

DOCUMENTO ANALÍTICO

**Optimización de procesos en la producción de las cápsulas informativas al Interior del
Banco Falabella**

JUAN SEBASTIAN BERNAL MONASTOQUE

CARGO: PRACTICANTE ESTUDIANTE

DIRECTOR DEL TRABAJO: MANUEL JOSÉ RODRÍGUEZ POSADA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO
BOGOTÁ, COLOMBIA

2019

DEDICATORIA

Esto lo dedico a cualquier persona que alguna vez creyó que la vida se trata realmente de compartir, amar y hacer lo que verdaderamente se quiere. Nunca dejen de hacerlo.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a mi familia y a mis amigos quienes siempre han estado conmigo, apoyándome y guiándome desde el inicio de esta etapa de mi vida. También al grupo de docentes que me compartieron sus amplios y valiosos conocimientos profesionales, y a mis compañeros de Universidad con quienes compartí momentos de crecimiento en lo personal y profesional, y al equipo de trabajo del Área de Comunicaciones del Banco Falabella, por su disposición, enseñanzas y por la oportunidad de laborar con ellos, ya que fueron muy nutritivas para el desarrollo personal y profesional. A todos ... Gracias.

Todo lo que se aprendió, se experimentó y se gozó, lo vale.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1.Introducción	6
2.Justificación	6
3.Pregunta articuladora	9
4.Objetivo General	9
5.Tema de reflexión y discusiones académicas	9
5.1. El diseñador gráfico en la empresa	9
5.2. Áreas y temas abarcados en la realización de cápsulas	10
5.3. Elementos que componen las cápsulas informativas	12
6.Discusión	16
7.Bibliografía	18
8. Anexos	19
8.1. Paquete de plantillas slides.....	20
8.2. Paquete de plantillas varios	21

TABLA DE FIGURAS

	Pág.
1. Figura 1. Fases del proceso de realización de las Cápsulas informativas al interior del Banco Falabella	8
2. Figura 2. Elementos gráficos	13

TABLA DE ANEXOS

	Pág.
1. Anexo A. Conjunto #1 de plantillas para slide	20
2. Anexo B. Conjunto #2 de plantillas para slides	20
3. Anexo C. Conjunto #3 de plantillas para slides	21
4. Anexo D. Plantillas de banners titulares para entrevistas	22
5. Anexo E. Plantilla de recuadro informativo	22
6. Anexo F. Plantilla de recuadro informativo con vinculación de recurso gráfico	23
7. Anexo G. Plantilla de recuadros informativos con vinculación de recurso gráfico	23

1. Introducción

En el presente documento se aborda el tema de cómo a través del rol de las pasantías profesionales de un Diseñador Gráfico se pueden proponer herramientas novedosas que aporten a la efectividad de las actividades comunicacionales de una entidad bancaria. Es así, como se pretende mostrar, cómo a través del aprendizaje y las experiencias adquiridas en el Área de Comunicaciones del Banco Falabella, se detectan aspectos susceptibles a mejorar y/o potenciar al interior de la compañía, atendiendo a la posición como practicante-estudiante dentro de esta área.

El principal objetivo, además de brindar un punto de vista personal, es poder aportar desde el conocimiento adquirido durante la práctica en el desarrollo y producción de material comunicativo al interior de esta organización, analizando cómo se puede contribuir con nuevas ideas que brinden soluciones, a través del diseño gráfico, y que estas puedan generar tal impacto que brinden la posibilidad de mantenerse implementadas allí, una vez se haya terminado la práctica para el estudiante. Pues, dentro de sus intereses está facilitar la labor del diseñador gráfico al interior del banco, contribuir al mejoramiento de la reciente estrategia “Cápsulas Informativas”, y proponer nuevas opciones desde el punto de vista de un estudiante-practicante.

Se abordan diversos campos del Diseño Gráfico, tales como la animación, y de una de sus ramas como lo es el Motion Graphics, elemento que se encuentra en el ambiente de lo audiovisual, otro campo de ésta disciplina. Así mismo, se mencionan los procesos y dinámicas de trabajo que se desarrollan al interior de ésta Área del Banco Falabella, las dificultades que se presentan en el desarrollo de productos comunicativos y, por supuesto, los aciertos que también se han tenido. Se detalla el problema objetivo evidenciado, su procedencia, sus causas y sus consecuencias en el flujo de trabajo; también se propondrá una herramienta que, desde el punto de vista del pasante y su equipo de trabajo, puede funcionar para solucionar una dificultad evidenciada.

Por último, se exponen los aprendizajes obtenidos durante la práctica y cómo estos construyen de gran manera el carácter y el desarrollo de una persona a nivel profesional.

2. Justificación

Dentro de las muchas propuestas y cambios que han tenido algunos de los procesos comunicativos a nivel corporativo y metódico, al interior de Banco Falabella, se debe decir que varias de esas ideas se han desechado, pues no cumplen con el objetivo deseado, o porque simplemente no generan nuevos resultados en pro de la compañía y su proceso de

comunicación. Por otro lado, hay ideas y propuestas por parte de los funcionarios cuyo impacto es notorio y beneficioso para la compañía que son merecedoras de seguir las trabajando y mejorando, para de esta manera lograr encontrar un resultado más sólido de acuerdo a lo que se pretende.

Un ejemplo muy puntual y útil que se generó al interior del área de comunicaciones internas, gracias a las sugerencias tanto de las personas que realizaban las capacitaciones como de quienes las recibían, y que contribuyó de gran manera al mejoramiento de la comunicación y la capacitación de gran parte de los funcionarios internos del Banco Falabella, fue la implementación de las “cápsulas informativas”, una estrategia generada para mejorar el impacto y el efecto que producían las capacitaciones de rutina. En muchas organizaciones, las capacitaciones de rutina, se presentan de manera monótona, en donde un capacitador frente a un público, presenta la información desde un computador que está conectado a un videobeam y que va reproduciendo y cambiando diapositivas. Una estrategia que, de acuerdo a las dinámicas laborales modernas, resulta anticuada y con poco alcance frente a los objetivos propuestos.

Las “cápsulas informativas”, nombre asignado a esta estrategia audiovisual, y como se le conoce actualmente al interior del banco, son contenidos informativos de procesos que se relacionan con todo lo referente a la actividad bancaria. Estas cápsulas se realizan a través de animaciones en 2D, las cuales son cargadas a una intranet donde se encuentran registrados todos los funcionarios del banco y por donde se facilita su visualización. Esta estrategia se presenta a algunos funcionarios del banco que requieren capacitación en temas específicos según su área de desempeño.

Estas cápsulas informativas tuvieron una gran acogida en la organización, pues desde su implementación se evidenció gran aceptación y participación por parte de los funcionarios internos del Banco Falabella. Según el creador y realizador de esta idea y producto, Daniel Naranjo, actual Diseñador Gráfico del Área de Comunicaciones del Banco, expresa que la implementación de las cápsulas optimizó los tiempos, mejoró el proceso de capacitación en cuanto a la efectividad de la información y la calidad de presentación en cuanto a lo gráfico; además, se logró sintetizar la información, mejorando el nivel de atención de los capacitados.

De modo general, esta estrategia es un valor agregado significativo en estos procesos de formación, ya que, de una manera más amena, dinámica y pedagógica, genera un mayor impacto en la comunicación brindada a los diferentes funcionarios de la compañía. La implementación de esta estrategia fue tan positiva que generó una mayor demanda en la producción, afectando la carga laboral de la persona que realiza las cápsulas. Según el plan

de trabajo acordado específicamente para este proceso, una cápsula está planeada para que se realice en una semana y con el aumento del flujo de información, en ocasiones se solicita más de una por semana.

Como toda estrategia, las cápsulas tienen un proceso de realización que va de acuerdo al plan de trabajo que se desarrolla al interior de las diferentes áreas del Banco, en este caso específico, el área de Recursos Humanos. El proceso actual que maneja el Banco Falabella para la producción de las cápsulas informativas se realiza en cuatro fases:



Figura 1. Fases del proceso de realización de las Cápsulas informativas al interior del Banco Falabella.

Fase 1: Entrega de información. La jefe de capacitación organiza de manera clara el contenido y envía dicha información al diseñador en un archivo de power point (diapositivas), por correo electrónico corporativo.

Fase 2: Diagramación. Se da inicio a la ubicación de los elementos textuales y gráficos que se vayan a presentar durante la animación. Esta información se organiza en el programa Adobe Illustrator por medio de mesas de trabajo (diapositivas) y cada una de estas se anima posteriormente en el programa de animación Adobe After effects.

Fase 3: Animación. Se realiza el proceso de animar los textos y elementos gráficos, es decir, darle desplazamiento, cambios de escala, de opacidad, de rotación y otros efectos. En el desarrollo de esta actividad se invierte en promedio un día y medio de trabajo.

Fase 4: Retroalimentación. Se hace un chequeo a nivel informativo, visual y de comprensión de la animación de la cápsula, para obtener el visto bueno de la misma y poder realizar el cargue a la intranet de tal manera que quienes las necesitan las puedan visualizar.

Dentro de la ejecución de estas cuatro fases se llegó a la conclusión de que una de las que más toma tiempo e interrumpe el flujo de trabajo regular es la fase de diagramación, pues

actualmente a cada cápsula que se produce se le construye una propuesta de diagramación y composición distinta, algo que genera un poco más de diversidad en cuanto a la estética de las cápsulas, pero retrasa la producción de las mismas.

Por lo anterior, desde esta investigación se propone una optimización de procesos en la producción de las cápsulas informativas, facilitando su ejecución y optimizando el tiempo de elaboración.

3. Pregunta Articuladora

En búsqueda de una propuesta que solucione o aporte a la mejora de los procesos mencionados anteriormente, y teniendo en cuenta que el Diseño Gráfico es el eje desde donde deben surgir este tipo de oportunidades de mejoramiento, para que con su implementación optimice el camino hacia la consecución de las metas organizacionales, es como se llega al planteamiento de la siguiente pregunta problema:

¿Cómo se puede optimizar el proceso de elaboración de las cápsulas informativas al interior del Banco Falabella?

4. Objetivo General

Proponer la implementación de una herramienta que optimice el tiempo de elaboración de las cápsulas informativas al interior del Banco Falabella.

5. Reflexión

Durante el desarrollo de mi práctica profesional he tenido experiencias positivas donde me han felicitado por la calidad de mi trabajo y por el compromiso e interés que muestro en algunas de las labores que me asignan; otras vivencias angustiantes cuando me retraso en la entrega de algunas de estas labores, y estresantes cuando la cantidad de labores se incrementa y, de todos modos, se debe responder a todo. Esta investigación busca encontrar la manera de proponer una solución que, desde el punto de vista del diseño gráfico y la animación, aporte en la optimización de tiempo en cuanto a la realización de las cápsulas. Por lo cual, es necesario investigar distintos temas que son oportunos mencionarlos y que algunos de sus conceptos son claves para entender de manera más clara el fin de esta investigación.

5.1. El diseñador gráfico en la empresa

Dentro de mi práctica he podido aplicar gran parte de los conocimientos adquiridos en la academia de mi carrera profesional como Diseñador Gráfico, pues debo admitir que esas

bases teóricas son importantes para obtener nuevos conocimientos y aprendizajes, y que me han sido de utilidad para poder aportar en los procesos comunicativos al interior de Banco Falabella, institución reconocida como “la primera institución financiera de capital chileno que tiene como objetivo central la atención del mercado de personas naturales y que entrega una oferta de servicios financieros diferente, que le permite seguir generando valor a sus clientes”, (Redacción El Tiempo, 2011).

En una empresa de éste sector de la economía se manejan dos tipos de comunicación, una externa, que Miguel Antezana Corrieri, Coordinador Académico y profesor del Diploma Internacional en Comunicación Corporativa de ESAN (2018) expresa:

“Es aquella que ocurre entre la empresa y todos los agentes externos pero relacionados a ella. Por ejemplo, clientes, proveedores, posibles clientes potenciales, público en general interesado en la marca, acreedores, empresas socias, etc. El objetivo es compartir información, ya sean noticias de la propia empresa, así como de sus productos, servicios o comunicados en particular”.

A la par de la anterior, se desarrolla la comunicación interna “que se materializa entre los propios agentes de la institución: sus áreas, departamentos o secciones y los miembros que la integran (...) Se cumplen entonces todas las comunicaciones operativas” (Chaves, 2013, p. 158), que es en donde, como practicante tengo participación. El actual rol del Diseñador Gráfico al interior de las comunicaciones internas, generalmente se le ve y realiza labores operarias y técnicas, labores que son delegadas por parte de otras áreas al interior de una organización, como: las relaciones públicas, comunicación, finanzas o la dirección misma.

Al interior de algunas organizaciones el diseño y el diseñador quedan relegados a una cuestión puramente estética, pues no es vista como un área en donde se pueden producir herramientas de gestión comunicacional que influye directamente sobre su alcance como marca. (El rol del diseñador gráfico en el futuro, 2018). Vale decir que, en lo evidenciado durante mi práctica, la visión que se tiene del Diseñador Gráfico está migrando de manera positiva hacia campos más cognitivos y no tan operarios y técnicos, claro está que este proceso de migración lleva mucho tiempo en evidenciarse a manera general en todas las empresas; pero es importante dar el primer paso.

5.2. Áreas y temas abarcados en la realización de cápsulas

Para empezar debemos partir de lo más básico y esa es la esencia de este trabajo, el diseño, pues con el paso del tiempo esta disciplina ha crecido tanto al punto que se generan otros campos que proponen soluciones desde otros puntos de vista pero siempre generadas a

partir del diseño, así se refiere, según la definición establecida por el International Council of Design (2013):

“El diseño es una disciplina en constante evolución y dinámica... Entienden el impacto cultural, ético, social, económico y ecológico de sus esfuerzos y su responsabilidad última hacia las personas y el planeta a través de esferas comerciales y no comerciales”,

Al interior de esta se encuentra el diseño gráfico, principal interés de esta propuesta, y que se, según (Moreno, 2014), lo define como:

“... el trazado o bosquejo de una idea o producto solicitado. Dar forma a una idea creativa que va a resolver un problema (puede ser de comunicación) o satisfacer una necesidad o demanda... Un diseñador gráfico trabaja con los medios para publicar el producto en sí. Es el objetivo del diseño: solucionar un problema o satisfacer una necesidad”, (p. 11).

Según la definición anterior, el Diseño Gráfico se encarga de cumplir su principal función que es la de comunicar un mensaje y que la manera en que se comunique sea efectiva, es decir, el diseño busca la manera más apropiada, oportuna y efectiva de hacer que las cosas funcionen bien y cumplan un objetivo específico en las personas que ven ese diseño.

Pero además de encargarse de que algo funcione, la AIGA (American Institute of Graphic Arts), una de las organizaciones americanas de diseño más grande a nivel mundial, en uno de sus artículos publicados titulado “¿What is graphic design?”, en el cual Cezzar (2017), nos dice que “el diseño gráfico es un arte que consiste en planificar y desarrollar ideas y experiencias de tipo visual (imágenes y gráficos) y textual, y se pueden representar ya sea de manera física o virtual, por eso, también se le conoce como Diseño de Comunicación.

Con base en las anteriores definiciones podemos entender el diseño como un medio de comunicación que cumple la función de informar y transmitir mensajes e ideas. Esta es la misión que actualmente realizo como practicante en el Banco Falabella, comunicar de algún modo cierto tipo de información para que los funcionarios del Banco la puedan ver, entender, asimilar y empoderarse de ella. Para el caso, la vía por la cual transmito esta información es por medio de la animación en 2D que, aparte de ser hoy en día realizada por medio de un software, se define como la ilusión de movimiento al ver una serie de imágenes fijas generadas por el ordenador (Romero, 2018).

Esta animación 2d se realiza bajo un método llamado Motion Graphic, cuya traducción al español sería “graficos en movimiento”, pero para entender mejor este

concepto, es oportuno traer a colación la definición de Motion Graphics expresada por Alonso Valdivieso (2015), quien refiere que:

“Los Motion Graphics son imágenes y textos en movimiento que, acompañados de una música, sirven para transmitir un mensaje lleno de dinamismo. Resultan muy atractivos visualmente y captan la atención fácilmente, por lo que tienen un gran poder comunicador. Gracias a ese poder comunicador, empiezan a utilizarse cada vez más como herramienta educativa. Se trata de un instrumento que explica los conceptos de tal manera que los hace fácilmente comprensibles”.

Lo que se pretende con esta estrategia de cápsulas es irse adentrando poco a poco al mundo del E-learning, que según Tawfik, M., Sancristobal, E., Martin, S., Gil, R., Pesquera, A., Garcia, F., Albert, M.J., Perez, C., Diaz, G., Peire, J. & Castro, M., (2013), desde lo técnico es un campo de tipo virtual que apoya el aprendizaje de cursos presenciales, en línea o mixtos, brindando al usuario variedad de herramientas relacionadas con la administración, la comunicación sincrónica (en tiempo real) y asincrónica (diferida en el tiempo), compartición multimedia, evaluación y seguimiento. Ya en el ámbito escolar o empresarial, el E-learning, se entiende como una formación virtual que facilita a las personas diversas oportunidades en un lugar, momento y contenidos adecuados (Lee & Lee, 2008).

Desde el ámbito de lo virtual, las cápsulas hacen parte de lo que se le conoce como Entornos Virtuales de Aprendizaje (EVA), una aplicación informática diseñada para facilitar la comunicación pedagógica entre los participantes en un proceso educativo, sea éste completamente a distancia, presencial, o de una naturaleza mixta que combine ambas modalidades en diversas proporciones, (Adell, Castellet y Pascual, 2004; Pág. 4). Estos entornos virtuales sirven para distribuir información en formato digital (textos, imágenes, audio, juegos, etc.)

Dentro de estas tecnologías de información y comunicación (TIC) se desarrollan y se aplican dos tipos de diseño: el diseño instruccional y el diseño gráfico. El diseño instruccional da solución a cómo los alumnos van a interactuar con el contenido, facilitando su comprensión y buscando su eficacia... Por otro lado, la misión del diseño gráfico es amplificar todo el trabajo desarrollado en el diseño instruccional, dotándolo de una imagen atractiva. La importancia del diseño en e-learning (2016).

5.3. Elementos que componen las cápsulas informativas

Teniendo claro que son los Motion Graphics y el E-learning con nuevas tendencias que llegan para facilitar el aprendizaje, es importante conocer qué elementos son los que componen estas grandes herramientas, mismos con los que el practicante debe interactuar y

jugar para proponer la comunicación del mensaje de una manera dinámica y llamativa para el destinatario final. Dentro del análisis de estos elementos básicos del diseño, que son aspectos generales pero cruciales a la hora de diseñar y comunicar un mensaje, es conveniente basarse en un primer texto llamado los Fundamentos del diseño de Wucius Wong (2014), libro que cuenta con gran reconocimiento dentro del mundo del Diseño Gráfico, pues explica y muestra la importancia de las generalidades básicas del diseño y su impacto en el resultado final.

El autor manifiesta que, de acuerdo a su teoría, existen elementos del diseño que al juntarlos dentro de una composición forman una experiencia visual, lo que conocemos como diseño. “Tomados por separado, pueden parecer bastante abstractos, pero reunidos determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño. Se distinguen cuatro grupos de elementos del diseño (Wong, 2014):

- a) Elementos conceptuales.
- b) Elementos visuales.
- c) Elementos de relación.
- d) Elementos prácticos.

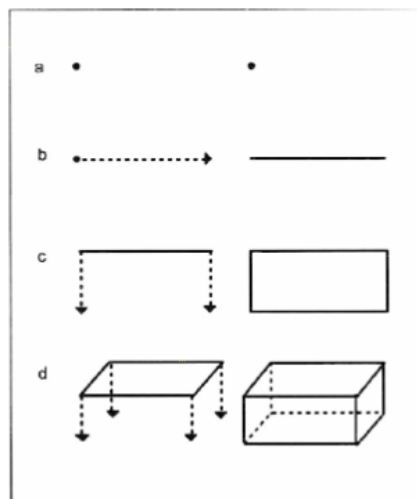


Figura 2. Elementos gráficos. Wong, W. (2014). *Fundamentos del diseño (figura)*.

Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaustasp/reader.action?docID=3219559>

Para contextualizar de manera breve los elementos del diseño que nos expone el autor Wucius Wong (2014), se entiende que:

- Elementos conceptuales son lo que conocemos como punto, línea, plano y volumen.
- Elementos visuales son la parte más prominente que se ve en un diseño y está conformado por figura, medida, color y textura.

- Elementos de relación son los que ubican e interconecta las formas, en este conjunto encontramos la dirección, posición, espacio y gravedad.
- Elementos prácticos son como las capacidades cognitivas que realiza el receptor, como la representación, significado y función.

Dentro de lo netamente gráfico, las cápsulas informativas contienen cada elemento mencionado por Wucius Wong (2014), añadiendo que, también contiene un elemento editorial que da equilibrio visual dentro de una composición y es la diagramación. Diagramar consiste en definir y realizar el formato de un documento o una publicación. La diagramación, también llamada maquetación, es el proceso y el resultado de ordenar o distribuir los contenidos que integran cada una de las páginas de un periódico: textos, imágenes y publicidad (López et al, 2011).

Un elemento primordial para la legibilidad y efectividad del objetivo final del mensaje, al igual que el elemento tipográfico, pues al ser los temas de las cápsulas muy necesitados de textos para su correcto entendimiento, la tipografía es crucial y no puede faltar dentro del conjunto de elementos gráficos que contiene la animación de una cápsula informativa. Por tal razón, es importante saber que: Diseñar es resolver problemas. El Diseño Gráfico consiste en resolver problemas creando signos. La tipografía es un conjunto de signos especialmente rico, porque consigue hacer visible el lenguaje. Saber trabajar con la tipografía es esencial para crear un diseño gráfico eficaz (Kane, 2012).

Aparte de los elementos anteriores, incluyendo la diagramación y tipografía, a la cápsula recientemente se le incorporó cierto tipo de iconografías con un estilo acorde con el look de Banco Falabella y que, además, genera mayor dinamismo, obtiene mayor atención por parte de los usuarios, y evidentemente solidifica un poco más el concepto gráfico de las cápsulas. Para aclarar, las iconografías, si atendemos a la etimología del término, procedente de los vocablos griegos “iconos” (imagen) y “graphein” (escribir), podría definirse como la disciplina cuyo objeto de estudio es la descripción de las imágenes, o como han señalado algunos autores, la escritura en imágenes. (Rodríguez López, 2005).

Es válido reconocer que este aporte inicialmente fue propuesto por el anterior practicante, Andrés Girón, que consistía en un paquete gráfico donde se encuentran los elementos que durante el proceso de investigación y bajo las herramientas de recolección de datos utilizadas, se determinaron como relevantes e importantes a tener en cuenta en el desarrollo de los contenidos audiovisuales de las Video Cápsulas (Girón Carvajal, 2018).

Resulta igualmente de válido decir que hasta el momento esto ha sido un elemento que ayuda a potenciar las cápsulas y que, en mi postura como practicante y realizador de las

cápsulas informativas, me ha facilitado en gran parte el proceso de creación de nuevos iconos. De esta manera, al realizar todo el proceso, al final se obtiene una composición, definida como la distribución o ubicación de los elementos de diseño (línea, forma, color, tipografía y textura) que componen la propuesta en el formato de trabajo, de una manera equilibrada.

Al momento de elaborar una propuesta gráfica se deben elegir los elementos que integrarán la propuesta para, posteriormente, distribuirlos en el espacio disponible de la manera como mejor responda al objetivo de diseño, tal como lo dice Far Niente (2012) en un post de su blog Composición Gráfica.

Es importante resaltar, que lo pretendido con este proyecto es proponer una solución que optimice de manera significativa el tiempo de realización de las cápsulas informativas, entendiéndose por optimizar en el contexto administrativo, como el concepto que está asociado a procurar mejorar los procesos de trabajo y aumentar el rendimiento y la productividad. De allí que pueda referirse al tiempo empleado por los trabajadores para la ejecución de tareas específicas, o bien a métodos o técnicas específicos que permitan mayor fluidez en el trabajo, todo lo cual se traduciría en una mayor productividad, manteniendo elevados estándares de calidad (Significado de Optimizar, 2014).

6. Discusión

Durante lo observado y experimentado en mi práctica profesional al interior del Banco, he podido evidenciar distintas falencias del proceso en cuanto a mi principal función como practicante, que es la realización de las cápsulas informativas; y, por ende, he visto también posibles oportunidades de mejora que pueden contribuir con el mejoramiento de estos productos audiovisuales.

Buscando y proponiendo ideas que puedan aportar a la solución de estas dificultades que se evidencian, junto con el equipo de trabajo, se llega al punto que una herramienta oportuna que ayudaría a disminuir el tiempo de producción de las cápsulas son las “plantillas”, elemento que, según el blogger Taller de Informática (2012), lo define como un dispositivo que suele proporcionar una separación entre la forma o estructura y el contenido. Es un medio que permite guiar, portar o construir un diseño o esquema predefinido. Una plantilla agiliza el trabajo de reproducción de muchas copias idénticas o casi idénticas (que no tiene que ser tan elaborado, sofisticado o personal), y para esto es necesario saber y tener presentes los distintos elementos gráficos ya anteriormente mencionados y explicados, para tener claridad sobre de lo que se quiere plantillar.

Por lo tanto, se propone crear y diseñar dos paquetes de plantillas básicas, el primer paquete compuesto por tres conjuntos de composiciones gráficas, donde cada conjunto consta de 5 slides, cada una, a su vez, con los elementos gráficos que ya están establecidos por el Banco. Esto, por medio del programa Adobe Illustrator para que en la fase 2 del proceso de las cápsulas, se utilicen estas plantillas generando así una reducción de tiempo en cuanto al proceso de diagramación y creación de cada slide de las cápsulas.

Y el segundo paquete, que consta de elementos varios que se utilizan en las cápsulas y además se pueden utilizar en otro tipo de productos audiovisuales que se generen al interior del área de comunicaciones, también realizadas por medio de Adobe Illustrator y animadas en Adobe After effects, aportando así a la reducción del tiempo de la fase 3 de animación de los elementos gráficos. Cabe mencionar que la implementación de esta propuesta al plan de trabajo actual debe cumplir cierto protocolo de revisión para que pueda ser aprobada y por ende implementada. Dentro de este protocolo está el reunirse principalmente con la jefe de capacitaciones, la jefe de comunicaciones y el diseñador gráfico con el fin de analizar las fortalezas y debilidades que puede tener esta propuesta a corto y mediano plazo, de esta manera se puede acordar, revisar y si es necesario cambiar las piezas finales de las plantillas para poder dejar listo los paquetes de plantillas finales en los recursos gráficos del área de comunicaciones.

Por otro lado, el realizar mis prácticas profesionales en el Banco Falabella me ha llevado a reflexionar sobre la gran brecha que hay entre el saber, como la adquisición del conocimiento teórico brindado por los docentes universitarios y la praxis adquirida en el desarrollo profesional al interior del mundo laboral, pues definitivamente, lo primero, me brinda las bases teóricas y cognitivas, ya lo segundo, viene a formar parte del saber hacer, que es lo que realmente da muestras del nivel de profesionalismo que se puede llegar a alcanzar.

Algo que he aprendido a lo largo de esta práctica, es que el trabajo en equipo es una herramienta organizacional necesaria para desarrollar las labores con un óptimo rendimiento, pues tener una comunicación asertiva facilita mucho las dinámicas y problemáticas que se van presentando en el día a día. En lo personal debo decir que me siento afortunado y feliz de haber participado en el equipo de comunicaciones del Banco Falabella, pues aquí he aprendido demasiado en diferentes aspectos. Las retroalimentaciones que me brindan desde otras áreas distintas al diseño, son aportes valiosos que me permiten evidenciar errores y proponer soluciones prácticas con puntos de vista distintos a lo gráfico. Otro aspecto a tener

en cuenta que me ha enriquecido mucho, es la manera cálida y cercana en que me retroalimentan y me corrigen, algo que facilita y motiva el aprendizaje del practicante.

Otros aprendizajes obtenidos, son las relaciones y vínculos que se construyen a nivel laboral, pues este tipo de experiencias ayudan a conocer y a dialogar con personas que tienen más experiencia y recorrido en el campo de la comunicación visual; pero además tuve la oportunidad de conocer y entender personas de otras disciplinas que ayudan a expandir la mente y la manera de ver, entender y reflexionar cierto tipo de situaciones laborales y personales.

Debo decir que ha sido interesante conocer y dialogar con personas que piensan diferente o tienen otra perspectiva de lo que sucede al interior del Banco, pues me permitió entender y evidenciar que al interior del mundo laboral se maneja un ritmo de trabajo muy veloz y más en una entidad bancaria, pues la demanda por parte de sus clientes, tanto internos como externos, exige que todos los procesos que se manejan al interior se realicen a la mayor brevedad, con el máximo de eficiencia y con el mínimo de errores, de tal manera, que esté siempre en un alto nivel de crecimiento. Y desde mi labor como diseñador y animador, puedo aportar a dicho crecimiento, a partir de la optimización de recursos y procesos, sin exponer la calidad del producto, apuntándole a la innovación con un toque profesional y ético, de tal manera, que mi labor se destaque por un tinte particular que permita, de igual forma, el progreso, reconocimiento y valoración de mi profesión.

Con base en lo anterior he notado que algunos procesos específicos del Banco son muy repetitivos y se realizan de manera constante, caso puntual el de las cápsulas, productos audiovisuales que dentro de su construcción cuenta con un paso a paso que, mirando de manera amplia, siempre se realizan de la misma manera. Algo que para los funcionarios del banco se convierte en labores monótonas debido a que toman gran parte de tiempo realizarlas, y la destinación de tiempo innecesario para realizar procesos que ya se han hecho es un aspecto que afecta en cuanto a lo que nos referimos como optimización de tiempo

Teniendo claro esto, procedemos a identificar que, dentro de las fases de la creación de la cápsula, hay puntos claves en donde se generan oportunidades de encontrar y proponer una optimización en dicho proceso. Por lo cual, se identifica y se reafirma que, en el proceso de diagramación, es decir, en el momento en que el animador comienza a crear y ubicar los elementos gráficos y textuales de manera que dialoguen correctamente, se pierde tiempo significativo, pues esta tarea que se está realizando cada semana, se podría optimizar por medio de creación de las plantillas referidas en apartados anteriores.

Así, concluyo que la academia y el mundo laboral presentan conexiones importantes, pero también tienen sus diferencias, y en la práctica profesional debemos funcionar de acuerdo al entorno y a las dinámicas reales en las que estemos inmersos. Cabe resaltar que está en manos del practicante profesional, decidir con autonomía y responsabilidad, en qué momento debe optar por el método más oportuno, propicio y beneficioso para cumplir con un objetivo laboral específico, siempre pensando en el progreso, avance y enaltecimiento de sí como persona y como profesional, además de la organización para la cual labora.

7. Bibliografía

- ADELL, J; CASTELLET, J. M. y PASCUAL, J. (2004): Selección de un entorno virtual de enseñanza/aprendizaje de código fuente abierto para la Universitat Jaume I. Centro de Educación y Nuevas Tecnologías de la UJI.
- Argosy Medical Animation. (27 de noviembre 2014). Significado de Optimizar. Significados. Recuperado de: <https://www.significados.com/optimizar/>
- Cezzar, J. (2017). What is graphic design? [Blog]. Retrieved from <https://www.aiga.org/guide-whatishgraphicdesign>
- Chaves, N. (2013). La imagen corporativa (3rd ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Conexión ESAN. (18 de enero, 2018). Comunicación interna y externa: ¿En qué se diferencian? [Mensaje en un Blog]. recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/comunicacion-interna-y-externa-en-que-se-diferencian/>
- El rol del diseñador gráfico en el futuro. (2018). [ebook] Palermo, Argentina: Universidad De Palermo, p.1. Available at: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/1789_1512.pdf
- Far niente, D. (30 de octubre 2012). Composición gráfica. [Mensaje en un Blog]. Gráfica. La información que necesitas para comprender los principios del ámbito del diseño y la fotografía. Recuperado de [http:// http://graficauniversitas.blogspot.com](http://graficauniversitas.blogspot.com)
- Girón Carvajal, E. (2018). *Sistematización y estructuración del proceso creativo de Video Cápsulas - Banco Falabella*. [ebook] Bogotá, p.39. Available at: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/15278/2018EdgarGirón.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Kane, J. (2012). *Manual de tipografía (2a. ed.)*. 2nd ed. [ebook] Editorial Gustavo Gili. Available at: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaustasp/reader.action?docID=3209608>

- Lee, J.-K., & Lee, W.-K. (2008). The relationship of e-Learner's self-regulatory efficacy and perception of e-Learning environmental quality. *Computers in Human Behavior*, 24 (1), 32-47. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2006.12.001>
- López Cubino, R., López Sobrino, B. and González Briones, E. (2011). *La diagramación del periódico*. [ebook] Ministerio de Educación de España, pp.12- 13. Available at: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaustasp/reader.action?docID=3200613>
- Mission. (2013). Retrieved from <http://www.ico-d.org/about/index#defining-the-profession>
- Moreno Rodríguez Carlos, (2014), *Apuntes sobre diseño gráfico: teoría, enseñanza e investigación*, Cesal, Bruselas Bélgica.
- Redacción El Tiempo. (01 de agosto 2011). Banco Falabella, Un Banco Orientado a las Personas. *El tiempo*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-10068145>
- Rodríguez López, M. (2005). *Introducción General a los Estudios Iconográficos y a su Metodología*. [ebook] p.2. Available at: <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento4795.pdf>.
- Rodriguez, S. (25 de Octubre de 2016). La importancia del diseño en e-learning [Mensaje en un Blog]. Bizpills. Recuperado de <http://bizpills.es/es/blog/importancia-diseno-en-elearning/>
- Romero, G. (21 de mayo 2018). *ANIMACIÓN 2D*. [ebook] p.2. Available at: https://www.academia.edu/5354673/ANIMACIÓN_2D
- Taller de Informática (9 de mayo 2012). "Definición de Plantillas". [Mensaje en un Blog]. Taller de informática. Recuperado de <http://graficauniversitas.blogspot.com>
- Tawfik, M., Sancristobal, E., Martin, S., Gil, R., Pesquera, A., Garcia, F., Albert, M.J., Perez, C., Diaz, G., Peire, J. & Castro, M. (2013). Upcoming Challenges in E-Learning & Online Learning Environments. In R. McBride & M. Searson (Eds.), *Proceedings of SITE 2013--Society for Information Technology & Teacher Education International Conference* (pp. 1060-1065). New Orleans, Louisiana, United States: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). Retrieved May 12, 2019 from <https://www.learntechlib.org/primary/p/48259/>.
- Valdivieso, A. (2015). *Teaching with Motion Graphics*. 3rd ed. [ebook] Universitat de València, p.76. Available at: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5292615>

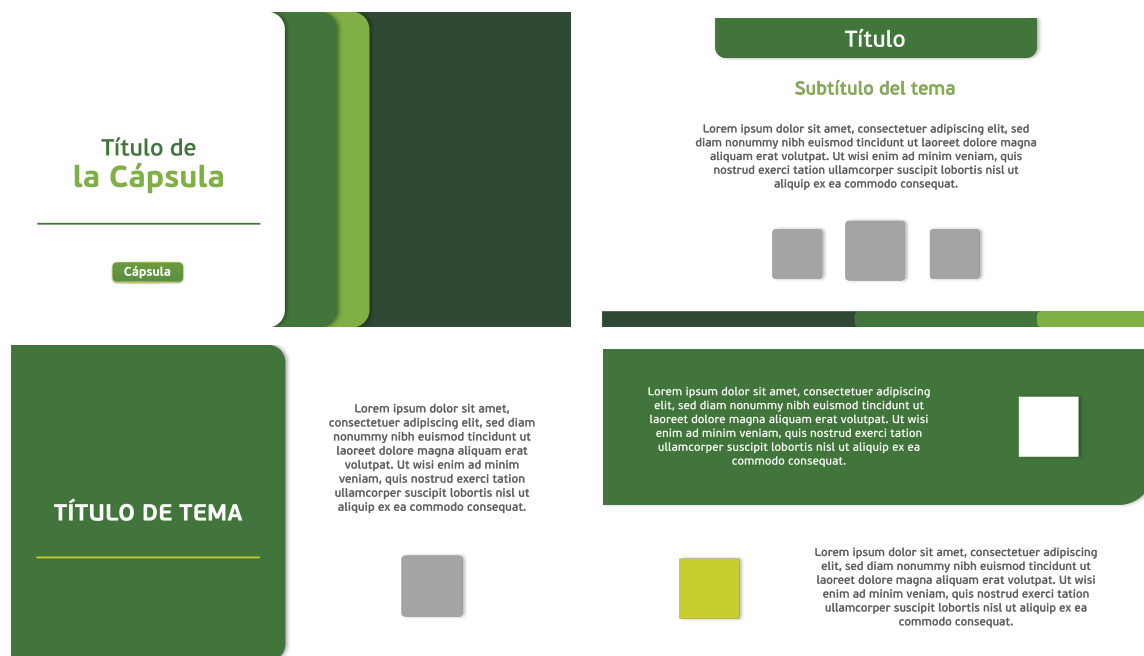
Wong, Wucius. (2014). *Fundamentos del diseño*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

8. Anexos

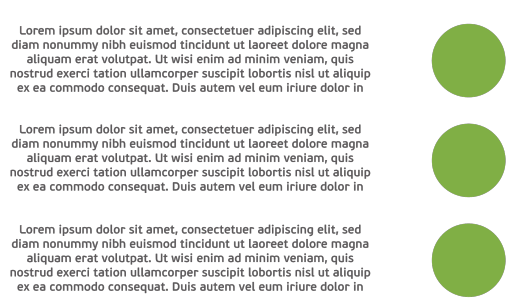
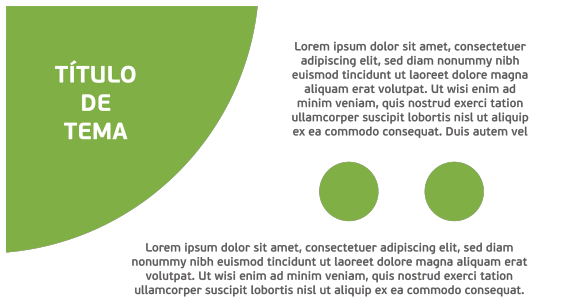
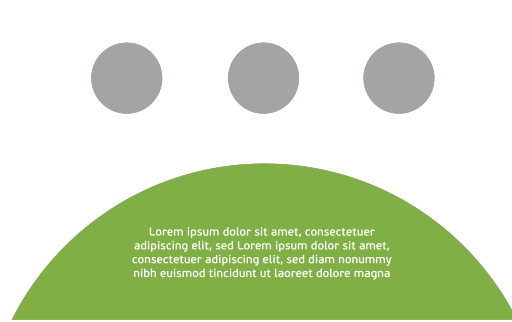
Con los elementos gráficos que ya se encuentran establecidos en el manual de identidad del Banco Falabella se propone la creación de dos paquetes de plantillas, las que se detallarán a continuación.

8.1. Paquete de plantillas Slides

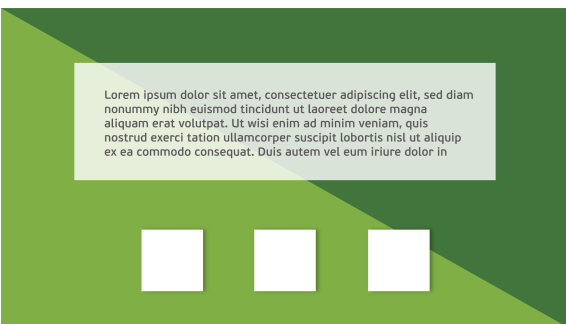
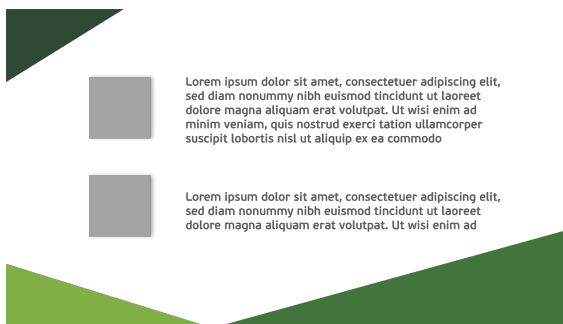
Plantillas realizadas por medio del programa Adobe After Effects, cada elemento está separado por capas, para que de esta manera le quede más fácil realizar la animación al animador.



1. Anexo A. Conjunto #1 de plantillas para slides



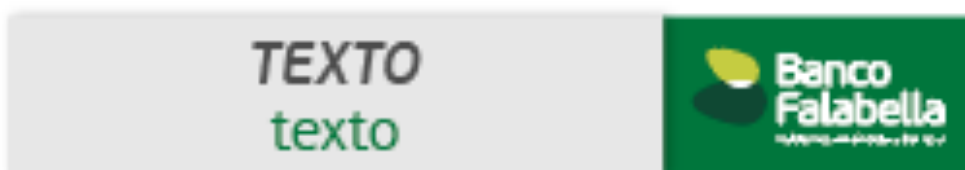
2. Anexo B. Conjunto #2 de plantillas para slides



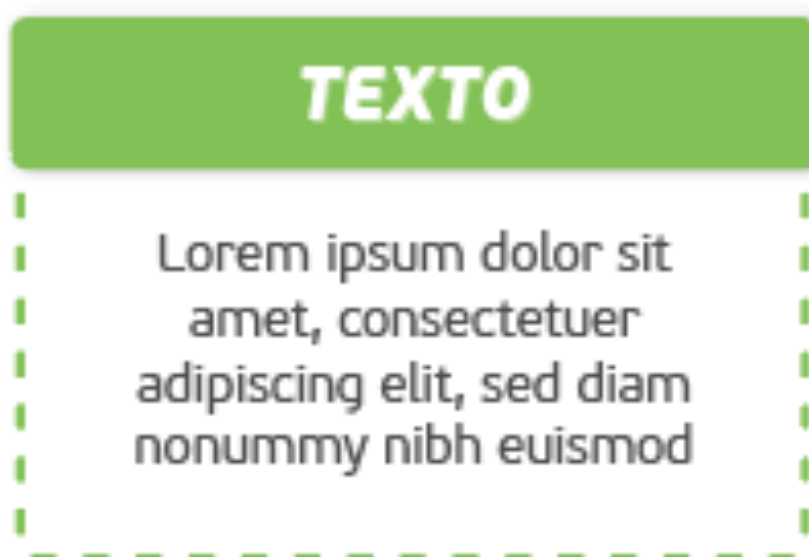
3. Anexo C. Conjunto #3 de plantillas para slides

8.2. Paquete de plantillas varios

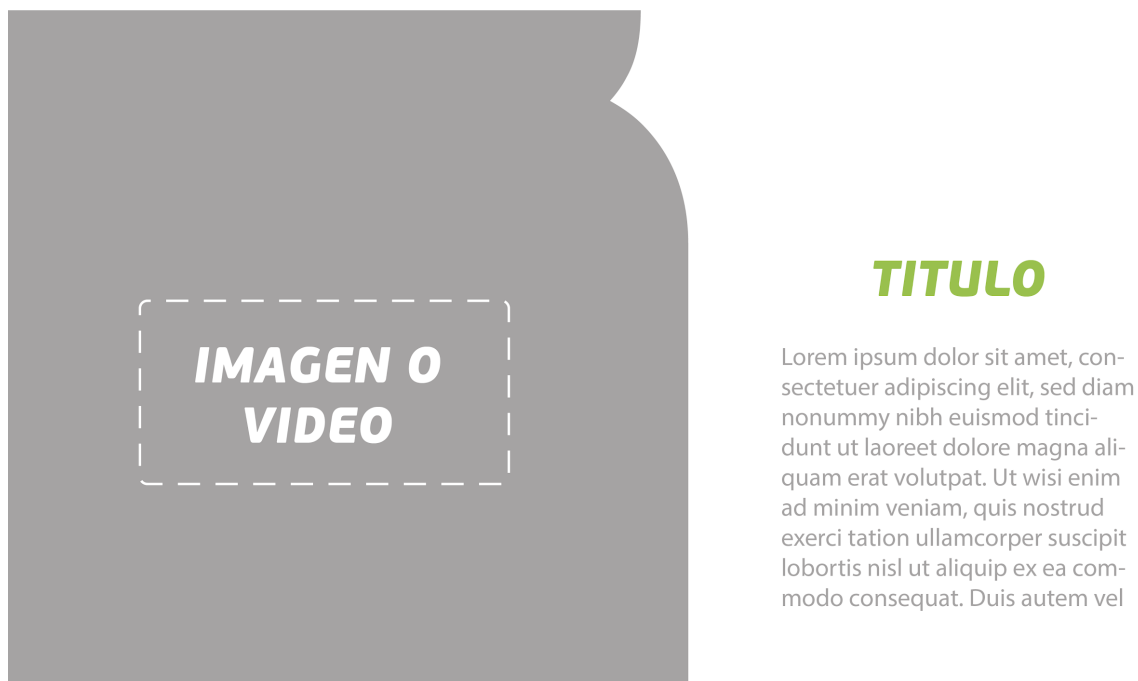
Se propone la animación de este paquete de plantillas por medio del programa Adobe After Effects



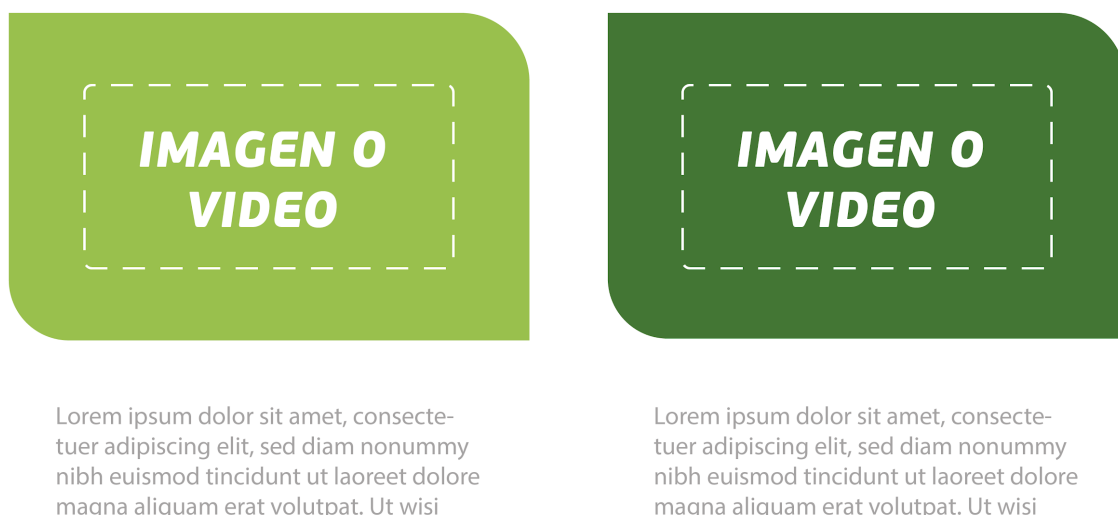
4. Anexo D. Plantillas de banners titulares para entrevistas



5. Anexo E. Plantilla de recuadro informativo.



6. Anexo F. Plantilla de recuadro informativo con vinculación de recurso gráfico.



7. Anexo G. Plantilla de recuadros informativos con vinculación de recurso gráfico.