

Sistematización de prácticas:

Análisis de la gestión del Diseño Gráfico
En la empresa Yanbal de Colombia S.A.S.

Sandy Tatiana Chacón León

Tutor temático: Edward Fernando Salazar Celis
Tutor de sistematización: Edward Fernando Salazar Celis

Universidad Santo Tomás
Facultad de Diseño Gráfico
Bogotá
2018

Dedicatoria

El presente trabajo va dedicado a las personas que han sido parte fundamental durante este proceso de formación tanto profesional como personal por su apoyo incondicional a lo largo de esta etapa de mi vida.

Agradecimientos

Agradezco primordialmente a dios y a mi familia por acompañarme a lo largo de mi proceso académico, a la universidad por permitirme ser parte de ella y formarme como profesional de la mano de los profesores a cargo de la carrera, a mis amigos que fueron un apoyo incondicional en la formación tanto personal como profesional.

Contenidos

	Pág.
1. Introducción.....	6
2. Justificación.....	7
3. Pregunta articuladora	8
4. Objetivos:.....	8
4.1 Objetivo General	8
4.2 Objetivos Específicos.....	8
5. Estado de la cuestión.....	9
6. Diseño de la sistematización.....	15
7. Resultados.....	34
8. discusión	37
9. Conclusiones	39
10 Bibliografía	41
11. Anexos	41

Lista de figuras

1. Figura 1, calendario con cronograma de actividades.....	16
2. Figura 2, Plataforma virtual interna de yanbal.....	20
3. Figura 3, Plataforma virtual interna de yanbal.....	20
4. Figura 4, Piezas gráficas para publico externo... ..	22
5. Figura 5, Piezas graficas	24
6. Figura 6, Estructura del área de comunicaciones.....	25
7. Figura 7, Ficha técnica “record de arte”	30
8. Figura 8, ficha “Record de arte” diligenciada.....	31
9. Figura 9, correcciones de clientes... ..	32
10. Figura 10, Proceso interno con área de compras	33
11. Figura 11, proceso interno con área de compras.....	34
12. Figura 12, Información de costos.....	35
13. Figura 13, comunicado interno con proveedor... ..	35
14. Figura 14, Arte valla publicitaria Total Block.....	40
15. Figura 15, comunicado interno con comunicaciones externas.....	40

Lista de anexos

16. Anexo A, Tráfico de piezas de arte	44
17. Anexo B, Piezas a mi cargo como practicante de diseño....	45
18. Anexo C, Cantidad de piezas graficas por el quipo de arte.	45
19. Anexo D, Grafico de piezas completadas durante un mes.....	46
20. Anexo E, Piezas proximas a vencer.....	46
21. Anexo F, Formato Redor de Arte	47

Resumen

El siguiente documento presenta a continuación la sistematización de prácticas profesionales realizadas en la empresa Yanbal de Colombia durante un periodo de seis meses, donde se pusieron en práctica las diferentes facetas como diseñadora gráfica tomasina y donde también desarrolle nuevos conocimientos sobre gerencia de proyectos empresariales a nivel gráfico, esto me permitió analizar y comprender las funciones de un diseñador a nivel profesional más allá de las conocidas. Gracias a esta experiencia, este proyecto tiene como objetivo analizar y comprender las funciones de un diseñador gráfico en la empresa Yanbal de Colombia, no solo desde sus conocimientos profesionales en diseño gráfico sino también su desempeño a nivel empresarial en relación con la producción publicitaria.

A lo largo de las prácticas profesionales, analicé en primer lugar los diferentes públicos que maneja la empresa para el desarrollo de las diferentes piezas gráficas, posteriormente se hizo un análisis del manejo de asignación de piezas a realizar por parte del coordinador de arte Alfredo García, como se recibe un proyecto por parte de cliente, como debe ser procesado, gestionado y en qué condiciones debe llegar el arte final a manos del usuario.

Palabras clave: Diseño, gestión, Yanbal de Colombia S.A.S, gestión del diseño, análisis de públicos o target.

1. Introducción

El documento registra la sistematización de experiencias de la práctica profesional realizada en la empresa YANBAL DE COLOMBIA S.A.S durante el periodo de seis meses; a lo largo de este escrito, se expondrá el análisis del diseño gráfico desde un punto de vista gerencial con el objetivo de identificar y analizar las funciones del diseñador más allá de las conocidas (diseñar).

Para lograr esto, primero se analizó los diferentes públicos objetivos que maneja la empresa, posteriormente se hizo un análisis del manejo de piezas asignadas por el coordinador de arte a cada uno de los diseñadores del área, observando cómo es su proceso de gestión de principio a fin, durante este proceso de observación se evidencio el uso de una herramienta o una ficha técnica llamada “Record - Arte” que le permite a cada diseñador tener registro del proceso por el cual debe pasar cada pieza con el objetivo de asegurar y tener constancia en físico que el arte llegue correctamente a las manos del cliente.

Gracias a este proceso de observación se llegó a la conclusión que la gestión de cada proyecto por parte de cada diseñador es tan eficiente que se decide analizar las funciones más fondo de un diseñador gráfico en Yanbal, debido a que durante el análisis del proceso de gestión se evidenció que cada diseñador coordina sus proyectos individualmente, poniendo en práctica no solo conocimientos intelectuales de la academia sino que también ejecutando otros aspectos como gestión de personal, presupuesto, tiempos de creación y producción, manejo de cliente y proveedor entre otros.

Para lograr esto se realizó una recopilación de datos antes y después de la realización de la ficha técnica llamada “Record - Arte”, posteriormente se hizo un comparativo de pros y contras del antes y el después de la realización de la ficha, para finalizar se evidenciaron los aspectos positivos de la ficha técnica como una herramienta gerencial para el diseñador en la empresa Yanbal.

A lo largo de este proceso se evidenció una mejora tanto profesional como personal optimizando mis conocimientos intelectuales y técnicos en el campo laboral, aprendiendo de manera extraordinaria que un diseñador no solo se dedica a diseñar si no que va más allá de las funciones conocidas.

2. Justificación

Durante el periodo de 6 meses de prácticas profesionales en la empresa Yanbal de Colombia se evidenció que el diseñador no solo cumple con el propósito de realizar piezas en pantalla, sino que va más allá de sus conocimientos técnico en la materia, es decir, también cumple el rol de gestionar proyectos de diseño a su cargo, permitiéndole evidenciar fortalezas en el campo de la coordinación de proyectos, implementando aspectos como: manejo de tiempos tanto de creación de piezas a nivel gráfico, como tiempos de producción y tiempos de entrega si la pieza lo requiere, es decir, si va dirigido a otro sector del país, presupuesto entre otros.

De acuerdo a lo anterior, este documento busca identificar y analizar el rol que cumple el diseñador en la empresa Yanbal de Colombia con el propósito de resaltar que un diseñador no solo cumple con lo aprendido en la academia.

3. Pregunta articuladora

¿Cómo se desempeña desde el punto de vista gerencial un diseñador gráfico en la empresa Yanbal de Colombia, para optimizar el proceso de creación nuevas piezas graficas?

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Identificar y analizar las funciones de un diseñador gráfico a nivel gerencial en la empresa Yanbal de Colombia en los procesos de creación de nuevas piezas.

4.2 Objetivos específicos

- Analizar los antecedentes y el proceso de entrega de una pieza grafica por medio de la ficha de gestión “Record – Arte “en diseño.
- Comparar las problemáticas previas y posteriormente a la creación de la ficha técnica
- Evidenciar las contribuciones a la gestión en el diseño con la ficha técnica como herramienta gerencial del diseñador gráfico en Yanbal de Colombia.

5. Estado de la cuestión

Para poder continuar con el siguiente documento, es necesario entender primeramente los conceptos bajo los cuales se realizó el mismo, evidenciando por qué se realizó una sistematización de experiencias de esta manera y que conceptos teóricos fueron claves para el desarrollo de este.

De acuerdo a lo anterior primero debe entenderse que es una sistematización de experiencias, pero para ellos es pertinente desglosar este concepto, es decir que es sistematización y que es experiencias, por un lado la sistematización se entiende como un proceso que permite organizar diferentes elementos con el propósito de formar un sistema que permita entender o hacer algo de una manera más fácil, por otro lado la experiencia se entiende como el conocimiento de algo vivido de manera repetitiva por un determinado tiempo. Ahora entendiendo esto, podemos hablar del concepto como tal, según la revista matinal (2010) define que la sistematización de experiencias es “proceso de reflexión e interpretación crítica sobre la práctica y desde la práctica, que se realiza con base en la reconstrucción y ordenamiento de los factores objetivos y subjetivos que han intervenido en esa experiencia” (P. 1).

Es decir, que es una interpretación crítica desde los conocimientos ya adquiridos previamente puestos en práctica en el campo laboral, permitiendo hacer una reflexión y un enfrentamiento de conceptos aprendidos anteriormente con los conceptos nuevos aprendidos en la práctica, facilitando la adquisición de conocimiento nuevo basado en las experiencias.

De acuerdo con esto y relacionándolo a la experiencia como practicante en la empresa Yanbal de Colombia, la sistematización de experiencias se realizó bajo este concepto, una interpretación crítica de la práctica sobre la práctica, puesto que analice y ejecute los conocimientos ya adquiridos anteriormente en la académica a lo largo de la experiencia; paralelo a esto aprendía los conceptos nuevos que me otorgaba la empresa como profesional, a lo largo de este proceso pude comparar, analizar y criticar constructivamente cada uno de ellos para finalmente relacionar estos dos conocimientos, logrando entender de manera clara los procesos de diseño a los cuales me veía relacionada todo el tiempo, gracias a este proceso el proyecto de sistematización de experiencias salió de esta manera y no de otra, tal y como también lo afirma Sandoval en el documento de sistematización de prácticas Sandoval (2001), “La sistematización posibilita comprender cómo se desarrolló la práctica, por qué se dio precisamente de esa manera y no de otra. Los cambios que se produjeron. La relación entre las distintas etapas del proceso” (p.118).

¿Pero para que sirve realizar una sistematización de experiencias?, según Sandoval es su documento de “Propuesta metodológica para sistematizar la práctica profesional del trabajo social” afirma que sistematizar sirve o tiene 3 propósitos que son:

1. Tener una comprensión más a fondo sobre la realidad de la práctica con el propósito de mejorarlas.

En este apartado se comprende la afirmación anteriormente nombrada por Sandoval, dónde sostiene que una sistematización se realizó de esta manera y no de otra, ya que esta permite conocer a fondo la realidad en la que se desenvuelve una práctica, permitiendo comprender cómo se produjo la relación entre conocimientos, que sucesos determinaron que la práctica fuera estipulada como buena o mala, si hay coherencia o no con los conceptos ya aprendidos y con los

nuevos y que se puede contribuir para poder mejorar o aportar para que la vivencia laboral sea buena o se refuerce para futuros conocedores de la misma.

Es decir permite entender el recorrido de aprendizaje que se hizo a lo largo de la práctica, ubicando fallas o virtudes para finalmente sacar conclusiones bien sean positivas o negativas.

2. Adquirir la experiencia para poder compartirla con otros que hayan tenido una vivencia laboral similar con el propósito de difundir las enseñanzas.

En este punto la sistematización tiene como propósito extraer y/o aportar enseñanzas de la práctica o para la práctica con el fin de compartirlas y debatirlas para hacer de esta algo trascendente o histórico.

3. Contribuir con aprendizajes teóricos que aporten a la creación de conocimientos teóricos adquiridos en la práctica.

En este apartado, la sistematización tiene como propósito analizar y comprender la realidad de la práctica para poder transformarla, es decir imponer nuevos conocimientos a partir de la experiencia cotidiana vivida en el trabajo de campo, confrontando los conocimientos ya adquiridos con los conocimientos nuevos con el fin de orientar el proceso de práctica y aprendizaje a una transformación de enseñar y no de aprender.

De acuerdo con estos 3 propósitos de sistematización según Sandoval todas tienen algo en común y es que no se necesita obtener resultados buenos o malos, aportar conocimiento o no, el propósito final de una sistematización de experiencias es lograr documentar y dar a entender el proceso por el cual se debe pasar para hacer una práctica bien sea en la vida laboral o en un trabajo investigativo, ya que cada una de estas permite evidenciar que se hizo a lo largo de la

experiencia.

Sandoval (2001), "...el utilizar un modelo conscientemente no es de ninguna manera garantía de que la sistematización resulte de calidad. Dado que el modelo sólo es un instrumento que de manera semejante a una computadora sólo produce lo que se le ordena y conforme se le ha alimentado." (p. 130).

Ahora bien, entendiendo que es una sistematización de experiencias, para que sirva, que tipos de sistematización hay y como se desempeña cada una, es importante conocer los demás conceptos base que hicieron posible este documento.

Para llegar a esto es importante resaltar que a lo largo de la práctica se evidencio un proceso que desarrollo claramente el siguiente concepto base; durante el proceso de mi práctica profesional evidencie que un diseñador Yanbal va más allá de estar en pantalla, puesto que está pendiente de todo el proceso de diseño en una cadena articulada de observaciones y cambios que reducen errores y por ende costos y tiempos para la empresa, gracias a esto pude resaltar el concepto clave que comprende lo anteriormente dicho, siendo este la gestión del diseño, pero para poder llegar a este concepto es necesario comprender cada uno por separado.

En primer lugar hablaremos de que es gestión: según Huergo (s.f.) "gestionar es una acción integral, entendida como un proceso de trabajo y organización en el que se coordinan diferentes miradas, perspectivas y esfuerzos" (P, 2), según esto el termino gestión es un conjunto de procesos, responsabilidades y resultados a la hora de tomar decisiones frente a un proyecto bien sea a corto, mediano o largo plazo, poniendo en marcha varios factores como, personal administrativo, tiempos, presupuesto entre otros, con el objetivo de llegar a un bien común.

Teniendo en cuenta esta cita y poniéndola en relación con el desempeño de un diseñador en Yanbal, la dinámica que ocurre es exactamente la misma, puesto que desarrolla un proceso encadenado de decisiones, responsabilidades, tiempo y presupuesto a la hora de desarrollar una pieza gráfica. De acuerdo con esto se puede afirmar que un diseñador en Yanbal también puede considerarse un gestor, ya que ellos mismos son los responsables del fracaso o del éxito de cada pieza, puesto que el diseñador para lograr el éxito de cada arte debe desenvolverse en 4 conceptos claves de la gestión y ponerlos en práctica en la parte grafica dichos conceptos son: planificación, organización, dirección y control.

Ahora bien, en cuanto al concepto de diseño, lo podemos entender como una comunicación visual desarrollada de manera estética y armónica a la hora de realizarlo, con el objetivo de hacer un arte atractivo, bien sea con fines comerciales o de otro valor, según Dondis. (1976), “El proceso de composición es el paso más importante en la resolución del problema visual. Los resultados de las decisiones compositivas marcan el propósito y el significado de la declaración visual y tienen fuertes implicaciones sobre lo que recibe el espectador.” (p.24), de acuerdo con Dondis, podemos afirmar que a pesar que los años pasen el arte y la estética visual permanecen fijas y toda pieza artística realizada debe basarse en la armonía visual, siendo esta la respuesta a los problemas de comunicación gráfica, dándole al espectador un idioma grafico acertado, pero para lograr esto, deben manejarse diferentes conceptos visuales con el fin de llegar a dicha armonía, como la diagramación, el uso tipográfico, uso del color y el concepto con el que se trabaje la pieza.

Igual que el anterior concepto, si ponemos este en relación a la práctica en la empresa Yanbal de Colombia, las piezas realizadas tenían todos estos conceptos juntos, permitiendo dar como resultado una comunicación acertada, logrando así cada objetivo por y para la empresa.

Ahora bien teniendo estos dos conceptos claros por separado, se puede entender que la gestión del diseño, es un conjunto de toma de decisiones a nivel gráfico y empresarial manejando varios factores como presupuesto, personal encargado tiempos de producción (proveedores), tiempos de entrega final y por supuesto el arte o el diseño propuesto para llevar a cabo, esto se hace con el fin de garantizar que un arte llegara hasta el final en perfectas condiciones, tal y como un gestor dirige un proyecto empresarial, pero para ser más claros tenemos un ejemplo:

Un diseñador tiene una reunión con un cliente que le solicita realizar 1700 unidades de una pieza grafica impresa de tamaño pliego para fin de mes, comentándole al diseñador que solo posee 3 millones de pesos para realizar la producción, el diseñador al aceptar el trabajo empieza a ordenar tiempos de diseño, es decir, cuánto se demoraría en diseñar la pieza, buscar un proveedor que le imprima la cantidad solicitada bajo un precio en específico, en que papel es recomendado imprimir y cuanto se demora en producción y entregar el arte al diseñador para que este lo entregue a su cliente en los tiempos planeados.

Si ponemos esto en un calendario desde el inicio del mes solicitado, se entenderá de mejor manera la gestión del diseño:

Si el diseñador empieza a trabajar en el mes de mayo, tendrá cuatro días para diseñar la pieza, le dará al cliente dos días para realizar revisión y correcciones, posteriormente a esto el diseñador tendrá solo tres días para realizar los ajustes pedidos por el cliente, paralelo a esto el diseñador debe ir buscando el proveedor que le hará el trabajo para entregarlo listo e impreso en la fecha acordada bajo el presupuesto que su cliente le dio inicialmente, ya acordado esto, el diseñador le dará dos días al cliente para que apruebe el arte después de realizar las correcciones solicitadas

por él, con el ok de cliente el diseñador enviara el archivo al proveedor para hacer primero una prueba de impresión, con el fin de cerciorarse que lo diseñado en pantalla sea lo mismo en el impreso, después de aprobar, el impresor tendrá 8 días para producción del arte y llegar a la fecha final acordada.

Véase en el siguiente esquema.

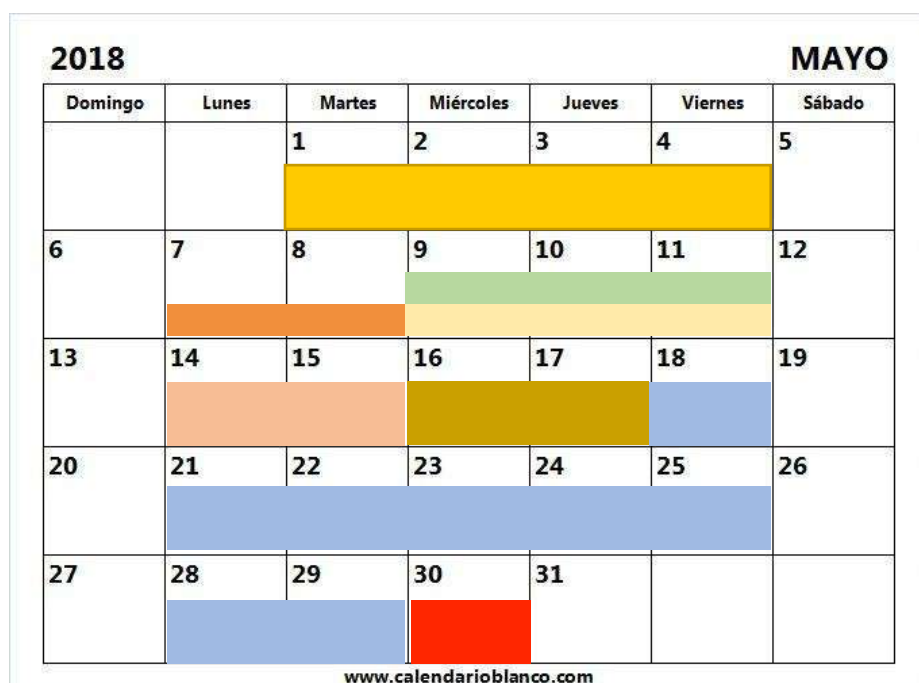


Figura 1. Calendario con cronograma de actividades, elaboración propia.

- Diseño del arte.
- Revisión y correcciones por parte del cliente.
- Búsqueda del proveedor a cargo.
- Correcciones del arte.
- Aprobación del arte por parte del cliente.
- Envío del arte al proveedor y pruebas de impresión.
- Tiempo de producción de la pieza.
- Entrega del arte impreso a cliente.

De acuerdo con el grafico anterior puede entenderse de manera clara la gestión del diseño, convirtiéndose en el concepto base de la sistematización de experiencias, un concepto que unifica dos ramas totalmente diferentes en una sola, donde se hace más clara en el momento de ejecutarla.

6. diseño de la sistematización

Para comprender de manera clara cómo se desempeña un diseñador gráfico en la empresa Yanbal de Colombia, hay que hacer una aproximación sobre qué es y cómo se divide la compañía. La empresa se desarrolla en 3 enfoques específicos: el primero qué es Yanbal, el segundo qué es Yanbal de Colombia y el tercero cómo se divide Yanbal de Colombia a nivel empresarial, especialmente en el área de comunicaciones, ya que es allí donde se encuentra el diseñador gráfico.

Yanbal es una multinacional que nació en Perú, creada bajo el concepto de venta directa por catálogo de productos de belleza con el propósito de emplear mujeres emprendedoras e independientes. A lo largo de la historia de Yanbal y gracias a su consolidación exitosa en Perú, empezó un proceso de expansión en diferentes naciones, teniendo un buen recibimiento en cada una de ellas.

Actualmente Yanbal se encuentra ubicado en diez países alrededor del mundo incluido Colombia, donde se consolidó formalmente en el año 1981 con el nombre de YANBAL DE COLOMBIA S.A.S. Durante este proceso la empresa logró posicionarse como una de las primeras en venta directa por catálogo. Gracias a este posicionamiento Yanbal de Colombia logró abarcar un extenso grupo de clientes conocidas como Consultoras y Directoras (mujeres que venden los productos Yanbal) que poco a poco hicieron crecer la empresa a nivel nacional.

Posteriormente y gracias a su fuerte impacto en la nación, Yanbal de Colombia empezó a conquistar diferentes medios de comunicación como prensa, radio, televisión y actualmente redes sociales. Gracias a esto y su exitosa consolidación en el país, se abre una sede principal en la ciudad de Bogotá que tiene como propósito manejar toda la comunicación de Yanbal a nivel nacional. Yanbal de Colombia se divide en 18 áreas donde una de ellas es el área de comunicaciones, encargada de manejar la comunicación gráfica a nivel nacional.

Esta área abarca 3 públicos específicos e importantes para la compañía:

- público Interno (Staff)
- público Externo (prensa, televisión, radio y redes sociales)
- Fuerza de Compras (Directoras y Consultoras de juniors a senior)

El público Interno se refiere a todo el personal que se encuentre vinculado laboralmente como funcionario de la empresa, este público se conoce internamente como Staff.

En este sector el área de comunicaciones desarrolla piezas de carácter informativo y por lo general en formato digital, debido a que la empresa maneja su propia página web de interacción solo para los funcionarios de la misma, dicha página es conocida a nivel interno como *yanbalnet*,

Dentro de este público las piezas realizadas para la plataforma son muy básicas, es decir ya viene una plantilla establecida donde el área de comunicaciones, especialmente los diseñadores, son los encargados de diseñar encabezados o de buscar las imágenes adecuadas para cada noticia o información que otras áreas deseen publicar en la plataforma.

Cada una de estas piezas digitales se hace bajo un lineamiento de imagen más cercano e inspiracional hacia los colaboradores y funcionarios de la compañía, respetando siempre y cuando la imagen corporativa estipulada en el manual de identidad visual pero también

respetando la petición por parte del cliente, esto se hace con el fin de complacer tanto al cliente como respetar la marca con el objetivo de ir siempre alineado a la misma, puesto que muchas imágenes solicitadas por los clientes son totalmente deferentes a lo que la marca busca comunicar, véase en la (Figura 1) y (Figura 2).

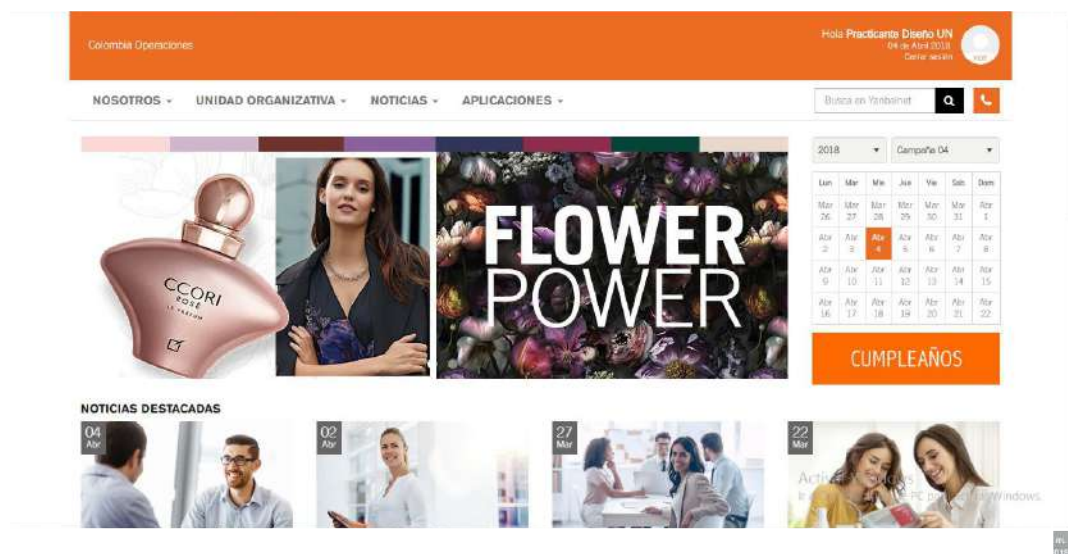


Figura 2, Fuente: Yanbal, Colombia (2018).Plataforma virtual interna de yanbal...

Recuperado de <https://uniqueyanbal.sharepoint.com>



Figura 3, Fuente: Yanbal, Colombia (2018).Plataforma virtual interna de yanbal... Recuperado de <https://uniqueyanbal.sharepoint.com>

En cuanto al público Externo se trata de un grupo objetivo que se ha consolidado por los medios masivos de comunicación como prensa, radio, televisión y redes sociales, para este grupo objetivo de Yanbal, el área de comunicaciones especialmente los diseñadores son los encargados de realizar tantos los artes impresos como digitales, desarrollando piezas graficas totalmente diferente a las de staff, es decir cada arte se desarrolla con más detalle siempre y cuando respetando los lineamiento de la imagen corporativa, ya que este *target* en específico es el encargado de darle relevancia a la marca Yanbal de Colombia en el mercado.

Para lograr este impacto en la sociedad, los artes son implementados en diferentes formatos como Vallas publicitarias, eucoles o paraderos de buses, ventanales en centro comerciales entre otros, siendo estos en formatos de gran tamaño, también se realizan artes para prensa como periódicos y revistas entre ellas TV y Novelas, Carrusel y Cromos, para radio y televisión el área de audiovisual desarrollan comerciales promocionando los productos Yanbal, finalmente para redes sociales se realizan semanalmente post de Facebook con productos, adjunto a esto y de la mano del área de relaciones públicas y el área de diseño, el área de comunicaciones contratan personajes de la farándula para que realicen un refuerzo al producto que se esté lanzando en ese momento, con el propósito de movilizar los productos yanbal por la redes sociales ya que en este siglo el área digital es el medio de comunicación más frecuentado y es más probable llegar a un público mayor y de variadas edades, para ello por lo general se usan actores de televisión, *youtubers*, y todo público conocido en la plataforma internet.



Eucoles o paraderos de buses:

Tiene como objetivo publicitario en el exterior para personas transeúntes en las calles de las ciudades donde se encuentre el arte.

Vallas publicitarias:

Tiene como objetivo publicitario en el exterior para vías de alta movilidad.

Post de Facebook: Tiene como objetivos publicitarios ser postado en las redes sociales para estar todo el tiempo en contacto con el público.

Refuerzo de producto con personajes famosos: Tiene como objetivos hacer viral el producto con ayuda de personajes de la farándula reconocidos.

Figura 4, Piezas gráficas para público externo Fuente: Elaboración propia a partir de datos de yanbal

Finalmente el Público de Fuerza de compras (FFCC) es aquel conformado por las Consultoras y Directoras es decir son las mujeres que compran y venden los productos Yanbal. Para los ojos de la empresa son el grupo más importante, ya que gracias a ellas Yanbal de Colombia se encuentra consolidado y posicionado en el mercado como la mejor empresa de venta directa por catálogo.

Para este grupo en específico y como el más importante para la compañía el área de comunicaciones especialmente los diseñadores se encargan de realizar piezas mes a mes tanto impresas como digitales con el propósito de incentivarlas a vender y consolidarse como mujer emprendedora independiente, generando estrategias de venta con el fin de aumentar sus ventas.

Para ser más específicos las piezas trabajadas para este sector son:

- Parantes publicitarios de productos yanbal
- Flyer promocionales de productos
- Tarjetas
- Comunicados oficiales
- Revista de productos Entrenos
- Carta kit

Cada una de estas piezas va variando mensualmente dependiendo directamente de la necesidad del mercado, es decir, el comportamiento de ventas de los productos. Cada una de estas composiciones graficas es elaborada por los diseñadores bajo el concepto de diseño que maneja la compañía, es decir el manual de identidad, donde se explica claramente los usos debidos e indebidos, paleta de color, uso de la imagen, uso de los productos, tipografías permitidas, papel en donde debe ir impreso, uso del isotipo, marca y demás conceptos que pertenecen al manual de identidad visual.

En el siguiente grafico se podrá apreciar los artes que se desarrollan para este público objetivo en específico. Véase en la figura 5.



Parante publicitario de productos yanbal:

Este parante tiene como fin publicar los nuevos lanzamientos de producto.

Flyer promocionales de producto:

Este flyer tiene como finalidad hacer vender más a las consultoras y directoras.

Carta kit:

Esta carta informa a las consultoras y directoras sobre las nuevas tendencias y los nuevos productos que maneja yanbal.

Revista entrenos:

Esta revista es de uso interno de las consultoras y directoras para saber cuánto gana si venden un producto y que premios recibes si logras metas económicas propuestas por la compañía.

Figura 5, Piezas gráficas, Fuente: Elaboración propia a partir de datos de yanbal

De acuerdo a lo anterior y análisis de Yanbal de Colombia y sus públicos objetivos y un breve análisis de la pieza que manejan en cada uno de ellos, es necesario entrar al campo de la gestión del diseño dentro del área de comunicaciones con el fin de entender como es el proceso interno del desarrollo de cara arte para cada público objetivo nombrado anteriormente.

Análisis de la gestión de entrega de piezas por parte del coordinador de arte

Karl Albretch afirma que “Si desea que las cosas funcionen fuera, en primer lugar debe conseguir que funcionen dentro de la empresa” (Albretch, 1992 citado en Garaventa s.f, p.1) teniendo en cuenta lo anterior este concepto de organización es la columna vertebral de cualquier proyecto o empresa, ya que de esta manera se tiene una certeza que cada proceso está encabezado y organizado de una manera estratégica con el fin de asegurar un buen funcionamiento, por esto en Yanbal, especialmente en el área de comunicaciones el área se encuentra construida actualmente de la siguiente manera:

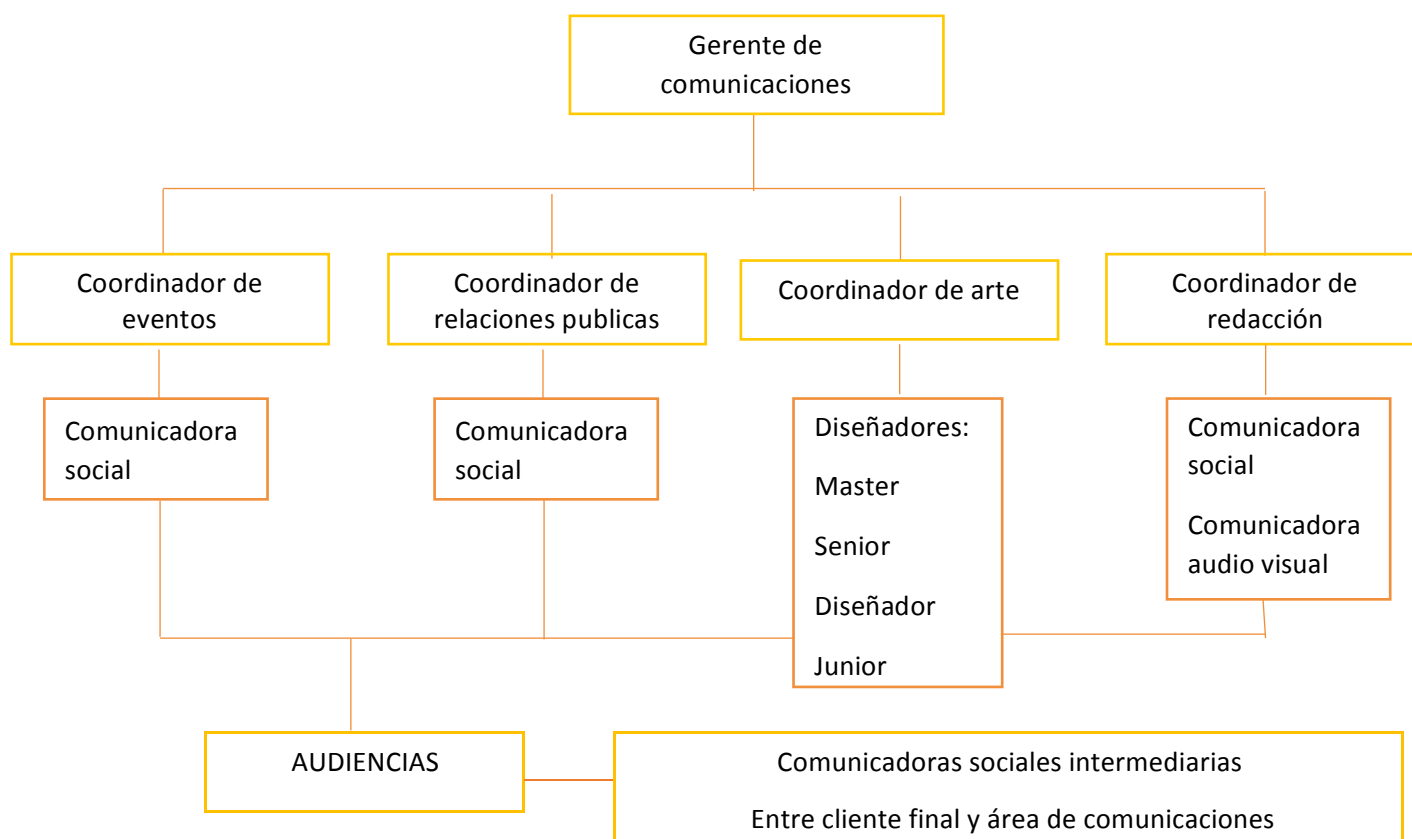


Figura 6. Estructura del área de comunicaciones, Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Yanbal.

Gracias a esta estructura, el área de comunicaciones cuenta con un excelente procesos de gestión para recibir proyectos por parte de los clientes internos de Yanbal, es decir personas líderes a cargo de cada grupo objetivo, de manera que cada proceso cuenta con unos filtros correspondientes por los cuales debe pasar el proyecto o arte dependiendo a que público objetivo va la pieza, gracias a esta estructura el transcurso de mi pasantía en Yanbal como diseñadora gráfica fue más eficiente y enriquecedora tanto en conocimientos técnicos de la academia como conocimientos empresariales, ya que el procedimiento por el cual llegaba cada arte era ordenada y clara en el momento que me la otorgaba mi jefe inmediato el coordinador de arte Alfredo García.

Durante el tiempo de prácticas se evidenció un modelo de entrega de piezas por parte del coordinador de arte que constata de una ficha técnica llamada “Record-Arte” (esto se profundiza en la página 27) dicha ficha tenía que ser diligenciada en el momento que el coordinador entregaba el input en una reunión que realizaba con todos los diseñadores para acordar a quien se le daba cada pieza, por input cabe resaltar que es la información de cómo el cliente quiere el arte, es decir, si es un arte impreso, cuantas unidades desea, que monto de dinero posee para realizar el arte y a qué lugar debe ser entregada bien sea en Bogotá o en el país.

De acuerdo con esta información dada por cliente, el coordinador de arte otorgaba las piezas al diseñador pertinente para cada una, dándole entrega oficial del proyecto haciéndole entender que en ese momento el arte era dirigido por él o ella hasta su entrega final.

Teniendo en cuenta lo dicho anteriormente es aquí donde el rol del diseñador yanbal empieza a mutar convirtiéndose en un gestor del diseño ya que empieza a implementar los conceptos de la

gestión, se entiende por gestión como el conjunto de acciones u operaciones relacionadas con la administración y dirección para una empresa o proyecto, debido a que es primordial para un buen desarrollo en cualquier actividad; en este orden de ideas al hablar de gestión se puede hablar de cualquier tipo de proyecto que necesite de una planificación, desarrollo, implementación y control; toda persona que toman el compromiso de dirigir u organizar un proyecto son denominados gestores ya que son los encargados de la rentabilidad y el éxito de los organismos, empresas o proyectos donde trabajan.

Ahora bien entendiendo que es gestión cabe resaltar que es la gestión del diseño, es aquella actividad que incluye aspectos relacionados como corporativos y de diseño, donde el corporativo se enfoca primordialmente al control de un entorno empresarial y el segundo se enfoca directamente al diseño, es decir si es estético y funcional, este da respuesta a las necesidades empresariales facilitando la implementación del diseño, ya que familiariza dos conceptos totalmente diferentes en uno solo, con el propósito de unir a los diseñadores con la dirección y el desarrollo empresarial

El conjunto de actividades de diagnóstico, coordinación, negociación y diseño que se llevan a cabo tanto en la actividad de la consultoría externa como en el ámbito de la empresa, interactuando con los sectores responsables de la producción y de la programación económica y financiera de la comercialización con el fin de hacer factible una participación activa del diseño en las decisiones de producto. (Leiro, 2006, p. 18)

En este orden de ideas la gestión del diseño ayuda a comprender y relacionar el diseño y la organización empresarial de manera interdisciplinaria, ya que logra unificar procesos a nivel estratégicos y operativos. Permitiéndonos destacar este papel como un conocimiento en la práctica.

Pero este proceso de gestión por parte de cada diseñador no siempre fue así. A lo largo de la historia de Yanbal Colombia en especial en el área de comunicaciones, el diseño de las piezas graficas se hacía de una manera totalmente diferente a la actual ya que anteriormente las peticiones de diseño realizadas por el cliente, se consolidaban por medio de una reunión previamente solicitada, más sin embargo nada quedaba por escrito, así que si había algún error en la entrega final de la pieza, no se lograba identificar de quien realmente fue la falla, por lo tanto solo se tenía en cuenta que las últimas personas que tocaban el arte era el área de diseño, se afirmaba que eran los responsables por los errores en la pieza final.

Debido a esto, el área de comunicaciones empezó a tener muchas fallas a nivel empresarial, ya que al evaluarlos, según el criterio de los demás sectores empresariales el área de comunicaciones no cumplía con lo requerido, puesto que las grandes pérdidas tanto de material como de dinero provenían directamente de esta área.

Con base en lo anterior el área de comunicaciones se encontraba en muy mal estado frente a Yanbal así que el coordinador de arte Alfredo García subido al cargo recientemente decidió implementar un modelo de revisión que constatará de firmas, aprobaciones u observaciones por parte de los clientes, un proceso que se consolidó después como gestión del diseño como un proceso primordial a la hora de sacar piezas, dicho proceso o gestión se consolidó por medio de una ficha técnica, llamada “record de arte”, este documento comprende paso a paso la gestión de la creación de piezas graficas con el propósito de minimizar errores tanto en producción como financiero.

De acuerdo a las problemáticas anteriormente mencionadas, el coordinador de arte Alfredo García ideó una plantilla de seguimiento, con el propósito de reorganizar la validación de la entrega de la pieza, evidenciándose paso por paso los filtros por los cuales pasa cada arte, con el objetivo de

tener constancia en físico de las aprobaciones u observaciones por cada área correspondiente sobre la pieza, para corroborar finalmente que el arte fue aprobado por los filtros a cargo.

Esta ficha consta de 8 filtros (personas a cargo) más 2 revisiones por cada uno es decir 16 veces se veía la pieza si era necesario, y los filtros eran:

1. **Coordinador de arte:** Es el encargado de aprobar el arte que le entregaba el diseñador a cargo como propuesta de la solicitud del cliente.
2. **Redacción:** Es el encargado de revisar que los textos estuvieran claros y sin errores de ortografía y signos de puntuación.
3. **Líder de audiencia:** son los encargados de validar que el arte este como el cliente lo solicito antes de mostrárselo, ya que son las intermediarias entre el área de diseño y el cliente por lo tanto debe conocer bien la pieza para poderle argumentar por que se diseñó de esa manera.
4. **Jefe de audiencia:** son los encargados de validar con líder de audiencia que el arte se estrictamente lo que el cliente solicito, antes de mostrarlo al gerente de comunicaciones.
5. **Gerente de comunicaciones.** Aprueba o desaprueba el arte, siendo capaz de repetir todo el proceso (rediseñar) y este muy bien antes de entregarlo a cliente.
6. **Clientes:** encargado de la pieza, revisar que lo que solicito fue lo entregado.
7. **Legal:** es el encargado de revisar que tanto los textos como los productos sean legales tanto en imagen como en textos ya que si llega a salir una publicidad falsa la empresa puede entrar en demandas. Por lo tanto es el filtro más importante, puesto que da el ok para su producción.
8. **Corporación:** valida el arte si este va a ser publicado a nivel mundial, es decir en los diferentes países donde se encuentra yanbal. De lo contrario no interfieren.

Esta ficha paso por un periodo de prueba, para verificar si lo dispuesto ahí era funcional o no, después de este periodo, se evidencio una mayor organización, se disminuyeron los errores y cada área estaba más pendiente de sus aprobaciones y observaciones, debido a todo quedaba en el registro de la ficha y se podía identificar fácilmente de quien fue el error.

Dicha ficha llamada “Record – Arte” funciono de manera positiva, puesto que su objetivo en específico era validar que la pieza entregada y filtrada por los diferentes filtros fuera diligenciada de manera correcta para que al final cada arte llegara de la manera correcta, poniendo en evidencia física las correcciones hechas por cada uno con el fin de manifestar los errores de que persona o filtro en caso de tener problemas con la pieza final.

Record - Arte

TEMA: _____

CLIENTE: _____ DISEÑADOR: _____

PROCESO	REVISIÓN	REVISIÓN	OBSERVACIONES
Coordinador de Arte			
Redacción			
Líder de Audiencia			
Jefe de Audiencia			
Digital			
Gloria			
Cliente (Hasta 4 clientes por página)			
Legal			
Corporación			

CLIENTE

Fecha entrega a cliente _____

Fecha cliente devuelto _____

Fecha cliente devuelto REAL _____

OBSERVACIONES

Figura 7, Fuente: García, A. (2004) Ficha técnica “record de arte”.

Actualmente cuando una pieza entra en proceso de producción se diligencia este formato primeramente pasa por coordinador de arte, donde al ver la pieza hace sus respectivos ajustes de imagen corporativa y pone su firma de aprobación, posteriormente si es el caso paso por redacción para verificar que todo el texto este con ortografía y con la información clara, después de estos filtros la pieza procede a audiencias siendo el intermediario entre cliente y diseño donde la revisa confirmando que lo pedido por cliente se haya cumplido, en el momento que llega a cliente y es aprobado pasa por legal para corroborar que toda la información sea verídica para evitar tener problemas legales en el momento que la pieza sea liberada al público.

Véase en la siguiente figura.

The image shows a handwritten form titled "Record - Arte". The form has several sections with lines for signatures and dates. Four arrows point from text labels on the right to specific signature lines on the form:

- An arrow points from "Firma del coordinador de arte" to the signature line under the "Coordinador de Arte" section.
- An arrow points from "Firma de audiencias" to the signature line under the "Audiencias" section.
- An arrow points from "Firma de cliente" to the signature line under the "Cliente" section.
- An arrow points from "Firma de legal" to the signature line under the "Legal" section.

The form also includes sections for "Reservaciones", "Fecha entrega a cliente", "Fecha cliente descuido", and "Fecha cliente descuido".

Figura 8, Ficha "record de arte" diligenciada, Fuente: archivos de yanbal

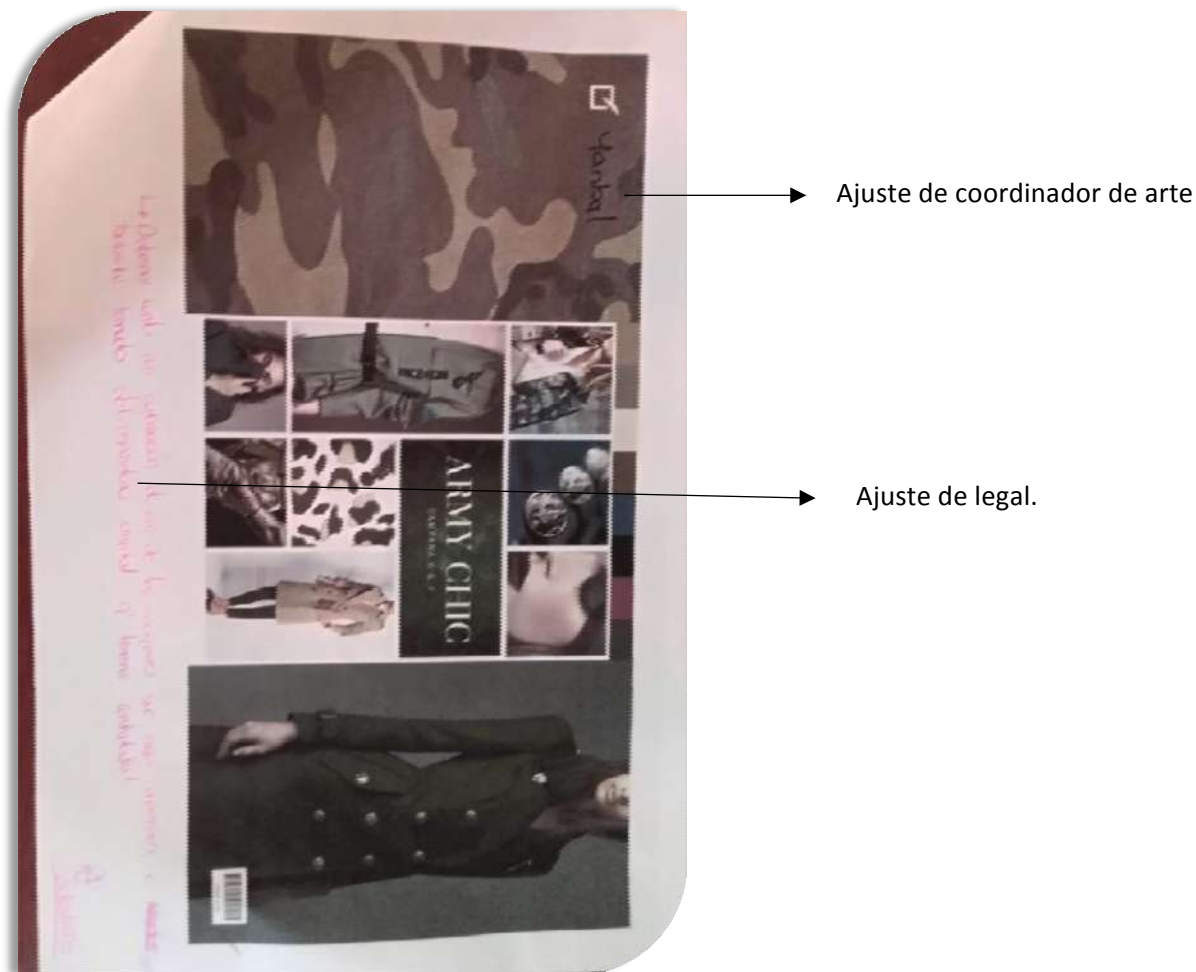


Figura 9. Correcciones de clientes, Fuente: archivos de yanbal

Ahora bien entendiendo el proceso que debe hacer cada pieza para lograr llegar en óptimas condiciones este proceso garantiza que cada arte a cargo de cada diseñador este bajo un registro físico que evidencie que paso por todos y cada uno de los filtros de manera correcta.

Paralelo a esto cuando un diseñador se hace cargo de la pieza también debe ir adelantando cotización y proveedor en caso de que sea impresa, con el propósito de optimizar tiempos ya que mientras llega el ok de todos los filtros y dan el aval para proceder, el diseñador debe tener en claro que proveedor lo va hacer. Este proceso se hace directamente con el área de

compras, es decir el diseñador por medio de un correo envía las especificaciones del arte a compras para que ellos busquen un proveedor que se haga cargo de la pieza.

En las siguientes imágenes se evidencia el proceso interno con el área de compras.

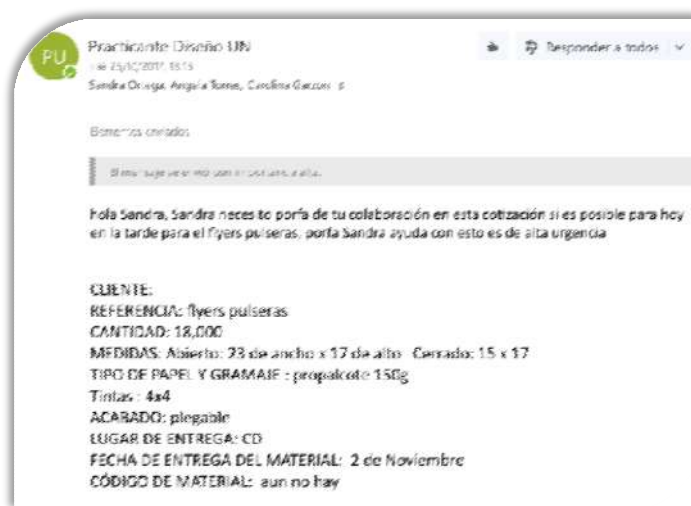


Figura 10, Proceso interno con área de compras, Fuente: UN, P. (2017). Cotización de flyers pulseras [E-mail].

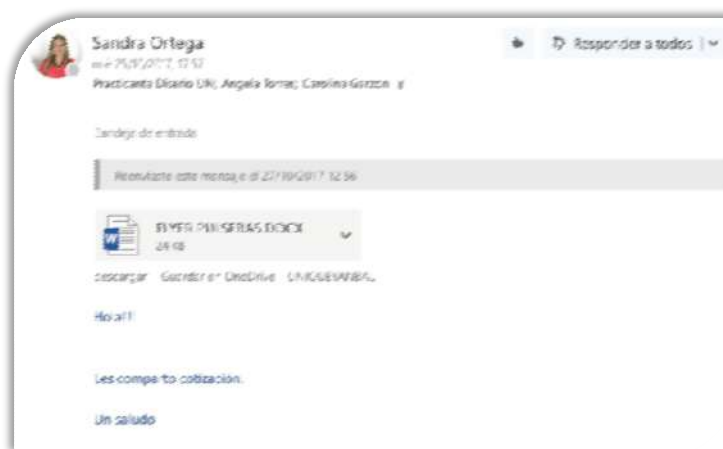


Figura 11, Proceso interno con área de compras, Fuente: (2017). UN, P. (2017). Cotización de flyers pulseras [E-mail]

PRESUPUESTO No. 0074717		
YANBAL		
Att. Sandra Johana Ortega		
Ciudad		
Atentamente nos permitimos cotizar la elaboración del siguiente trabajo de acuerdo a su solicitud:		
Referencia	:	FLYER PULSERAS
Terminado	:	Plegables
Tamaño	:	17 x 23 abierto
	:	en papel Cote 150 grs a 4x4 tintas
Cantidad	Unitario	Total
18.000	67.56	1.216.081.77

Figura 12, Información de costos, cotización de flyers pulseras, archivos de yanbal.

Teniendo la cotización en mano y aprobada por cliente se procede a hablar con proveedor para envío de arte y pruebas de impresión, con el fin de corroborar que el arte enviado se imprima correctamente, con los colores específicos de la compañía donde se vea claramente todos los detalles de la pieza enviada vía correo.

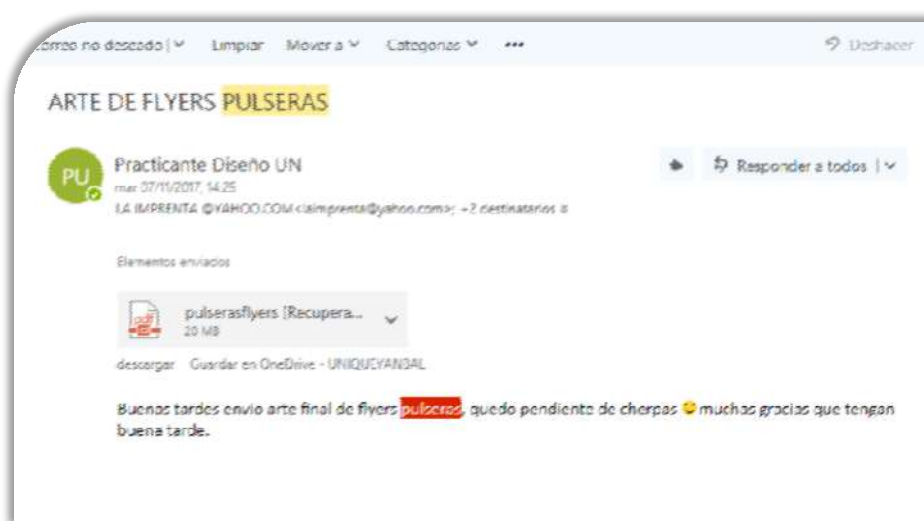


Figura 13, Comunicado interno con proveedor, Fuente: UN, P. (2017). Cotización de flyers pulseras [Email].

Después de este proceso interno entre compras y diseñador donde se define que proveedor será el encargado de producir la pieza, el diseñador envía artes para posteriormente hacer pruebas de impresión antes de mandar a producción todo el tiraje que en este caso fueron 18.000 unidades.

En el momento que se da el ok para que el proveedor imprima el total de la cantidad se define para que parte del país debe ser distribuido el arte para ser entregado a cliente final, siendo este el proceso por el cual un diseñador es gestor de cada proyecto a su mando.

En este orden de ideas el diseño de la sistematización se dio desde un punto comparativo de conocimientos previos con conocimientos adquiridos en el momento que se ponen en práctica en el diario laboral, teniendo la posibilidad de reconocer una problemática o una virtud y poder analizarla con el propósito de crear y reflexionar sobre un conocimiento más completo.

Teniendo en cuenta esto cabe resaltar lo dicho por Sandoval, porque una sistematización de experiencias se dio de esta manera y no de otra, ya que primeramente se hizo un reconocimiento del día a día laboral para conocer más a fondo la realidad, donde se logró tener la oportunidad de analizar que un diseñador no solo está en la pantalla, sino que es capaz de combinar ramas totalmente diferentes para volverlas en una y convertirlas en una virtud.

7. Resultados

En términos generales, la práctica profesional como diseñadora gráfica en la empresa Yanbal de Colombia fue muy enriquecedora como se ha mencionado anteriormente. No solo puse en práctica los conocimientos de la academia desarrollados en la universidad Santo Tomás como diagramación, diseño, conocimientos teóricos, ejecución de programas de la suite de adobe, entre

otros, sino que también obtuve nuevos conocimientos a nivel empresarial aplicados en el diseño, como lo es gerencia del diseño en el desarrollo de piezas gráficas para la compañía.

Durante este proceso de aprendizaje incorpore paulatinamente dicho proceso de gestión de diseño gráfico, desde mi punto de vista fue bastante complejo, puesto que el nivel de responsabilidad es sin duda muy grande. No solo está en juego la parte gráfica, es decir, como lo percibe el público objetivo, sino que también está en juego el nombre de la compañía en términos legales.

Un ejemplo de lo anteriormente dicho fue el desarrollo de una pieza publicitaria para público externo. Esta pieza estaba destinada a la campaña Total Block protector solar, un producto reconocido en el mercado colombiano ya hace bastante tiempo, pero la compañía decidió hacer un relanzamiento donde se propusieron 3 piezas, vallas publicitarias, eucoles o paraderos de buses, avisos en medios masivos de comunicación (radio, prensa y televisión) publicados en Bogotá, Medellín y Cali,. Para este relanzamiento se puso a mi cargo los artes impresos, es decir, vallas publicitarias, prensa y eucoles, durante este desarrollo de ejecución de diseño y todo el proceso anteriormente dicho con la ficha Record de Arte, ocurrió una falla en el arte de eucoles o paraderos de buses donde no se puso un término legal que afirmaba que el producto Total Block era el bloqueador número 1 en el mercado. Dicho error solo fue visto una vez los eucoles fueron colocados en las diferentes ciudades.

Este grave error fue detectado ya en impresión y en publicación, por consiguiente se tomaron medidas en la empresa, donde el área legal solicito una reunión con el diseñador a cargo en este caso yo, el jefe inmediato y el documento "Record de Arte" para constatar de quien había sido el

error, durante este proceso de revisión afortunadamente se evidencio que la falla fue de legal ya que firmaron sin darse cuenta que faltaba el texto que constataba que el producto era el número 1 en el mercado.

Finalmente el arte de eucoles se pudo respaldar con las demás piezas, argumentando que en la valla publicitaria el fragmento de texto estaba en gran tamaño por lo tanto los transeúntes podían verlo fácilmente, por el contrario en los demás artes anteriormente dichos el término legal si fue dispuesto siendo esto un alivio para la empresa.

Teniendo en cuenta esta experiencia como practicante me dejo muy en claro que el proceso por el cual debe pasar cada arte es muy importante ya que un pequeño descuido por parte de los filtros asignados para cada pieza puede representar grandes consecuencias tanto para la empresa como para la persona que cometió el error.

Para terminar el proceso de cada pieza desde la ejecución del diseño hasta la entrega final a cliente se hizo cada vez mas fácil ya que el manejo de la ficha técnica es más riguroso de principio a fin y la aplicación del concepto de gerencia del diseño durante mi proceso de práctica se fue volviendo parte fundamental de mi formación profesional como diseñadora, cada proceso de diseño y manejo de diferentes públicos objetivos es un reto constante tanto como profesional como personal permitiéndome crecer de manera ascendente.

Para finalizar durante mi periodo de practica la línea gráfica de la compañía ya era más fácil de manejar, ya tenía muy en claro cómo resolver los diferentes artes para los diferentes públicos objetivos de la compañía siendo clara y coherente con lo que se requería comunicar.



Figura 14, Valla publicitaria “Total Block”, Fuente: archivos de yanbal

TOTAL BLOCK: EUCOLES (PRIORITARIO)



Pilar Yunes

Jun 12/02, 9:14

Practicante Diseño UN; Gabriel Londono; Alfredo Garcia; Diana Duran; Karla Tagle Velit; Diego Rugeles ✕



Responder a todos | v

Bandeja de entrada

Hola a todos....

Tati, Gabo: por favor me confirman cuál fue el primer arte que se envió a PHD para imprimir **Eucoles** en enero y quién lo aprobó de Mercadeo UN? (Según formato seguimiento-aprobaciones).

Y después del stand by y ajuste que solicitó Corporación, cuál fue el arte final que se envió?

Diego Rugeles, necesita urgente este dato.

No es claro, por qué la Valla dice #1 del Mercado y los **Eucoles NO???**

Mil gracias, Pili

Pilar Yunes

Jefe de Comunicaciones

Internas y Externas

Gerencia de Comunicaciones

Figura 15, Proceso interno con área de comunicaciones internas y externas, Fuente: (2017). UN, P. (2017).

Proceso prioritario error Total Block [E-mail]

Camino al trabajo
el sol puede amenazar tu piel

PROTÉGELA CON TOTAL BLOCK



totalBLOCK
PROTECCIÓN MUY ALTA
SPF
100
CON UVA-MAX
TECHNOLOGY
PROTECCIÓN PARA PIEL
Y CABELLO
ROSTRO Y CUERPO
TRIPLE DEFENSA
HUMECTANTE CON VITAMINA E
OLIGOELEMENTOS
RESISTENTE AL AGUA Y SUDOR
400 g / 13.8 oz

 YANBAL

Si quieres alguna recomendación, pregunta a tu farmacéutico o a tu médico.

Figura 16, Eucol o paredero de buses “Total Block”, Fuente: archivos de yanbal

8. Discusión

Durante mi proceso de practica en Yanbal, tuve la fortuna de evidenciar una oportunidad de proyecto analítico frente a los quehaceres de un diseñador, dando cuenta que no solo realizaban las acciones conocidas, sino que realmente iban más allá de estar en frente de una pantalla, gracias a este análisis como profesional y como mi primera experiencia laboral en el área de diseño tuve la necesidad de observar, aprender y analizar todo el proceso por el cual pasaba una pieza gráfica y cual eran las responsabilidades de cada diseñador frente a esto, obligándome a indagar sobre términos como la gestión del diseño, como se aplicaba en la empresa a nivel grafico, que antecedentes había sobre el desarrollo de cada arte, identificar si siempre se desarrollo cada arte con el formato mencionado anteriormente o que los impulso a ser tan organizados y eficientes frente a un tema de tan alta responsabilidad.

Gracias a esta necesidad de saber más y ponerlo en evidencia, llegue a un análisis de la practica más profunda, conociendo la realidad más afondo y evidenciando que el diseñador no es como la sociedad lo tiene estipulado, es decir como alguien que solo hace cosas bonitas en pantalla o papel, debido a esta experiencia no solo analítica sino puesta en práctica con cada una de las piezas que se me otorgaban, reafirmaba el concepto desarrollado en esta sistematización la gestión del diseño es parte fundamental para crecer como profesional, ya que no solo se absorban conocimientos desde la academia como lo es diagramar, crear, diseñar en sí, sino que también hay otros conceptos claves que complementan al diseñador para volverlo un profesional completo.

Dicho proceso fue un reto como pasante y como primer enfrentamiento al mundo laboral donde se evidencia que en la realidad empresarial estas regido por unos tiempos, tienes a cargo varias responsabilidades que si se pone en el contexto del diseñador estas a cargo de variar piezas que van andando simultáneamente y deben salir correctamente, no solo manejando todo el tema de gestión, sino también de diseño, de cómo se maneja la imagen de la empresa, de qué manera se debe comunicar y en que formatos son los más apropiados entre muchos más conceptos de diseño.

Es importante resaltar que el poder experimentar en la vida laboral genera grandes conocimientos no solo hablando profesionalmente sino como persona, ya que también se va desarrollando las habilidades de comunicación, trabajo en equipo, amabilidad, tolerancia, estrés entre muchas otras.

9. Conclusiones

De acuerdo a lo anteriormente dicho, el desarrollo de la práctica profesional en Yanbal de Colombia me permitió crecer mucho más como profesional, puesto que puse en práctica los conocimientos técnicos aprendidos en la universidad Santo Tomas, evidenciando que el aprendizaje como estudiante fue muy valioso a la hora de ponerlo en práctica, convirtiéndose una herramienta fundamental para mi crecimiento laboral.

Por otro lado cabe resaltar que en el primer mes de practica tuve varios inconvenientes, uno de ellos fue la falta de alineación con el manual de identidad visual Yanbal, puesto que acomodarse a una línea grafica de una empresa no es fácil, ya que como estudiante

tenes la oportunidad de indagar gráficamente en varios estilos a la hora de realizar trabajo pero en un ambiente empresarial el factor diseño se vuelve limitante debido a que se comienza a manejar el diseño con unos lineamientos de imagen ya establecidos más conocidos como la imagen corporativa de la empresa, poco a poco el proceso de adaptación al manual y al ambiente laboral fue mejorando llegándome a adaptar correctamente tanto al ritmo de trabajo, como al ambiente laboral permitiéndome así evidenciar la situación hablada a lo largo del documento, gracias esta inmersión tan profunda logre despertar en mí el deseo por saber más del tema de cómo se ejecuta de principio a fin, gracias a esto logre terminar mi periodo de pasantía con muy buenos resultado tanto de aprendizaje profesional y como persona.

10. Lista de referencias

- Abarca, P y Espinoza, C. (2013). La práctica profesional como escenario de construcción del conocimiento y quehacer profesional del psicólogo educacional. Sistematización de una experiencia. Santiago, Chile
- Benavides Gaibor, L. H. (s.f.). GESTION, LIDERAZGO Y VALORES EN LA ADMINISTRACIÓN DE LA UNIDAD EDUCATIVA “SAN JUAN DE BUCAY” DEL CANTON GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY). DURANTE PERIODO 2010 -2011. Recuperado de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides_Gaibor_Luis_Hernan.pdf
- COTEC (Ed.). (2008). *Diseño e innovación. La gestión de diseño en la empresa*. Madrid, España: Gráficas Arias Montano, S. A.
- COTEC. (2008). Diseño e innovación La gestión del diseño en la empresa. Gráficas Arias
- FRANCISCO-CALIFORNIA-452x256.jpg
- Huergo, J. (s.f.). LOS PROCESOS DE GESTIÓN [pdf]. Recuperado 5 abril, 2018, de <http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/univpedagogica/especializaciones/seminario/materialesparadescargar/seminario4/huergo3.pdf>
- Yanbal de Colombia (s.f). Manual de identidad Corporativa Visual y Corporativa.
- Manrique, A. (2016). Management and design: Convergence disciplinar. Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/8808/8593>
- Moreno, D. (2014). IMPORTANCIA DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO EN LAS ORGANIZACIONES [pdf]. Recuperado 5 abril, 2018, de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/6330/1/trabajo%20de%20grado%200101487.pdf>
- Pontis, S. (2010, Mayo). Para que sirve investigar en diseño. Foroalfa Recuperado de
- <https://foroalfa.org/articulos/para-que-sirve-investigar-en-diseno>
- Revista Matinal. (2010). LA SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS: ASPECTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS Entrevista a Oscar Jara. Revista de Investigación y Pedagogía, 1, 1-8. Recuperado de http://www.cepalforja.org/sistem/documentos/ojara_entrevista_rmatinal.pdf
- Rubio Domínguez, P. (s.f.). Introducción a la gestión empresarial. Recuperado de http://www.adizesca.com/site/assets/g-introduccion_a_la_gestion_empresarial-pr.pdf
- Sandoval, A. (2001). Propuesta metodológica para sistematizar la práctica profesional del trabajo social. Buenos Aires, Argentina: Editorial Espacio.

- Yanbal. (1967). Quiénes somos? Recuperado <https://www.yanbal.com/co/quienes-somos>

11. Anexos

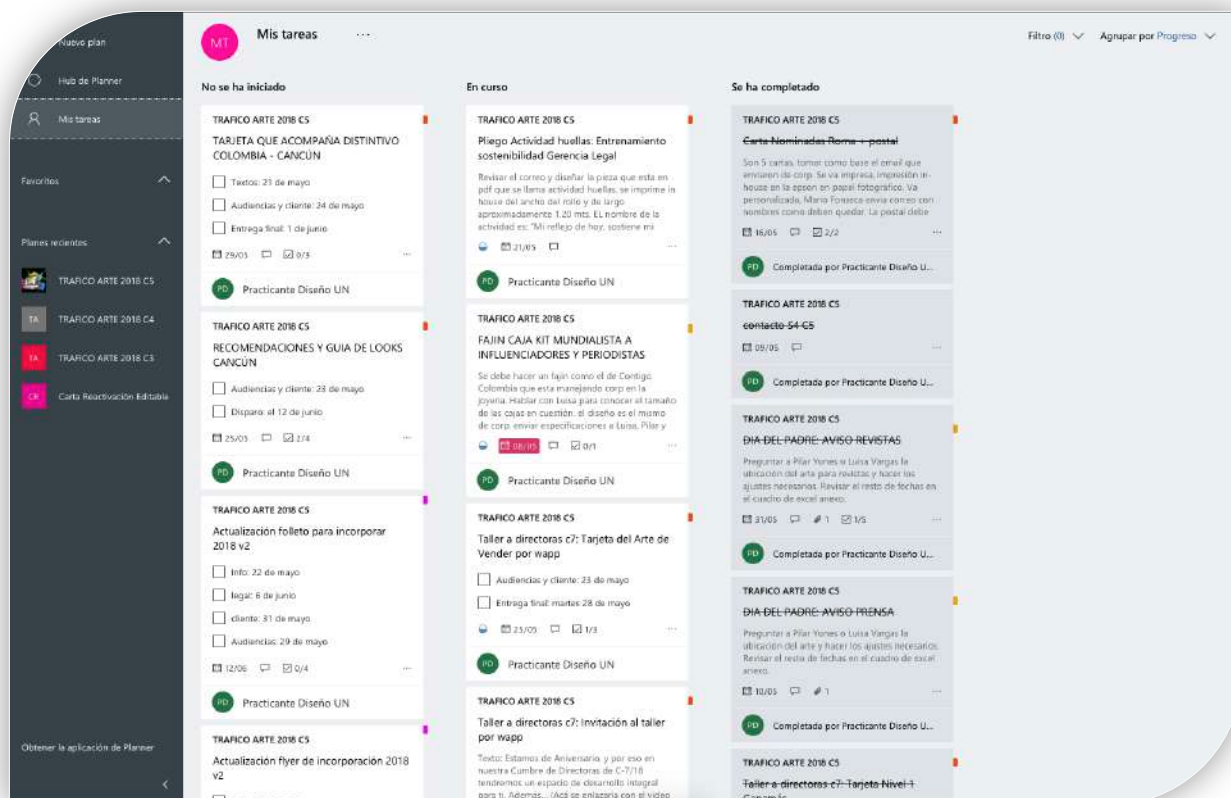
Anexo A. Tráfico de piezas de arte.

The screenshot displays the 'Planner' application interface, which is a project management tool. The main workspace is divided into four columns, each representing a different category of tasks or milestones:

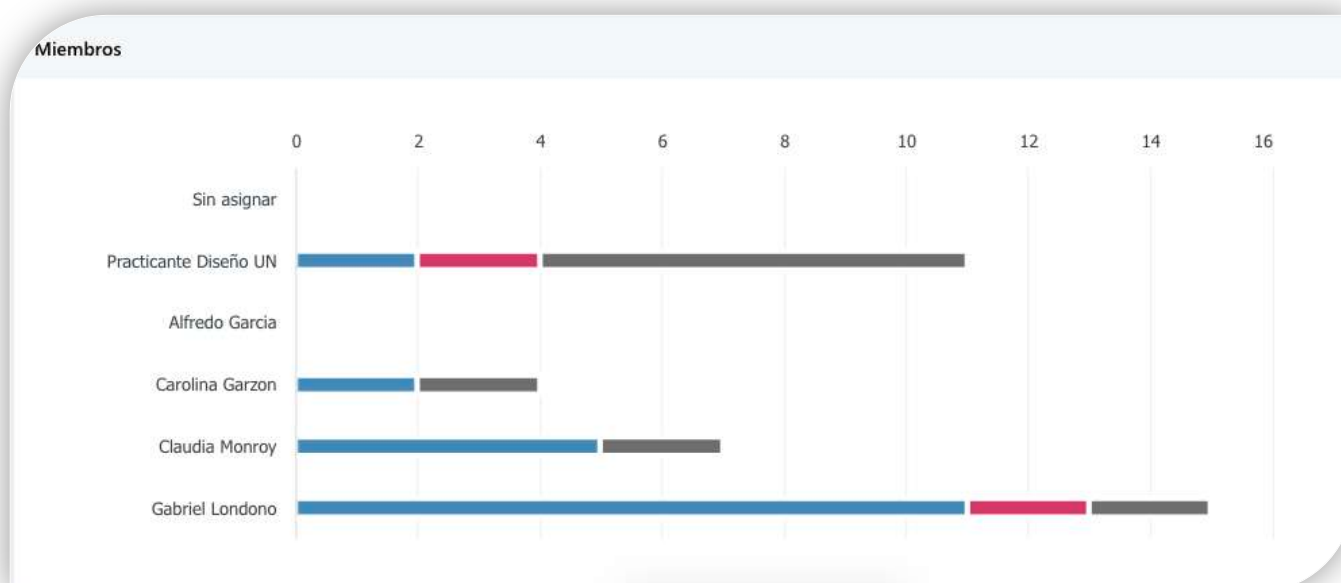
- FIJAS (Fixed):** This column contains tasks with specific dates and deadlines. Examples include 'Post Facebook C6 - S1' with a deadline of 'viernes 18 de mayo', 'Portada lunes 21 de mayo', '4 post jueves 24 de mayo', '2 post martes 29 de mayo', '3 post miercoles 6 junio', 'Video Autos 8 de junio', 'Input C7 Martes 5 de junio', '2 post miercoles 13 de junio', and '2 videos. Nombramientos y Ascensos Jueves 15/06'. Each task has a checkbox and a progress indicator.
- VARIABLES (Variables):** This column contains tasks that are more flexible or ongoing. Examples include 'Ajuste plantillas tarjetas momentos especiales', 'FAJIN CAJA KIT MUNDIALISTA A INFLUENCIADORES Y PERIODISTAS', and 'Actualización folleto de bienvenida 2018 v2'. These tasks also have checkboxes and progress indicators.
- URGENTES! (Urgent):** This column contains tasks that are high-priority or urgent. Examples include 'Tarjeta pulsera Colombia C6', 'Pliego Actividad huellas: Entrenamiento sostenibilidad Gerencia Legal', and 'Actualización folleto para incorporar 2018 v2'. These tasks have checkboxes and progress indicators.
- PLAN NUEVA MASTER CARMEN PILAR BE:** This column contains tasks related to a specific project or plan. Examples include 'Mostrar completadas: 3' and 'Mostrar completadas: 16'.

The left sidebar shows a list of recent plans, including 'TRAFICO ARTE 2018 C5', 'TRAFICO ARTE 2018 C4', 'TRAFICO ARTE 2018 C3', and 'Carta Reactivación Editable'. The top bar includes navigation icons and a user profile icon.

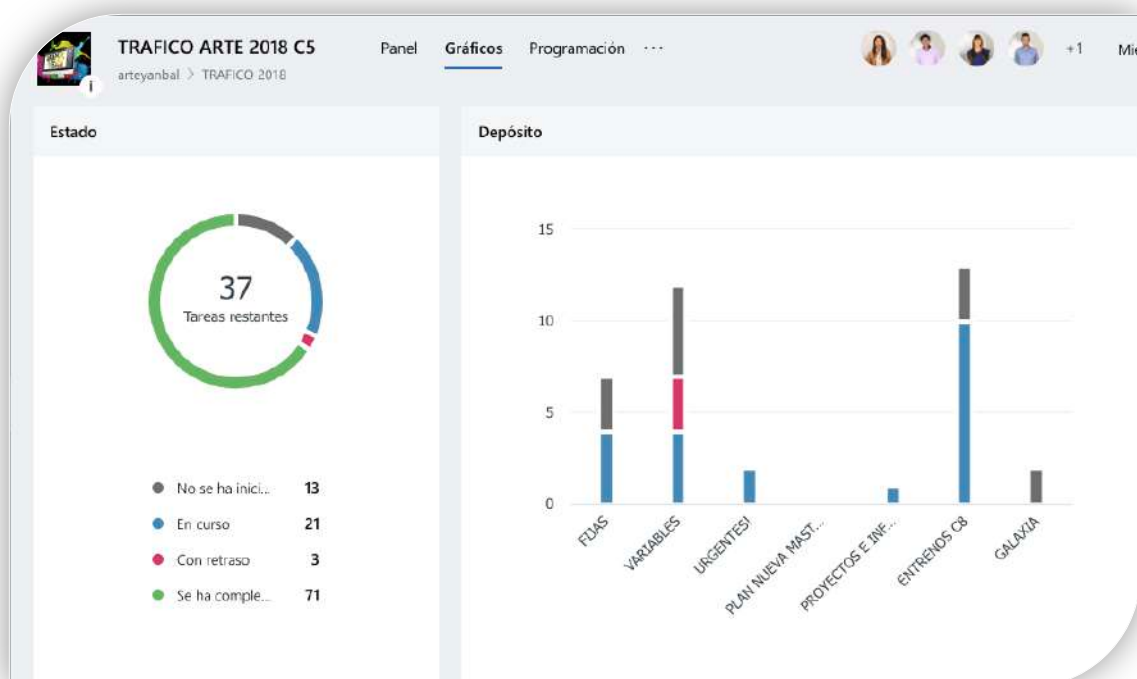
Anexo B. Piezas a mi cargo como practicante de diseño.



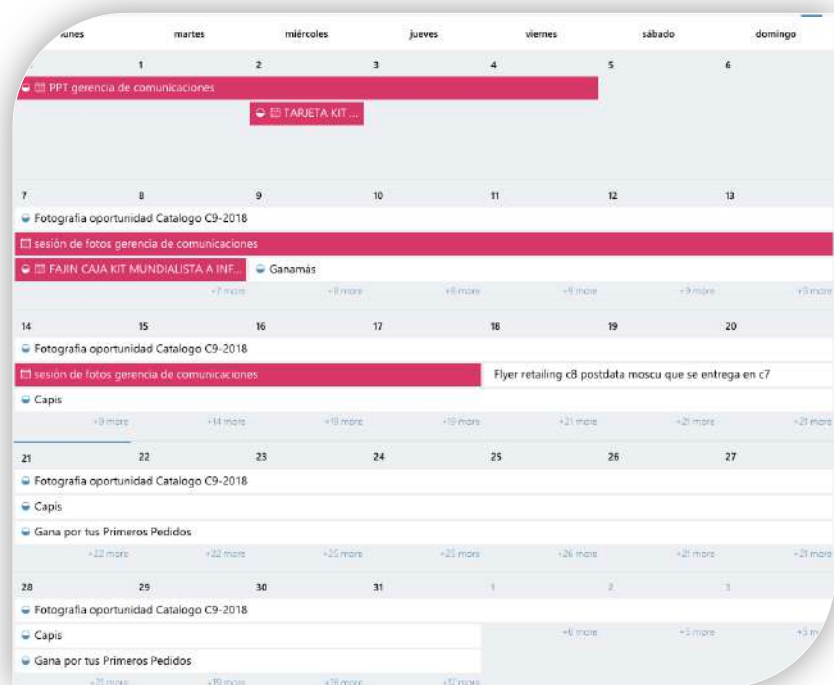
Anexo C. Cantidad de piezas graficas por el quipo de arte.



Anexo D. Grafico de piezas completadas durante un mes.



Anexo E. Piezas proximas a vencer.



Anexo F. Formato Redor de Arte

Record - Arte

TEMA: _____

CLIENTE: _____ **DISEÑADOR:** _____

PROCESO	REVISIÓN	REVISIÓN	OBSERVACIONES
Coordinador de Arte			
Redacción			
Lider de Audiencia			
Jefe de Audiencia			
Digital			
Gloria			
Cliente (Hasta 4 clientes por página)			
Legal			
Corporación			

CLIENTE :

Fecha entrega a cliente _____

Fecha cliente devuelve _____

Fecha cliente devuelve REAL _____

OBSERVACIONES
