



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings de desarrollo profesional dirigido a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente

TELUS International. Guatemala, Guatemala.

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación, Guatemala C.A.

### **ELABORADO POR:**

Valeria María Loarca Rivera

Carné: 20004514

Para optar al título de:

## **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción

Diseño de plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings dirigidos a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International.

Guatemala, Guatemala.

Valeria María Loarca Rivera

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción

**Autoridades**

**Rector**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

**Vicerrectora General**

Dra. Mayra de Ramírez

**Vicerrector Administrativo**

Lic. Jean Paul Suger Castillo

**Secretario General**

Dr. Jorge Retolaza

**Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Leizer Kachler

**Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs

Guatemala 11 de abril de 2022

Licenciado  
Leizer Kächler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE PLANTILLA DIGITAL EN GOOGLE SLIDES PARA LA CREACIÓN DE E-LEARNINGS DE DESARROLLO PROFESIONAL DIRIGIDO A LOS COLABORADORES DE LA COMPAÑÍA DE TECNOLOGÍA Y SERVICIO AL CLIENTE TELUS INTERNATIONAL**. Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



---

Valeria María Loarca Rivera  
20004514



---

Licda. Claudia Ruíz Marchena  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revelación en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2022

Señorita:  
Valeria María Loarca Rivera  
Presente

Estimada Señorita Maldonado:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE PLANTILLA DIGITAL EN GOOGLE SLIDES PARA LA CREACIÓN DE E-LEARNINGS DE DESARROLLO PROFESIONAL DIRIGIDO A LOS COLABORADORES DE LA COMPAÑÍA DE TECNOLOGÍA Y SERVICIO AL CLIENTE TELUS INTERNATIONAL**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz Marchena, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kächler  
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 09 de diciembre de 2022

Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PLANTILLA DIGITAL EN GOOGLE SLIDES PARA LA CREACIÓN DE E-LEARNINGS DE DESARROLLO PROFESIONAL DIRIGIDO A LOS COLABORADORES DE LA COMPAÑÍA DE TECNOLOGÍA Y SERVICIO AL CLIENTE TELUS INTERNATIONAL**. Presentado por la estudiante: Valeria María Loarca Rivera, con número de carné: 20004514, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Claudia Ruiz Marchena  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 09 de octubre de 2023

Señorita  
Valeria María Loarca Rivera  
Presente

Estimada Señorita Loarca:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 28 de febrero de 2024.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM


Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE PLANTILLA DIGITAL EN GOOGLE SLIDES PARA LA CREACIÓN DE E-LEARNINGS DE DESARROLLO PROFESIONAL DIRIGIDO A LOS COLABORADORES DE LA COMPAÑÍA DE TECNOLOGÍA Y SERVICIO AL CLIENTE TELUS INTERNATIONAL**, de la estudiante Valeria María Loarca Rivera, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo





**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 11 de abril de 2024

**Señorita:**  
**Valeria María Loarca Rivera**  
**Presente**

Estimada Señorita Loarca:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PLANTILLA DIGITAL EN GOOGLE SLIDES PARA LA CREACIÓN DE E-LEARNINGS DE DESARROLLO PROFESIONAL DIRIGIDO A LOS COLABORADORES DE LA COMPAÑÍA DE TECNOLOGÍA Y SERVICIO AL CLIENTE TELUS INTERNATIONAL. GUATEMALA.** Presentado por la estudiante: Valeria María Loarca Rivera, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Léizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

UNIVERSIDAD GALILEO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
CARRERAS DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

### **Dedicatoria**

A Dios, por darme la vida y permitirme llegar a cumplir mis metas.

A mi familia, que siempre me apoyó en todo momento a pesar de las adversidades.

A mis compañeros de estudio, que siempre estuvieron ahí y que juntos recibimos el conocimiento que nos formó.

A mis catedráticos, que abrieron mi mente y dejaron la semilla del conocimiento que hoy germina y que me ayudará a desenvolverme en mi vida profesional.

Por último, a la Universidad que me acogió en sus brazos y me dejó las herramientas necesarias para enfrentarme a un mundo cambiante.

## Resumen

A través del acercamiento con la empresa TELUS International se identificó que los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International no cuentan con el diseño de una plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings de desarrollo profesional.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar una plantilla digital en Google Slides para la creación de E-learning de desarrollo profesional dirigido a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 20 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que fue posible diseñar una plantilla digital en Google Slides para la creación de E-learning de desarrollo profesional dirigido a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International.

Se recomendó que la plantilla sea utilizada como base para comenzar con el desarrollo de módulos de entrenamiento, siendo la plantilla la guía a seguir en cuanto a la identidad visual de los módulos para desarrollo profesional.

Para efectos legales únicamente la autora VALERIA MARÍA LOARCA RIVERA es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

## Índice

|   |    |
|---|----|
| Capítulo I: Introducción.   |    |
| 1.1 Introducción.....   | 1  |
| Capítulo II: Problemática.  |    |
| 2.1 Contexto.....   | 3  |
| 2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....                               | 4  |
| 2.3 Justificación.....  | 4  |
| 2.3.1 Magnitud.....   | 4  |
| 2.3.2 Vulnerabilidad.....   | 5  |
| 2.3.3 Trascendencia .....   | 5  |
| 2.3.4 Factibilidad.....   | 6  |
| Capítulo III: Objetivos de diseño.  |    |
| 3.1 Objetivo general.....   | 8  |
| 3.2 Objetivos específicos.....  | 8  |
| Capítulo IV: Marco de referencia.   |    |
| 4.1 Información general del cliente.....                                      | 9  |
| Capítulo V: Definición del grupo objetivo.                                    |    |
| 5.1 Perfil geográfico.....  | 12 |
| 5.2 Perfil demográfico.....   | 12 |
| 5.3 Perfil psicográfico.....  | 13 |
| 5.4 Perfil conductual.....  | 13 |
| Capítulo VI: Marco teórico.   |    |
| 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....      | 14 |
| 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño..... | 15 |
| 6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....                            | 22 |
| Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.                       |    |
| 7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....            | 26 |

|  |  |     |
|--|--|-----|
| 7.2  | Conceptualización.....                         | 28  |
| 7.3  | Bocetaje.....                                  | 30  |
| 7.4  | Propuesta preliminar.....                      | 59  |
| Capítulo VIII: Validación técnica.                   |  |     |
| 8.1  | Población y muestreo.....                      | 70  |
| 8.2  | Método e Instrumentos.....                     | 71  |
| 8.3  | Resultados e Interpretación de resultados..... | 76  |
| 8.4  | Cambios en base a los resultados.....          | 92  |
| Capítulo IX: Propuesta gráfica final                 |  |     |
| Capítulo X: Producción, reproducción y distribución. |  |     |
| 10.1   | Plan de costos de elaboración.....             | 106 |
| 10.2   | Plan de costos de producción.....              | 107 |
| 10.3   | Plan de costos de reproducción.....            | 107 |
| 10.4   | Plan de costos de distribución.....            | 107 |
| 10.5   | Margen de utilidad.....                        | 107 |
| 10.6   | Resumen general de costos.....                 | 107 |
| Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.         |  |     |
| 11.1   | Conclusiones.....                              | 108 |
| 11.2   | Recomendaciones.....                           | 109 |
| Capítulo XII: Conocimiento general.                  |  |     |
| Capítulo XIII: Referencias.                          |  |     |
| Capítulo XIV: Anexos                                 |  |     |

**CAPÍTULO I**  
**INTRODUCCIÓN**

## Capítulo I

### 1.1 Introducción

Años después de la creación de TELUS Corp en 1990 en Canadá, nace TELUS International de la necesidad de brindar diversos servicios de tecnología y atención al cliente a nivel mundial, siendo hoy en día una de las empresas del sector BPO más grandes del mundo empleando a más de 78,000 personas a nivel mundial.

Después de un periodo de observación, se hizo evidente la demanda de entrenamientos para apoyar el desarrollo y crecimiento profesional por parte de los clientes internos de la empresa, siendo estos los colaboradores de TELUS. Igualmente se identificó la falta de una plantilla digital para facilitar la creación de los cursos de desarrollo profesional.

Con base en las necesidades identificadas, se diseñará una plantilla digital en Google Slides de acuerdo con la identidad de marca de TELUS International, ya que esto facilitará el proceso interno para elevar las habilidades profesionales de los colaboradores por medio de cursos y programas educativos. También ayudará a cumplir la meta de la empresa de continuar con el crecimiento de la organización.

Por lo tanto, se trabajará en la investigación de temas específicos para el proyecto en un marco teórico con el objetivo de recopilar antecedentes y respaldar este proyecto de graduación y que además, junto con diferentes técnicas creativas como: conceptualización, bocetaje y digitalización, entre otras, se cree una propuesta para la plantilla digital.

Seguido se realizará una serie de encuestas a un grupo de 20 personas que incluye a un grupo de expertos, el grupo objetivo y el cliente. Dichas encuestas tendrán un enfoque mixto al utilizar el método cuantitativo y el método cualitativo para evaluar la utilidad del proyecto y



además recibir retroalimentación para mejorar el diseño final de la plantilla propuesta para el proyecto.

Para concluir, se espera que con la realización de este proyecto la plantilla sea utilizada por el cliente dentro de la organización para mejorar las habilidades de sus colaboradores, y sea fácil de utilizar para los desarrolladores de entrenamientos en los diferentes departamentos internos de la empresa sin importar la ubicación de la sede donde se encuentren en el mundo.

Además, es importante que tanto los diseñadores como los desarrolladores de la empresa mantengan la línea gráfica aprobada en la plantilla digital al ser utilizada en el desarrollo de los entrenamientos internos, ya que esta sigue los lineamientos establecidos en el manual de marca de la organización.

**CAPÍTULO II**  
**PROBLEMÁTICA**

## Capítulo II: Problemática

La empresa TELUS fue creada el año 1990 por el gobierno de Alberta, y actualmente se dedica principalmente a brindar servicios de tecnología y atención al cliente multilingüe a clientes globales los cuales incluyen a corporaciones en tecnología y juegos, comunicaciones y medios, comercio electrónico y fintech, viajes y hospitalidad e industrias de atención médica, entre otros.

### 2.1 Contexto

El desarrollo y crecimiento profesional son una parte fundamental para el crecimiento de cualquier empresa, y mantener un ambiente de trabajo que impulse a sus colaboradores a mejorar y alcanzar mejores posiciones de trabajo es parte de las iniciativas de Telus International, iniciativas que se llevan a cabo por parte de miembros de la empresa que buscan mejorar el ambiente laboral.

Fomentar el crecimiento de una persona en el entorno laboral implica identificar áreas de oportunidad a las cuales buscarles una solución, y desarrollar una estrategia a seguir para alcanzar las metas establecidas. Como resultado del establecimiento de los objetivos (PPOs) para el 2022 se identificó que la empresa podría beneficiarse a sí misma y apoyar a sus colaboradores por medio de un programa para el desarrollo de habilidades profesionales específicas para algunos departamentos seleccionados.

El programa consistirá en desarrollar una serie de E-Learnings de diversos temas, para poder desarrollar los módulos se necesita crear una plantilla digital que siga las reglas de branding de Telus International y que cuente con suficientes recursos para la elaboración de los módulos. También se ha determinado que la plantilla debe ser desarrollada en Google Slides para

poder importarla sin problema a cualquier herramienta utilizada por los diseñadores instruccionales de la empresa como Powerpoint, Articulate Storyline o Vyond.

## **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

Los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International no cuentan con el diseño de una plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings de desarrollo profesional.

## **2.3 Justificación**

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

**2.3.1. Magnitud.** En Telus Corporation laboran más de 78,100 personas, donde aproximadamente 58,000 colaboradores trabajan directamente para TELUS International; empresa que cuenta con 43 oficinas en 25 países. Solamente en territorio nacional se cuenta con 5 oficinas y emplea a más de 5,000 guatemaltecos. Dentro de esta empresa a nivel global existen diferentes departamentos que se enfocan en diferentes líneas del negocio desde servicio al cliente hasta desarrollo de aplicaciones y creación de material educacional para clientes internos y externos de la empresa, siendo 58,000 aproximadamente la cantidad de clientes reales del proyecto.



*Gráfica de magnitud realizada por la diseñadora Valeria Loarca.*

**2.3.2 Vulnerabilidad.** Si la empresa no diseña una plantilla para el desarrollo de E-learning de desarrollo profesional, se perderá la oportunidad de desarrollar las competencias de sus colaboradores y por lo tanto la empresa puede perder gran parte de su fuerza laboral por falta de facilidades para impulsar el desarrollo profesional y evitar que los colaboradores de la empresa puedan optar a mejor puestos de trabajo dentro de la organización. Teniendo como resultado una mala imagen pública por el aumento en el descontento por parte de los trabajadores y reduciendo la calidad en el desempeño de los miembros del equipo.

**2.3.3 Trascendencia.** Al contar con una plantilla digital para la creación de E-Learnings, se podrá dentro de la organización desarrollar cursos enfocados en diferentes habilidades necesarias para desempeñar ciertos puestos de trabajo que son de interés para los colaboradores y sus carreras profesionales. De esta forma TELUS mejorará la experiencia de sus trabajadores y apoyará al desarrollo de habilidades necesarias para poder aplicar a mejores puestos de trabajo en diferentes departamentos dentro de la organización.

Como resultado, aumentará el deseo de crecer profesionalmente en una transnacional con presencia en más de 28 países alrededor del mundo.

**2.3.4 Factibilidad.** El proyecto del diseño de plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings dirigidos a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

**2.3.4.1 Recursos Humanos.** TELUS International cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones enfocadas en el desarrollo profesional de los colaboradores dentro de la empresa.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales.** Los ejecutivos de TELUS International autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

**2.3.4.3 Recursos Económicos.** TELUS International cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilitan la realización de este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.** TELUS International cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computador:
  - o Laptop y PC
- Programas de diseño:
  - o Adobe Illustrator

- o Adobe Photoshop
  - o Adobe InDesign
  - o Articulate Storyline
  - o Articulate Rise
  - o Microsoft Powerpoint
  - o Google Docs
  - o Google Slides
- Internet
- Manual de marca de TELUS International

**CAPÍTULO III**  
**OBJETIVOS DEL DISEÑO**



## **Capítulo III: Objetivos del diseño**

### **3.1 El objetivo general**

Diseñar una plantilla digital en Google Slides para la creación de E-learning de desarrollo profesional dirigido a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International.

### **3.2 Los objetivos específicos**

**3.2.1** Recopilar toda la información necesaria de Telus International para la creación del diseño de la plantilla digital para E-learning, a través de la información recopilada por medio de Brief del cliente.

**3.2.2** Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de una plantilla digital a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de una plantilla para E-Learnings que será visitada por el grupo objetivo.

**3.2.3** Indagar acerca de la creación de plantillas de presentaciones digitales, a través de análisis de documentos obtenidos mediante recopilación de información para la creación de la plantilla de E-learning de TELUS International.

*Ver cuadro de objetivos anexo I.*

**CAPÍTULO IV**  
**MARCO DE REFERENCIA**

## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información general del cliente

La TELUS International fue creada el año 2005 como empresa hermana de TELUS Corp, y actualmente se dedica principalmente a brindar servicios de tecnología y atención al cliente multilingüe a clientes globales los cuales incluyen a corporaciones en tecnología y juegos, comunicaciones y medios, comercio electrónico y fintech, viajes y hospitalidad e industrias de atención médica, entre otros.

**4.1.1 Misión.** Nuestra misión es establecer alianzas estratégicas y trabajar con empresas tecnológicas líderes a nivel mundial para ofrecer las mejores soluciones para la transformación digital y de la experiencia del cliente.

**4.1.2 Visión.** Nuestra visión es fomentar una cultura inclusiva que acoja la diversidad y genere innovación para nuestros clientes.

#### 4.1.3 FODA.

| FORTALEZAS  | OPORTUNIDADES  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Sólida cartera de marcas</li> <li>● Excelente desempeño en nuevos mercados</li> <li>● Historial exitoso de integración de firmas complementarias a través de fusiones y adquisiciones.</li> <li>● Gran éxito en las estrategias de Go To Market para sus productos.</li> <li>● Automatización de actividades</li> <li>● Mano de obra altamente calificada a través de programas exitosos de capacitación y aprendizaje.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Nuevas políticas ambientales</li> <li>● Nuevas tendencias en el comportamiento del consumidor pueden abrir nuevos mercados.</li> <li>● Oportunidades para invertir en segmentos de productos adyacentes.</li> <li>● Repunte económico y aumento del gasto de los clientes.</li> <li>● Oportunidad de practicar una estrategia de precios diferenciados en el nuevo mercado.</li> <li>● El desarrollo del mercado permitirá a TELUS aumentar su competitividad en comparación con los demás competidores.</li> </ul> |

| DEBILIDADES  | AMENAZAS   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● El índice de rentabilidad y el % de Contribución Neta están por debajo del promedio de la industria.</li> <li>● Alta tasa de deserción en la fuerza laboral.</li> <li>● No ha sido capaz de hacer frente a los desafíos presentados por la competencia.</li> <li>● No muy bueno en la previsión de demanda de productos.</li> <li>● Existen vacíos en la gama de productos vendidos por la empresa.</li> <li>● La inversión en Investigación y Desarrollo está por debajo de la competencia en la industria.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● El aumento de los niveles salariales puede ejercer una gran presión sobre su rentabilidad.</li> <li>● Escasez de mano de obra calificada en ciertos mercados globales.</li> <li>● Tendencia creciente hacia el aislacionismo en la economía estadounidense.</li> <li>● La empresa puede enfrentar demandas en varios mercados dadas - diferentes leyes y fluctuaciones continuas con respecto a los estándares de productos en esos mercados.</li> <li>● Competición intensa</li> <li>● Cambiar el comportamiento de compra del consumidor desde los canales online.</li> </ul> |

*Tabla elaborada por la comunicadora y diseñadora Valeria Loarca*

#### 4.1.4 Organigrama.



*Organigrama realizado por la diseñadora Valeria Loarca.*

*Ver Brief completo en anexo II*

**CAPÍTULO V**  
**DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO**

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El proyecto está dirigido a la comunidad de colaboradores de TELUS International.

El grupo objetivo está comprendido por mujeres y hombres, de 18 a 45 años de edad, que buscan aplicar a mejores puestos de trabajo dentro de la empresa, actualmente se sitúan en las 43 sedes de TELUS International en 25 países.

### **5.1 Perfil geográfico**

El grupo objetivo reside en 25 países alrededor del mundo en donde se encuentran las 43 sedes de TELUS International. Algunos países son: Bulgaria, Rumania, Filipinas, Guatemala, El Salvador, Estados Unidos, Canadá, Alemania, Irlanda, India, Japón, entre otros. El idioma utilizado por los colaboradores de la empresa es el inglés.

### **5.2 Perfil demográfico**

El grupo objetivo está compuesto por hombres y mujeres de 18 a 45 años, con un nivel socioeconómico D1, D2 y C3 con ingresos mensuales entre \$700.00 a \$3,500 mensuales (dependiendo del país y tipo de cambio). Son personas que completaron todos los niveles de educación media, licenciatura y algunos, maestría, rentan casa o apartamento de 1 o 2 habitaciones, baños, sala, comedor y parqueo para vehículos o moto.

Al tratarse de personas en diferentes partes del mundo se puede establecer que la media son personas que poseen acceso a internet, cuentan con teléfono, computadora, televisión, electrodomésticos y tienen acceso a diferentes formas de entretenimiento como cine, parques, estadios y centros comerciales. *(Ver tabla NSE en Anexo III)*

### **5.3 Perfil psicográfico**

El grupo objetivo se encuentra en diferentes países con diferentes sistemas de creencias, política, culturas, entre otros. El grupo objetivo en general son personas honradas que buscan salir adelante y desempeñar un buen trabajo dentro de la empresa. Son personas que creen o no en Dios pero que sus valores se alinean con los de la empresa TELUS International.

Son personas que trabajan 9 horas al día 5 días a la semana, les gusta aprender cosas nuevas y buscan mejorar su nivel de vida y economía. Les gusta salir a comer, disfrutar del tiempo libre y algunos se enfocan en terminar sus estudios universitarios.

### **5.4 Perfil conductual**

El grupo objetivo al que va dirigido este proyecto son personas con una actitud positiva, dispuesta a aprender nuevas cosas y perseguir el desarrollo profesional. Son personas que presentan buenos valores y un buen nivel de educación para continuar con el crecimiento profesional dentro de TELUS International.

TELUS International facilita a sus colaboradores una plataforma llamada MyGrowth donde da acceso a cursos de temas relacionados con la industria, con el propósito de apoyar el proceso de desarrollo profesional dentro de la empresa. El grupo objetivo busca aprender más sobre cómo alcanzar sus metas por medio de los cursos en la plataforma los cuales son desarrollados por diferentes departamentos utilizando plantillas creadas en herramientas como Google Slides y Storyline para el desarrollo de los eLearnings.



**CAPÍTULO VI**  
**MARCO TEÓRICO**

## Capítulo VI: Marco teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

**6.1.1 Empresa.** “Una empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación” (Sánchez, 2015).

**6.1.2 Tecnología.** “La tecnología es el conjunto de conocimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada para alcanzar un determinado objetivo o resolver un problema” (Roldán, 2017)

**6.1.3 Servicio al cliente.** “El concepto de servicio al cliente incluye entender que es la relación que una empresa establece con sus consumidores. Consiste en brindar todo el apoyo que el comprador de tus productos o el contratista de tus servicios necesita para tener una buena experiencia en todas las etapas de tu proceso de compra” (Silva, 2021).

**6.1.4 Colaboradores.** Los colaboradores son personas mayores de edad que le dan servicio a otra persona, ya sea particular, una institución o una empresa y que a cambio del trabajo que ofrecen son retribuidos con un salario (Seos, 2021).

**6.1.5 eLearnings.** Un eLearning es un método de enseñanza que facilita el proceso de aprendizaje a través de cualquier dispositivo electrónico con o sin acceso a internet. Es un tipo de educación virtual, por el cual los alumnos involucrados en autogestionan sus conocimientos.

Esta modalidad de aprendizaje hace uso de recursos como videos, fotografías, audios, juegos o cualquier otro tipo de contenido exista en el internet con propósitos educativos (CognosOnline,2022).

**6.1.6 Google Slides.** Google Slides es un programa de presentación que se incluye como parte de la suite gratuita de Google Docs Editors basada en la web que ofrece Google (Slidesgo, s,f).

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.**

**6.2.1.1 Comunicación.** “La comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos” (Thompson, 2008).

#### **6.2.1.2 Principales autores de la comunicación.**

**6.2.1.2.1 Ferdinand de Saussure.** “Ferdinand de Saussure es conocido como el fundador de la lingüística moderna y de la semiótica, así como uno de los precursores del estructuralismo y el postestructuralismo. Es así porque entre otras cosas propuso reorganizar el estudio sistemático del lenguaje.

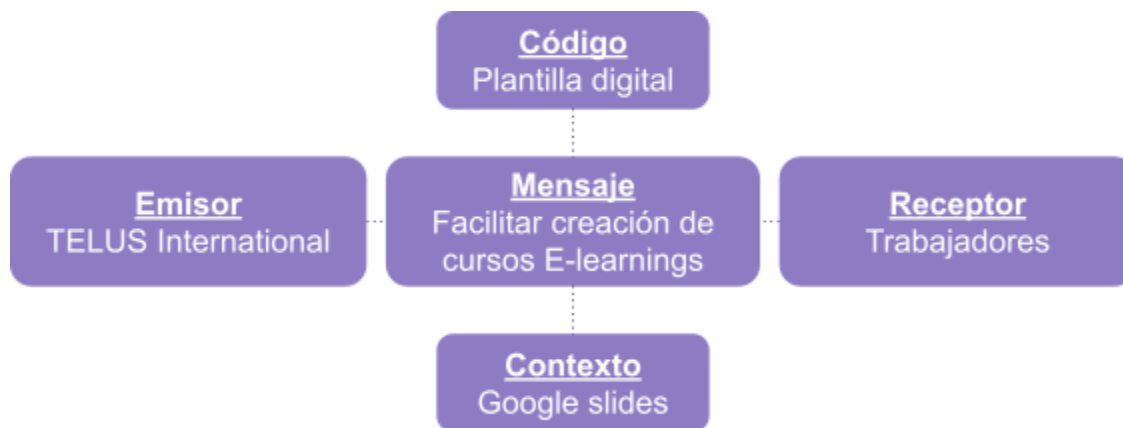
Saussure desarrolló una ciencia general de los signos y los sistemas de signos (la semiótica), así como algunas de las bases del estructuralismo, corriente que propone que los sistemas socioculturales están delimitados por una estructura clave: el lenguaje” (Martínez, 2018).

**6.2.1.2.2 Roland Barthes.** “Roland Barthes, es uno de los representantes más notables de la semiología en Francia. Desde sus primeras obras, tuvo una preocupación fundamental: la relación entre lengua y sociedad. Barthes señala que la sociología es el análisis de las sociedades “escribientes” y que la escritura engendra escrituras o, si se prefiere, “literaturas” y a través de estas escrituras o literaturas la sociedad de masas fracciona su realidad en instituciones, prácticas, objetos y hasta en acontecimientos, porque el acontecimiento es ahora siempre escrito.

Para Barthes, la sociedad de masas estructura lo real a través del lenguaje (lo produce y lo escribe)” (Alonso.,Fernández., 2006).

**6.2.1.3 Proceso de comunicación.** “El proceso de comunicación es el conjunto de acciones que se ponen en práctica para transmitir, de manera eficaz y eficiente, un mensaje entre uno o más individuos” (Morales, 2021).

**6.2.1.3.1 Esquema de comunicación.**



*Esquema realizado por la diseñadora Valeria Loarca.*

6.2.1.3.1 *Emisor*. “El emisor es aquella persona que transmite una información con el objetivo de exponer un mensaje, aportar datos, o comunicar un hecho. En el área de la comunicación, el emisor tiene una gran importancia ya que es la fuente encargada de poner en marcha la transmisión del mensaje” (Peiró, 2021).

6.2.1.3.2 *Receptor*. “El receptor es la persona que recibe un mensaje que proviene del emisor y que se ha llevado a cabo a través de un proceso de comunicación con el objetivo de que haya una comunicación eficaz entre ambos” (Peiró, 2021).

6.2.1.3.3 *Código*. “Se denomina código al lenguaje o la encriptación en la que se transmite el mensaje de emisor a receptor: el emisor codifica el mensaje y el receptor lo decodifica para comprenderlo. En el léxico cotidiano, es a esto a lo que llamaríamos “idiomas” o “lenguas”” (Editorial Etecé, 2021).

6.2.1.3.4 *Mensaje*. “Un mensaje, según la teoría de la comunicación, es la información que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación. El mensaje es la razón de ser del proceso comunicativo y es, al mismo tiempo, aquello que se comunica” (Coelho, 2017).

6.2.1.3.5 *Canal*. “Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (impresión, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto) (Gonzalez, 2018).

*6.2.1.3.6 Ruido.* “El término ruido aplicado a la comunicación no se refiere solo a una molestia sonora, sino a cualquier interferencia en este proceso; también se conoce como perturbación de la información. El ruido puede presentarse en el canal o medio de comunicación, en el código (lenguaje u otro) y en la forma” (Ecured, s,f).

*6.2.1.3.7 Contexto.* “El contexto comunicativo es el ámbito en que se produce la comunicación entre dos o más sujetos. Incluye aspectos como el lugar y el tiempo de la comunicación; la posición y situación anímica de los agentes (emisor y receptor), el canal de la comunicación, entre otros. El contexto de la comunicación puede ser lingüístico o extralingüístico” (Significados.com, s,f).

#### ***6.2.1.4 Tipos de comunicación.***

*6.2.1.4.1 Comunicación visual.* “Toda imagen permite ser comprendida como un mensaje en el interior de un proceso comunicativo, el cual se rige por un esquema convencional en el que un emisor hace llegar un mensaje (codificado) a un receptor a través de un canal, que tiene como objetivo final la respuesta del receptor” (Franquesa.,Gómez., 2013).

*6.2.1.4.2 Comunicación verbal.* “una de las funciones que se le atribuye a la lengua, quizás la más importante, es servir de vehículo para comunicar algo a alguien, para compartir con ese alguien nuestros pensamientos acerca de algo, es decir, comunicar algo del mundo que nos rodea a un interlocutor determinado, a través de actos de habla producidos en una lengua particular y referidos a una porción de la realidad, sobre la cual construimos la comunicación” (Fajardo, 2009).

### **6.2.1.5 Funciones de la comunicación.**

**6.2.1.5.1 Función informativa.** “Cuando tiene como propósito principal compartir una información más o menos objetiva, esto es, describir un aspecto de la realidad o señalar un elemento del mundo real” (Concepto, s,f).

**6.2.1.5.2 Función académica.** “La comunicación educativa busca la mejora del proceso, mediaciones y recursos para lograr el aprendizaje y la enseñanza, que devengan en la construcción de sentidos compartidos, la construcción social del conocimiento y la creación de ambientes y relaciones de aprendizajes positivos y motivadores” (González, 2019).

**6.2.1.5.3 Función institucional.** “Se denomina comunicación organizacional, comunicación institucional o comunicación corporativa al envío y recepción de información entre individuos interrelacionados o que forman parte de algún tipo de organización (una empresa, una institución, etc.) con el objetivo de alcanzar un objetivo determinado” (Concepto, s,f).

### **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

**6.2.2.1 Diseño.** “Un diseño es el resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace.

Para poder llevar a cabo un buen diseño es necesario la aplicación de distintos métodos y técnicas de modo tal que pueda quedar plasmado bien sea en bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas lo que se quiere lograr para así poder llegar a su producción y de este modo lograr la apariencia más idónea y emblemática posible” (Yirda,2020).

**6.2.2.2 Diseño gráfico.** “El diseño gráfico es una especialidad o profesión, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de comunicación visual con un fin específico, como por ejemplo, la publicidad. Se ocupa de organizar las imágenes y los textos, producidos en general por medios industriales, para comunicar un mensaje específico a un determinado grupo social y con objetivos claros y definidos. Esta profesión se vale de herramientas para su ejecución, siendo el computador el principal instrumento utilizado en la actualidad por estos profesionales” (ConceptoDefinición, 2021).

### **6.2.2.3 Principales autores del diseño.**

**6.2.2.3.1 Milton Glaser.** “Milton Glaser (n. 1929) es uno de los diseñadores gráficos más célebres de los Estados Unidos. Ha tenido la distinción de exposiciones individuales en el Museo de Arte Moderno y el Centro Georges Pompidou. Fue seleccionado para el premio a la trayectoria del Museo Nacional de Diseño Cooper Hewitt (2004) y la Asociación Fulbright (2011), y en 2009 fue el primer diseñador gráfico en recibir el premio Medalla Nacional de las Artes.

Como becario Fulbright, Glaser estudió con el pintor Giorgio Morandi en Bolonia y es un articulado portavoz de la práctica ética del diseño. Abrió Milton Glaser, Inc. en 1974 y continúa produciendo una prolífica cantidad de trabajo en muchos campos del diseño hasta el día de hoy” (Anónimo, s,f).

**6.2.2.3.2 Saul Bass.** “Saul Bass es un diseñador gráfico ampliamente aclamado con una carrera de más de 40 años que trabajó para algunos de los cineastas más destacados de Hollywood, incluidos Alfred Hitchcock, Otto Preminger, Billy Wilder, Stanley Kubrick y Martin Scorsese. También es responsable de los logotipos de muchas corporaciones prominentes como AT&T, United Airlines y Dixie.



Utilizó sus ideas innovadoras y su perspectiva única del mundo para influir en su arte, involucrar a su público y desarrollar la industria del diseño gráfico en el proceso. Entre sus obras más famosas se encuentran las secuencias de títulos de películas clásicas como *El hombre del brazo de oro* (1955), *Intriga internacional* (1959) y *Psicosis* (1960)” (Sensacine, s,f).

*6.2.2.4 Plantilla digital.* “Una plantilla es un medio que posibilita portar o construir un diseño predefinido. Las plantillas facilitan la reproducción de copias idénticas, aunque también permiten crear algo nuevo cuando sólo actúan como un punto de partida o patrón” (Definición.de, s,f).

*6.2.2.5 Google Slides.* “Google Slides (anteriormente conocido como Google Presentations) es una aplicación web de presentación gratuita. Incluye casi todas las capacidades de un programa de presentación tradicional, como Microsoft PowerPoint. Google Slides ofrece el beneficio del almacenamiento en la nube, lo que significa que los documentos de los usuarios se guardan automáticamente y se pueden recuperar incluso si su disco duro o SSD falla” (ComputerHope, 2021).

*6.2.2.6 Diagramación.* “La diagramación es un ámbito del diseño el cual se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Todos estos elementos pueden encontrarse en medios impresos y electrónicos, como periódicos, libros, revistas, etc. Según los conceptos, el acto de maquetar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página” (FreeContent, 2020).

### **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.**

#### **6.3.1 Ciencias auxiliares.**

**6.3.1.1 Semiología.** “entendemos la semiótica o semiología como la ciencia y/o disciplina que estudia todos los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. Es una ciencia que estudia tanto la comunicación escrita como la oral y la visual” (Ferrer.,Gómez., 2013).

**6.3.1.2 Lingüística.** “La lingüística, llamada también ciencia del lenguaje, glotología o glosología y, con menos propiedad, también filología, filología comparada, gramática comparada, es la ciencia que estudia desde todos los puntos de vista posibles del lenguaje humanos articulado, en general y en las formas específicas en que se realiza, es decir, en los actos lingüísticos y en los sistemas de isoglosas que tradicionalmente o por convención, se llaman lenguas” (Coseriu, 1986).

**6.3.1.3 Psicología.** “la psicología ha sido la ciencia de la conciencia, de la vida mental, de la conducta, del comportamiento, de la experiencia inmediata..., para volver recientemente a convertirse en la ciencia de los procesos mentales” (Arana.,Meilán, Perez., 2006).

**6.3.1.4 Psicología de la comunicación.** “La psicología de la comunicación surge de la intersección entre una psicología que se ocupa de la problemática de la comunicación y de una ciencia o teoría de la comunicación que descubre sus implicaciones psicológicas.

A partir de la convergencia entre ambas aportaciones se ha ido configurando una psicología de la comunicación que estudia lo conductual de la comunicación y lo comunicacional de la conducta, la influencia mutua entre conducta y comunicación, su

estructura y funciones, su origen y desarrollo, su eficacia y limitaciones, así como sus diferentes tipos y modalidades” (Torres, 2012).

*6.3.1.5 Psicología organizacional.* “La Psicología Organizacional, por definición, es la rama que se encarga del estudio del comportamiento de los individuos y grupos que pertenecen a una organización, de cómo son sus relaciones entre sí y la influencia del contexto organizacional. Esta disciplina no solo tiene como objeto de estudio los procesos individuales, sino también la organización como un todo. Dicho de otra manera: analiza “la conducta organizacional” (UNIR, 2020).

*6.3.1.6 Psicología audiovisual.* “Es la rama de la psicología que investiga la relación bidireccional entre psicología y artes audiovisuales y aplica metodologías de intervención que integren los dos campos de estudio” (Viartola ,2020).

*6.3.1.7 Andragogía.* “La Andragogía es una disciplina que estudia las formas, procedimientos, técnicas, situaciones y estrategias de enseñanza y aprendizaje con el fin de lograr aprendizajes significativos en los participantes adultos, que promuevan a su vez, el desarrollo de habilidades, y actitudes y la adquisición y transferencia de conocimientos al contexto donde éste se desenvuelve.

Es decir, la Andragogía se centra en el estudio de los métodos, estrategias, técnicas y procedimientos eficaces para el aprendizaje del adulto, y en la ayuda y orientación eficaz que éste debe recibir de parte del facilitador para el logro de los aprendizajes” (Caraballo, 2007).

### **6.3.2 Artes.**

**6.3.2.1 Tipografía.** “La tipografía es la técnica de escribir, utilizando diferentes diseños de letras y caligrafía, con la finalidad de resaltar lo que se desea comunicar. Es el estilo o la apariencia del texto” (Rosana, 2021).

**6.3.2.2 Ilustración.** “La ilustración es un dibujo, pintura u obra impresa de arte que explica, aclara, ilumina, visualmente representa, o simplemente decora un texto escrito, que puede ser de carácter literario o comercial” (Arteneo, 2015).

### **6.3.3 Teorías.**

**6.3.3.1 Teoría de recorrido visual.** “Es el movimiento que se hace con los ojos para poder apreciar una obra, se fijan los ojos en un punto de la pintura y luego, el ‘camino’ que trazan los ojos naturalmente para ver la totalidad de la obra se le llama ‘recorrido visual’” (Bustios, 2020).

“Los diseños deben de mantener la estructura del recorrido visual de lectura, para así lograr alcanzar el éxito en la comunicación de lo que se desea transmitir, de igual forma debemos de colocar información más importante en la parte superior derecha de la pantalla y seguir ubicando la información en forma descendente y en orden de importancia” (Bracamonte, s,f).

### **6.3.4 Tendencias.**

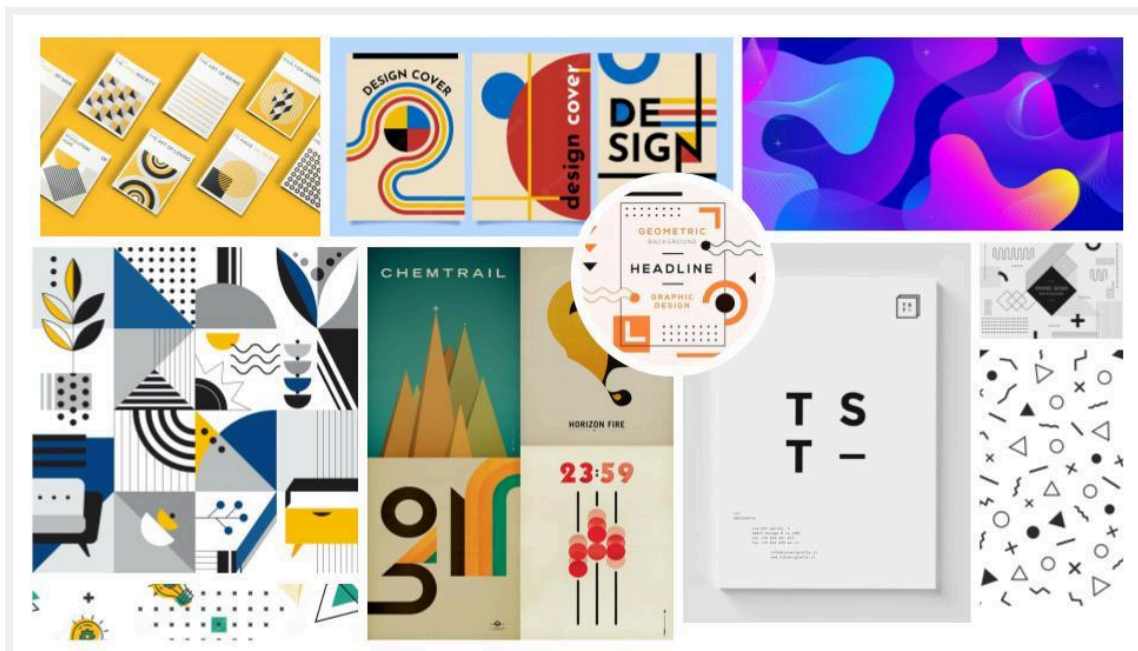
**6.3.4.1 Minimalismo.** “Lo minimal se caracteriza por su orden, depuración, pureza geométrica y simplicidad formal, sus colores puros, o las superficies inmaculadas, de forma tal que implica un retorno a la austeridad y la simpleza, que se abstrae a lo mínimo posible. El minimalismo ha pasado de emplearse para clasificar un estilo o nombrar un movimiento a formar parte del lenguaje cotidiano como un adjetivo relacionado con los

rasgos de sobriedad, austeridad, monocromo e incluso pequeño” (Caraballo., Sanromán., 2019).

**6.3.4.2 Geométrica.** “La tendencia del Diseño Geométrico se enfoca en lo simple y consiste en mezclar formas de líneas y curvas para obtener una belleza simplista” (Cruz, s,f).

“Las formas son más que un grupo de líneas conectadas. Su uso se encuentra en elementos de diseños e imágenes. Transmiten un mensaje particular o significado que usted desconoce. Solo un cuadrado, un círculo y un triángulo en un diseño crean un impacto en lo que puede pensar de él. Evoca emoción, estado de ánimo, movimiento y simboliza una idea. Se agrupan en la categoría de formas geométricas y se componen de patrones que son fácilmente reconocibles por nosotros. Puede parecer solo un esquema básico que incluso un niño de jardín de infantes conocería. Sin embargo, hay muchas razones para su popularidad” (Creadits, s,f).

### 6.3.4.3 Tablero de tendencias.



Tablero de tendencias creado por Valeria Loarca. Ver imágenes de ejemplo en Anexo IV.

**CAPÍTULO VII**  
**PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR**

## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

### 7.1 Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico

**7.1.1 Comunicación corporativa.** Se utilizará como referencia para establecer el tono y la línea gráfica a utilizar para la plantilla, tomando en cuenta que el propósito es el desarrollo de E-learning dentro de un entorno corporativo.

**7.1.2 Diseño gráfico.** Se aplicarán conocimientos y principios básicos del diseño gráfico para el diseño y planificación de la plantilla siguiendo los lineamientos establecidos en el manual de marca de la empresa.

**7.1.3 Semiología.** Esta ciencia servirá para establecer los elementos básicos que debe llevar la plantilla para facilitar el proceso de la creación de E-learning que se alineen con la imagen de la empresa.

**7.1.5 Psicología organizacional.** Esta rama de la psicología ayudará para evaluar el nivel de complejidad que debe tener la plantilla para adaptarse a diferentes temas de interés dentro de la organización.

**7.1.6 Andragogía.** Los principios y métodos andragógicos servirán para desarrollar una plantilla adecuada para el desarrollo de E-learning dirigidos a personas adultas dentro de TELUS International.

**7.1.7 Psicología del color.** Se aplicarán los conocimientos de la psicología de color para desarrollar una plantilla llamativa y funcional para el desarrollo de los cursos E-learning empleando la paleta de colores de la empresa.



**7.1.8 Tipografía.** Se utilizará la tipografía establecida dentro del manual de marca para el desarrollo de la plantilla, y se seguirán los lineamientos para utilizar la tipografía de una manera creativa y minimalista.

**7.1.9 Teoría de recorrido visual.** Se aplicarán los principios de la teoría visual para colocar estratégicamente los elementos visuales dentro de las diapositivas que contiene la plantilla, con el fin de facilitar la lectura de cualquier contenido además de establecer la posición y espacio para el contenido.

**7.1.10 Tendencia de minimalismo.** Se utilizará la tendencia minimalista para el diseño de la plantilla ya que es una tendencia fundamental del branding de TELUS International, siendo una tendencia presente en el manual de marca, en la decoración interna de los edificios y en todas las piezas gráficas que se desarrollan para la organización en diferentes departamentos.

**7.1.11 Tendencia geométrica.** Se seguirá la tendencia geométrica para el diseño de elementos gráficos que se utilizarán en las diferentes diapositivas incluidas en la plantilla digital como patrones, figuras e ilustraciones, entre otros.

## 7.2 Conceptualización

### 7.2.1 Método.

**7.2.1.1 Microdibujos.** “Técnica de creatividad propuesta por Kepa Landa que consiste en la generación e interpretación de imágenes basadas en la actividad del subconsciente, la aplicación de la aleatoriedad y la estadística. Esta técnica se basa en la estrategia de los insectos que mediante un gran número de intentos logran alcanzar lugares insospechados, estando en un estado mental de predisposición hacia una idea.

Este proceso pretende dejar de lado el pensamiento racional mediante la velocidad y abrir un camino al pensamiento intuitivo” (Neuronilla, 2010).

Se debe llevar en dos fases:

- Fase 1: por 5 minutos se deben realizar dibujos pequeños de entre 1 y 2 cm, dibujando uno cada 3 o 4 segundos mientras se piensa en la idea general del proyecto a realizar. Es importante evitar realizar un dibujo concreto o premeditado.
- Fase 2: en esta fase se debe aumentar el tamaño de los microdibujos lo más que se pueda. Las ideas finales se desarrollan a partir de esta fase.

Con estos pasos, se debe completar la solución del problema planteado.

Para el proyecto de diseño de plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings dirigidos a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International se aplicó la técnica de creatividad titulada Microdibujos. Se desarrollaron los siguientes pasos:

- Paso 1: se hicieron microdibujos en hojas en blanco durante 5 minutos
- Paso 2: se escogieron los mejores microdibujos y se escanearon.

- Paso 3: se ampliaron los microdibujos y se pulieron las mejores propuestas



*Microdibujos realizados por Valeria Loarca.*

**7.2.2 Definición del concepto.** De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase “**Figuras de color**”. Esta frase representa las tendencias minimalismo y geometría junto con la importancia del color para representar a la marca y sus valores.

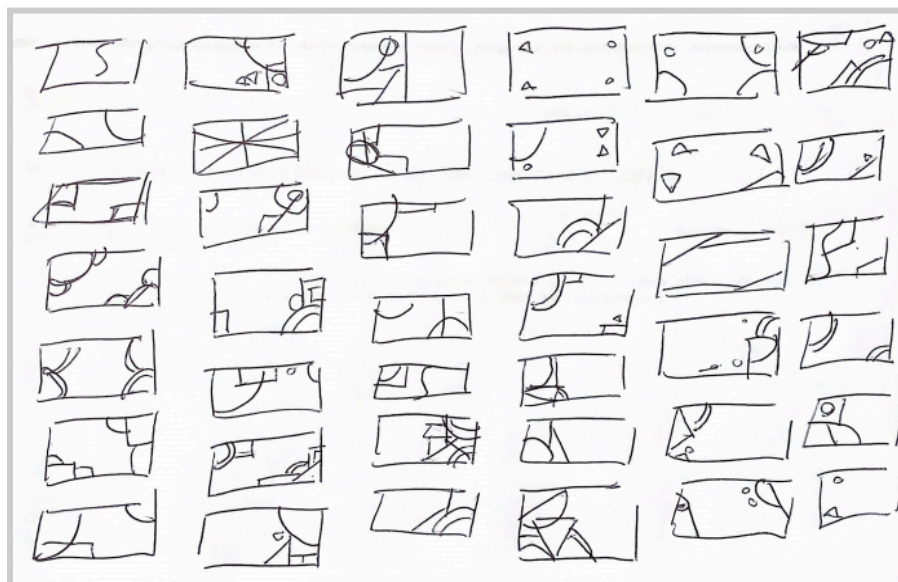
## 7.3 Bocetaje

### 7.3.1 Tabla de requisitos.

| <b>Elemento gráfico</b>   | <b>Propósito</b>  | <b>Técnica</b>  | <b>Emoción</b>                     |
|---|---|---|------------------------------------|
| Color: morado, verde, blanco y gris                               | Representar la identidad de marca utilizando la paleta de colores corporativos.                           | Google Slides y Adobe Illustrator                                     | Amigable, profesional              |
| Tipografía  | Establecer jerarquías visuales con diferentes tamaños y grosores de letra.                                | Utilizar diferentes tamaños de texto, grosores, colores y mayúsculas. | Simplicidad, claridad              |
| Diagramación: horizontal  | Organizar el contenido visual: establecer la ubicación de los textos y gráficos dentro de la plantilla.   | Google Slides   | Orden                              |
| Elementos gráficos: patrones, figuras con los colores de la marca | Complementar al texto en las diapositivas y mejorar la experiencia de los usuarios en elementos visuales. | -Adobe Illustrator, (vectores RGB)                                    | Profesionalismo, dinamismo         |
| Logotipo  | Evidenciar la presencia de marca  | -PNG<br>-RGB<br>-Vector   | Formalidad, profesional, seguridad |

*Tabla de requisitos creada por Valeria Loarca.*

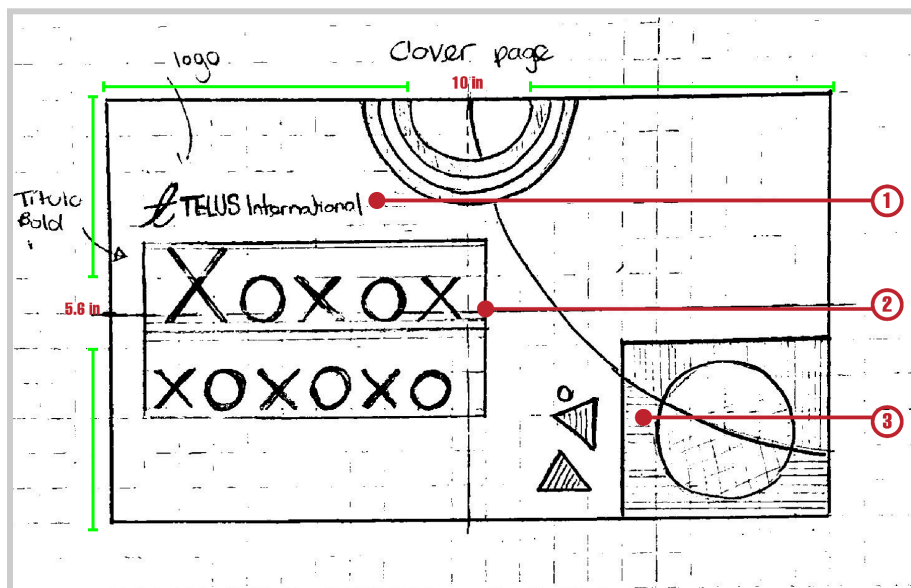
### 7.3.2 Microdibujos.



*Microdibujos realizados por Valeria Loarca.*

### 7.3.3 Proceso de bocetaje.

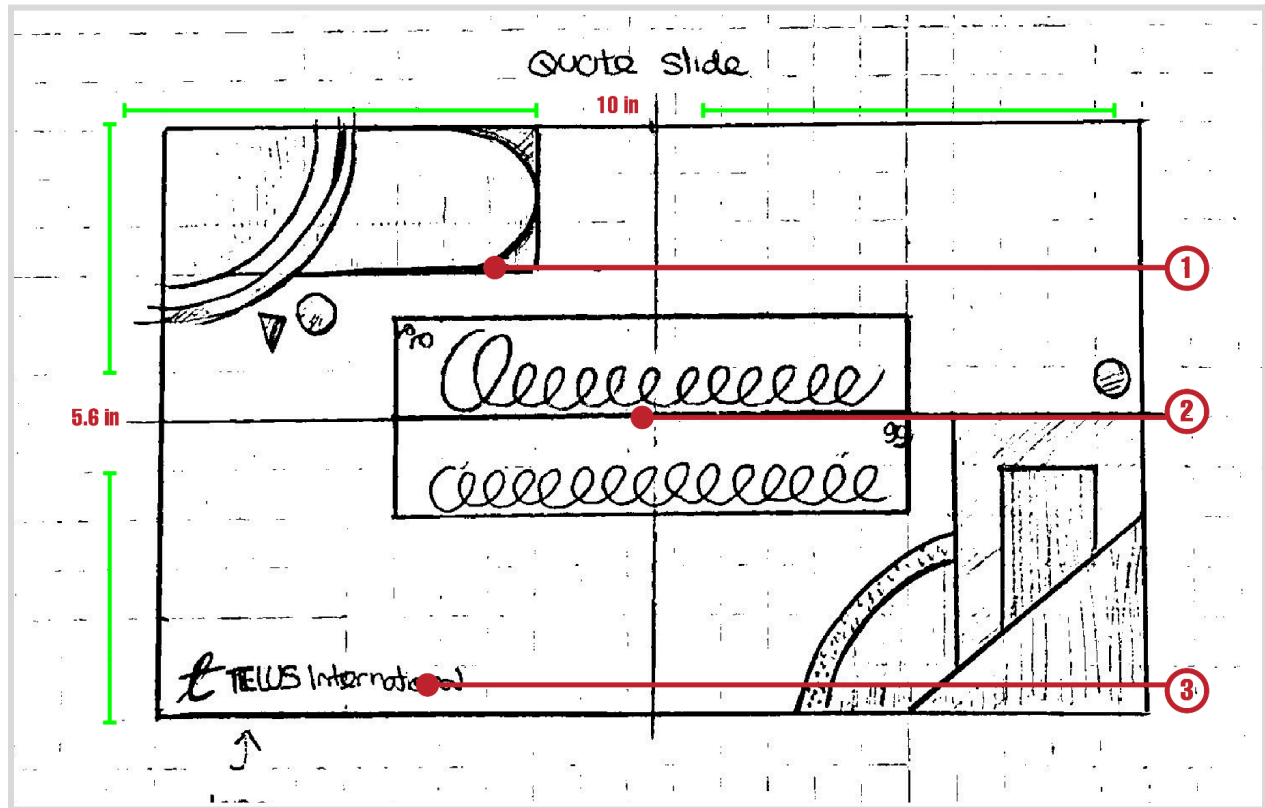
#### *Pieza #1. Portada*



- 1) Logo de la empresa
- 2) Título del modulo
- 3) Elementos gráficos

## Proceso de bocetaje

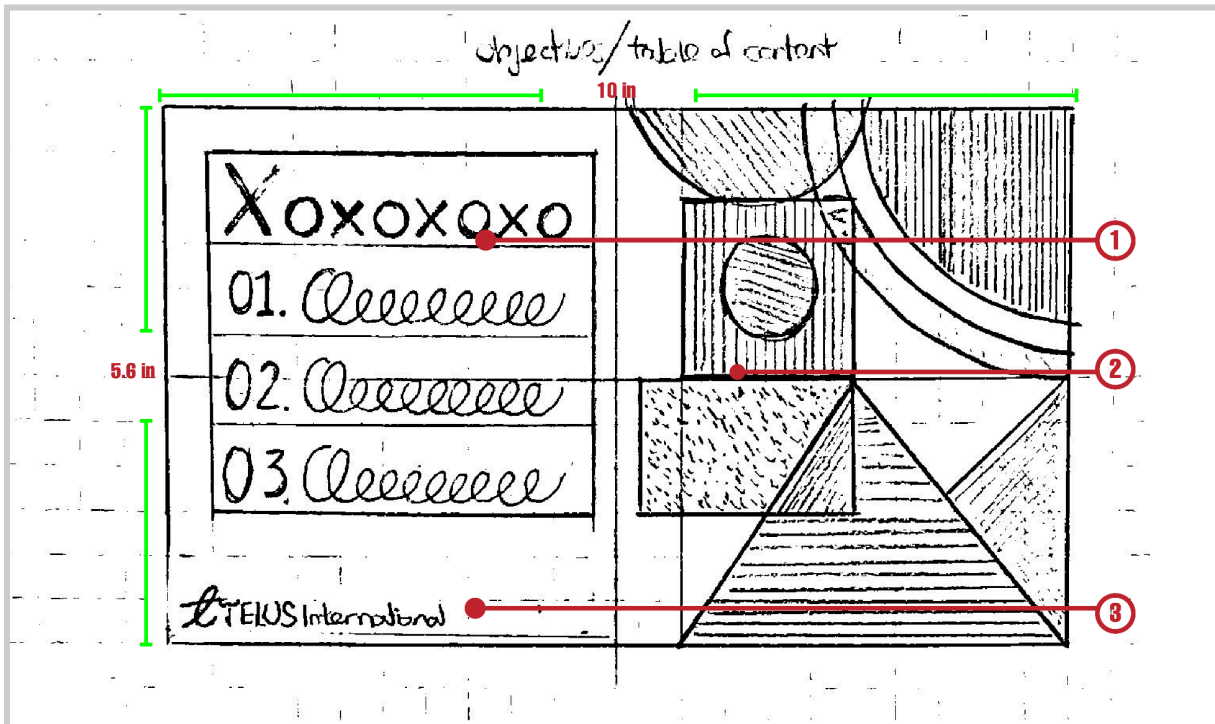
### Boceto #2. Diapositiva para frases



- 1) Elementos gráficos
- 2) Texto
- 3) Logo de la empresa

## Proceso de bocetaje

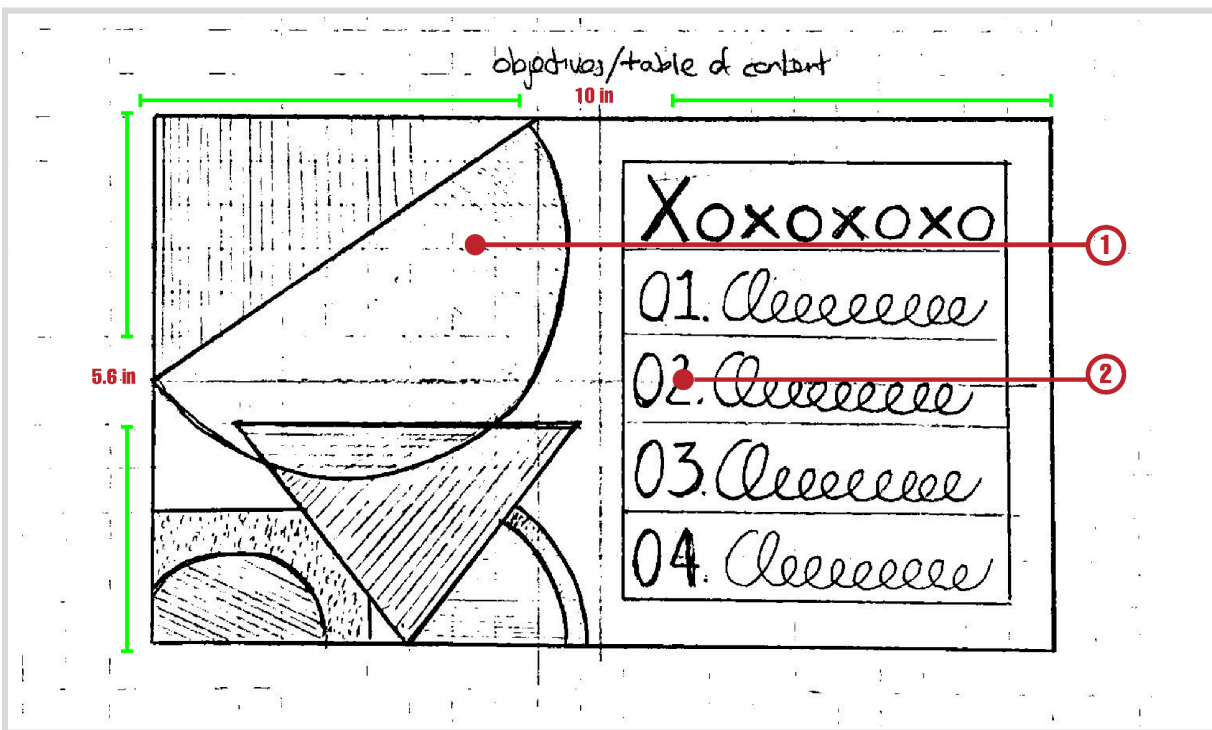
### Boceto #3. Diapositiva para objetivos o tabla de contenido



- 1) Texto
- 2) Elementos gráficos
- 3) Logo de la empresa

## Proceso de bocetaje

### Boceto #4. Opción 2 de diapositiva para objetivos o tabla de contenido

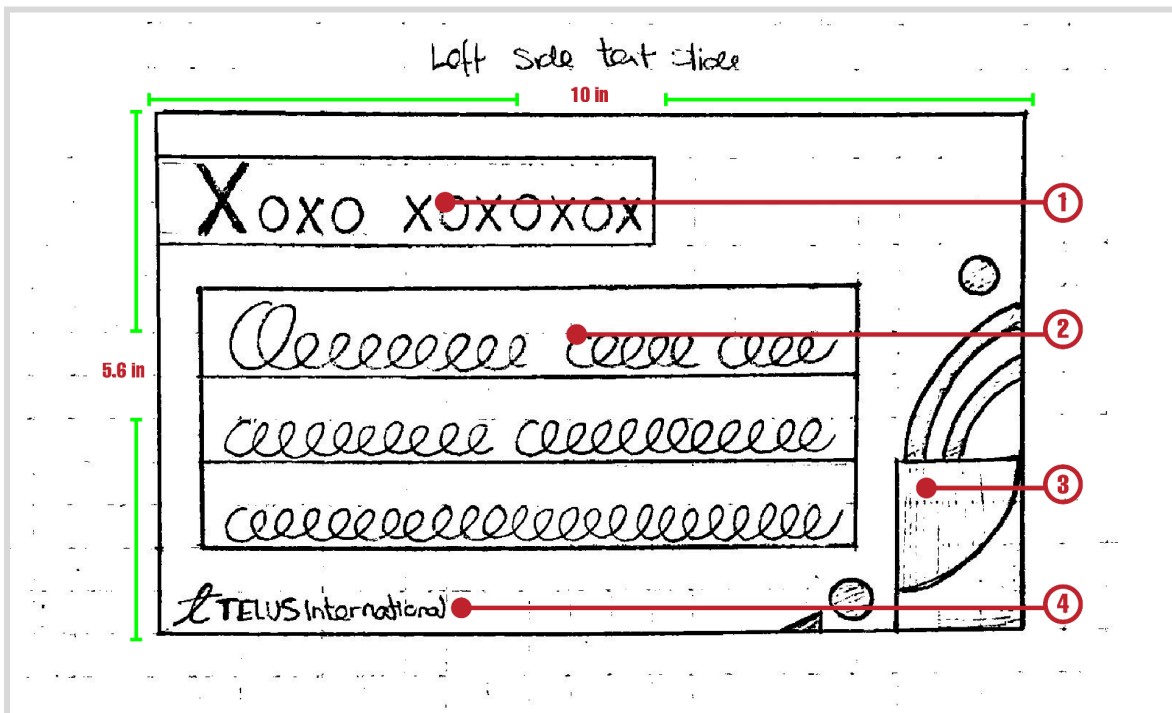


- 1) Elementos gráficos
- 2) Texto



## Proceso de bocetaje

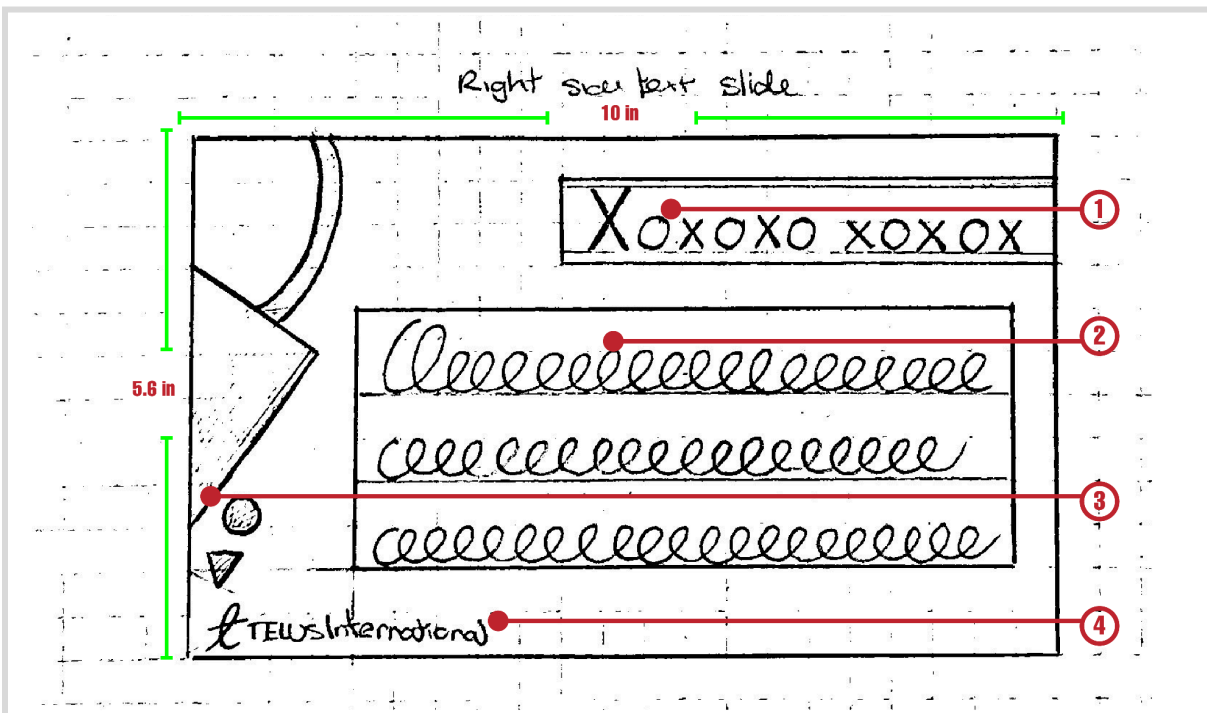
### Boceto #5. Diapositiva con texto y título a la izquierda



- 1) Título de diapositiva
- 2) Cuadro de texto
- 3) Elementos gráficos
- 4) Logo de la empresa

## Proceso de bocetaje

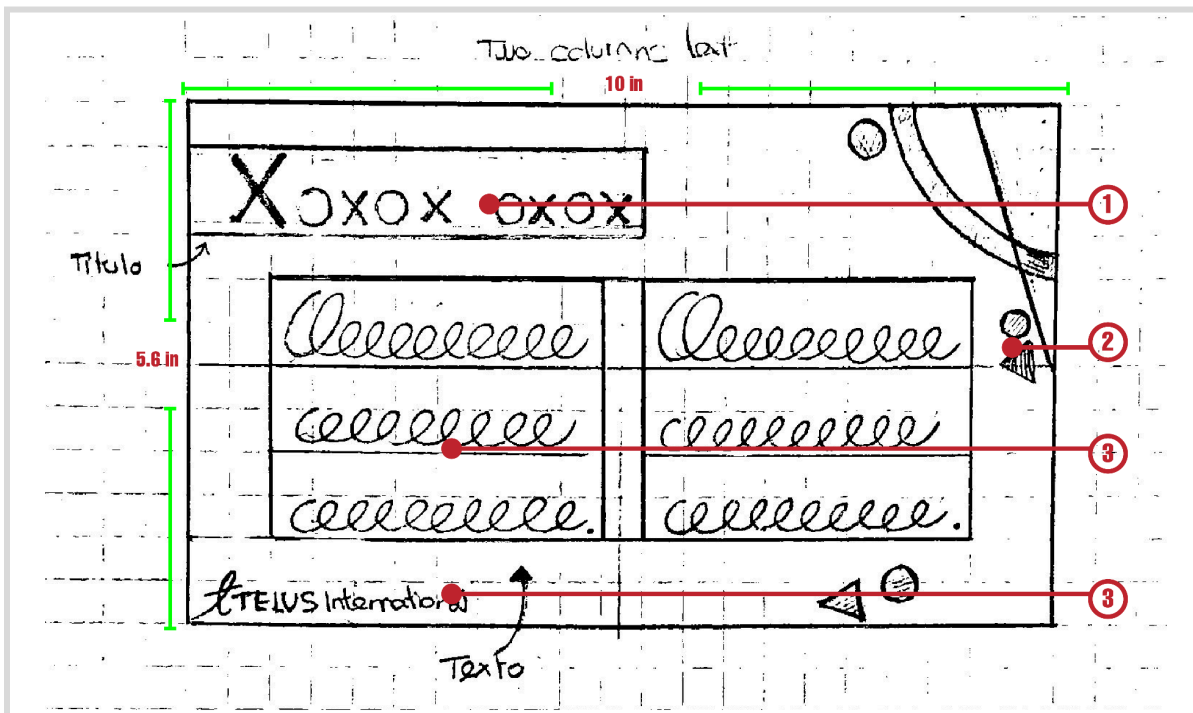
### Boceto #6. Diapositiva con texto y título a la derecha



- 1) Título de diapositiva
- 2) Cuadro de texto
- 3) Elementos gráficos
- 4) Logo de la empresa

## Proceso de bocetaje

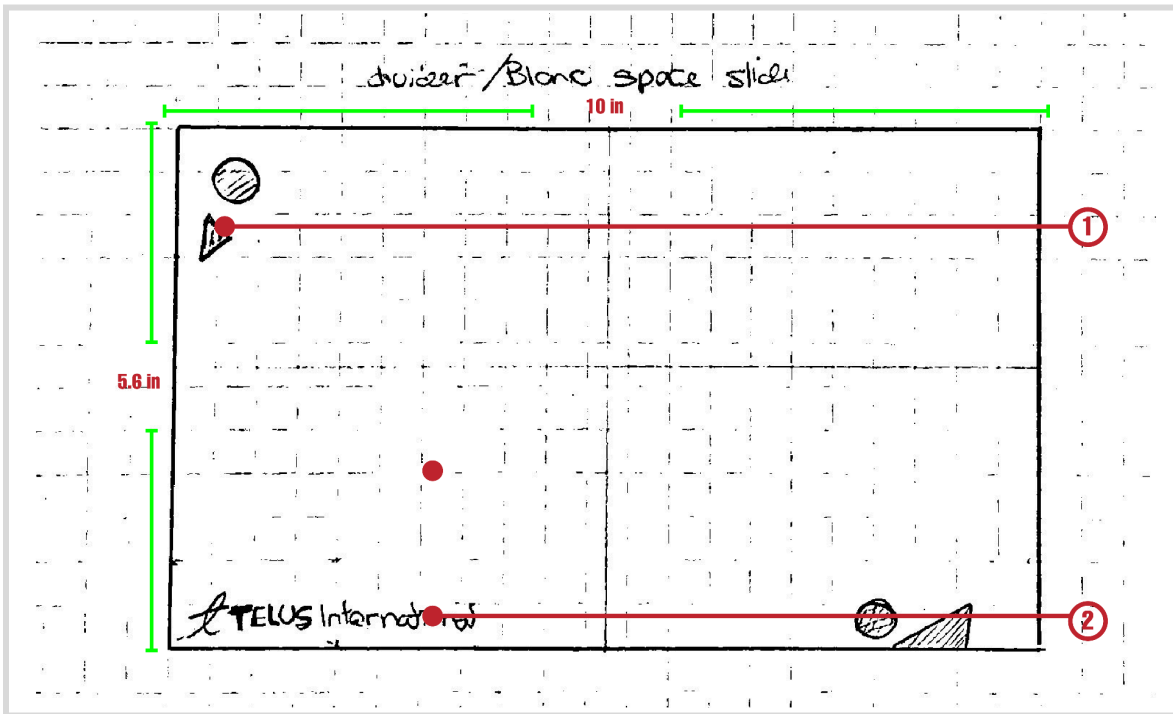
### Boceto #7. Diapositiva con texto en dos columnas



- 1) Título de diapositiva
- 2) Elementos gráficos
- 3) 2 columnas de texto
- 4) Logo de la empresa

## Proceso de bocetaje

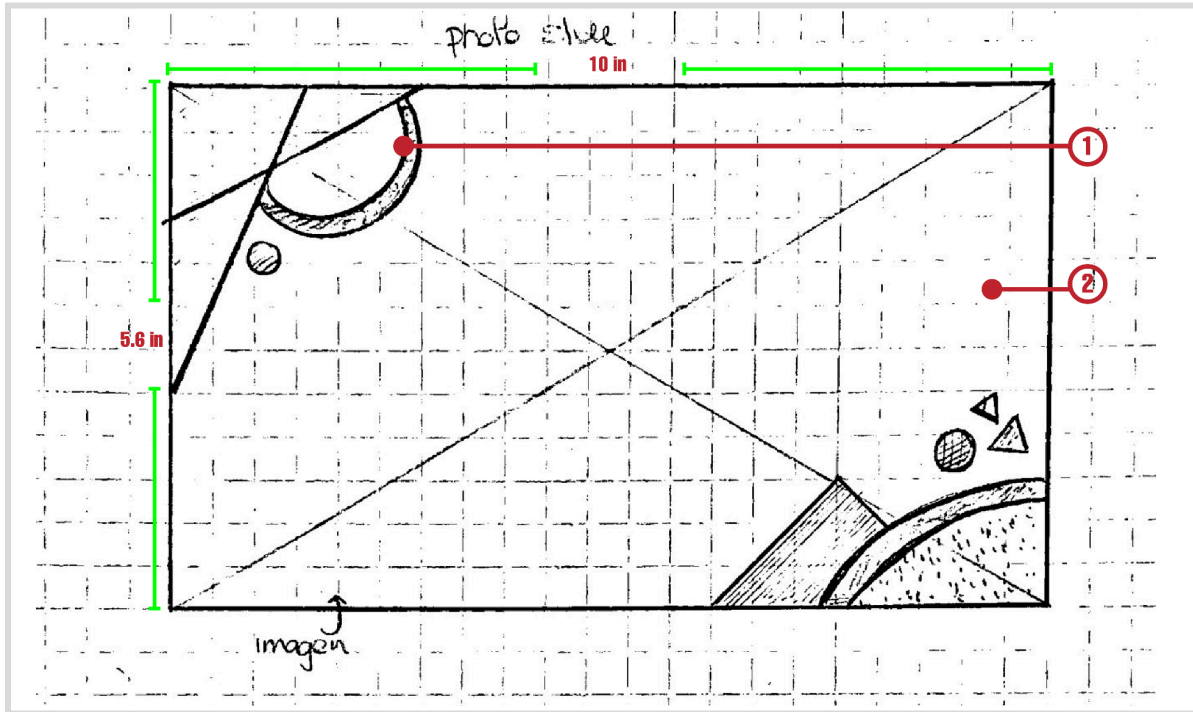
### Boceto #8. Diapositiva en blanco



- 1) Elementos gráficos
- 2) Logo de la empresa

## Proceso de bocetaje

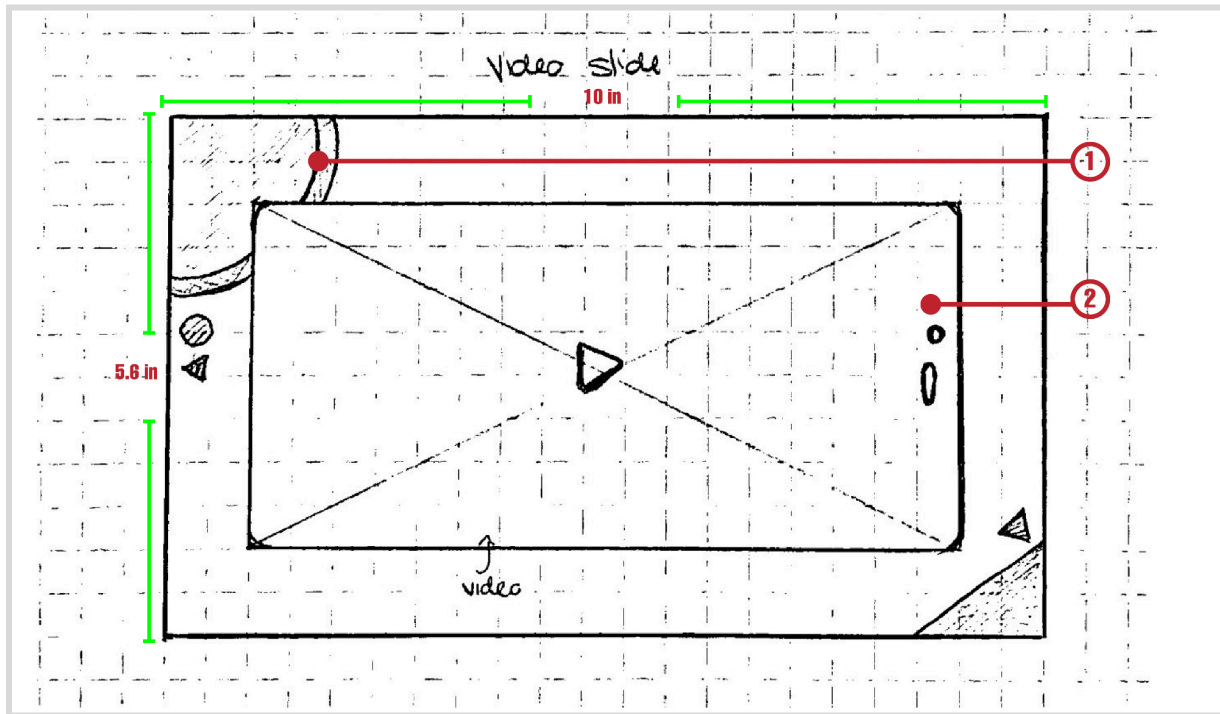
### Boceto #9. Diapositiva para imágenes



- 1) Elementos gráficos
- 2) Área para imágenes

## Proceso de bocetaje

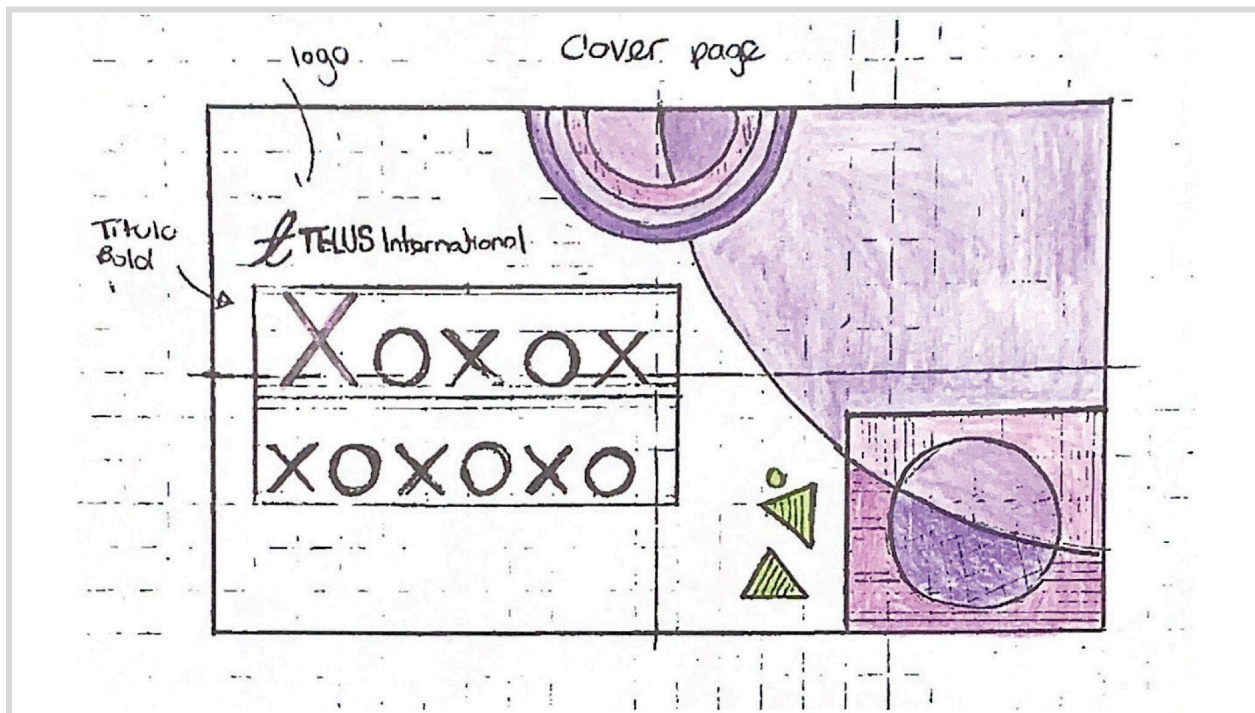
### *Boceto #10. Diapositiva para videos sobre mockup*



- 1) Elementos gráficos
- 2) Área para videos sobre mock up

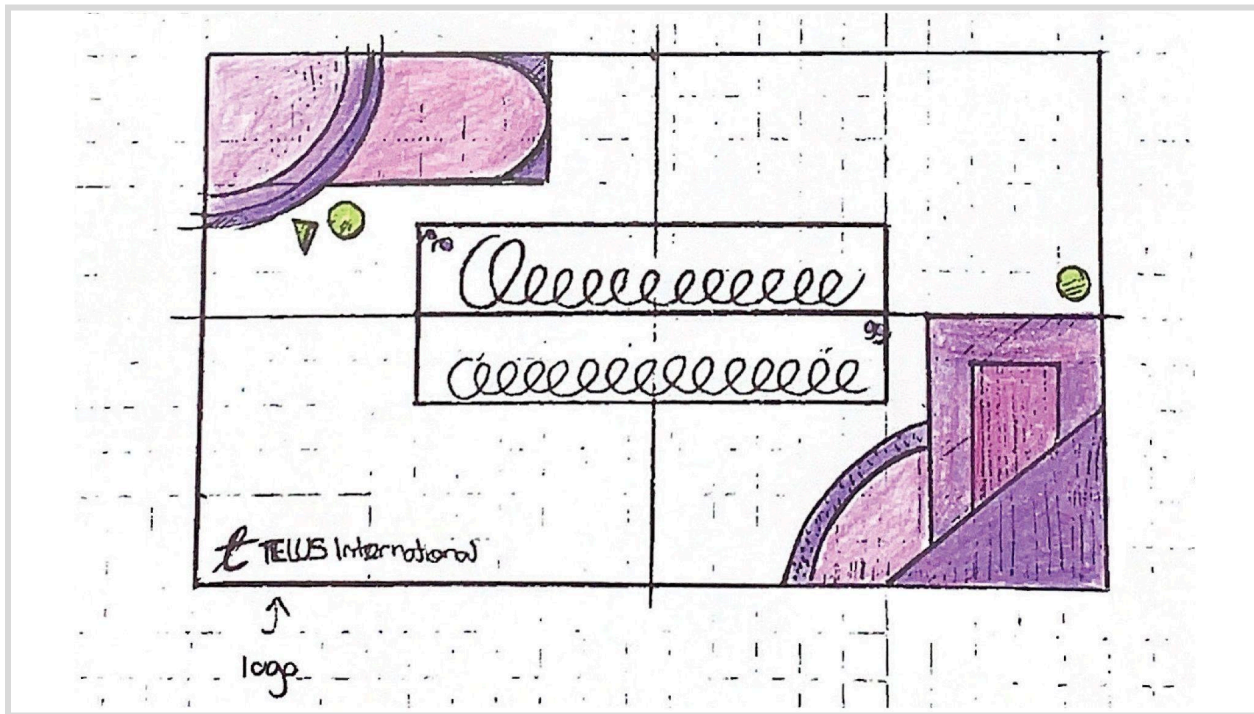
### 7.3.3 Bocetos formales.

#### *Pieza #1. Portada*



**Bocetos formales**

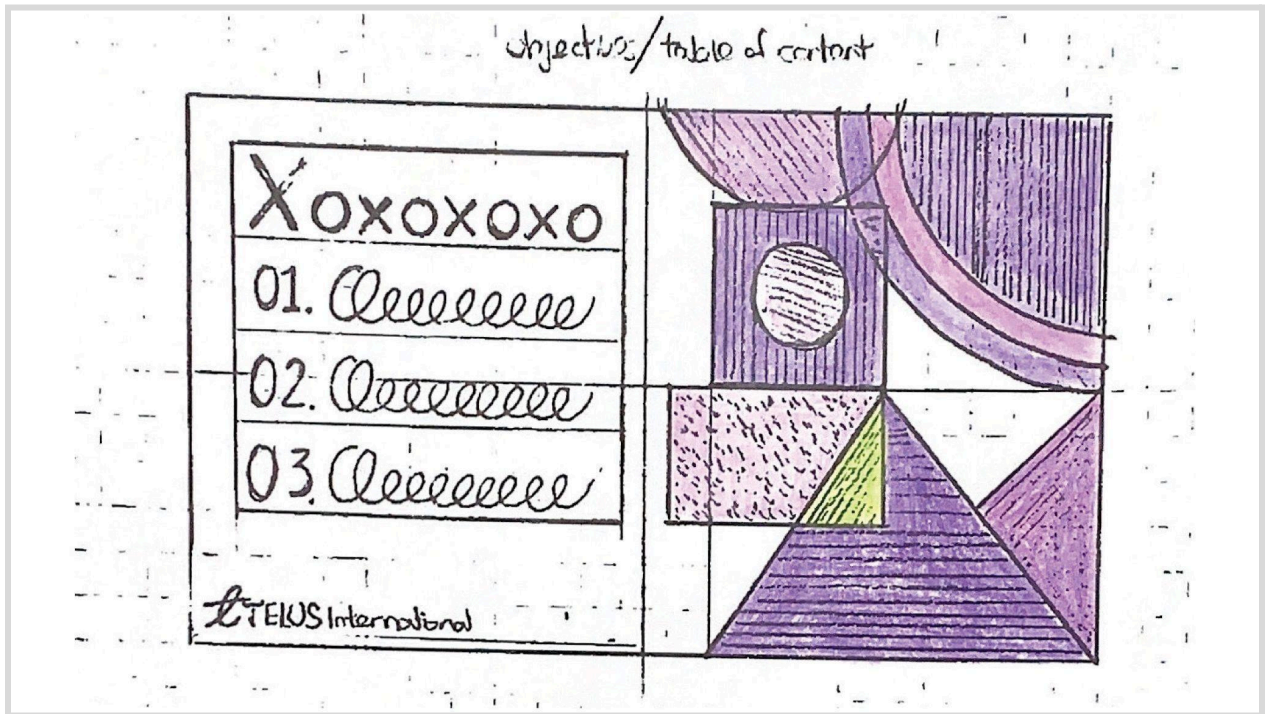
*Pieza #2. Diapositiva para frases*





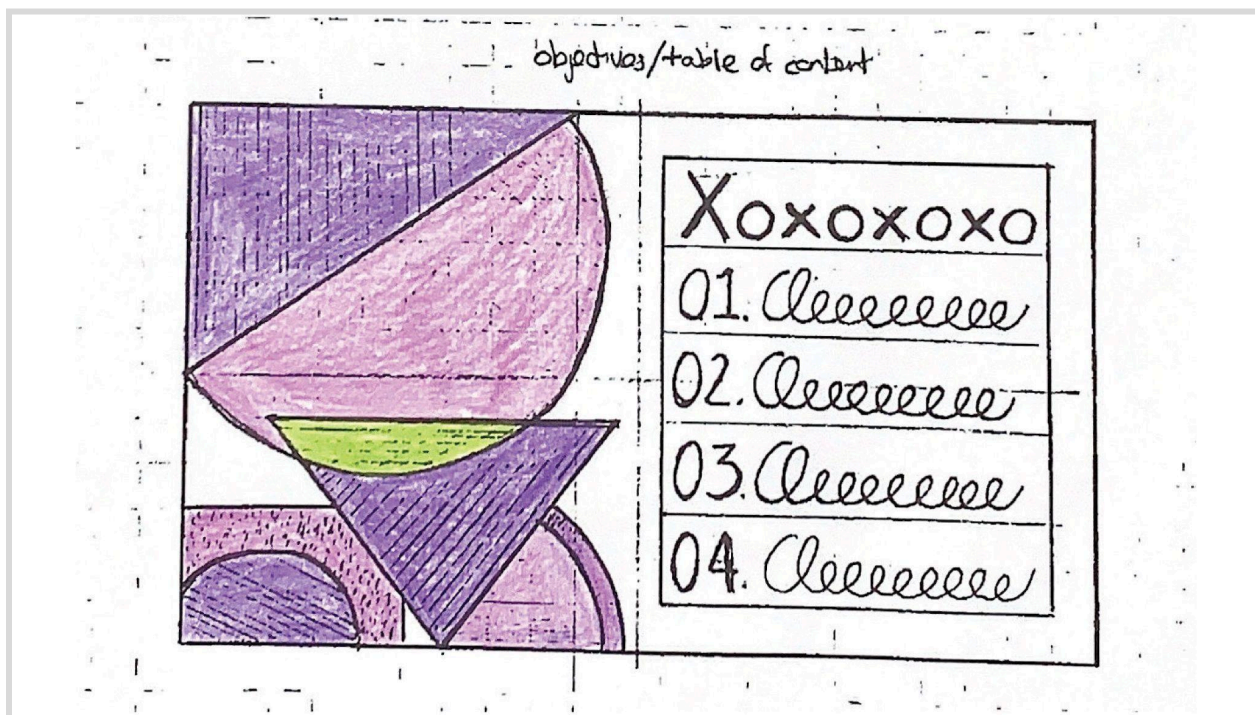
**Bocetos formales**

*Pieza #3. Diapositiva para objetivos o tabla de contenido*



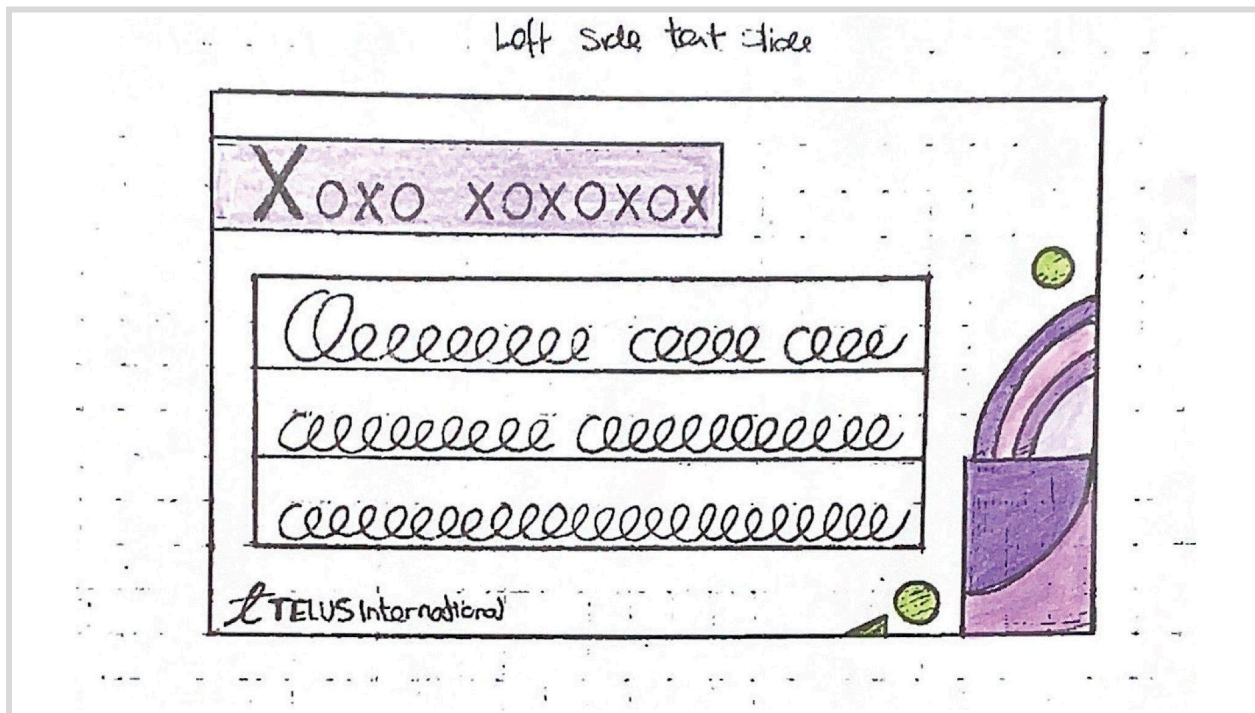
**Bocetos formales**

*Pieza #4. Opción 2 de diapositiva para objetivos o tabla de contenido*



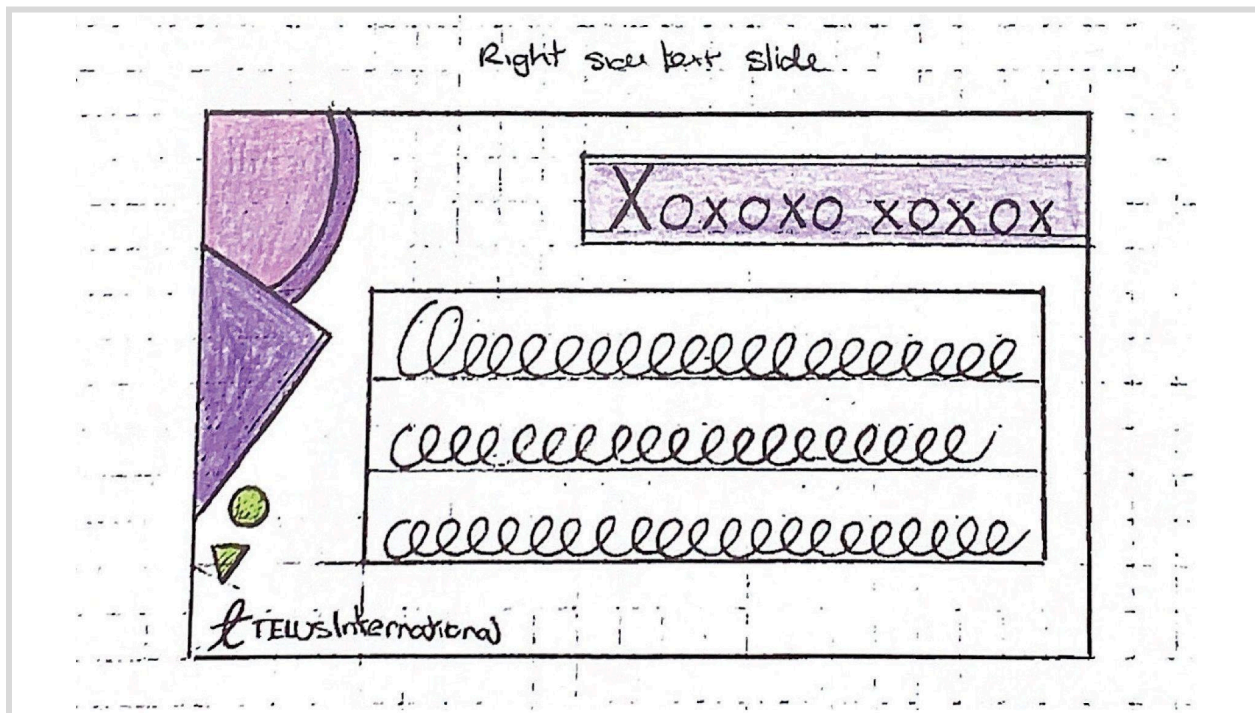
**Bocetos formales**

*Pieza #5. Diapositiva con texto y título a la izquierda*



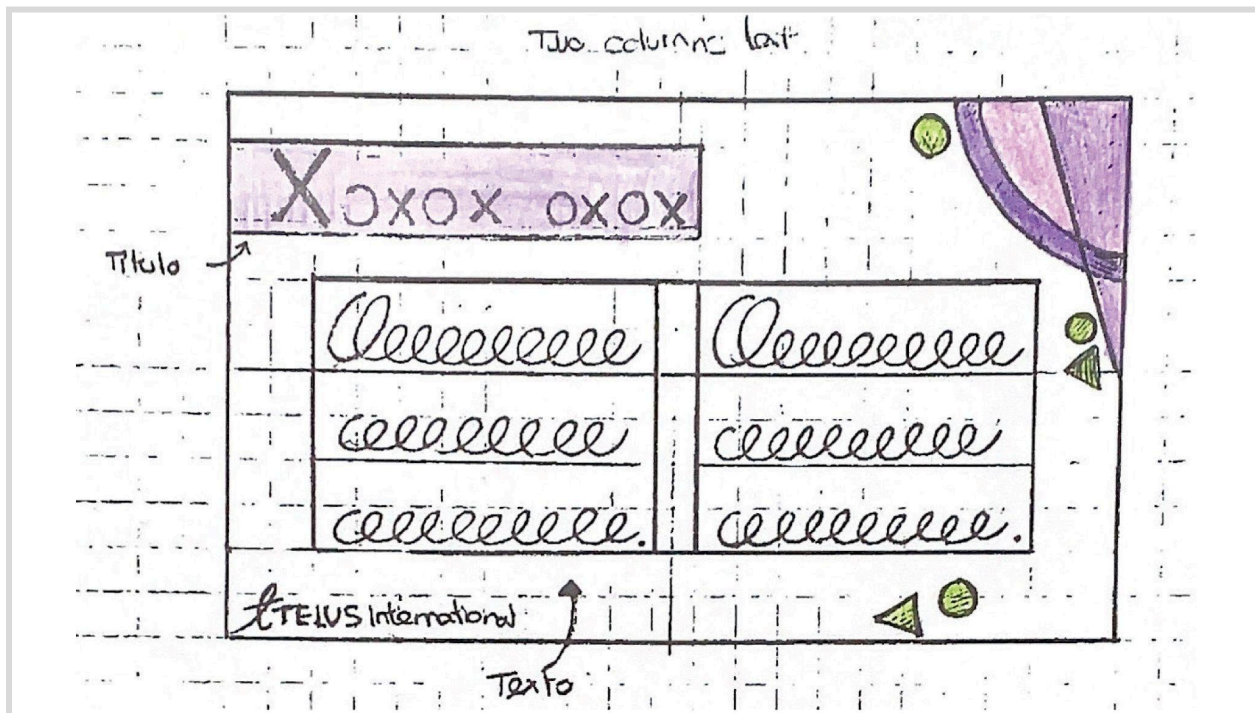
**Bocetos formales**

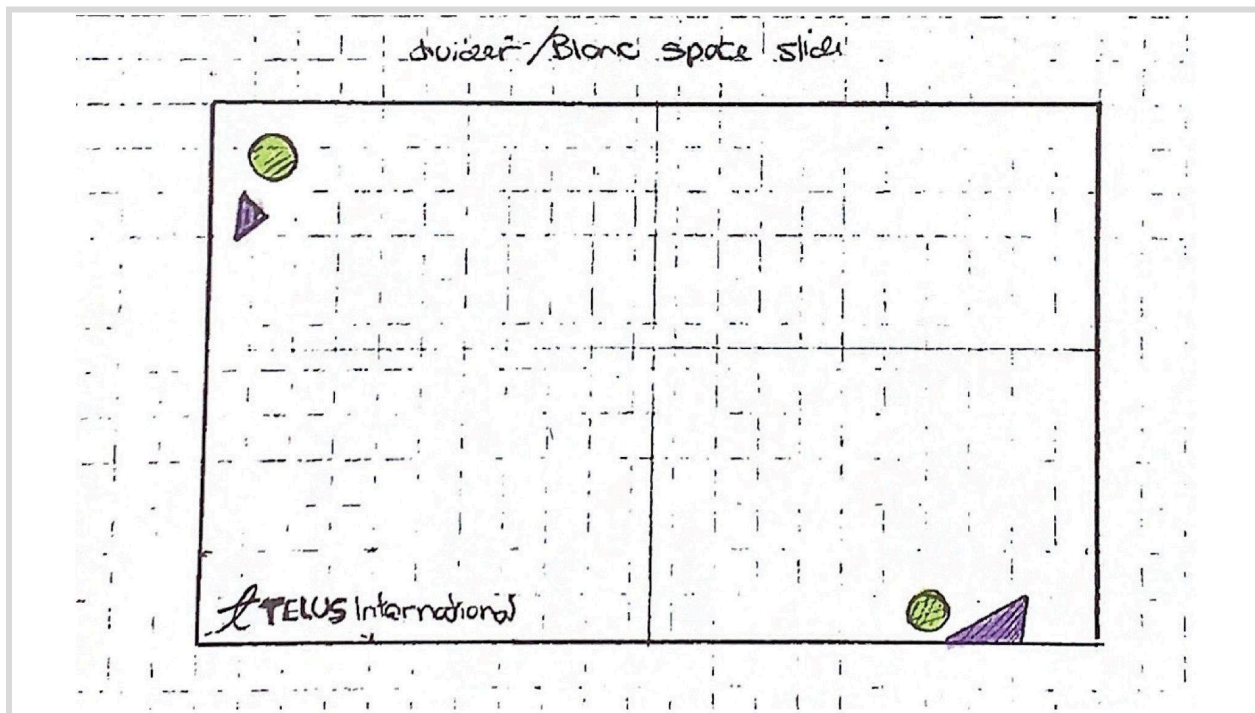
*Pieza #6. Diapositiva con texto y título a la derecha*

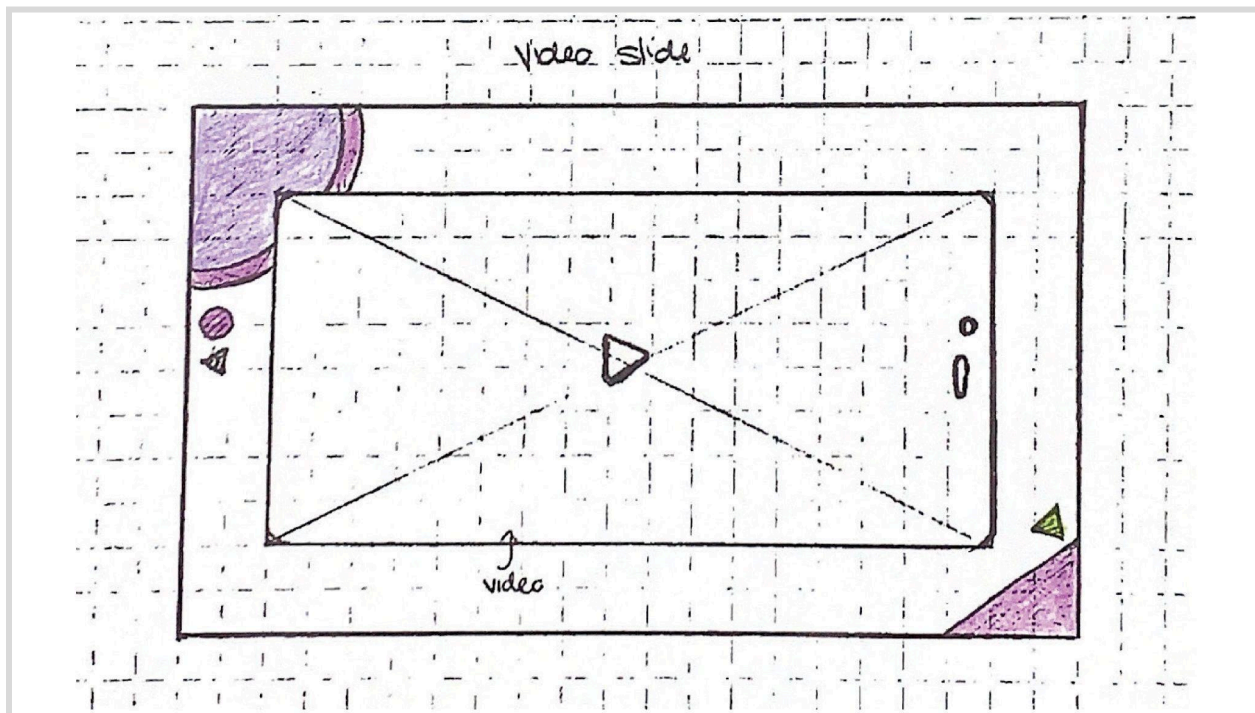


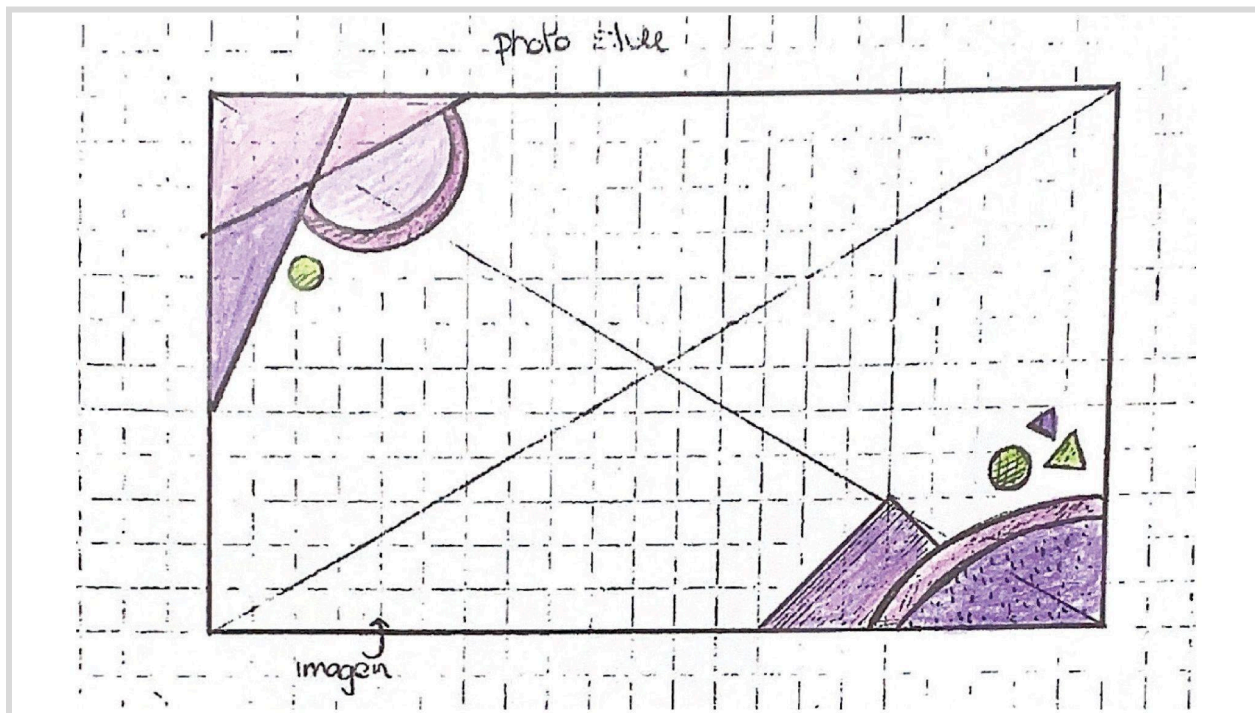
**Bocetos formales**

**Pieza #7. Diapositiva con texto en dos columnas**



**Bocetos formales*****Pieza #8. Diapositiva en blanco***

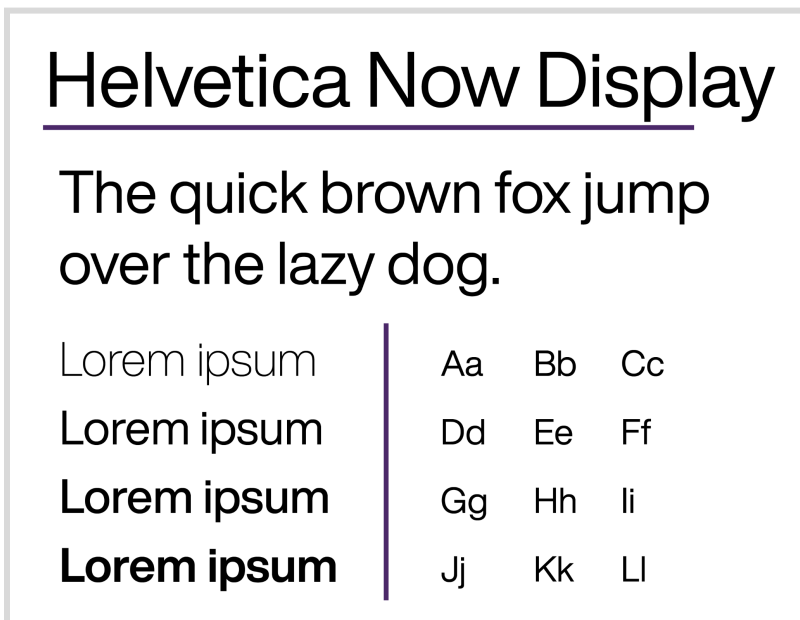
**Bocetos formales*****Pieza #9. Diapositiva para videos sobre mockup***

**Bocetos formales*****Pieza #10. Diapositiva para imágenes***





### 7.3.4 Proceso de digitalización de los bocetos.






#### 7.3.4.1 Tipografía.



#### 7.3.4.2 Paleta de colores principal.

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
|  |  |  |  |
| White   | TELUS purple  | TELUS green  | Accessible green  |
| HEX #FFFFFF   | HEX #4B286D   | HEX #66CC00  | HEX #2B8000   |
| RGB 255.255.255   | RGB 75.40.109   | RGB 102.204.0  | RGB 43.128.0  |
| CMYK 0.0.0.0  | CMYK 85.100.25.13   | CMYK 50.0.100.0  | CMYK 70.0.100.0   |

### 7.3.4.3 Paleta de colores extendida (morados).

|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
|  |  |  |  |  |
| Dark  | Medium  | Light   | Lighter  | Lightest  |
| HEX<br>#371E4F  | HEX<br>#613889  | HEX<br>#7C53A5  | HEX<br>#D8CBE5   | HEX<br>#F2EFF4  |
| RGB<br>55.30.79   | RGB<br>97.56.137  | RGB<br>124.83.165   | RGB<br>216.203.229   | RGB<br>242.239.244  |
| CMYK<br>85.100.25.50  | CMYK<br>TBD   | CMYK<br>60.75.0.0   | CMYK<br>30.45.0.0  | CMYK<br>10.15.0.0   |

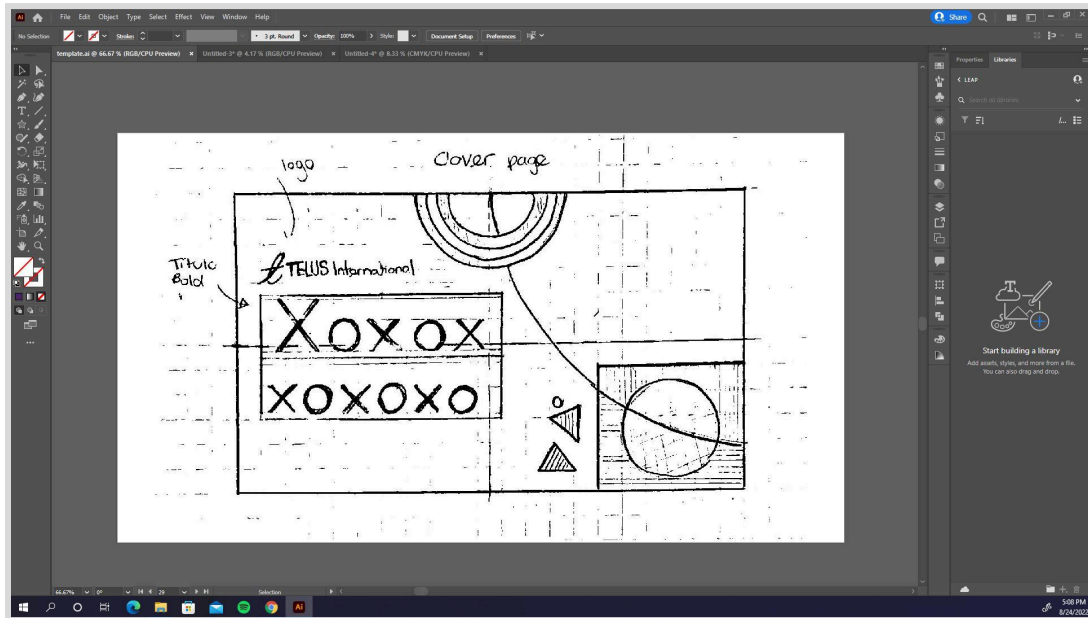
### 7.3.4.4 Paleta de colores extendida (verdes).

|  |  |  |   |  |
|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  |  |
| Darkest  | Dark   | Light  | Lighter   | Lightest   |
| HEX<br>#163E06   | HEX<br>#1F5C09   | HEX<br>#BFE797   | HEX<br>#E3F6D1  | HEX<br>#F4F9F2   |
| RGB<br>22.62.6   | RGB<br>31.92.9   | RGB<br>191.231.151   | RGB<br>227.246.209  | RGB<br>244.249.243   |
| CMYK<br>TBD  | CMYK<br>90.0.100.0   | CMYK<br>30.0.60.0  | CMYK<br>15.0.30.0   | CMYK<br>8.0.16.0   |

**7.3.4.5 Texto simulado.** Cada diapositiva cuenta con texto simulado para orientar al diseñador instruccional. El diseñador reemplazará el texto cuando haga uso de la plantilla para el desarrollo de eLearnings dentro de TELUS International.

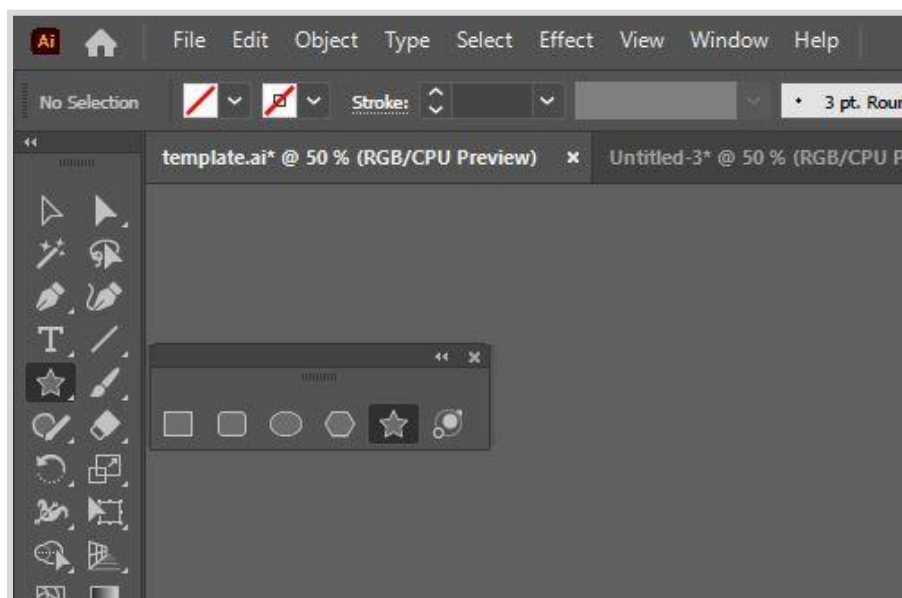
## Proceso de digitalización de los bocetos.

**Paso 1:** Escanear los bocetos e importar a Adobe Illustrator para comenzar con el proceso de digitalización.



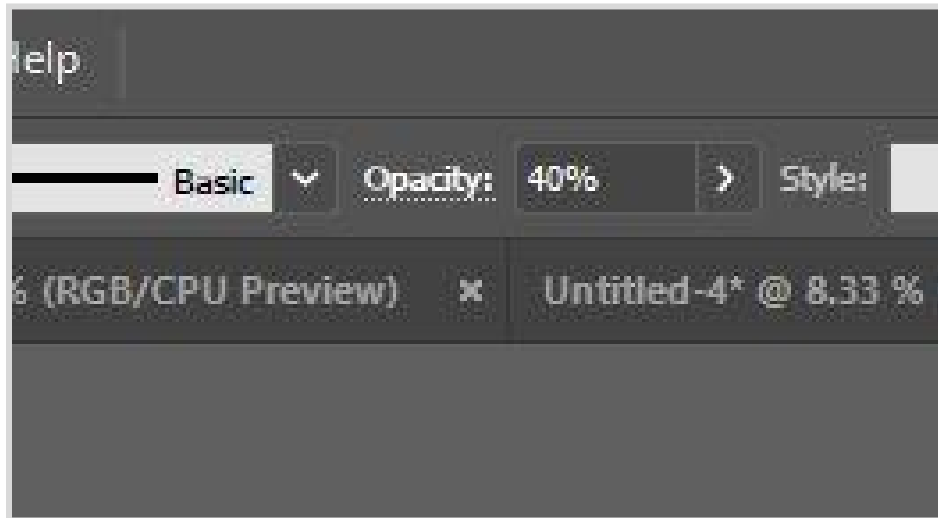
## Proceso de digitalización de los bocetos.

**Paso 2:** Seleccionar la herramienta de figuras para comenzar a trazar las formas del boceto con precisión.

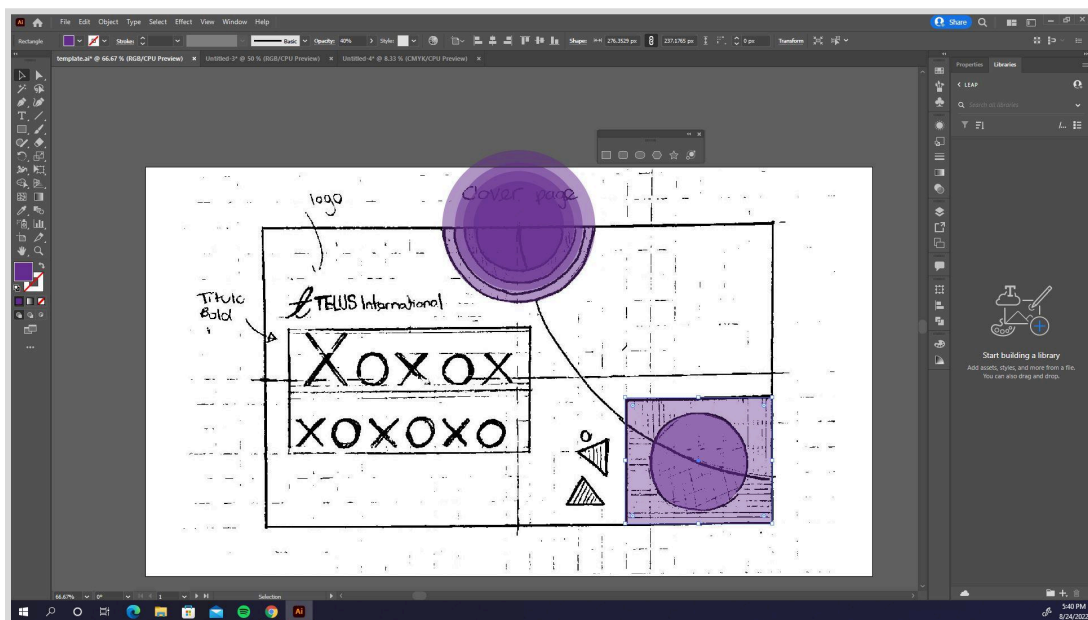


## Proceso de digitalización de los bocetos.

**Paso 3:** Reducir la opacidad de las figuras para mejorar la visualización del boceto y referencia.

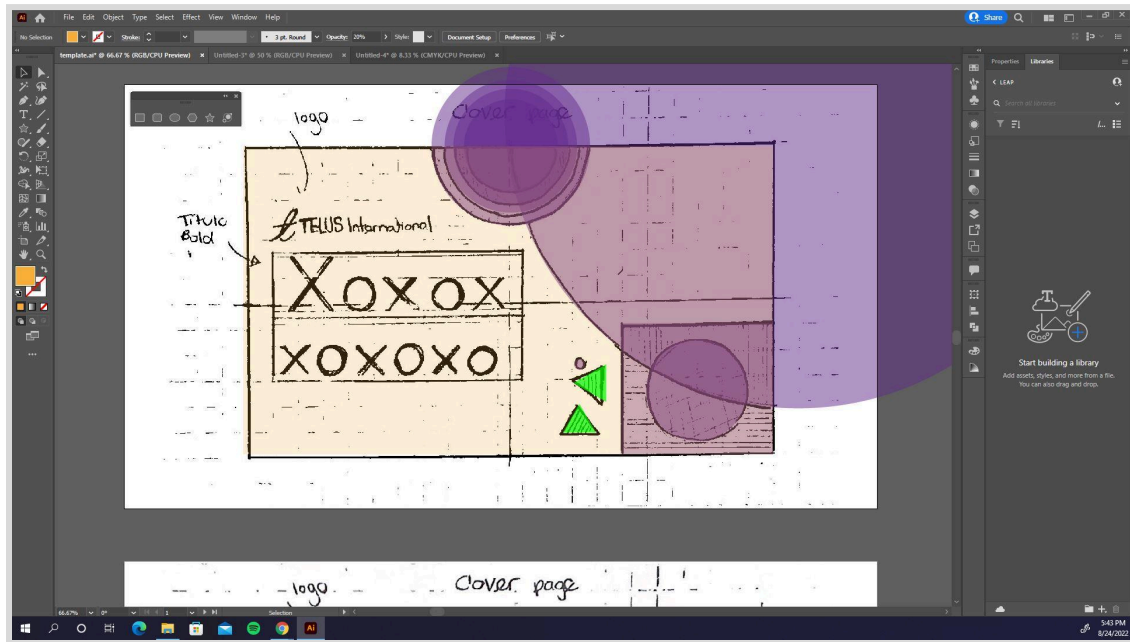


**Paso 4:** Para este paso se puede utilizar también la herramienta del Pen Tool, se recomienda utilizar las figuras para mayor perfección de las figuras. Comenzar a trazar las figuras del boceto una por una.

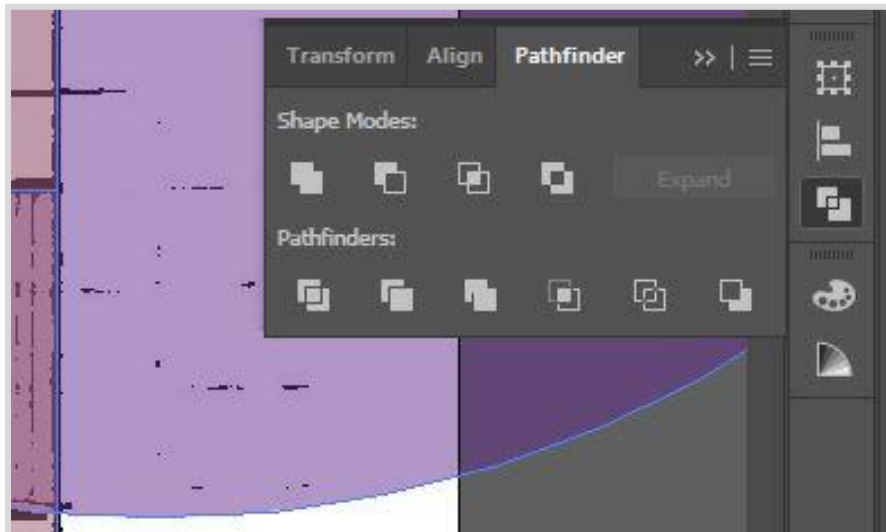


## Proceso de digitalización de los bocetos.

**Paso 5:** Colocar un rectángulo para delimitar dónde cortar las figuras en el diseño y seleccionar todo.

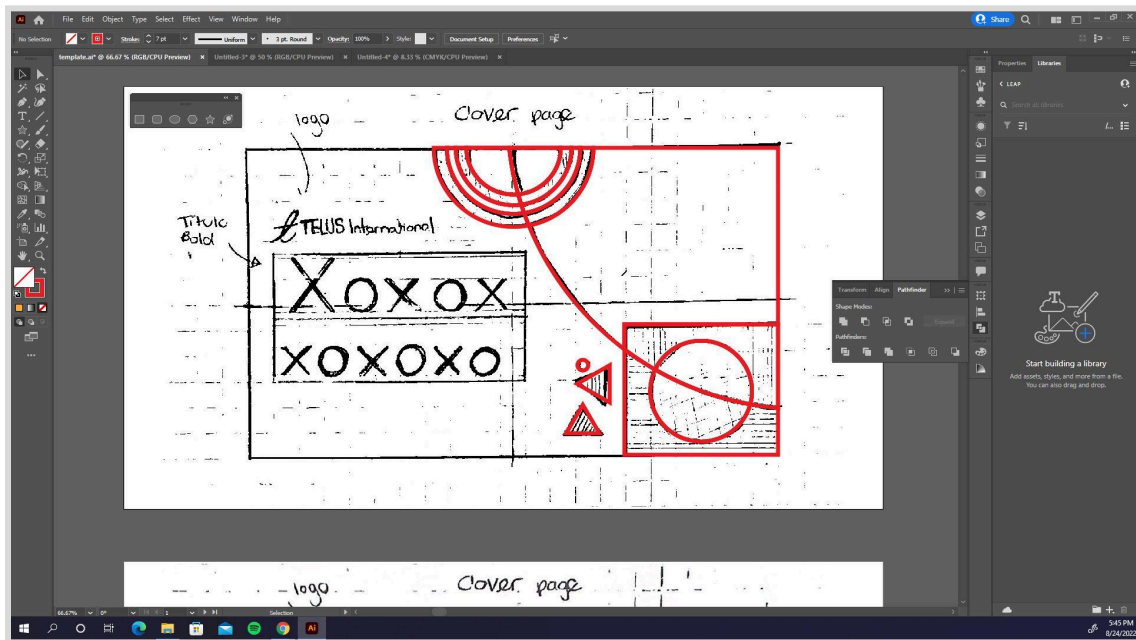


**Paso 6:** Escoger la herramienta de Pathfinder y seleccionar la opción de dividir “Divide” y luego eliminar los pedazos ubicados fuera del rectángulo..



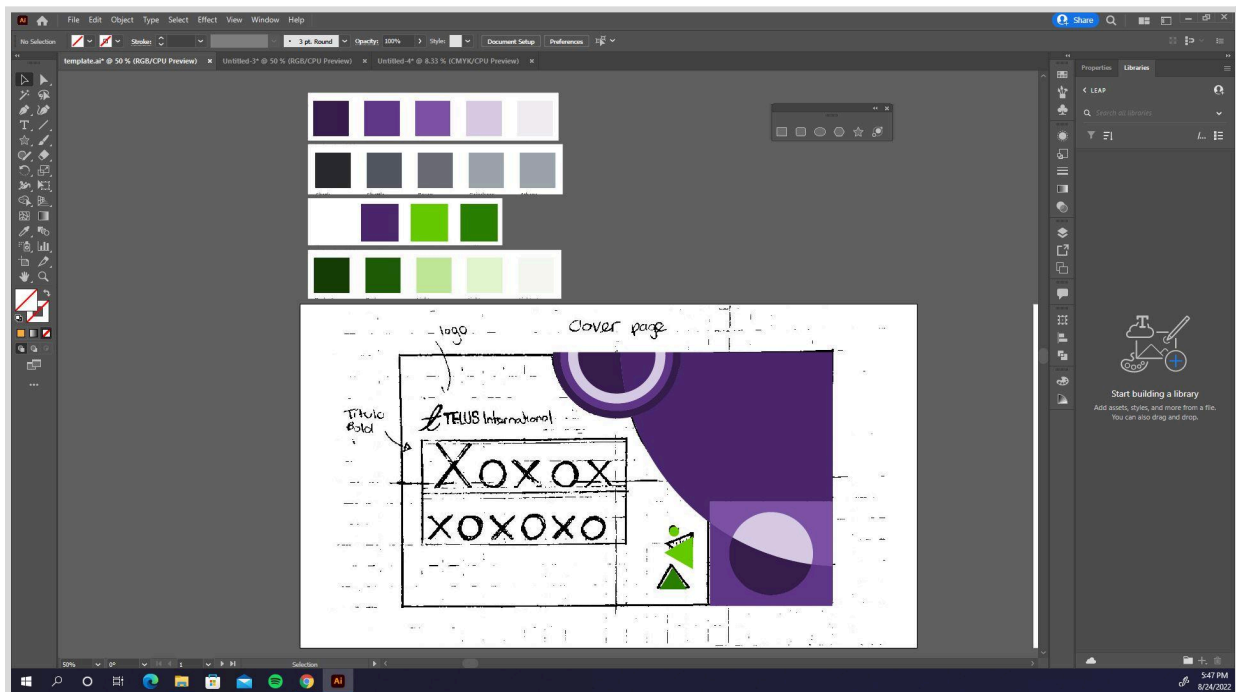
## Proceso de digitalización de los bocetos.

**Paso 7:** Se escoge un color para visualizar los contornos de las figuras y luego se comienza a aplicar color a cada elemento escogiendo los colores de la paleta de color de TELUS International.



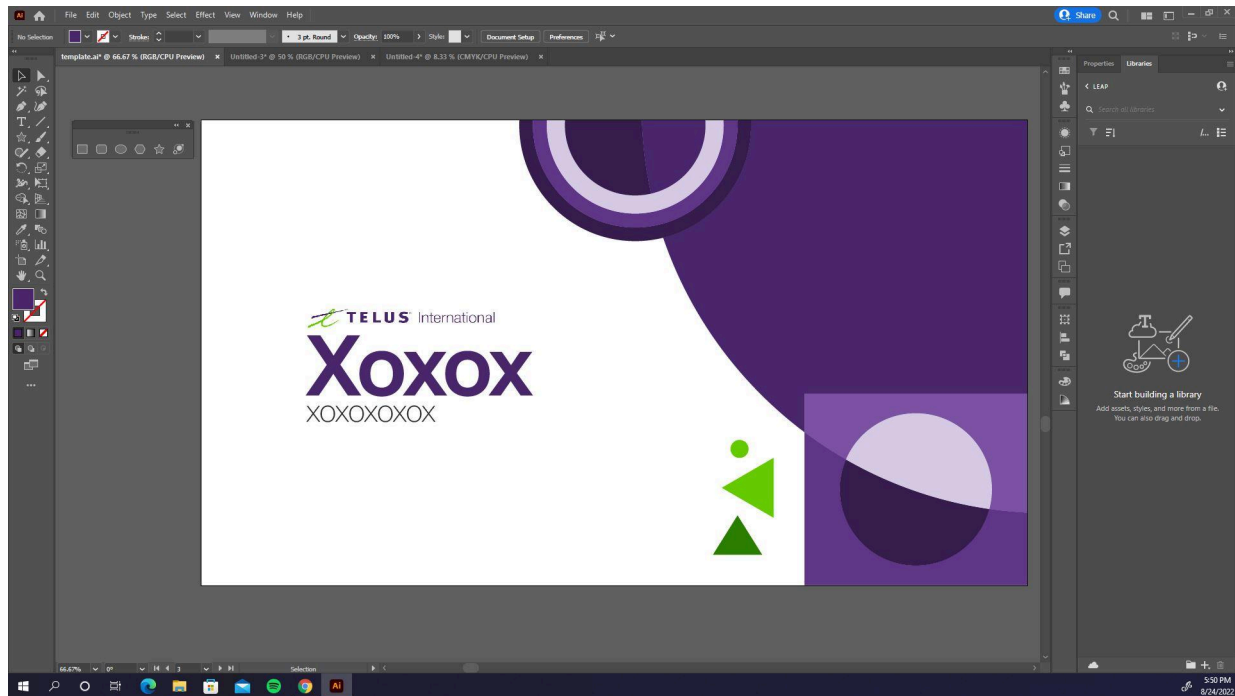
## Proceso de digitalización de los bocetos.

**Paso 8:** Aplicar color a cada figura, cada figura con un tono diferente evitando pintar dos figuras consecutivas con el mismo color. El color predominante en los diseños debe ser morado, dándole mayor importancia al morado TELUS.



## Proceso de digitalización de los bocetos.

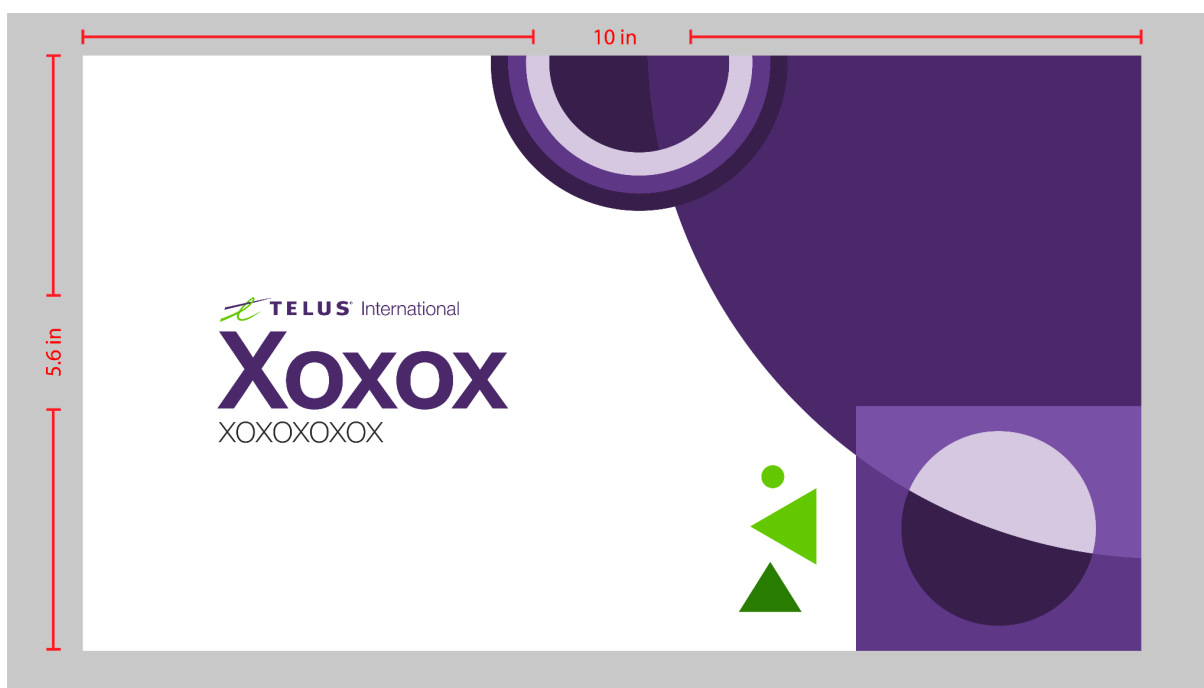
**Paso 9:** Trasladar el diseño a otra mesa de trabajo y revisar composición y elección de colores. Colocar el logotipo de la empresa y el texto falso según el boceto.





## 7.4 Propuesta preliminar

**7.4.1 Portada.** La carátula de la plantilla para el eLearning mantiene una proporción 16:9 (10 in x 5.6 in). Esta incluye el logotipo de la empresa, elementos gráficos con la paleta de colores de la marca y espacio para colocar el título y subtítulo del módulo.



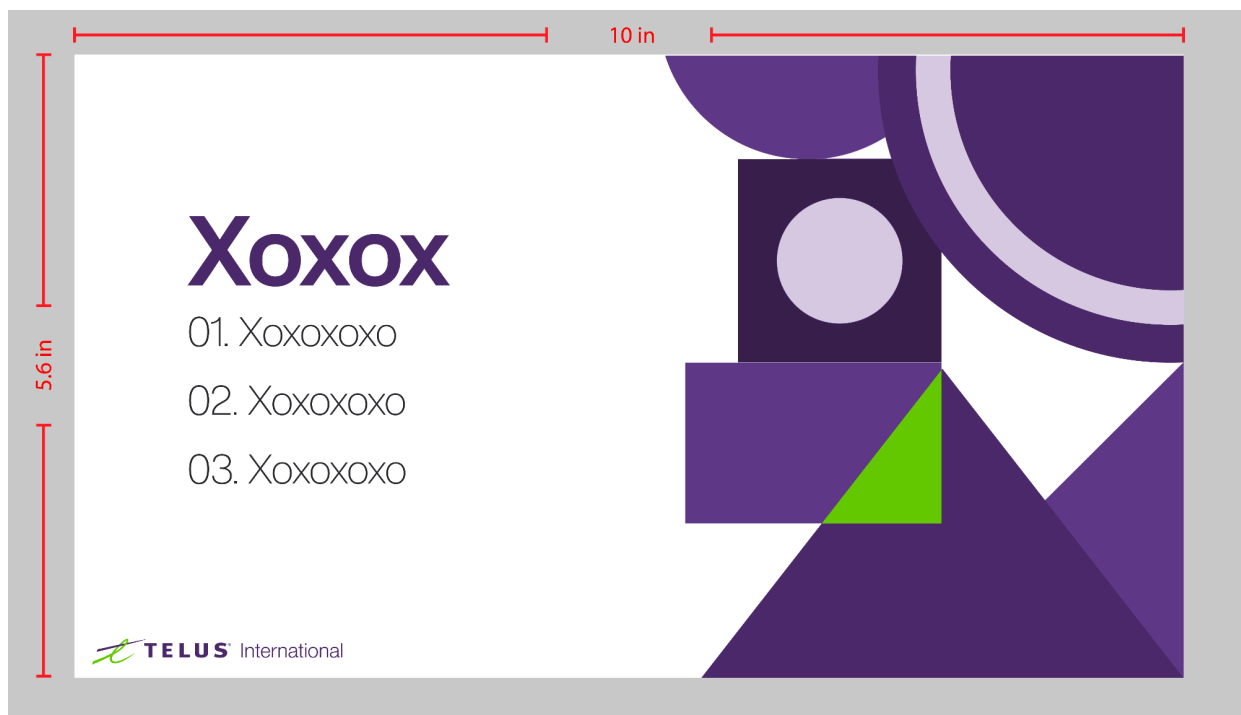
### 7.4.2 Diapositiva para frases.

La diapositiva para frases mantiene una proporción 16:9 (10 in x 5.6 in). Esta incluye el logotipo de la empresa, elementos gráficos con la paleta de colores de la marca y espacio para colocar el texto.



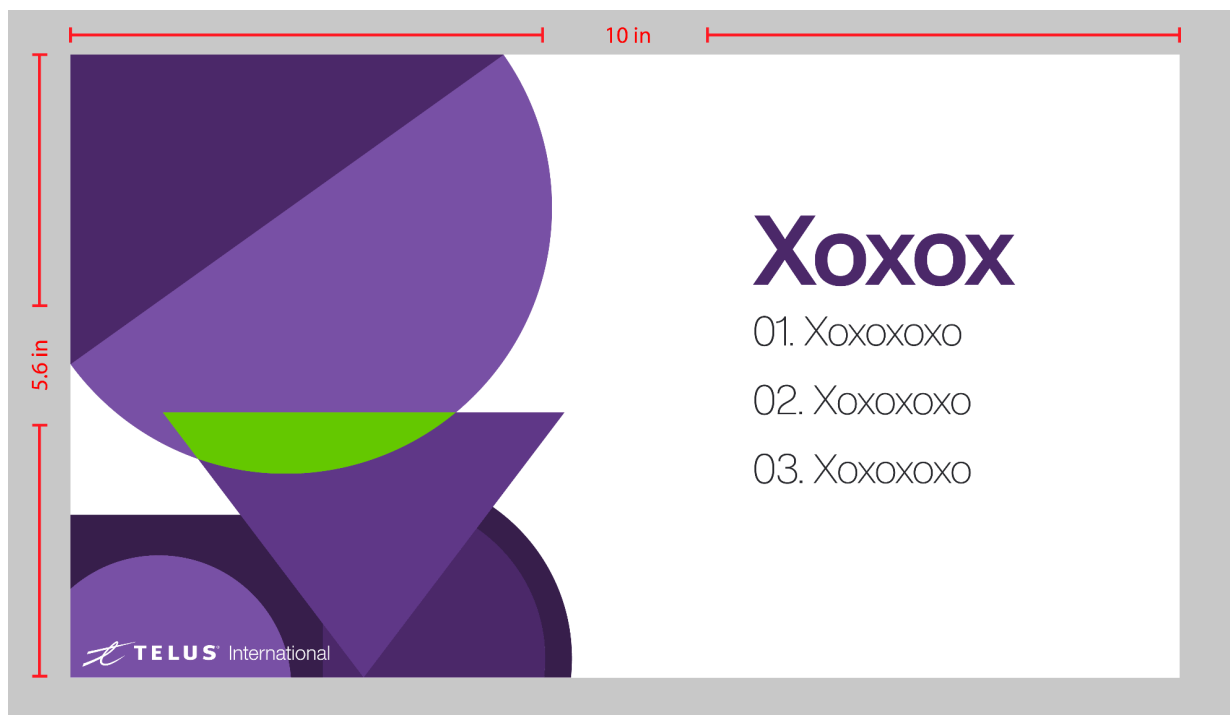
### 7.4.3 Diapositiva para objetivos/agenda

La diapositiva para objetivos o agenda mantiene una proporción 16:9 (10 in x 5.6 in). Esta incluye el logotipo de la empresa, elementos gráficos con la paleta de colores de la marca y espacio para colocar el texto.



#### 7.4.4 Diapositiva para objetivos/agenda opcion 2

La opción dos para la diapositiva de objetivos o agenda mantiene una proporción 16:9 (10 in x 5.6 in). Esta incluye el logotipo de la empresa, elementos gráficos con la paleta de colores de la marca y espacio para colocar el texto.



### 7.4.5 Diapositiva para texto a la derecha.

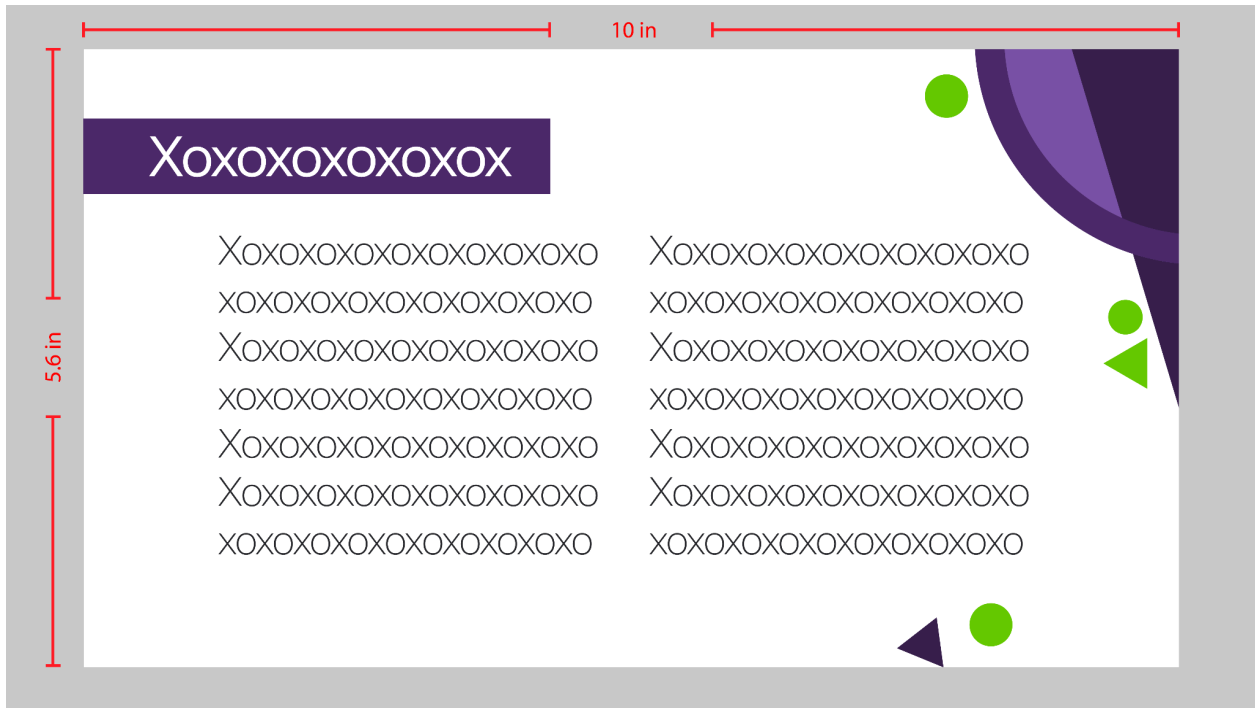
La diapositiva con texto a la derecha mantiene una proporción 16:9 (10 in x 5.6 in). Esta incluye el logotipo de la empresa, elementos gráficos con la paleta de colores de la marca y espacio para colocar el título y texto.





### 7.4.7 Diapositiva para texto en dos columnas.

La diapositiva para texto en dos columnas mantiene una proporción 16:9 (10 in x 5.6 in). Esta incluye elementos gráficos con la paleta de colores de la marca y espacio para colocar el título de la diapositiva y texto en dos columnas.



#### 7.4.8 Diapositiva en blanco.

La diapositiva en blanco mantiene una proporción 16:9 (10 in x 5.6 in). Esta incluye el logotipo de la empresa, elementos gráficos con la paleta de colores de la marca y espacio para colocar cualquier tipo de contenido dependiendo de la necesidad..





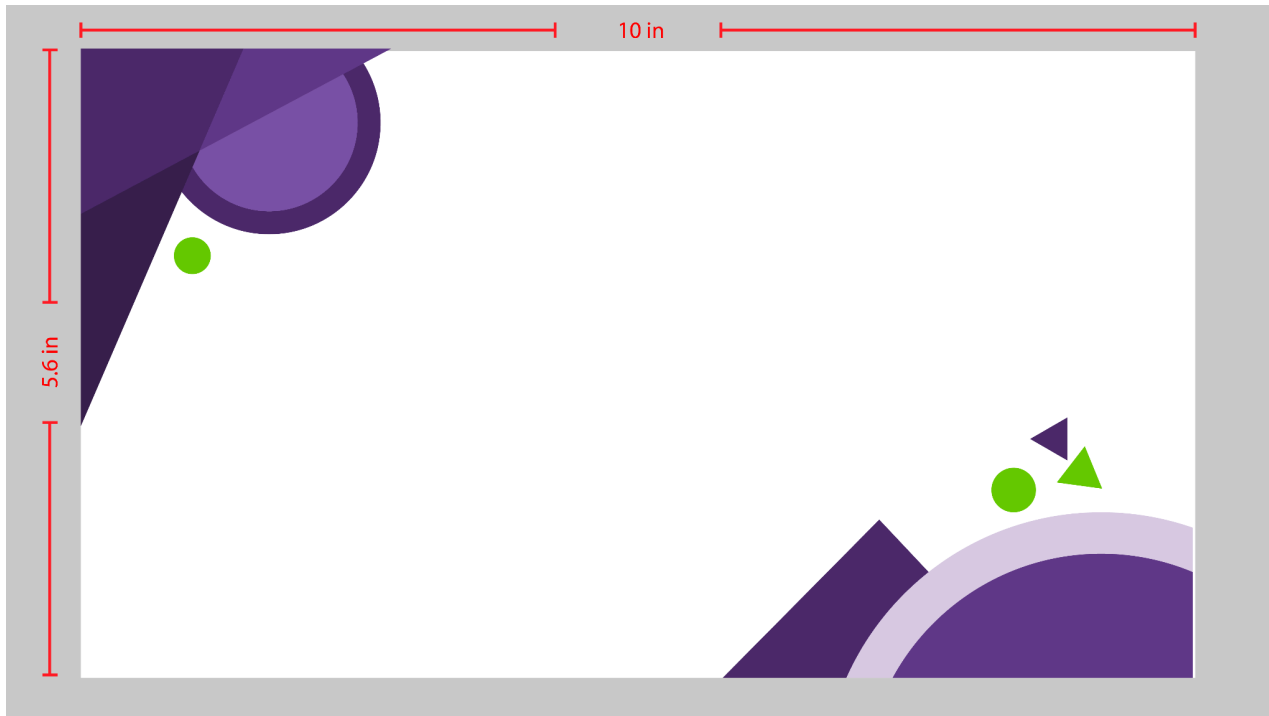
### 7.4.9 Diapositiva para videos sobre mockup.

La diapositiva para videos mantiene una proporción 16:9 (10 in x 5.6 in). Esta incluye elementos gráficos con la paleta de colores de la marca y espacio para colocar videos, el cual se encuentra montado sobre un mockup tipo smartphone.



#### 7.4.10 Diapositiva para imágenes (full).

La diapositiva para imágenes en full mantiene una proporción 16:9 (10 in x 5.6 in). Esta incluye elementos gráficos con la paleta de colores de la marca y espacio para colocar una imagen que ocupe toda la diapositiva.



**CAPÍTULO VIII**  
**VALIDACIÓN TÉCNICA**

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

Al finalizar la propuesta preliminar del diseño de plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings dirigido a colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de forma virtual a través de Google Forms para clientes y grupo objetivo, e impresas para expertos.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco expertos en el área de comunicación y diseño, siendo un total de 20 personas.

## 8.1 Población y muestreo.

Las encuestas se realizaron a una muestra de 20 personas divididas en tres grupos:

Cliente: Profesionales de la empresa TELUS International del departamento GLSS (Global Learning Shared Services) (*Ver anexo VI*).

- Walter Barrera - Supervisor de aprendizaje y desarrollo
- Luis García - Supervisor de aprendizaje y desarrollo
- José Villagrán - Analista de calidad
- Marcela Pineda - Gerente de departamento

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño (*Ver anexo VII*).

- Lic. Carlos Jiménez - Diseñador gráfico
- Licda. Carmen Andrea Aguilar - Licenciada en comunicación y diseño
- Licda. Karla López - Licenciada en comunicación y diseño

Descripción del grupo objetivo:

Hombres y mujeres jóvenes entre los 20 y 40 años, con un nivel socioeconómico C1, C2, y C3 con independencia económica de Ciudad de Guatemala y que laboran en la empresa TELUS International dentro del departamento interno Global Learning Shared Services.

El grupo objetivo tiene conocimiento del proceso para el diseño de eLearnings y plantillas siguiendo los lineamientos establecidos en el manual de marca de TELUS International para la elaboración de material para la empresa. Son personas con conocimientos sobre diseño gráfico tales como conceptos, leyes, tendencias, entre otros.

## **8.2 Método e instrumentos**

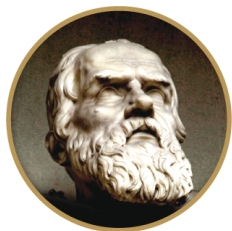
### **8.2.1 Encuesta.**

La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert y opción múltiple. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios.

Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

### 8.2.1.1 Modelo de la encuesta.



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación  
-FACOM-  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de graduación

|          |                          |                |                          |           |                      |
|----------|--------------------------|----------------|--------------------------|-----------|----------------------|
| Género F | <input type="checkbox"/> | Experto        | <input type="checkbox"/> | Nombre    | <input type="text"/> |
| M        | <input type="checkbox"/> | Cliente        | <input type="checkbox"/> | Profesión | <input type="text"/> |
| Edad     | <input type="text"/>     | Grupo Objetivo | <input type="checkbox"/> | Puesto    | <input type="text"/> |

#### Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings dirigidos a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International.

#### Antecedentes:

Como resultado del establecimiento de los objetivos (PPOs) para el 2022 se identificó que la empresa podría beneficiarse a sí misma y apoyar a sus colaboradores por medio de un programa para el desarrollo de habilidades profesionales específicas para algunos departamentos seleccionados. Se estableció que para poder desarrollar los eLearnings se necesitaba crear una plantilla digital que siguiera las reglas de branding de Telus International.

#### Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta de plantilla digital y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesario diseñar una plantilla digital en Google Slides para la creación de E-learning de desarrollo profesional dirigido a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

2. ¿Considera necesario investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de una plantilla digital a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del diseño de una plantilla para E-Learnings que será visitada por el grupo objetivo?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

3. ¿Considera adecuado recopilar información de la empresa TELUS International, a través de los datos que proporcione el cliente por medio del Brief??

SI \_\_\_ NO \_\_\_

4. ¿Considera adecuada la implementación de la paleta de colores determinada en el manual de marca para el diseño de una plantilla para usos internos?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

5. ¿Considera importante el seguimiento de los lineamientos establecidos en el manual de marca para el diseño de la plantilla para E-Learnings?

SI \_\_\_ NO \_\_\_



Parte Semiológica:

6. De acuerdo con su criterio, considera que los colores utilizados son:

Muy corporativos \_\_\_ Poco corporativos \_\_\_ Nada corporativos \_\_\_

7. ¿Considera usted que el uso de los colores y de figuras geométricas evocan dinamismo, simplicidad y es amigable?

Estoy de acuerdo \_\_\_ Poco de acuerdo \_\_\_ Nada de acuerdo \_\_\_

8. ¿Considera usted que el uso y ubicación del logotipo de la empresa en las diapositivas es funcional?

Estoy de acuerdo \_\_\_ Poco de acuerdo \_\_\_ Nada de acuerdo \_\_\_

9. ¿Considera usted que la distribución entre el texto y los elementos gráficos es balanceada?

Estoy de acuerdo \_\_\_ Poco de acuerdo \_\_\_ Nada de acuerdo \_\_\_

Parte Operativa:

10. ¿Considera usted que la forma de usar los elementos gráficos logran representar las tendencias del minimalismo y geometría?

Estoy de acuerdo \_\_\_ Poco de acuerdo \_\_\_ Nada de acuerdo \_\_\_

11. ¿Considera que el espacio para colocar información en cada diapositiva es suficiente para contenido?

Suficiente espacio \_\_\_ Poco espacio \_\_\_ Nada de espacio \_\_\_

12. ¿Considera que la plantilla representa a la marca de TELUS International en relación con la paleta de colores y posicionamiento de marca?

Mucho \_\_\_ Poco \_\_\_ Nada \_\_\_

13. ¿Considera que la plantilla es fácil entender y de usar para el desarrollo de eLearnings?

Mucho \_\_\_ Poco \_\_\_ Nada \_\_\_

14. ¿Considera que las diapositivas realizadas como plantilla son suficientes para comenzar con la creación de un curso eLearning?

Mucho \_\_\_ Poco \_\_\_ Nada \_\_\_

15. Considera importantes las diapositivas establecidas para agregar contenido audiovisual (Ej. Diapositiva para videos y diapositiva para imágenes)?

Mucho \_\_\_ Poco \_\_\_ Nada \_\_\_

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

---

---

*Ver modelo de encuesta en anexo V.*

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

#### Información.

En esta sección de la encuesta se solicitó información básica de los encuestados, de los cuales se escogieron a 5 personas como parte del cliente (TELUS International), 3 licenciados/as de la facultad de Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo como expertos y 12 personas del grupo objetivo siendo estos miembros del equipo de trabajo de Global Learning Shared Services.

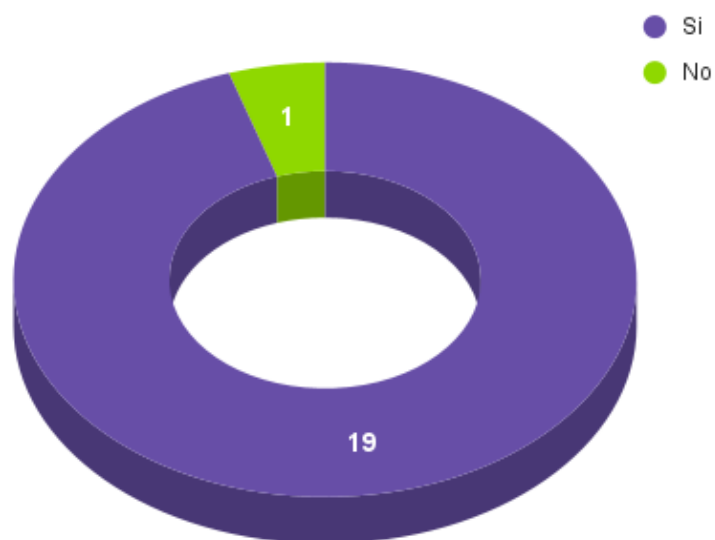
Las siguientes preguntas son parte de la primer parte de la encuesta:

1. Género
  - a. Masculino
  - b. Femenino
  - c. Prefiero no decir
2. Nombre
3. Profesión
4. Puesto
5. Años de experiencia en el mercado
6. Perfil
  - a. Profesional
  - b. Grupo objetivo
  - c. Cliente

### Parte objetiva.

**Pregunta #1.** ¿Considera necesario diseñar una plantilla digital en Google Slides para la creación de E-learning de desarrollo profesional dirigido a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International?

| Si                | No             |
|-------------------|----------------|
| 95% (19 personas) | 5% (1 persona) |

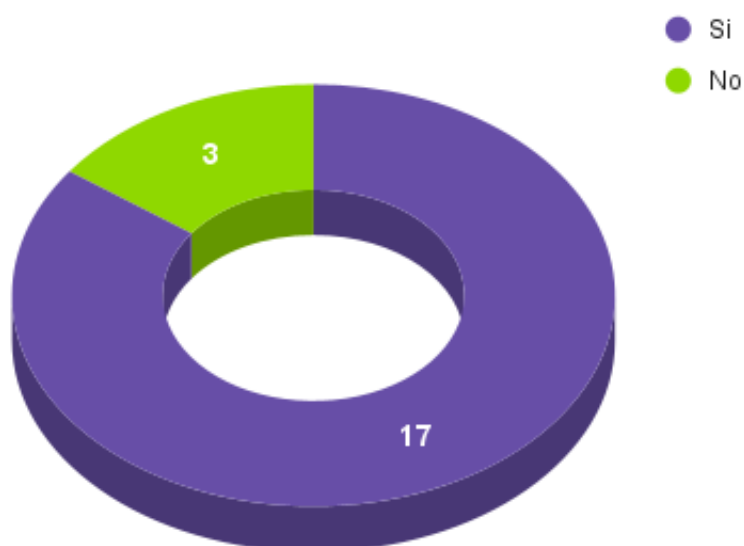


*Figura 1. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 1*

**Interpretación:** El 95% de los encuestados, que equivale a 19 personas, considera que es necesario diseñar una plantilla digital en Google Slides para la creación de E-learning de desarrollo profesional dirigido a los colaboradores de la compañía TELUS International, mientras que el 5% que equivale a 1 personas no lo considera necesario. Por lo consiguiente esto demuestra que el objetivo general del proyecto sí se cumple.

**Pregunta #2.** ¿Considera necesario investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de una plantilla digital a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de una plantilla para E-Learnings que será visitada por el grupo objetivo?

| Si                | No              |
|-------------------|-----------------|
| 85% (17 personas) | 15% (3 persona) |

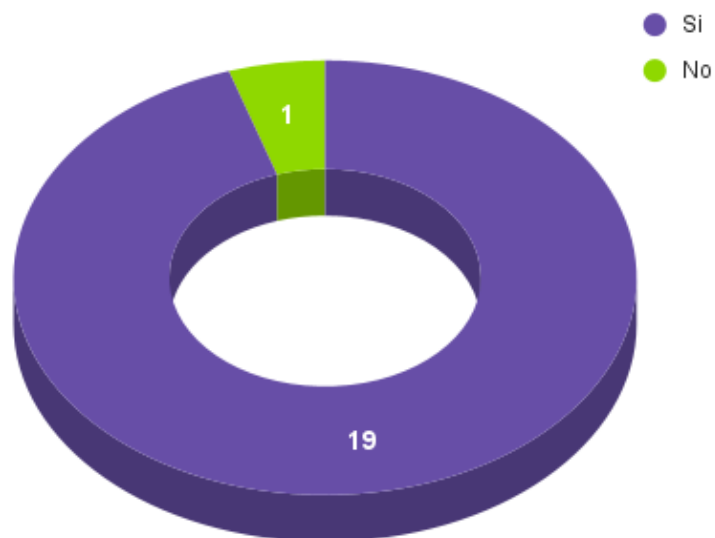


*Figura 2. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 2*

**Interpretación:** De las veinte personas encuestadas, 17 que equivale al 85% considera necesario investigar términos, conceptos, teorías y tendencias del diseño relacionados con el diseño de una plantilla mientras que 3 personas, equivalente al 15% no lo considera necesario. Por consiguiente, esto demuestra que el primer objetivo específico si se cumple.

**Pregunta #3.** ¿Considera adecuado recopilar información de la empresa TELUS International, a través de los datos que proporcione el cliente por medio del Brief?

| Si                | No             |
|-------------------|----------------|
| 95% (19 personas) | 5% (1 persona) |

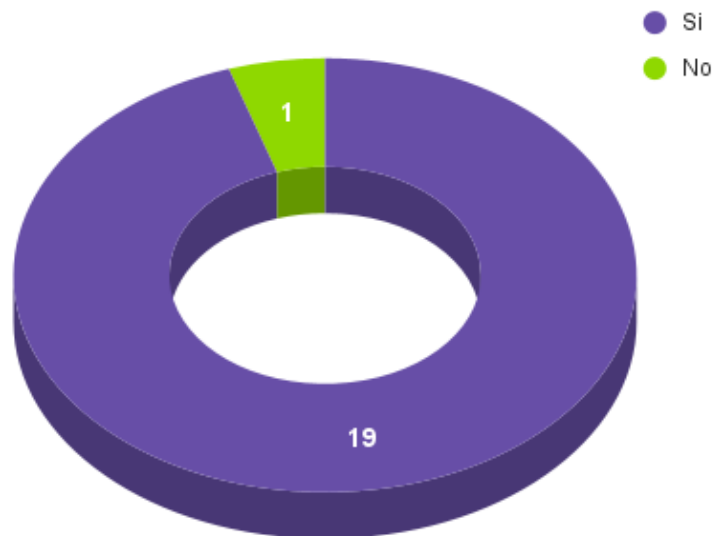


*Figura 3. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 3*

**Interpretación:** El 95% de los encuestados, que equivale a 19 personas, considera una buena práctica recopilar información de la empresa TELUS International a través de datos proporcionados en el Brief, mientras que el 1% no lo considera necesario. Por consiguiente esto demuestra que el segundo objetivo específico si se cumple.

**Pregunta #4.** ¿Considera adecuada la implementación de la paleta de colores determinada en el manual de marca para el diseño de una plantilla para usos internos?

| Si                | No             |
|-------------------|----------------|
| 95% (19 personas) | 5% (1 persona) |



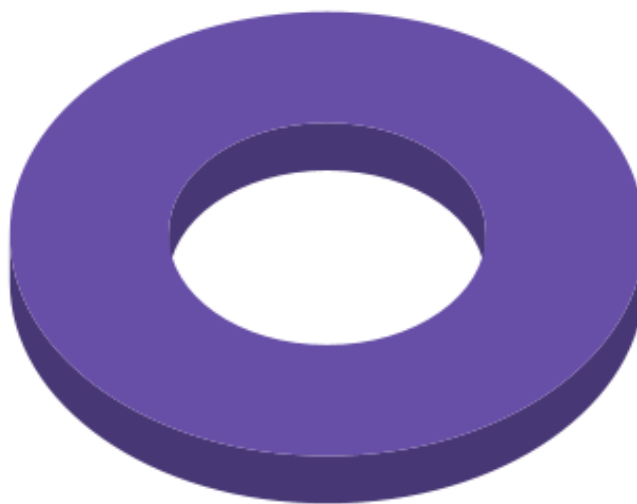
*Figura 4. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 4*

**Interpretación:** El 95% de los encuestados, que equivale a 19 personas, considera adecuado implementar la paleta de colores determinada en el manual de marca para el diseño de una plantilla para usos internos de la empresa, mientras que el 1% no lo considera necesario. Por consiguiente esto demuestra que es necesario utilizar los colores corporativos para el diseño de la plantilla.

**Pregunta #5.** ¿Considera importante el seguimiento de los lineamientos establecidos en el manual de marca para el diseño de la plantilla para E-Learnings?

| Si                | No |
|-------------------|----|
| 95% (20 personas) | -  |

● Si



*Figura 5. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 5*

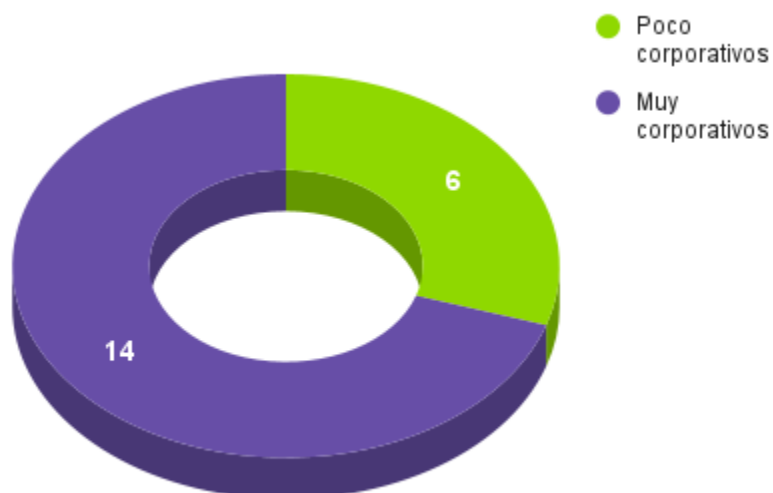
**Interpretación:** El cien por ciento de los encuestados considera importante el seguimiento de los lineamientos establecidos en el manual de marca para el diseño de la plantilla para E-Learnings. Por consiguiente, esto demuestra que es necesario seguir los lineamientos del manual de marca.



### Parte semiológica.

**Pregunta #6.** De acuerdo con su criterio, considera que los colores utilizados son:

| Muy corporativos  | Poco corporativos | Nada corporativos |
|-------------------|-------------------|-------------------|
| 70% (14 personas) | 30% (6 personas)  | -                 |

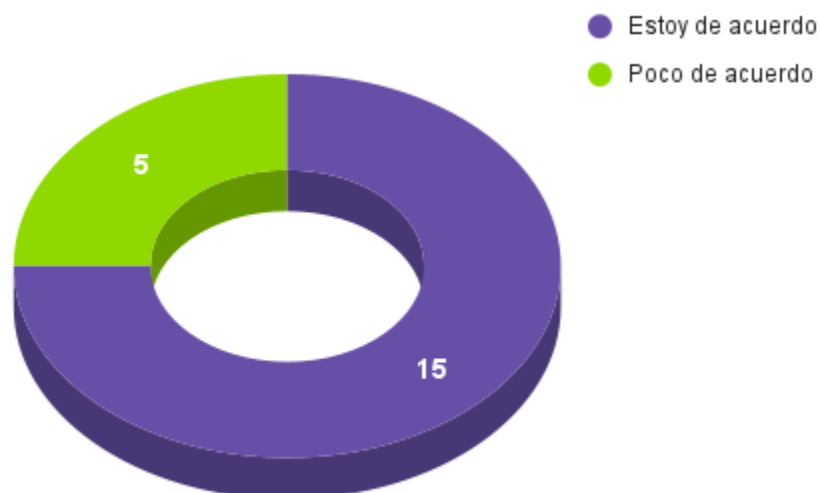


*Figura 6. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 6*

**Interpretación:** El 70% de los encuestados, siendo estas 14 personas, considera que los colores utilizados en la plantilla son muy corporativos, mientras que el 30% de los encuestados considera que son poco corporativos. Por consiguiente esto demuestra que están de acuerdo con que la paleta utilizada es muy corporativa.

**Pregunta #7.** ¿Considera usted que el uso de los colores y de figuras geométricas evocan dinamismo, simplicidad y es amigable?

| Estoy de acuerdo  | Poco de acuerdo  | Nada de acuerdo |
|-------------------|------------------|-----------------|
| 75% (15 personas) | 25% (5 personas) | -               |

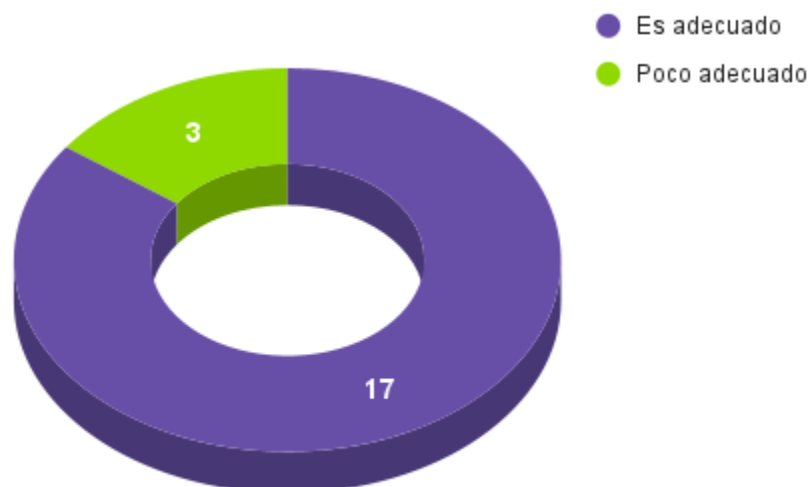


*Figura 7. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 7*

**Interpretación:** El 75% de los encuestados, siendo estas 15 personas, considera que el uso de los colores y de figuras geométricas evocan dinamismo, simplicidad y que es amigable, mientras que el 25% de los encuestados están poco de acuerdo con su uso. Por consiguiente, esto demuestra que están de acuerdo con el uso de colores y figuras geométricas escogidas para la propuesta.

**Pregunta #8.** ¿Considera usted que el uso y ubicación del logotipo de la empresa en las diapositivas es funcional?

| Estoy de acuerdo  | Poco de acuerdo  | Nada de acuerdo |
|-------------------|------------------|-----------------|
| 85% (17 personas) | 15% (3 personas) | -               |

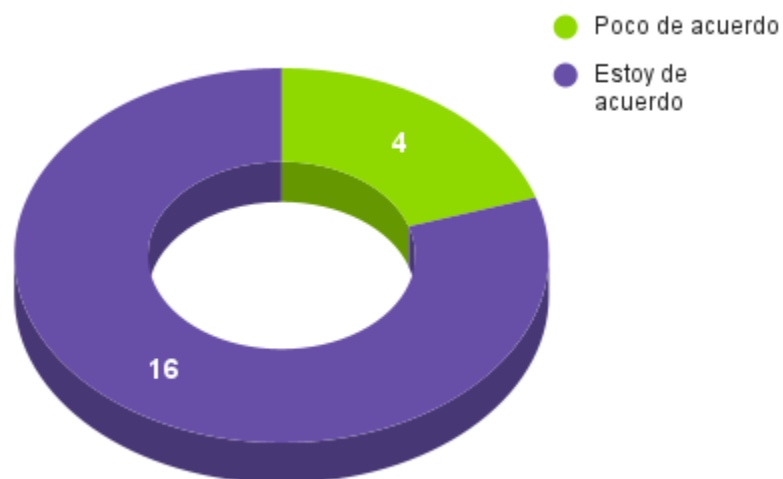


*Figura 8. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 8*

**Interpretación:** Diecisiete personas encuestadas, que equivale al 85% de los encuestados, considera que el uso y ubicación del logotipo de la empresa en las diapositivas es funcional, mientras que tres personas que equivale al 15% considera que es poco adecuado. Por consiguiente, esto demuestra que está de acuerdo con la ubicación y uso del logotipo en la plantilla.

**Pregunta#9.** ¿Considera usted que la distribución entre el texto y los elementos gráficos es balanceada?

| Estoy de acuerdo  | Poco de acuerdo  | Nada de acuerdo |
|-------------------|------------------|-----------------|
| 80% (16 personas) | 20% (4 personas) | -               |



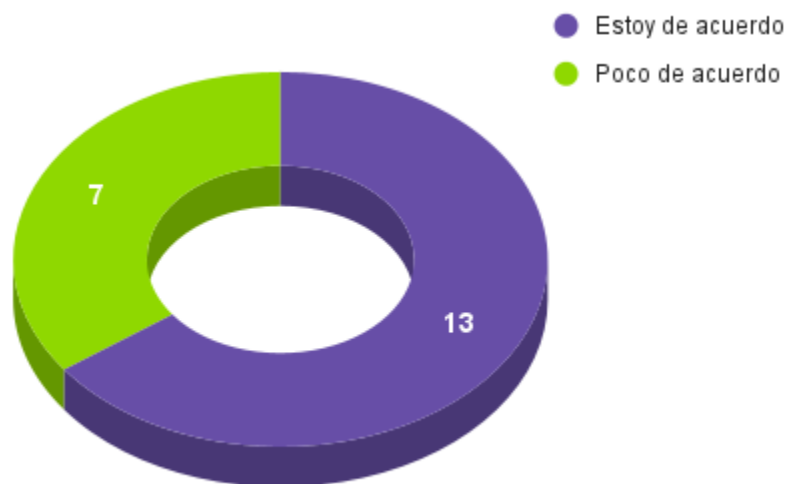
*Figura 9. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 9*

**Interpretación:** El 80% de los encuestados, que equivale a 16 personas, considera que la distribución entre el texto y los elementos gráficos es balanceada, mientras que el 20% (4 personas) están poco de acuerdo con la distribución y elementos gráficos. Por consiguiente, esto demuestra que están de acuerdo con el uso y distribución de los elementos gráficos y el texto en la plantilla.

### Parte operativa.

**Pregunta #10.** ¿Considera usted que la forma de usar los elementos gráficos logran representar las tendencias del minimalismo y geometría?

| Estoy de acuerdo  | Poco de acuerdo  | Nada de acuerdo |
|-------------------|------------------|-----------------|
| 65% (13 personas) | 35% (7 personas) | -               |

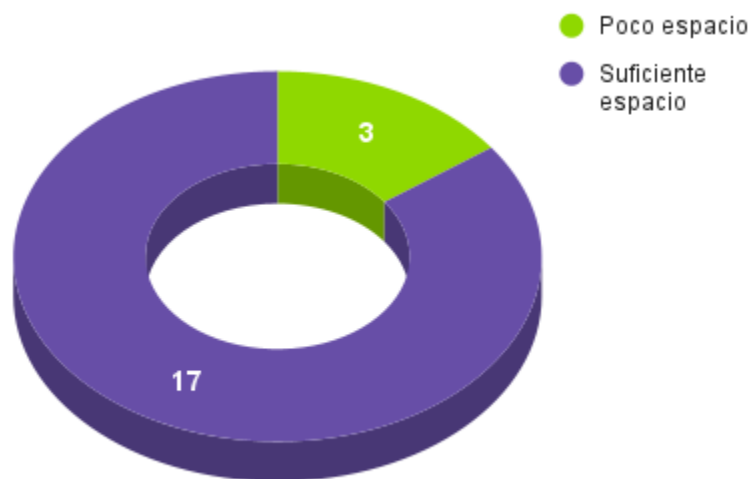


*Figura 10. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 10*

**Interpretación:** El 65% de los encuestados, que equivale a 13 personas está de acuerdo con que la forma de usar los elementos gráficos representan las tendencias del minimalismo y geometría, mientras que el 35% que equivale a 7 personas, está poco de acuerdo. Por consiguiente, esto demuestra que están de acuerdo con el uso de los elementos para representar las tendencias del minimalismo y la geometría en la plantilla.

**Pregunta #11.** ¿Considera que el espacio para colocar información en cada diapositiva es suficiente para contenido?

| Suficiente espacio | Poco espacio     | Nada de espacio |
|--------------------|------------------|-----------------|
| 85% (17 personas)  | 15% (3 personas) | -               |

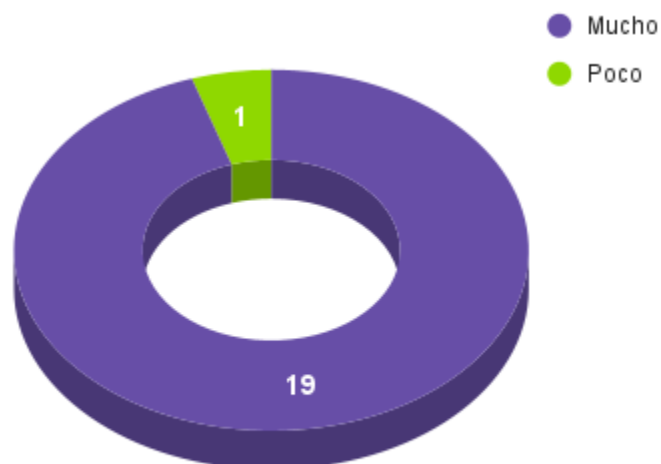


*Figura 11. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 11*

**Interpretación:** El 85% de los encuestados considera que el espacio para colocar la información en cada diapositiva es suficiente para contenido, mientras que el 15%, que equivale a 3 personas, considera que es poco espacio. Por consiguiente, considera que en las diapositivas hay espacio suficiente para contenido.

**Pregunta #12.** ¿Considera que la plantilla representa a la marca de TELUS International en relación con la paleta de colores y posicionamiento de marca?

| Mucho             | Poco           | Nada |
|-------------------|----------------|------|
| 95% (19 personas) | 5% (1 persona) | -    |

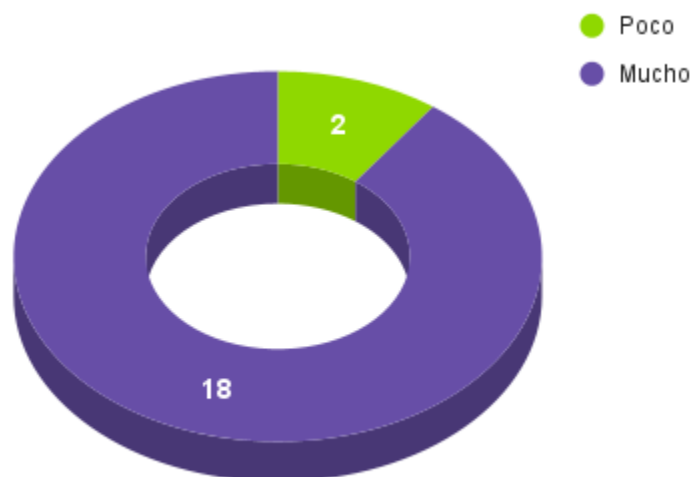


*Figura 12. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 12*

**Interpretación:** El 95% de los encuestados, que equivale a 19 personas, considera que la plantilla representa la marca de TELUS International en relación con la paleta de colores y posicionamiento de marca, mientras que una persona, el 5%, considera que lo representa poco. Por consiguiente, esto confirma que la plantilla representa a la marca de TELUS International.

**Pregunta #13.** ¿Considera que la plantilla es fácil entender y de usar para el desarrollo de eLearnings?

| Mucho             | Poco             | Nada |
|-------------------|------------------|------|
| 90% (18 personas) | 10% (2 personas) | -    |



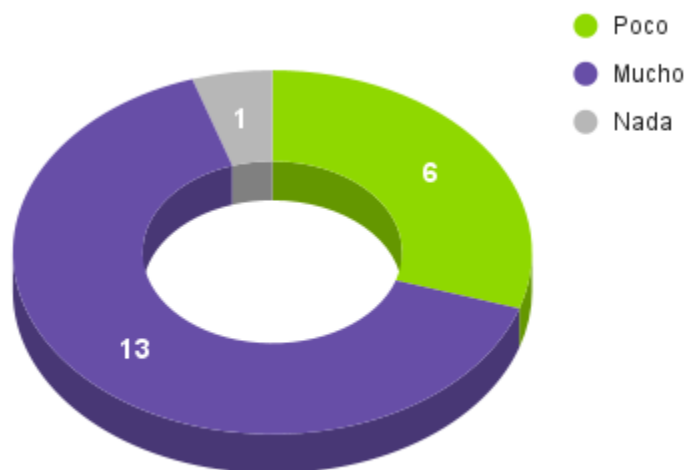
*Figura 13. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 13*

**Interpretación:** El 90% de los encuestados, que equivale a 18 personas, considera que la plantilla es fácil de entender y de usar para el desarrollo de E-Learnings, mientras que el 10%, que equivale a 2 personas, considera que es poco fácil de entender y usar. Por consiguiente, esto confirma que la plantilla es fácil de usar para la creación de E-Learnings.



**Pregunta #14.** ¿Considera que las diapositivas realizadas como plantilla son suficientes para comenzar con la creación de un curso eLearning?

| Mucho             | Poco             | Nada           |
|-------------------|------------------|----------------|
| 65% (13 personas) | 30% (6 personas) | 5% (1 persona) |

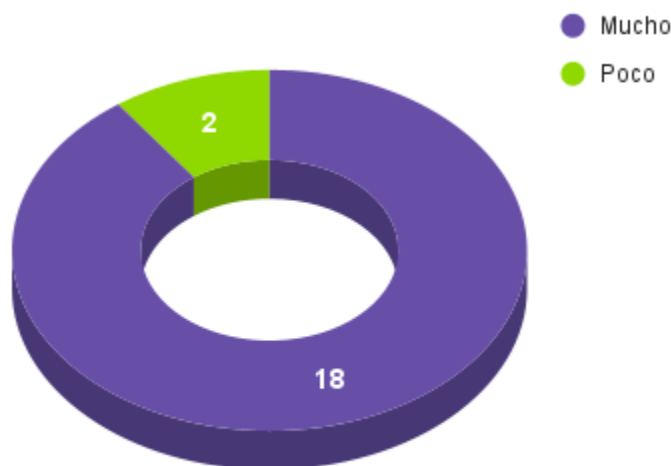


*Figura 14. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 14*

**Interpretación:** El 65% de los encuestados, que equivale a 13 personas, considera que las diapositivas realizadas como plantilla son suficientes para comenzar con la creación de un curso E-Learning, mientras que el 30% (6 personas) considera poco que son suficientes diapositivas y el 5% (1 persona) considera que para nada es suficiente para comenzar la creación de un E-Learning. Por consiguiente, esto considera que podrían comenzar a diseñar un E-Learning con las diapositivas de la plantilla.

**Pregunta #15.** ¿Considera importantes las diapositivas establecidas para agregar contenido audiovisual (Ej. Diapositiva para videos y diapositiva para imágenes)?

| Mucho             | Poco             | Nada |
|-------------------|------------------|------|
| 90% (18 personas) | 10% (2 personas) | -    |



*Figura 15. Gráfico de pie que representa los resultados de la pregunta 15*

**Interpretación:** El 90% de las personas encuestadas, que equivale a 18 personas, considera muy importantes las diapositivas establecidas para agregar contenido audiovisual (diapositivas para videos y para imágenes), mientras que el 10% (2 personas) lo consideran poco importante. Por consiguiente, esto demuestra que las diapositivas establecidas para audiovisuales son importantes.

### **8.3.2 Sugerencias y/o recomendaciones.**

- “Consideró de suma importancia tener una plantilla de eLearning con los elementos previamente mencionados, ya que se consigue ahorrar tiempo en el trabajo de desarrollo que se puede utilizar para innovación con los clientes.”
- “El material que Valeria Loarca diseño y desarrollo cumple con los lineamientos gráficos básicos de TELUS International y ejemplifica la flexibilidad y modernidad de nuestra marca (Branding). El balance, espacio, separación y combinación de colores es la adecuada para el tipo de contenido que se desarrolla dentro de nuestro departamento, tomando en cuenta la adaptabilidad de un contenido para presentaciones como para eLearning.”
- “Los diseños geométricos podrían ser simplificados un poco para alcanzar la imagen limpia/minimalista de la marca TI, y aun mantener el efecto deseado de dinamismo. Esto también ayudaría a mejorar el espacio destinado para contenido.”
- “Los elementos gráficos utilizados y la combinación de colores son muy atractivos visualmente y hace que el contenido sea más amigable.”

### **8.4 Cambios en base a los resultados**

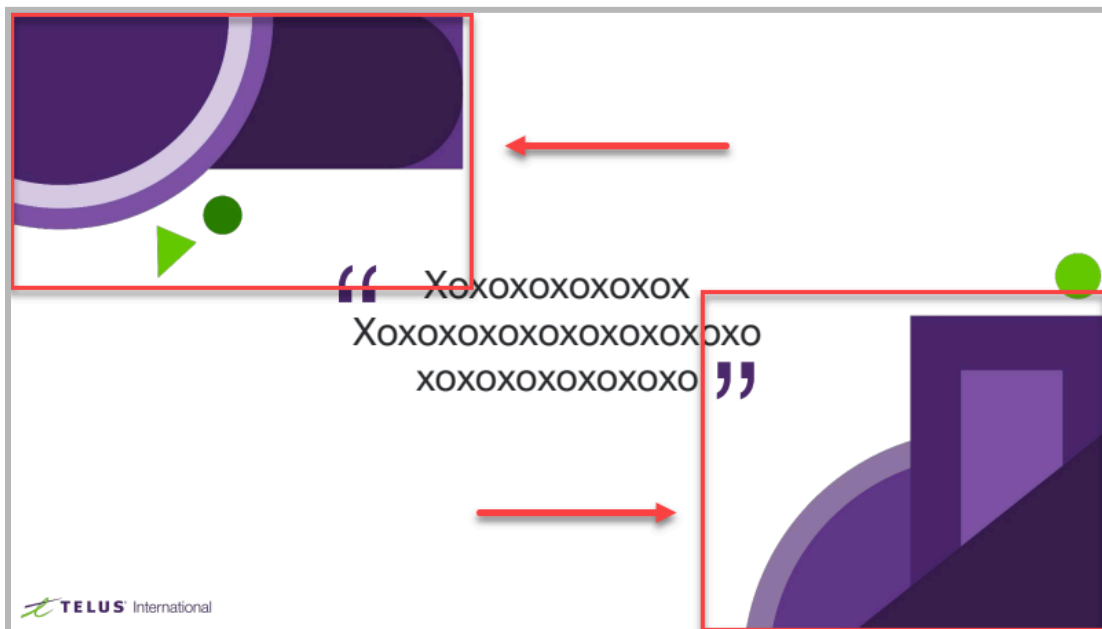
Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- No es necesario pero se sugiere en la parte semiológica simplificar algunas figuras geométricas para evidenciar más el minimalismo en ciertas diapositivas.

### 8.4.1 Cambio #1.

En la diapositiva para frases las figuras geométricas eran muy grandes y compiten con el texto, por lo que se redujo el tamaño de las figuras para darle espacio al texto.

#### Antes



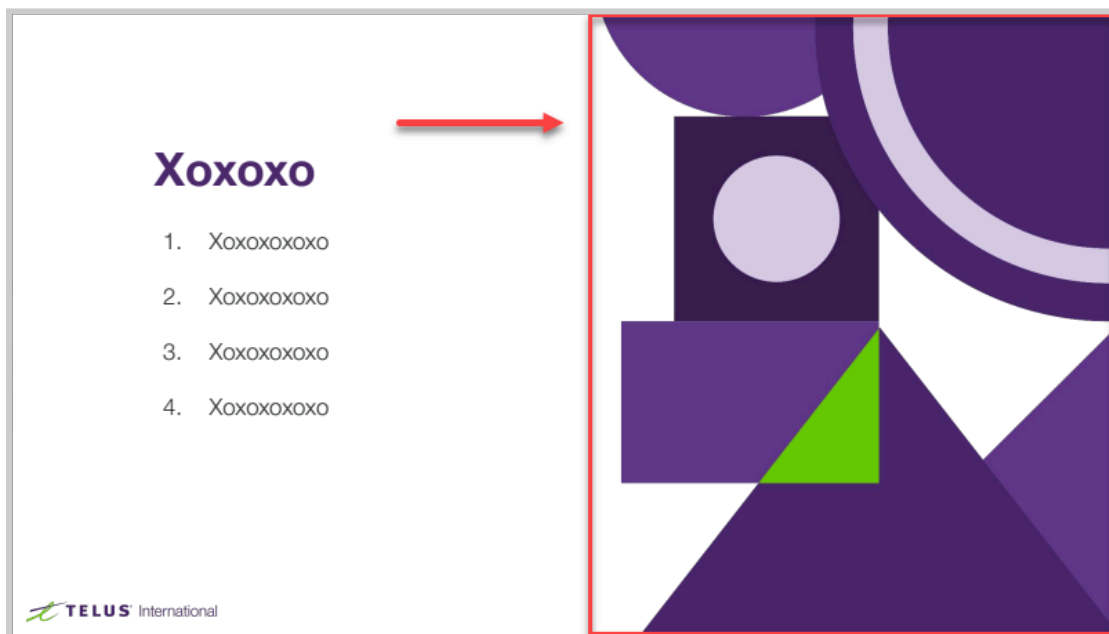
#### Después



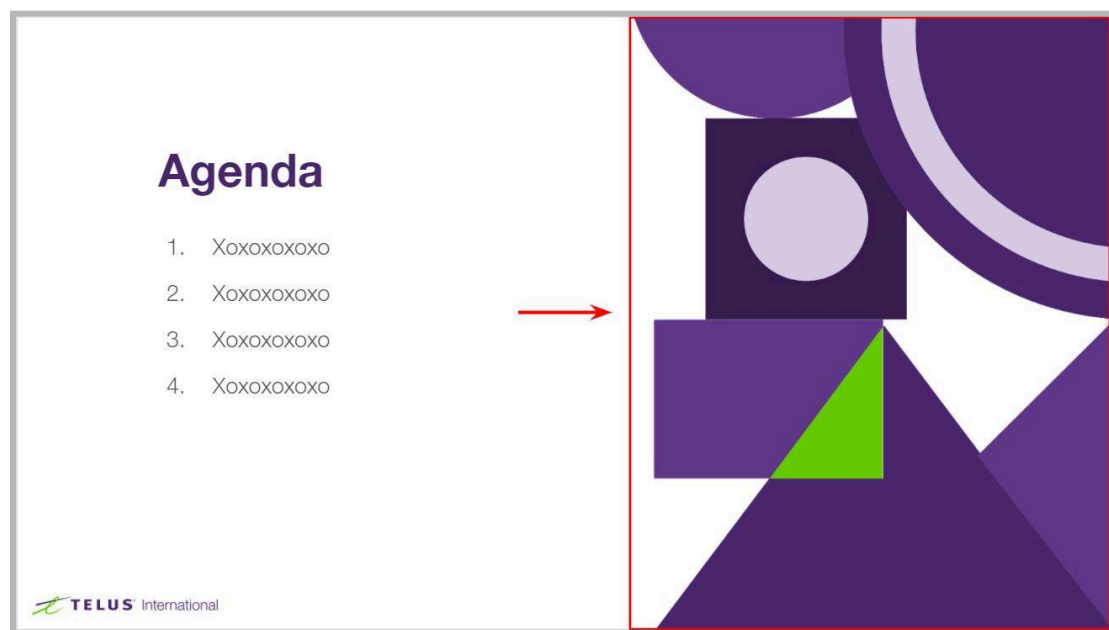
### 8.4.2 Cambio #2.

En la diapositiva para agenda u objetivos las figuras estaban muy a la izquierda y competían mucho con el texto, por lo que se redujo un poco el tamaño y se movieron un poco más a la derecha..

**Antes**



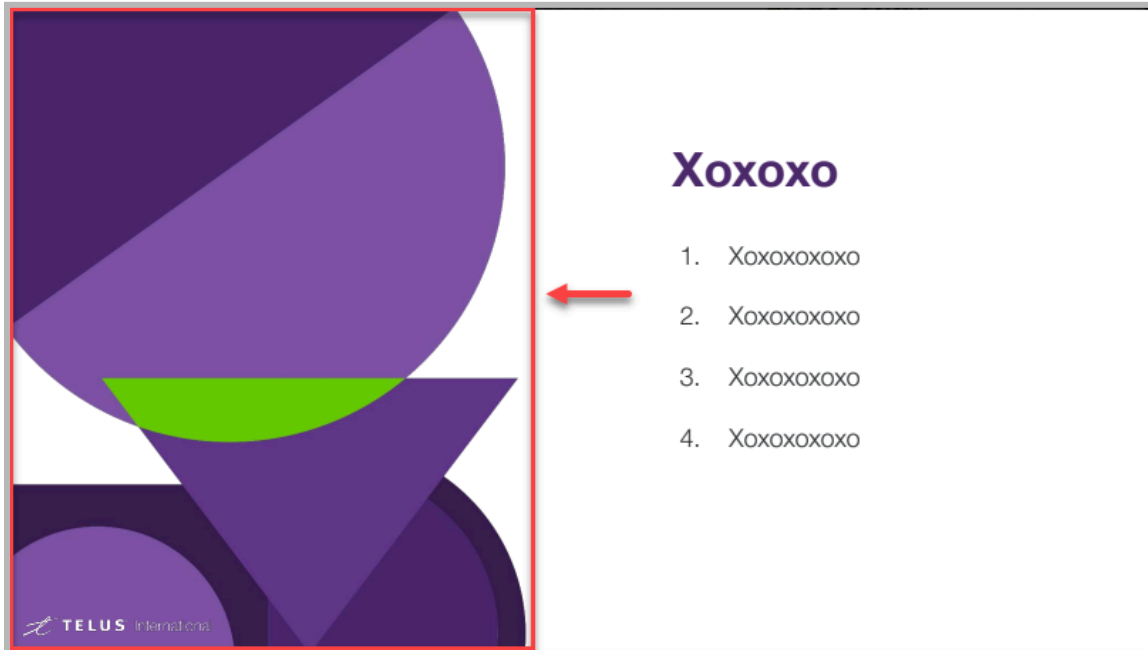
**Después**



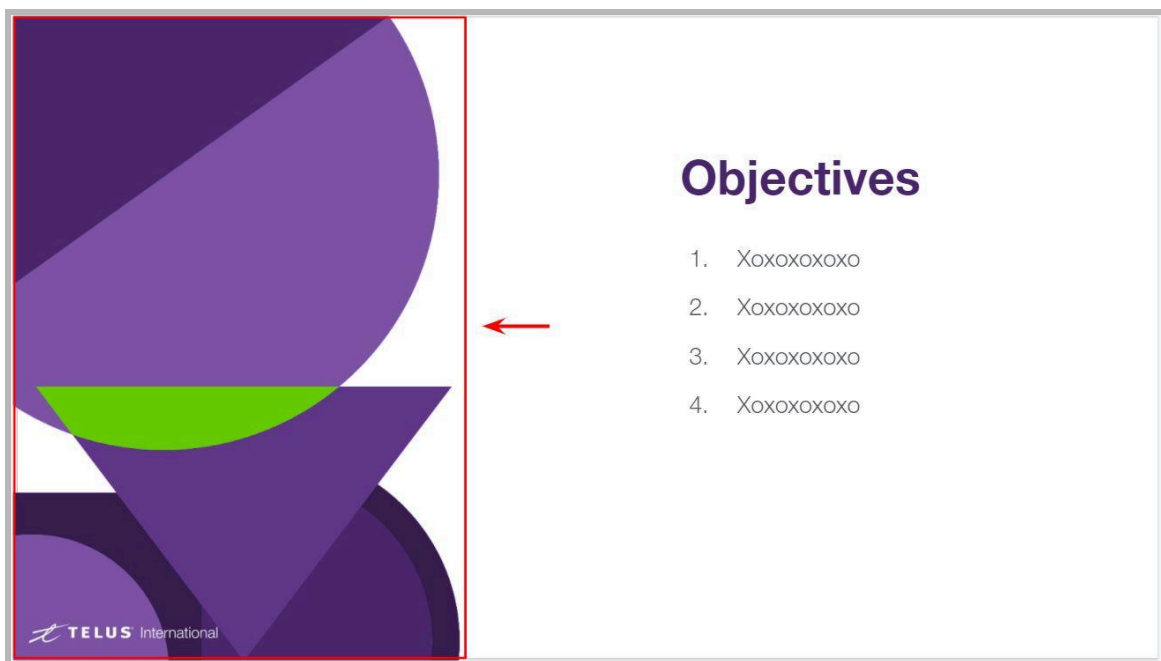
### 8.4.2 Cambio #3.

En la segunda diapositiva para agenda u objetivos las figuras estaban muy grandes también, por lo que se redujo el tamaño de las figuras para darle espacio al texto.

#### Antes



#### Después



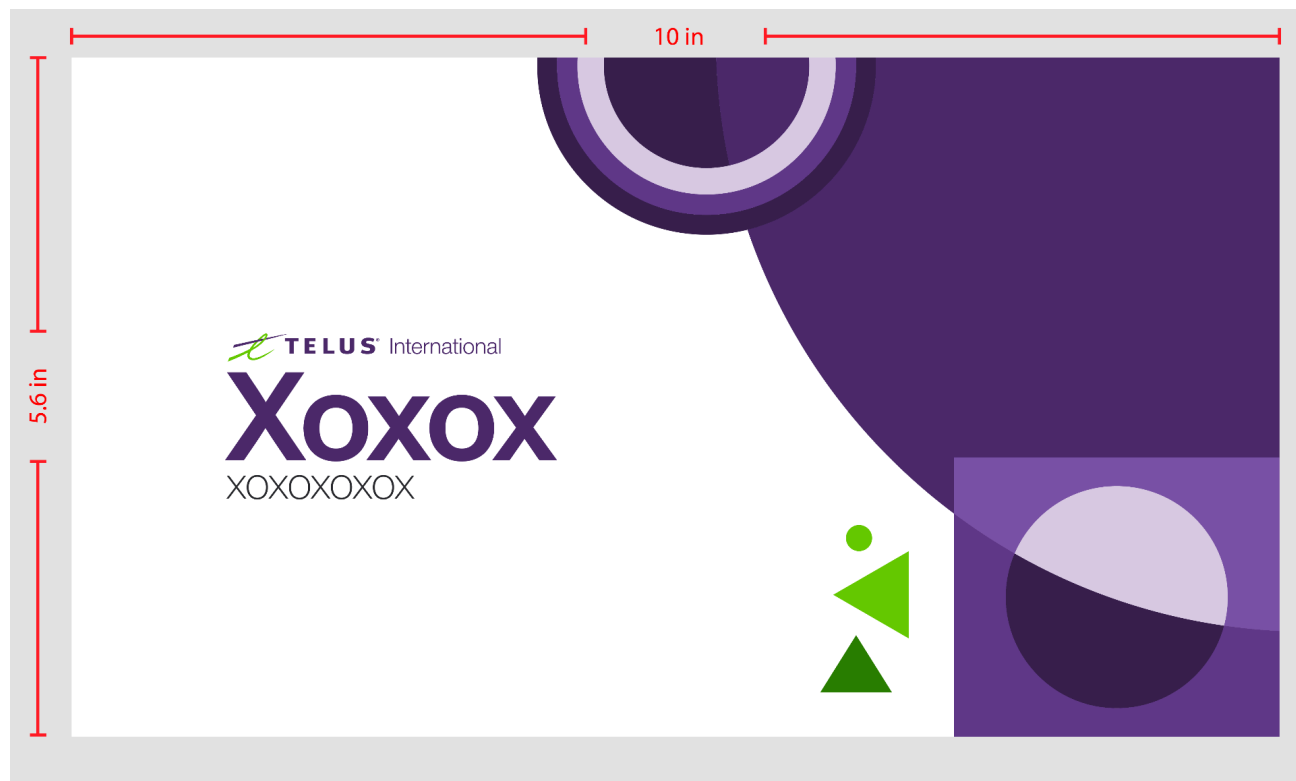
**CAPÍTULO IX**  
**PROPUESTA GRÁFICA FINAL**

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Posterior a realizar los cambios recomendados por los expertos, se obtuvo la propuesta gráfica final del diseño de plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings de desarrollo profesional dirigido a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International. En la propuesta gráfica final se definió un tamaño 5.6x 10 pulgadas (proporción 16:9). Dentro del diseño del proyecto se puede observar la paleta de colores morados y verdes de la marca en los elementos gráficos, texto simulado, figuras geométricas y logotipo y a su vez las fuente Helvetica Neue utilizada en títulos y textos simulados.

### Pieza #1: Portada

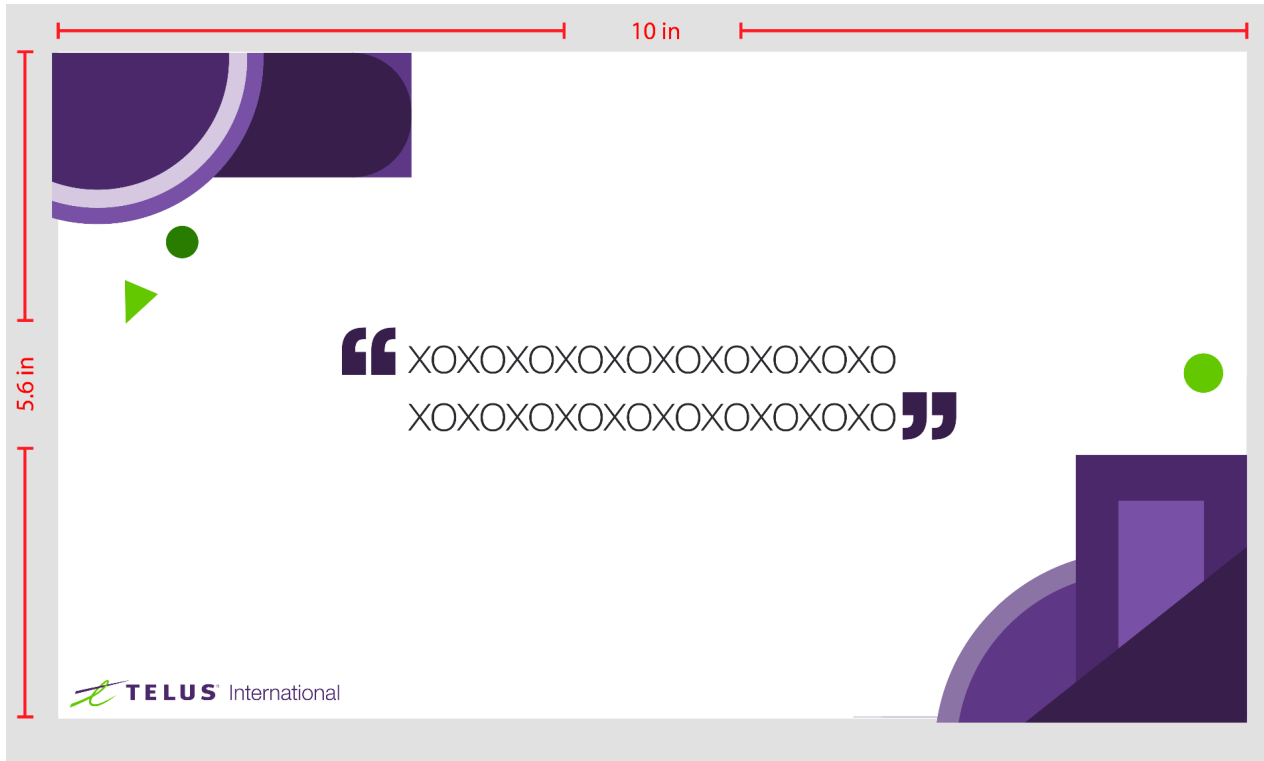
La portada de la plantilla con los colores y elementos gráficos manteniendo la identidad gráfica de la empresa. Su proporción es 16:9 con medidas de 10 x 5.6 pulgadas.





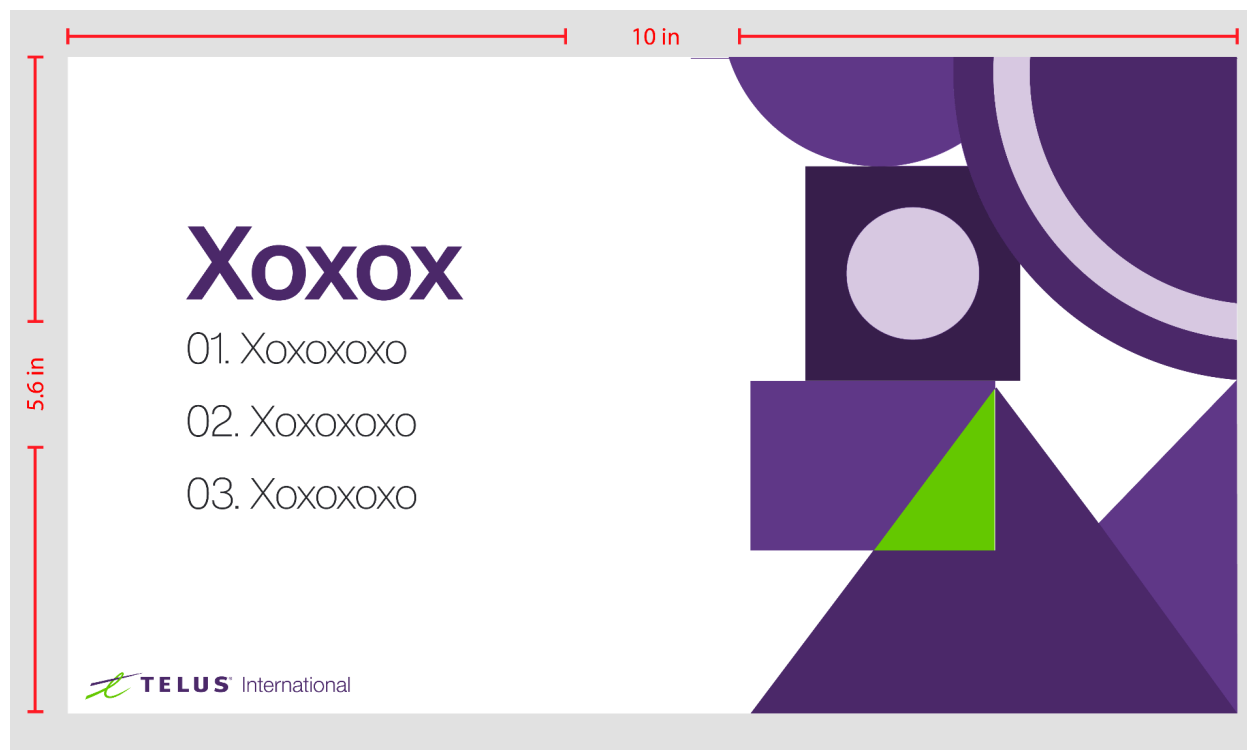
**Pieza #2: Diapositiva para frases**

La diapositiva para frases con los colores y elementos gráficos manteniendo la identidad gráfica de la empresa, de acuerdo con los resultados obtenidos en la etapa de validación se realizaron los cambios antes mencionados. Su proporción es 16:9 con medidas de 10 x 5.6 pulgadas.



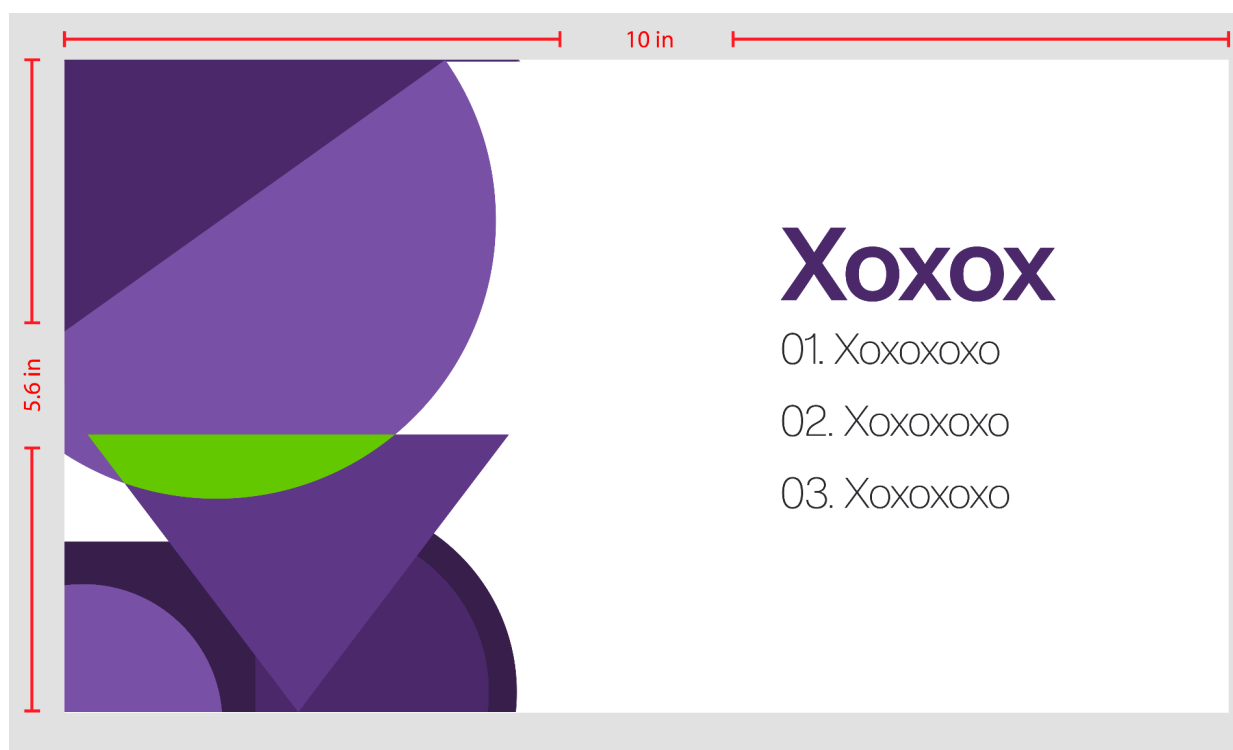
### Pieza #3: Diapositiva para objetivos o tabla de contenido

La diapositiva para objetivos o tabla de contenido de la plantilla con los colores y elementos gráficos manteniendo la identidad gráfica de la empresa, de acuerdo con los resultados obtenidos en la etapa de validación se realizaron los cambios antes mencionados. Su proporción es 16:9 con medidas de 10 x 5.6 pulgadas.



**Pieza #4: Opción 2 de diapositiva para objetivos o tabla de contenido**

La opción diapositiva para objetivos o tabla de contenido de la plantilla con los colores y elementos gráficos manteniendo la identidad gráfica de la empresa, de acuerdo con los resultados obtenidos en la etapa de validación se realizaron los cambios antes mencionados. Su proporción es 16:9 con medidas de 10 x 5.6 pulgadas.









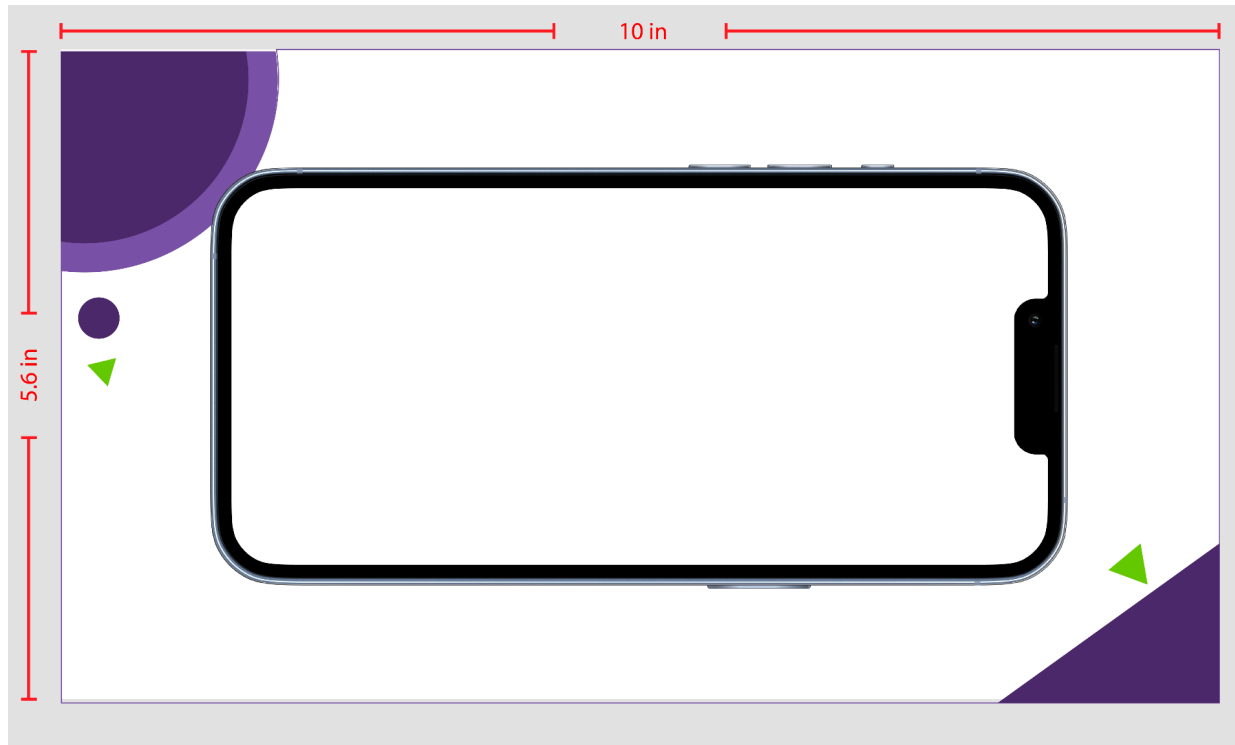
### Pieza #8: Diapositiva en blanco

La diapositiva en blanco de la plantilla con los colores y elementos gráficos manteniendo la identidad gráfica de la empresa. Su proporción es 16:9 con medidas de 10 x 5.6 pulgadas.



**Pieza #9: Diapositiva para videos sobre mockup**

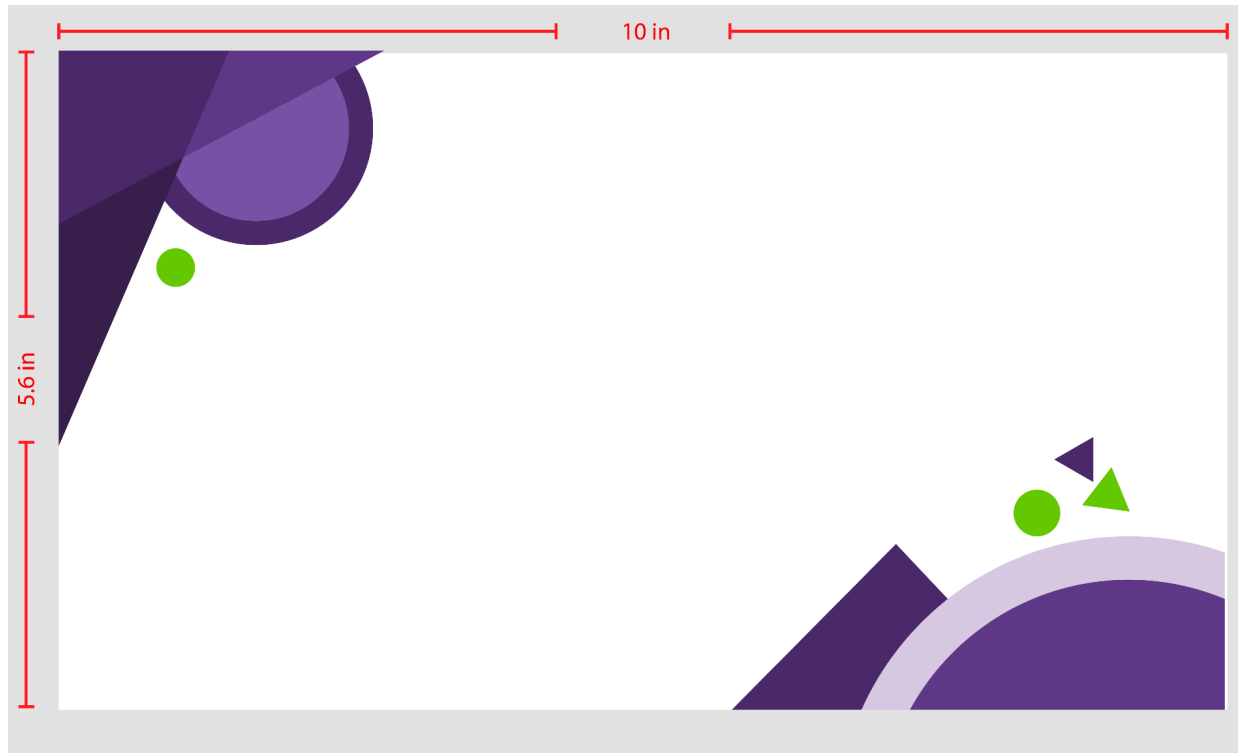
La diapositiva para videos sobre mockup de la plantilla con los colores y elementos gráficos manteniendo la identidad gráfica de la empresa. Su proporción es 16:9 con medidas de 10 x 5.6 pulgadas.





**Pieza #10: Diapositiva para imágenes**

La diapositiva para imágenes de la plantilla con los colores y elementos gráficos manteniendo la identidad gráfica de la empresa. Su proporción es 16:9 con medidas de 10 x 5.6 pulgadas.



**CAPÍTULO X**  
**PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

## Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño de plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings de desarrollo profesional dirigido a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

### 10.1 Plan de costos de elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

| DESCRIPCIÓN   | SEMANAS | HORAS EMPLEADAS | COSTO          |
|---|---------|-----------------|----------------|
| Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente | 3       | 3               | Q75.00         |
| Recopilación de información   | 2       | 6               | Q150.00        |
| Bocetaje  | 4       | 8               | Q200.00        |
| <b>Total de costos de elaboración</b>   |         |                 | <b>Q425.00</b> |

### 10.2 Plan de costos de producción

| DESCRIPCIÓN                                   | SEMANAS | HORAS EMPLEADAS | COSTO          |
|---|---------|-----------------|----------------|
| Digitalización de bocetos y propuesta gráfica | 3       | 12              | Q300.00        |
| Costos variables de operación (luz, internet) |         |                 | Q450.00        |
| Artes finales del diseño de plantilla digital | 2       | 6               | Q150.00        |
| <b>Total de costos de elaboración</b>         |         |                 | <b>Q950.00</b> |

### 10.3 Plan de costos de reproducción

El presente proyecto no requiere un costo de reproducción, ya que será gratuito para los trabajadores de TELUS International.

### 10.4 Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que estará disponible en las plataformas digitales de la empresa.

### 10.5 Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 20% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q1,375.00

Utilidad 20% = Q275.00

### 10.6 Cuadro con resumen general de costos

| Detalle                        | Total de costo   |
|--------------------------------|------------------|
| Plan de costos de elaboración  | Q425.00          |
| Plan de costos de producción   | Q950.00          |
| Plan de costos de reproducción | Q0.00            |
| Plan de costos de distribución | Q0.00            |
| <b>Subtotal I</b>              | <b>Q1,375.00</b> |
| Margen de utilidad 20%         | Q275.00          |
| <b>Subtotal II</b>             | <b>Q1,650.00</b> |
| <b>IVA 12%</b>                 | <b>Q198.00</b>   |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>Q1,848.00</b> |

**CAPÍTULO XI**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

11.1.1 En conclusión, se puede afirmar que se diseñó una plantilla digital en Google Slides para la creación de E-learning de desarrollo profesional dirigido a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International.

11.1.2 En este sentido, se considera que toda la información recopilada con el cliente por medio del Brief, tomando en cuenta los valores de la empresa, su identidad visual y el tipo de servicios que ofrece la empresa a sus colaboradores, permitió fundamentar el diseño de la plantilla para desarrollar E Learnings.

11.1.3 En cuanto a lo abordado con anterioridad, se puede concluir también que la investigación de los términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de una plantilla digital a través de fuentes bibliográficas fue de mucha utilidad para el diseño desde el concepto hasta la ejecución de este proyecto.

11.1.4 Finalmente se concluye que la investigación por medio del análisis de documentos obtenidos durante la recopilación de información acerca de la creación de plantillas de presentaciones digitales fue importante para diseñar la propuesta de diseño.

## 11.2 Recomendaciones

11.2.1 Se sugiere que la plantilla sea utilizada como base para comenzar con el desarrollo de módulos de entrenamiento, siendo la plantilla la guía a seguir en cuanto a la identidad visual de los módulos para desarrollo profesional.

11.2.2 Es importante considerar la cantidad de información para poder escoger la diapositiva que mejor soluciona la necesidad de comunicación de los módulos, ya que la plantilla ofrece diferentes opciones de diseño para facilitar el proceso de creación de E Learnings.

11.2.3 Se recomienda seguir la línea gráfica establecida en la plantilla en caso de necesitar diseñar diapositivas extras ya que la línea gráficas ya ha sido aprobada por el equipo de calidad y sigue los estándares de la empresa.

11.2.4 A los desarrolladores de entrenamientos se les recomienda que los cursos que requieran mayor interactividad con los usuarios, trasladar la plantilla de Google Slides a la herramienta de Articulate Storyline.

**CAPÍTULO XII**  
**CONOCIMIENTO GENERAL**



## Capítulo XII: Conocimiento general

### 12.1 Demostración de conocimientos



*Infografía creada por la diseñadora grafica Valeria Loarca*

**CAPÍTULO XIII**  
**REFERENCIAS**

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 E-grafías

#### A

Arteneo. (2015). Definición de ilustración y tipos de ilustraciones. Recuperado de:

<https://www.arteneo.com/blog/definicion-de-ilustracion-y-tipos-de-ilustraciones/>

Anónimo. (s,f). Milton Glaser - Biography. Recuperado de

<https://www.miltonglaser.com/milton/#0>

#### B

Bustios, M. (2020). Recorrido visual. Recuperado de:

<https://mxfex.medium.com/recorrido-visual-15b93e8016a0>

Bracamonte, N. (s,f). Recorrido visual de las áreas del diseño (composición visual). Recuperado

de: <http://sirius.une.edu.ve/recursos/blogs/blogdiseno/?p=408>

#### C

CognosOnline. (2022). ¿Qué es E-learning?. Recuperado de:

<https://cognosonline.com/co/blog/que-es-e-learning/>

Coelho, F. (2017). Significado de Mensaje. Recuperado de:

<https://www.significados.com/mensaje/>

Conceptos. (s,f). Comunicación. Recuperado de: <https://concepto.de/comunicacion/>

Conceptos. (s,f). Comunicación organizacional. Recuperado de:

<https://concepto.de/comunicacion-organizacional/>

Cruz, F. (s,f). Tendencia del diseño geométrico aplicado en el interior. Recuperado de

<https://franciscocruzai.co/muebles/tendencia-del-diseno-geometrico/#:~:text=La%20tendencia%20del%20Dise%C3%B1o%20Geom%C3%A9trico,supuesto%20en%20el%20dise%C3%B1o%20interior.>

Computer Hope. (2021). What is Google Slides?. Recuperado de

<https://www.computerhope.com/jargon/g/google-slides.html>

Concepto Definición. (2021). Diseño gráfico. Recuperado de

<https://conceptodefinicion.de/disenio-grafico/>

Credits. (s,f). How geometric patterns are shaping design trends. Recuperado de

<https://credits.com/blog/geometric-patterns-shaping-design-trends/>

## D

Definición.de. (s,f). Plantilla. Recuperado de: <https://definicion.de/plantilla/>

## E

Editorial Etecé. (2021). Código (Comunicación). Recuperado de:

<https://concepto.de/codigo-comunicacion/>

Ecured. (s,f). Ruido en la comunicación. Recuperado de:

[https://www.ecured.cu/Ruido\\_en\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](https://www.ecured.cu/Ruido_en_la_comunicaci%C3%B3n)

## F

Free Content. (2020). La diagramación y su importancia en el diseño. Recuperado de:

<https://www.ipp.edu.pe/blog/diagramacion/#:~:text=La%20diagramaci%C3%B3n%20es%20un%20%C3%A1mbito,%20libros%20revistas%20etc.>

## G

Gonzalez, P. (2018). Canal de la comunicación: definición y ejemplos. Recuperado de:

<https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/canal-de-la-comunicacion-definicion-y-ejemplos-2584.html>

## M

Morales, A. (2021). Proceso de comunicación. Recuperado de:

<https://www.significados.com/proceso-de-comunicacion/#:~:text=El%20proceso%20de%20comunicaci%C3%B3n%20inicia,responder%20e%20intercambiar%20su%20opini%C3%B3n.>

Martínez, G. (2018). Ferdinand de Saussure: biografía de este pionero de la lingüística.

Recuperado de: <https://psicologiymente.com/biografias/ferdinand-de-saussure>

## P

Roldán, P. (2017). Tecnología. Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/tecnologia.html>

Peiró, Rosario. (2021). Emisor (comunicación). Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/emisor-comunicacion.html>

Peiró, Rosario. (2021). Receptor (comunicación). Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/receptor-comunicacion.html>

## S

Sánchez, J. (2015). Empresa. Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

Sesame. (2021). ¿Qué es un colaborador?. Recuperado de:

<https://www.sesamehr.mx/blog/que-es-un-colaborador/>

Silva, D. (2021). ¿Qué es el servicio al cliente? ¿Cuál es la importancia de este servicio?.

Recuperado de: <https://www.zendesk.com.mx/blog/atencion-al-cliente-que-es/>

Slidesgo. (s,f). Qué es y para qué sirve Google Slides. Recuperado de:

<https://slidesgo.com/slidesgo-school/google-slides-tutorials/what-is-google-slides-and-what-it-is-used-for>

Significados.com. (s,f). Significado de Contexto. Recuperado de:

<https://www.significados.com/contexto/#:~:text=El%20contexto%20comunicativo%20es%20el,de%20la%20comunicaci%C3%B3n%2C%20entre%20otros.>

Sensacine. (s,f). Saul Bass. Recuperado de

<https://www.sensacine.com.mx/actores/actor-1136/biografia/>

## R

Rossana, A. (2021). ¿Qué es tipografía?. Recuperado de:

<https://conceptodefinicion.de/tipografia/>

## T

Thompson, I. (2008). Definición de comunicación. Recuperado de:

<https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

## U

UNIR. (2020). Psicología de las organizaciones: ¿por qué es tan importante la psicología organizacional?. Recuperado de:

<https://www.unir.net/salud/revista/psicologia-de-las-organizaciones/#:~:text=La%20Psicolog%C3%ADa%20Organizacional%2C%20por%20definici%C3%B3n,la%20influencia%20del%20contexto%20organizacional.>

## V

Viertola, C. (2020). Qué es la psicología audiovisual y escénica y cómo puede ayudarte a ti.

Recuperado de:

<https://cristinaviartola.com/psicologia-audiovisual-y-escenica/#:~:text=Entonces%2C%20%C2%BFqu%C3%A9%20es%20la%20psicolog%C3%ADa,los%20dos%20campos%20de%20estudio.>

## Y

Yirida, A. (2020). ¿Qué es diseño?. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/disenio/>

## 13.2 Bibliografías

### A

Arana, J., Meilán, J., Pérez, E. (2006). El concepto de psicología. Entre la diversidad conceptual y la conveniencia de unificación (pp. 113-117).

<https://www.redalyc.org/pdf/802/80280107.pdf>

Alonso, L., Fernández, C. (2006). Roland Barthes y el Análisis del Discurso (pp. 12-14). Madrid: Empiria. <https://www.redalyc.org/pdf/2971/297124008001.pdf>

### C

Coseriu, E. (1986). Introducción a la lingüística (pp. 8). Madrid: Gredos.

[https://www.academia.edu/28013724/EUGENIO\\_COSERIU\\_INTRODUCCI%C3%93N\\_A\\_LA\\_LING%C3%BC%C3%ADSTICA\\_BIBLIOTECA\\_ROM%C3%81NICA\\_HISP%C3%81NICA\\_EDITORIAL\\_GREDOS](https://www.academia.edu/28013724/EUGENIO_COSERIU_INTRODUCCI%C3%93N_A_LA_LING%C3%BC%C3%ADSTICA_BIBLIOTECA_ROM%C3%81NICA_HISP%C3%81NICA_EDITORIAL_GREDOS)

Carballo, R. (2007). Andragogía en educación superior (pp 191-193). Caracas: Revinvest.

<https://www.redalyc.org/pdf/658/65822208.pdf>

Carballo, F., Martín, J. (2019). Claves del minimalismo en el diseño gráfico contemporáneo: concepto y rasgos visuales (pp 54-59). Madrid: Pensar public.

[https://www.researchgate.net/profile/Fernando-Suarez-Carballo/publication/336096018\\_](https://www.researchgate.net/profile/Fernando-Suarez-Carballo/publication/336096018_)

Claves\_del\_minimalismo\_en\_el\_diseno\_grafico\_contemporaneo\_concepto\_y\_rasgos\_visuales/links/5d91c78b92851c33e948a021/Claves-del-minimalismo-en-el-diseno-grafico-contemporaneo-concepto-y-rasgos-visuales.pdf

## F

Ferrer Franquesa, A., Gómez Fontanills, D. (2013). Imagen y comunicación visual (pp. 9-10).

Cataluña: UOC.

<http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/Imagen-y-comunicacion-visual-3.pdf>

Ferrer Franquesa, A., Gómez Fontanills, D. (2013). Imagen y comunicación visual (pp. 11).

Cataluña: UOC.

<http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/Imagen-y-comunicacion-visual-3.pdf>

Fajardo, L. (2009). A propósito de la comunicación verbal (pp. 124). Bogotá: Forma y Función.

<https://www.redalyc.org/pdf/219/21916691006.pdf>

## G

González, Y. (2019). La comunicación educativa: su desarrollo en el profesor de secundaria básica. Cuba: Varona.

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1992-82382020000200018#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20educativa%20busca%20la,de%20aprendizajes%20positivos%20y%20motivadores.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1992-82382020000200018#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20educativa%20busca%20la,de%20aprendizajes%20positivos%20y%20motivadores.)

## T

Torres, M. (2012). Psicología de la comunicación (pp. 3-4). Barcelona: Universitat de Barcelona.

[http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMartinez\\_M.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMartinez_M.pdf)



**CAPÍTULO XIV**  
**ANEXOS**

## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo I: Desarrollo de objetivos

| Universidad Galileo<br>FACOM<br>Curso:Tesis I – Licda. Claudia Ruiz |   |            |  |   |  |
|---|---|------------|--|---|--|
| Tipo  | Objetivo  | ¿Qué?      | ¿A través de qué?  | ¿Para qué?  | ¿Para quién?                                 |
| <b>General</b>  | Diseño de recursos gráficos digitales para la creación de eLearnings sobre desarrollo profesional dentro de Telus International | Diseñar    | Plantilla digital en google slides y recursos graficos                             | Fomentar el desarrollo profesional dentro de la empresa | Para Telus International y sus colaboradores |
| <b>Específico</b>   | Diseñar la línea gráfica y recursos para la creación de una plantilla en google slides para el desarrollo de elearnings.        | Diseñar    | A través de Adobe Illustrator y google slides.                                     | Para estandarizar la línea grafica de los cursos.       | Para los diseñadores instruccionales         |
| <b>Específico</b>   | Investigar la necesidad de diseño en la creación de cursos en línea y su impacto en la experiencia de aprendizaje del usuario.  | Investigar | A través de análisis de documentos obtenidos mediante recopilación de información. | Para identificar la necesidad de diseño.                | Para el diseñador gráfico.                   |
| <b>Específico</b>   | Recopilar información y documentos sobre el tema de eLearnings y la educación en el ambiente laboral.                           | Recopilar  | A través de internet.  | Para respaldar la necesidad de diseño                   | Para el diseñador gráfico                    |
| <b>Específico</b>   | Evidenciar el conocimiento adquirido durante la carrera de Comunicación y Diseño  | Evidenciar | A través de una pieza de diseño  | Para completar la licenciatura.                         | Para el decano y vicedecano de la facultad   |

## Anexo II: Brief



### Brief

Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado y de comunicación que requiere la organización.

#### Datos del estudiante

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Nombre del estudiante | Valeria María Loarca Rivera  |
| No de Carné           | 20004514   |
| Teléfono              | 53010500   |
| E-mail                | valeria.loarca@galileo.edu   |
| Proyecto              | Diseño de plantilla digital en Google Slides para la creación de E-Learnings dirigidos a los colaboradores de la compañía de tecnología y servicio al cliente TELUS International. Guatemala, Guatemala. |

#### Datos del cliente

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Empresa                  | TELUS International   |
| Nombre del cliente       | Walter Andrés Barrera Santiesteban - Supervisor   |
| Teléfono                 | 5551-2437   |
| E-mail                   | walter.barrera01@telusinternational.com   |
| Antecedentes             | Años después TELUS International fue creada el año 2005 como empresa hermana de TELUS Corp, y actualmente se dedica principalmente a brindar servicios de tecnología y atención al cliente multilingüe a clientes globales los cuales incluyen a corporaciones en tecnología y juegos, comunicaciones y medios, comercio electrónico y fintech, viajes y hospitalidad e industrias de atención médica, entre otros. |
| Oportunidad identificada | Como resultado del establecimiento de los objetivos (PPOs) para el 2022 se identificó que la empresa podría beneficiarse a sí misma por medio del diseño de una plantilla digital para el desarrollo de eLearnings con el fin de desarrollar habilidades profesionales específicas para algunos departamentos seleccionados.  |



### Datos de la empresa

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Misión                                | Nuestra misión es establecer alianzas estratégicas y trabajar con empresas tecnológicas líderes a nivel mundial para ofrecer las mejores soluciones para la transformación digital y de la experiencia del cliente.   |
| Visión                                | Nuestra visión es fomentar una cultura inclusiva que acoja la diversidad y genere innovación para nuestros clientes.  |
| Delimitación geográfica               | TELUS International cuenta con diferentes sedes alrededor del mundo.  |
| Grupo objetivo                        | Hombres y mujeres que laboran en TELUS International a nivel mundial.   |
| Principal beneficio al Grupo Objetivo | Brindar una herramienta para la creación de cursos para el crecimiento profesional de los colaboradores.  |
| Competencia                           | Conduent, 24-7 Intouch, Alorica y Capgemini.  |
| Posicionamiento                       | A nivel mundial TELUS International es una de las empresas de tecnología y servicio al cliente más conocidas, emplea a más de 58,000 personas alrededor del mundo.  |
| Factores de diferenciación            | TELUS International es una empresa conocida por ofrecer un ambiente laboral agradable y diferente para sus colaboradores, se diferencia por el hashtag #its different here (es diferente aquí). TELUS ofrece servicio de calidad, tanto a sus clientes como a sus trabajadores, y también apoya a las comunidades locales en donde se encuentran sus sedes. |
| Objetivo de mercado                   | (Interno) Al ser una iniciativa interna se busca facilitar la creación de un programa de desarrollo profesional para que los colaboradores de la empresa desarrollen habilidades para desempeñar mejores puestos de trabajo dentro de la compañía.  |
| Objetivo de comunicación              | Diseñar y brindar una plantilla para facilitar la creación de material educacional para los colaboradores.  |
| Mensaje clave a comunicar             | Con el diseño de la plantilla se busca implementar programas para el crecimiento de la empresa y sus colaboradores.   |



|                            |   |
|----------------------------|---|
| Estrategia de comunicación | La estrategia de comunicación es crear una plantilla fácil de utilizar para llenar de información importante con el fin de educar sobre diversos temas a los colaboradores. |
| Reto del diseñador         | Diseñar una plantilla digital que cuente con todos los elementos gráficos necesarios que se necesitarán para la creación de los eLearnings.                                 |
| Trascendencia              | A través de la plantilla se busca implementar el programa para el desarrollo profesional dentro de la empresa.  |
| Materiales a realizar      | Plantilla digital en google Slides para el desarrollo de eLearnings.  |
| Presupuesto                | La empresa cuenta con los suficientes recursos para el proyecto.  |

#### Datos de la imagen gráfica

|            |                      |
|------------|----------------------|
| Colores    | Morado y verde TELUS |
| Tipografía | Helvetica Neue       |
| Forma      | Isologotipo          |

#### Logotipo


|          |  |
|----------|--|
| Logotipo |  |
|----------|--|

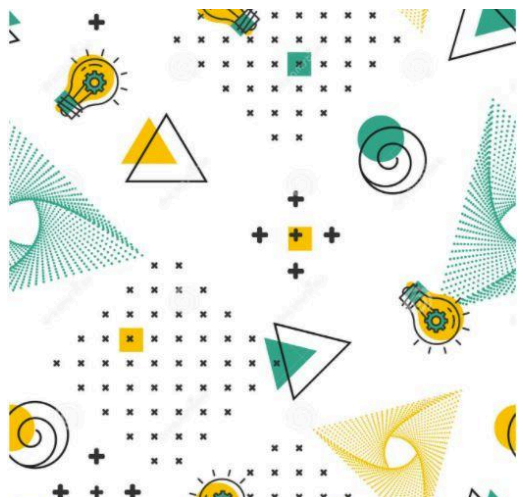
Fecha: \_\_ 11 Mayo 2022


## Anexo III: Tabla socioeconómica


| CARACTERÍSTICAS       | NIVEL A   | NIVEL B   | NIVEL C1  | NIVEL C2  | NIVEL C3   | NIVEL D1   | NIVEL D2  | NIVEL E                         |
|-----------------------|---|---|---|---|--|--|---|---------------------------------|
| Ingresos              | + de Q100,000.00  | Q81,200.00  | Q25,600.00  | Q17,500.00  | Q11,900.00   | Q7,200.00  | Q3,400.00   | - de Q1,00.00                   |
| Educación padres      | Superior, Licenciatura,   | Superior, Licenciatura,   | Superior, Licenciatura,   | Superior, Licenciatura,   | Licenciatura   | Media completa   | Primaria completa   | Sin estudios                    |
| Educación hijos       | Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero  | Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado   | Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post   | Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal                                  | Hijos menores escuelas, mayores en U estatal   | Hijos en escuela   | Hijos en escuela  | Sin estudios                    |
| Desempeño             | Propietario, Director Profesional exitoso   | Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional,  | Ejecutivo medio, comerciante, vendedor  | Ejecutivo, comerciante, vendedor,   | Comerciante, vendedor, dependiente   | Obrero, dependiente  | Obrero, dependiente                                       | Dependiente o sujeto de caridad |
| Vivienda              | Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos  | Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos   | Casa/departament o, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos                   | Casa/departament o, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos | Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,                           | Casa/departament o, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala | Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor | Casa improvisada o sin hogar    |
| Otras propiedades     | Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades  | Sitios/terrenos condominios cerca de costas   | Sitios/terrenos interior por herencias  |   |  |  |   |                                 |
| Personal de servicio  | Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer   | 1-2 personas de tiempo completo, chofer   | Por día   | Por día, eventual   | Eventual   |  |   |                                 |
| Servicios financieros | 3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$   | 2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$   | 1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud   | 1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local   | 1 cta Q ahorro, TC local   | cta Q ahorro   |   |                                 |
| Posesiones            | Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta   | Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto  | Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera  | Auto compacto de 4-5 años, sin seguro   | Auto compacto de 8-10 años, sin seguro   | moto, por trabajo  |   |                                 |
| Bienes de comodidad   | 3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet. | 2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet. | 1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos. | 1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos                   | 1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos | 1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos                     | 1 cel, radio, TV, estufa                                  | Radio, cocina de leña.          |
| Diversión             | Clubes privados, vacaciones en el exterior.   | Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior   | Cine, CC, parques temáticos locales.  | Cine, CC, parques temáticos locales.  | Cine eventual, CC, parques, estadio  | CC, parques, estadio   | Parques   |                                 |

## Anexo IV: Cuadro de tendencias

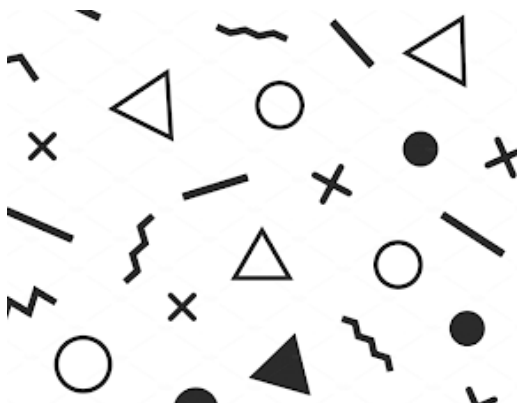
|   |                |                                    |
|---|----------------|------------------------------------|
|  | <b>Título</b>  | Graphic design geometric wallpaper |
|   | <b>Autor</b>   | Pikisuperstar                      |
|   | <b>Técnica</b> | Geometría                          |
|   | <b>Medidas</b> | 1920x1080px                        |
|   | <b>Año</b>     | N/A                                |

|  |                |  |
|--|----------------|--|
|  | <b>Título</b>  | Geometric seamless pattern vector pattern in hipster style textile |
|  | <b>Autor</b>   | Decobrush  |
|  | <b>Técnica</b> | Geometría  |
|  | <b>Medidas</b> | 40x40in  |
|  | <b>Año</b>     | N/A  |

|   |                |  |
|---|----------------|--|
|  | <b>Título</b>  | Graphic design cover in bauhaus style collection |
|   | <b>Autor</b>   | Pikisuperstar                                    |
|   | <b>Técnica</b> | Geometría  |
|   | <b>Medidas</b> | 1920x1080px                                      |
|   | <b>Año</b>     | N/A  |


|   |                |  |
|---|----------------|--|
|  | <b>Título</b>  | Patrón abstracto sin costuras con formas geométricas y elementos de decoración para el hogar |
|   | <b>Autor</b>   | Irina Qiwi   |
|   | <b>Técnica</b> | Geometría  |
|   | <b>Medidas</b> | 1080x1080px  |
|   | <b>Año</b>     | 2020   |

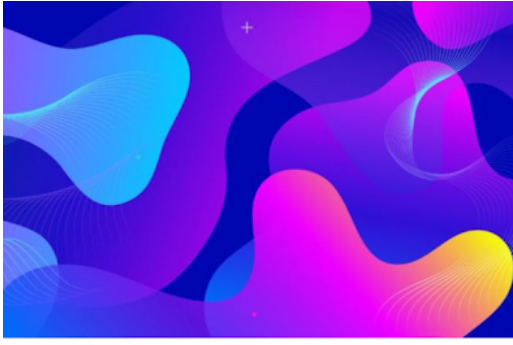
|  |                |                  |
|--|----------------|------------------|
|  | <b>Título</b>  | N/A              |
|  | <b>Autor</b>   | Esther Nariyoshi |
|  | <b>Técnica</b> | Minimalismo      |
|  | <b>Medidas</b> | N/A              |
|  | <b>Año</b>     | N/A              |


|   |                |  |
|---|----------------|--|
|  | <b>Título</b>  | Black and white minimal background, the era 80's - 90's years memphis design, isolated on white background |
|   | <b>Autor</b>   | zirronicusso   |
|   | <b>Técnica</b> | Minimalismo  |
|   | <b>Medidas</b> | 5000x5000px  |
|   | <b>Año</b>     | N/A  |



|   |                |                         |
|---|----------------|-------------------------|
|  | <b>Título</b>  | N/A                     |
|   | <b>Autor</b>   | Margarita Dobrovolskaia |
|   | <b>Técnica</b> | Minimalismo             |
|   | <b>Medidas</b> | N/A                     |
|   | <b>Año</b>     | 2022                    |



|  |                |                                     |
|--|----------------|-------------------------------------|
|  | <b>Título</b>  | Graphic design geometric background |
|  | <b>Autor</b>   | Freepik                             |
|  | <b>Técnica</b> | Geometría y minimalismo             |
|  | <b>Medidas</b> | N/A                                 |
|  | <b>Año</b>     | N/A                                 |

|   |                |  |
|---|----------------|--|
|  | <b>Título</b>  | Color gradient background design abstract vector image |
|   | <b>Autor</b>   | GreatBergens   |
|   | <b>Técnica</b> | Geometría  |
|   | <b>Medidas</b> | N/A  |
|   | <b>Año</b>     | N/A  |

|   |                |                |
|---|----------------|----------------|
|  | <b>Título</b>  | TST Serigrafia |
|   | <b>Autor</b>   | Paula Rusu     |
|   | <b>Técnica</b> | Minimalismo    |
|   | <b>Medidas</b> | N/A            |
|   | <b>Año</b>     | 2016           |

**Anexo V: Encuesta en Google Forms**

# Encuesta para la validacion de poryecto de graduacion

 valeria.loarca@telusinternational.com (not shared) 

[Switch account](#)

\* Required

## Informacion del encuestado

**Genero \***

Masculino

Femenino

Prefiero no decir

**Nombre \***

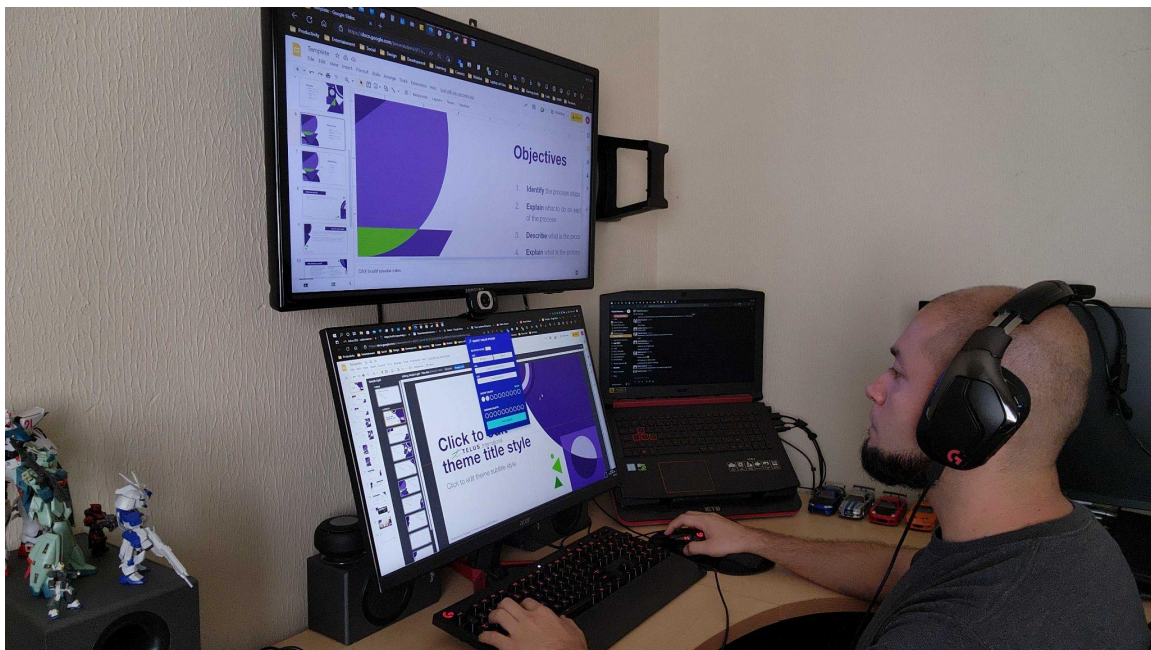
Your answer \_\_\_\_\_

**Profesión \***

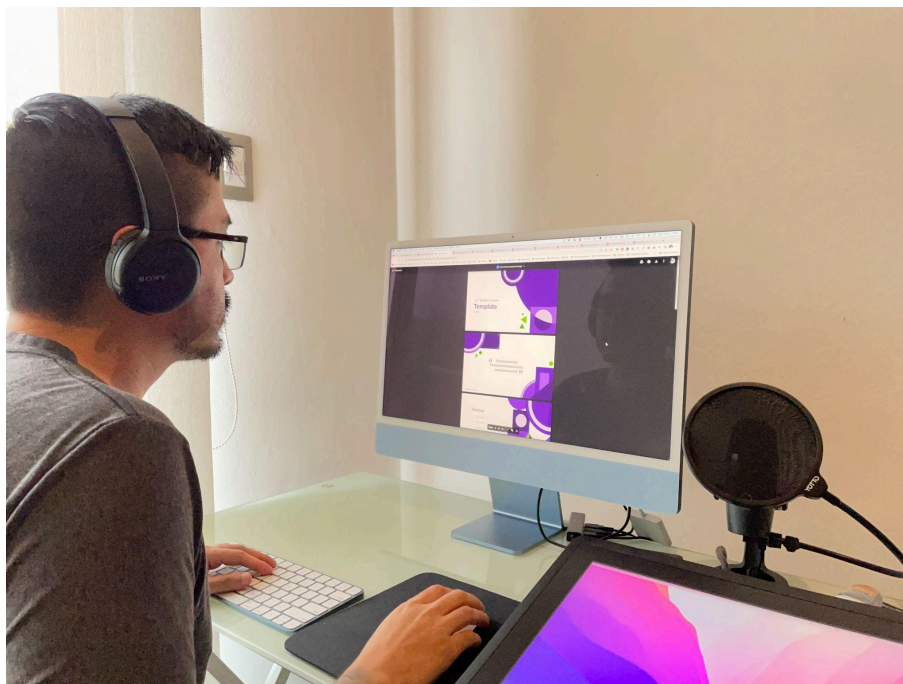
Your answer \_\_\_\_\_

**Anexo VI: Cliente**

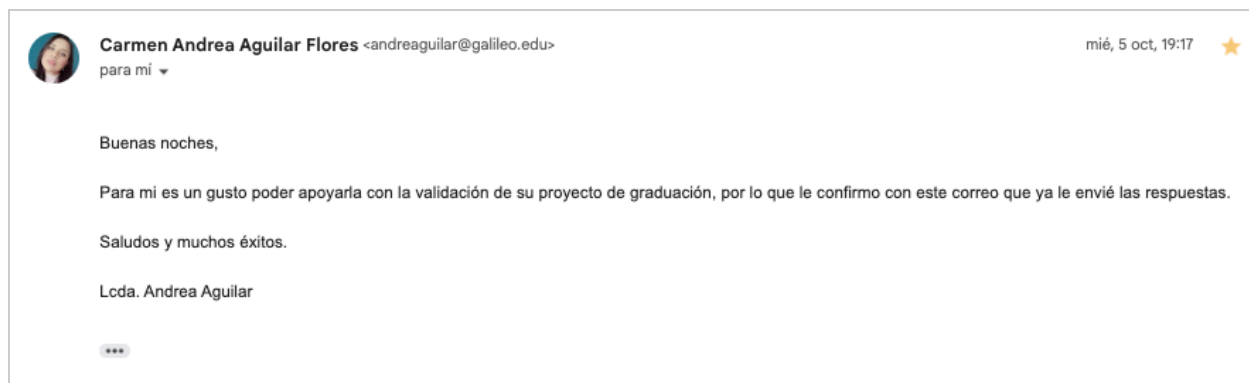
Luis García - Supervisor de aprendizaje y desarrollo




Walter Barrera - Manager de aprendizaje y desarrollo

**Anexo VII: Profesionales en comunicación y diseño**

Lic. Carlos A. Jimenez. Diseñador Gráfico



Licda. Carmen Andrea Aguilar - Licenciada en comunicación y diseño

 **Karla Lopez** <kl2@galileo.edu> jue, 6 oct, 8:22 ★  
para mí ▾

Con gusto chica ya ha sido respondida la encuesta.  
Feliz dia

Licda. Karla López - Licenciada en comunicación y diseño