen, tan solo permitió en toda la sesión intervención a 3 personas de 20.
b) Incita a la reflexión, fundamentación.	X			En ningún momento dio paso a esto.
c) Manejo de grupo	X			Al no permitir la interacción por parte de los participante muchos

				ya no prestaban atención e incluso algunos estaban entretenidos en sus teléfonos celulares.
	MITAD DE LOS MIEMBROS	MENOS DE LA MITAD	MÁS DE LA MITAD	
d) Grado de participación de los trabajadores		X		En un principio los asistentes mostraron interés por participar, pero después de la actitud del capacitador ya casi nadie quería participar.
e) Respeto hacia el capacitador y sus pares.			X	A pesar que el capacitador no mostraba mucho respeto con las opiniones de los participantes, ellos si mostraron respeto hacia él.
f) Responsabilidad	X			
g) Interés por la capacitación		X		Fue bajando gradualmente mientras avanzaba la capacitación.

#### 4.- MATERIAL COMUNICACIONAL UTILIZADO

	SI	NO	MAS O MENOS
a) Facilita la comprensión			X
b) Es suficiente el material promocional		X	
c) Es llamativo		X	
d) Es actualizado			X

#### 5.- MATERIAL DIDÁCTICO UTILIZADO

	SI	NO	MAS O MENOS
a) Facilita la comprensión			X
b) Es suficiente el material proporcionado			X
c) Es llamativo		X	
d) Es actualizado			X

#### 4.- MATERIAL DE APOYO UTILIZADO

	SI	NO	MAS O MENOS
a) Facilita la comprensión			X
b) Es suficiente el material proporcionado		X	
c) Es llamativo		X	
d) Es actualizado			X

#### CUADRO DE EVALUACIÓN GRÁFICA

	SI	NO	MAS O MENOS
a) Tiene un concepto	x		
b) Comunica no decora			X
c) Único lenguaje visual	x		
d) Es universal		X	
e) Ignora las modas			X

#### 5. MOMENTOS DE LA CLASE

	SI	NO	OBSERVACIONES
INICIO	X		Falta de interacción con el personal capacitado
DESARROLLO	X		Buen manejo de los temas pero poca retroalimentación y participación
CIERRE	X		





