

**LEARNIQ - KIT DE HERRAMIENTAS PARA EL DISEÑO DE MATERIAL
GRÁFICO DE CAPACITACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL**

PAULA NATALIA CHAPARRO PALOMARES

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE DISEÑADORA INDUSTRIAL

ASESORES:

PhD(c) D.I. DIANA ZORAIDA CASTELBLANCO CAICEDO

Ms.c D.I. JOHANNA MARITZA VELANDIA QUIROGA

Ms.c D.I. SERGIO ANDRÉS ORTIZ RINCON

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

BOGOTÁ, D.C. 2024



DIAGNÓSTICO Y RESULTADOS DE LA PRÁCTICA EMPRESARIAL

PhD(c) D.I. DIANA ZORAIDA CASTELBLANCO CAICEDO

Ms.c D.I. SERGIO ANDRES ORTIZ RINCON

Ms.c D.I. JOHANNA MARITZA VELANDIA QUIROGA

Agradecimientos

A mi mamá y a mi abuela, quienes fueron mi refugio inicial y fuente de inspiración desde el inicio de mi carrera; su amor, paciencia y consejos me dieron la valentía y energía para superar cada desafío a lo largo de los proyectos de cada semestre, y a mantenerme firme en el camino. Agradezco su apoyo incondicional y su confianza en mis sueños, pues esto fue un pilar constante de confianza en esta travesía, pues cada logro alcanzado también es de ustedes.

De igual forma, un total agradecimiento a los docentes que estuvieron acompañándome durante mi proceso de aprendizaje, pues sus conocimientos fueron pilares para forjar mi saber y mi proceso académico; su disposición siempre estuvo al alcance de mis expectativas y gracias a esto pude desarrollar diferentes habilidades en este proyecto final.

Introducción

Este documento tiene como objetivo central mostrar el desarrollo de mis prácticas y pasantías. Es importante detallar que en el contexto académico y profesional estos procesos nos permiten desarrollar nuestras habilidades permitiéndonos aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera profesional en escenarios laborales reales.

Mi proceso fue desarrollado en Teleperformance (TP), una empresa global de servicios digitales que brinda el desarrollo de piezas gráficas para la capacitación digital de empleados en diferentes empresas clientes, mi proyecto busca destacar e identificar una oportunidad de diseño que acceda a plantear y desarrollar un plan alrededor de las problemáticas encontradas en el flujo de trabajo.

Tabla de Contenido

Agradecimientos	3
Introducción	4
Resumen	8
Abstract	9
2. Objetivos	10
2.1 Objetivo General	10
2.2 Objetivos Específicos	10
3. Diagnóstico Empresarial	12
3.1 Sector Económico	12
3.2 Contexto Empresarial	12
3.3 Cambios históricos y adaptación	13
3.4 Estructura de mercado: Productos y servicios	15
3.5 Ecosistema y organización de la empresa	16
3.6 Clientes y Usuarios	17
3.7 Competencia	18
3.8 Diseño en la empresa	19
4. Diagnóstico de la Empresa	20
4.1 Enfoque de diseño y plan de actividades	21
4.2 Funciones del diseñador y áreas relacionadas	22
4.3 Análisis de esquema y puntos críticos	23
4.4 Conocimientos y habilidades que tiene el rol de diseñador como valor diferencial en el campo de acción en la empresa	25
5. Diagnóstico Formativo	27
5.1 Análisis del plan de estudios	27
5.1.1 Asignaturas que fortalecieron el pensamiento crítico en diseño para proponer y aportar a los procesos empresariales	30
5.1.2 Asignaturas que permitieron construir una estructura del pensamiento en diseño	33
5.2 Procesos y herramientas aprendidas dentro de la formación que aportan al conocimiento de la práctica	35
6. Escenario de Proyecto	37
6.1 Identificación de problemática	37
6.2 Oportunidad de diseño	38
6.2.1 Áreas vinculadas con la oportunidad	39
6.2.2 Categorías de análisis	40
6.3 Objetivo del proyecto	42
6.3.1 Objetivos Específicos	42
6.3.2 Diseño metodológico y herramientas de investigación	43
6.4 Desarrollo de la propuesta y primer prototipo	52
6.5 Contenido	56
6.6 Propuesta final	59

6.6.1 División Kit de Herramientas-----	60
6.7 Comprobación-----	69
7. Conclusiones-----	76
Bibliografía-----	78
Anexos-----	79

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Historia de Teleperformance (2024). Imagen de Autoría Propia</i>	14
Figura 2. <i>Ecosistema inicial de Teleperformance. Imagen de Autoría Propia</i>	17
Figura 3. <i>Diagrama de Puntos críticos. Imagen de Autoría Propia</i>	23
Figura 4. <i>Problemáticas. Imagen de Autoría Propia</i>	25
Figura 5. <i>Asignaturas del expediente (1)</i>	28
Figura 6. <i>Asignaturas del expediente (2)</i>	28
Figura 7. <i>Asignaturas del expediente (3)</i>	28
Figura 5. <i>Asignaturas del expediente (4)</i>	28
Figura 6. <i>Asignaturas del expediente (5)</i>	29
Figura 7. <i>Asignaturas del expediente (6)</i>	29
Figura 8. <i>Asignaturas del expediente (7)</i>	29
Figura 9. <i>Asignaturas del expediente (8)</i>	30
Figura 10. <i>Asignaturas del expediente (9)</i>	30
Figura 11. <i>Habilidades adquiridas. Imagen de Autoría Propia</i>	30
Figura 12. <i>Análisis para las categorías. Imagen de Autoría Propia</i>	43
Figura 13. <i>Modelo de aprendizaje digital en TP. Imagen de Autoría Propia</i>	46
Figura 14. <i>Estrategias de aprendizaje digital en TP. Imagen de Autoría Propia</i>	46
Figura 15. <i>Herramientas de aprendizaje digital en TP. Imagen de Autoría Propia</i>	47
Figura 16. <i>Procesos de aprendizaje mediado por lo digital en TP. Imagen de Autoría Propia</i>	47
Figura 17. <i>Metodologías de aprendizaje digital en TP. Imagen de Autoría Propia</i>	48
Figura 18. <i>Planeación/seguimiento/evaluación del aprendizaje digital en TP. Imagen de Autoría Propia</i>	49
Figura 19. <i>Diseño de sistemas de capacitación digital en TP. Imagen de Autoría Propia</i> ..	50

Figura 20. <i>Organización primer prototipo. Imagen de Autoría Propia</i>	53
Figura 21. <i>Perfiles primer prototipo. Imagen de Autoría Propia</i>	57
Figura 22. <i>Metodologías. Imagen de Autoría Propia</i>	57
Figura 23. <i>Métodos. Imagen de Autoría Propia</i>	58
Figura 24. <i>Portada Interfaz final LearnIQ. Imagen de Autoría Propia</i>	59
Figura 25. <i>Inicio sesión LearnIQ. Imagen de Autoría Propia</i>	60
Figura 26. <i>Portada LearnIQ. Imagen de Autoría Propia</i>	61
Figura 27. <i>Instrucciones. Imagen de Autoría Propia</i>	62
Figura 28. <i>¿Qué es LearnIQ?. Imagen de Autoría Propia</i>	62
Figura 29. <i>Herramienta PSE. Imagen de Autoría Propia</i>	64
Figura 30. <i>Herramienta RAR. Imagen de Autoría Propia</i>	65
Figura 31. <i>Herramienta NU. Imagen de Autoría Propia</i>	66
Figura 32. <i>Herramienta DP. Imagen de Autoría Propia</i>	67
Figura 33. <i>Herramienta PR. Imagen de Autoría Propia</i>	68
Figura 34. <i>Videollamada explicación de LearnIQ. Imagen de Autoría Propia</i>	69
Figura 35. <i>Form para consignar información. Imagen de Autoría Propia</i>	70
Figura 36. <i>Videollamada Líder y Diego Liberty. Captura tomada por Valentina Ochoa</i>	71
Figura 37. <i>Anotaciones hechas por Valentina Ochoa</i>	72
Figura 38. <i>Tips para el proyecto de Liberty. Imagen de Autoría Propia</i>	73
Figura 39. <i>Interfaz de Instagram en Liberty. Imagen de Autoría Propia</i>	74

Resumen

Este proyecto tiene como pilar central la creación de un kit de herramientas para el diseño de material gráfico de capacitación digital empresarial, con el objetivo principal de mejorar la formación del personal de las empresas clientes y garantizar que las metodologías de aprendizaje usadas en cada contenido estén alineadas con las necesidades de cada organización.

A través de un análisis del proceso que se lleva a cabo con normalidad en Teleperformance se busca desarrollar un modelo que permita personalizar los contenidos de capacitación, tomando en cuenta factores como habilidades, competencias, debilidades de los empleados que usarán el contenido digital, y a su vez buscando proporcionar una experiencia de aprendizaje eficiente y adaptable a cualquier sector.

Abstract

The central pillar of this project is the creation of a toolkit for the design of corporate digital training graphic material, with the main objective of improving the training of client companies' personnel and ensuring that the learning methodologies used in each content are aligned with the needs of each organization.

Through an analysis of the process that is carried out normally in Teleperformance, we seek to develop a model that allows customizing training content, taking into account factors such as skills, competencies, weaknesses of employees who will use the digital content, and in turn seeking to provide an efficient and adaptable learning experience to any sector.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Desarrollar y aplicar soluciones de diseño efectivas para la creación de material visual educativo en plataformas de capacitación digital, optimizando la experiencia de aprendizaje de los empleados de las empresas clientes en el área de diseño de experiencias en Teleperformance en calidad de practicante de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Esto se logrará a través de la colaboración con equipos interdisciplinarios, el análisis de necesidades específicas de cada cliente y la adaptación de contenidos visuales que sean tanto informativos como atractivos, alineados con los objetivos pedagógicos y las identidades de marca de las organizaciones.

2.2 Objetivos Específicos

- I. Comprender de manera integral el entorno empresarial de Teleperformance, identificando los procesos clave de diseño dentro de las plataformas de capacitación digital, así como las relaciones y puntos críticos entre las áreas involucradas.
- II. Identificar el rol del diseñador dentro del área de formación digital, analizando las habilidades y conocimientos necesarios para contribuir positivamente a la creación de materiales gráficos educativos, personalizados y alineados con los objetivos pedagógicos de las empresas clientes.

- III. Establecer la conexión entre los conocimientos adquiridos durante la formación académica en Diseño Industrial y su aplicación práctica.
- IV. Plantear y desarrollar un proyecto de diseño que permita proponer soluciones profesionales para la creación de contenidos formativos digitales adaptados a las necesidades de las empresas clientes.

3. Diagnóstico Empresarial

3.1 Sector Económico

Teleperformance pertenece al tercer sector económico: Organizaciones e instituciones que hacen parte de la sociedad civil organizada, no tienen un carácter público ni privado. Se encuentra en el sector de servicios, específicamente en la industria de Business Process Outsourcing (BPO).

Los servicios ofrecidos por esta industria abarcan la externalización de procesos de negocio, como lo es la atención al cliente, soporte técnico, ventas, gestión de redes sociales y otros servicios relacionados con la experiencia siendo pionera del modelo Work at Home en el mundo.

3.2 Contexto Empresarial

Teleperformance es una empresa multinacional de origen francés fundada en 1978 por Daniel Julien, su actual presidente y director ejecutivo. Desde sus inicios, esta industria se ha especializado en la prestación de servicios outsourcing, con el tiempo, la empresa ha experimentado un crecimiento relevante expandiendo sus operaciones a nivel global, y convirtiéndose en un líder mundial del sector.

Actualmente, cuenta con **170** mercados atendidos, alrededor de **500.000** empleados y **300** idiomas y dialectos empleados, de igual manera cuenta con presencia en Europa, América, África y Asia, aproximadamente **100** países.

Solo en Colombia, están distribuidos más de **40.000** colaboradores en más de **300** ciudades y municipios; incluyendo Bogotá, Medellín y Barranquilla donde se encuentran sus sedes presenciales. La empresa trabaja con una gran variedad de industrias, incluidos telecomunicaciones, tecnología, servicios financieros, salud, entre otros, proporcionando soluciones de contacto y comunicación para mejorar la interacción entre las empresas y sus clientes.

3.3 Cambios históricos y adaptación

La evolución de Teleperformance en Colombia refleja tanto el crecimiento de las industrias BPO en el país, como la capacidad de la compañía para adaptarse a los cambios del mercado global. Tuvo su llegada a Colombia en la década de los 2000, y ha transcurrido por una serie de transformaciones que incluyen grandes acontecimientos como la expansión de sus operaciones, la diversificación de sus servicios y la implementación de innovaciones tecnológicas.

Estos cambios han permitido que se afiance como un líder en la gestión de la experiencia al cliente, generando un gran impacto en la economía y adaptándose a los

desafíos como la pandemia de COVID-19 con estrategias que han asegurado la continuidad y calidad de sus servicios.

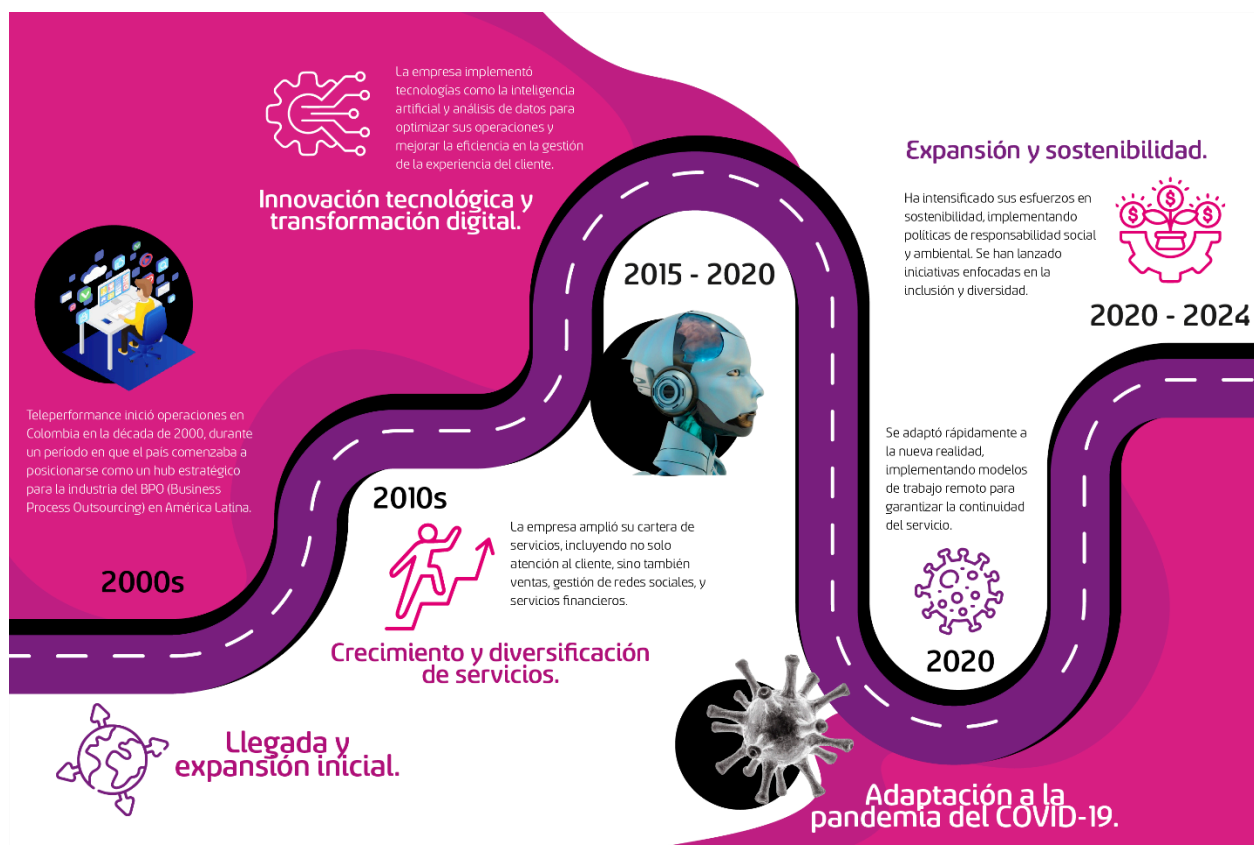


Figura 1. Historia de Teleperformance (2024). Imagen de Autoría Propia

A lo largo de su historia en Colombia, Teleperformance ha demostrado una capacidad constante de adaptación y crecimiento, respondiendo a los desafíos del mercado y aprovechando las oportunidades para innovar, por lo tanto, estos cambios han fortalecido su posición en el sector, convirtiéndose en un actor clave en la economía colombiana y un referente en la gestión de experiencia.

3.4 Estructura de mercado: Productos y servicios

Seguidamente, se detallan los servicios que la empresa proporciona:

- I. **Consultoría, análisis y tecnología:** Reestructura los procesos de negocio con eficiencia y facilidad a través de TP Infinity, un equipo único de más de 3000 consultores de soluciones con el impulso, la experiencia y los recursos globales.
- II. **Servicios especializados:** LanguageLine Solutions es una empresa de Teleperformance que se especializa en brindar servicios de traducción e interpretación de primer nivel en todo el mundo.
- III. **Experiencia del cliente:** CX digital: Cartera de servicios impulsada por IA para satisfacer las necesidades de las empresas clientes al brindar canales de atención por medio de algoritmos avanzados y aprendizaje automático con la comprensión y los valores humanos.
- IV. **Gestión de experiencia:** Herramientas para optimizar el entorno remoto, desde medidas de seguridad integrales hasta contratación virtual y procesos automatizados, todo conectado mediante centros de Cloud Campus.

Teleperformance se destaca por su capacidad para integrar nuevas tecnologías, estas herramientas las usan centradas totalmente en el usuario, lo que permite a la empresa ofrecer alternativas de alto impacto en la gestión de experiencia. Por ejemplo, a través de su primer servicio de **Consultoría, análisis y tecnología** la compañía no solo busca reestructurar procesos de negocio, sino que también impulsa la transformación digital y automatizada de

sus clientes mediante herramientas de aprendizaje; este enfoque permite que los procesos internos se optimicen.

Por otro lado, en el ámbito de la experiencia al cliente logra fusionar la inteligencia artificial con los procesos que son realizados únicamente por humanos, para crear soluciones digitales que respondan a las demandas del mercado actual pero sin perder la esencia que los caracteriza en la empatía, ofreciendo canales de atención optimizados, así sus clientes tienen la posibilidad de trabajar en entornos remotos.

3.5 Ecosistema y organización de la empresa

La estructura de Teleperformance se muestra en el gráfico adjunto, este ecosistema ofrece una visión completa de la jerarquía y dirección de las interrelaciones entre las diversas áreas y procesos.

Este esquema visual no solo representa la estructura corporativa, sino que también clarifica cómo se distribuyen las responsabilidades y funciones en cada nivel, facilitando una comprensión del funcionamiento interno de la empresa.

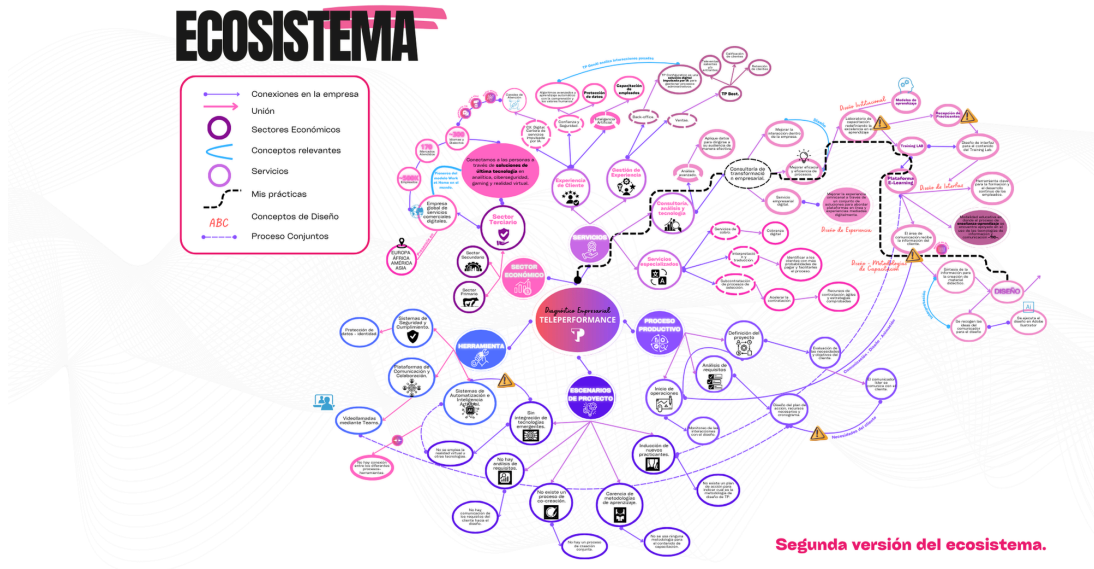


Figura 2. Ecosistema inicial de Teleperformance. Imagen de Autoría Propia

3.6 Clientes y Usuarios

Teleperformance cuenta con clientes de la mayoría de sectores de la industria, por ejemplo, los principales se encuentran dentro de empresas multinacionales y grandes compañías que requieren servicios de outsourcing para mejorar la experiencia que le brindan a los usuarios y optimizar netamente procesos internos.

Estas empresas se encuentran dentro de las industrias de telecomunicaciones, tecnología, servicios financieros, salud, comercio electrónico y turismo, entre otras. Dentro de estas organizaciones, los departamentos que buscan la intervención de Teleperformance son: atención al cliente, ventas, soporte técnico y marketing, quienes buscan poder gestionar de mejor manera sus interacciones con clientes finales, y mantener altos niveles de satisfacción en sus encuestas.

Además de grandes corporaciones, Teleperformance también presta servicios a usuarios individuales, que son los clientes finales de estas empresas. Estos usuarios interactúan con los servicios de Teleperformance a través de canales de atención al cliente, como lo son las llamadas, chat, redes sociales, o correo electrónico. Estos usuarios actualmente buscan soluciones rápidas y efectivas para sus consultas, problemas técnicos, o necesidades de soporte.

3.7 Competencia

Teleperformance compite en el sector de Business Process Outsourcing (BPO) con varias otras grandes empresas globales que ofrecen servicios similares de gestión de la experiencia del cliente, soporte técnico, y soluciones de outsourcing. Algunas de las principales compañías de competencia de Teleperformance incluyen:

Concentrix: Ofrece una amplia gama de servicios de BPO, incluyendo atención al cliente, soporte técnico, ventas, y soluciones de experiencia del cliente impulsadas por tecnologías emergentes.

Alorica: Especializada en la gestión de la experiencia del cliente y soporte técnico, opera en múltiples mercados globales.

Sitel Group: Es un competidor significativo en el BPO, conocido por su enfoque en la experiencia del cliente y su amplia red de centros de contacto en todo el mundo.

Atento: Con fuerte presencia en América Latina, Atento es un competidor importante en la industria del BPO, ofreciendo servicios de gestión de clientes, soporte técnico, y soluciones de CRM.

TTEC (anteriormente TeleTech): TTEC es una empresa global de servicios de BPO que compite en la experiencia del cliente y transformación digital. Ofrece soluciones tecnológicas y consultoría para mejorar la interacción de las empresas con sus clientes.

3.8 Diseño en la empresa

Teleperformance, el diseño se encuentra en un enfoque estratégico, el cual busca alinear la identidad visual con las necesidades específicas de cada compañía cliente, que entra en contacto para generar especialmente material gráfico de manera digital para la capacitación interna de sus empleados.

La empresa pone en marcha un proceso de diseño colaborativo, pues para su gestión de trabajo se integran equipos de comunicadores sociales, diseñadores, animadores, sonidistas, entre otros, para desarrollar el contenido que tiene como finalidad transmitir una información no didáctica de manera gráfica, usando por ejemplo; elementos gráficos, colores

corporativos, tipografía y animación, que buscan garantizar que los empleados reciban una capacitación visualmente coherente y alineada a cada una de las empresas.

Además, el diseño en la compañía busca estar enfocado en la personalización de contenidos, ya que cada proyecto debe estar ajustado no solo a la información del cliente sino a sus necesidades de aprendizaje, teniendo en cuenta el rol de cada empleado, el tipo de capacitación y los objetivos principales, por tal razón, el equipo de diseño trabaja bajo una metodología ágil, lo que permite enfocar y ajustar materiales gráficos que aseguren que los recursos finales sean efectivos para facilitar el consumo de información y la retención de conocimientos.

4. Diagnóstico de la Empresa

4.1 Enfoque de diseño y plan de actividades

El enfoque de diseño en Teleperformance está centrado en la personalización y creatividad visual, pues siempre la prioridad se centra en crear material gráfico que sea atractivo, claro y que se adapte a la información indicada por cada cliente, lo que implica que el diseño no cumpla solamente una función estética, sino que también actúe como un facilitador de aprendizaje.

Los procesos de diseño, a medida de que se va avanzando reciben una retroalimentación constante para ir ajustando visualmente la comunicación del contenido teórico dado por cada empresa, para que los conceptos que se van a transmitir sean comprendidos de manera rápida y eficiente. Asimismo, el enfoque está guiado por la identidad visual y las labores de cada cliente, lo que asegura que los materiales refuercen los servicios de cada empresa.

En el plan de actividades que realiza el diseñador industrial dentro de Teleperformance se encuentran como objetivos específicos, el diseño de contenidos que cumplan con las estrategias en la etapa de preproducción, con los estándares de calidad y manual de marca, de tal manera, los contenidos que cree el practicante deben ser funcionales e impactar positivamente en los objetivos de cada capacitación y/o proyecto de la empresa cliente.

Inicialmente, se establece un material comunicativo para la plataforma digital dependiendo de cada campaña, luego se genera la pieza gráfica (diseños, ilustraciones, infografías, entre otros), allí se puede necesitar la creación de íconos, personajes, banners, vectorización o retoque fotográfico.

4.2 Funciones del diseñador y áreas relacionadas

I. Desarrollo de Contenido Visual:

El diseñador desempeña un rol clave en la creación del material digital, pues está encargado del diseño gráfico de cualquier material como lo son las ilustraciones, infografías y presentaciones, entre otros formatos que facilitan la comprensión de los conceptos que deben aprender el personal de cada empresa; es por esto que a través de estos recursos visuales, el diseñador traduce la información técnica en elementos didácticos y atractivos para el aprendizaje.

II. Personalización y Adaptación de Diseño para Clientes:

En el contexto de capacitación digital para empresas, el diseñador asume la responsabilidad de ajustar y personalizar el material gráfico de acuerdo con la identidad de marca y los requisitos específicos de cada cliente, lo que implica un conocimiento de los estándares visuales y valores de cada organización, buscando que la personalización asegure

que cada recurso visual, desde gráficos hasta módulos, estén alineados con los objetivos de aprendizaje.

III. Colaboración Interdisciplinaria:

Esta colaboración interdisciplinaria permite una integración equilibrada entre el contenido visual y la experiencia de usuario (UX), promoviendo un diseño accesible y enfocado en mejorar la interacción de los usuarios en entornos de aprendizaje digital, se busca que el trabajo en conjunto, del diseñador y el equipo multidisciplinario (comunicador, animador, sonidista) aseguren que los recursos educativos sean funcionales, coherentes y adaptados a cada empresa.

4.3 Análisis de esquema y puntos críticos

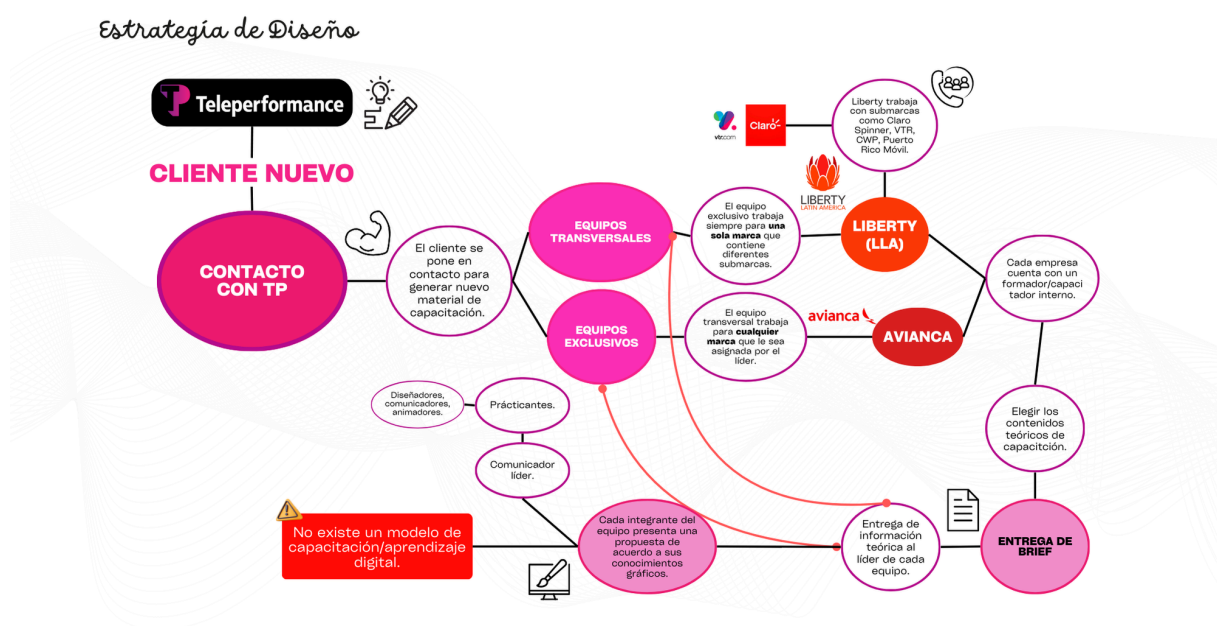


Figura 3. Diagrama de Puntos críticos. Imagen de Autoría Propia

A pesar de contar con tecnologías emergentes que pueden potenciar el diseño de contenidos educativos, pude observar que estas herramientas no son aprovechadas de manera efectiva por el área de diseño, herramientas avanzadas como la realidad aumentada y simulaciones interactivas que están al alcance, no se utilizan de forma constante, es por esto que su poco uso logra limitar a gran escala las posibilidades creativas y reduce el potencial de innovación en el diseño del material, afectando la capacidad de crear experiencias de aprendizaje más dinámicas.

Por otro lado, la falta de información del equipo de diseño sobre las necesidades y requerimientos de cada empresa cliente; en muchos casos, casi todos, los diseñadores reciben únicamente el manual de marca y algunas ideas básicas proporcionadas por el equipo de comunicación, sin un entendimiento real de los objetivos o requisitos de aprendizaje que busca el cliente.

Esta falta de comunicación afecta enormemente la capacidad del diseñador para adaptar y personalizar el contenido de manera óptima, lo que puede resultar en materiales que, aunque visualmente coherentes, no necesariamente responden a las necesidades de cada organización.

Además, no hay información sobre los modelos de aprendizaje que se deben o se pueden utilizar en la creación del material, y al desconocer qué enfoque podría ser el

adecuado para cada empresa cliente, los diseñadores no cuentan con una base para estructurar los contenidos visuales.

Por último, no se cuenta con un proceso formal ni herramientas específicas que faciliten la inducción y el seguimiento de los practicantes que se integran nuevos en cada equipo, lo que a su vez afecta la productividad y adaptación de los nuevos integrantes, quienes podrían contribuir de forma más rápida y efectiva si tuvieran una guía clara de sus actividades y expectativas durante sus primeros meses.

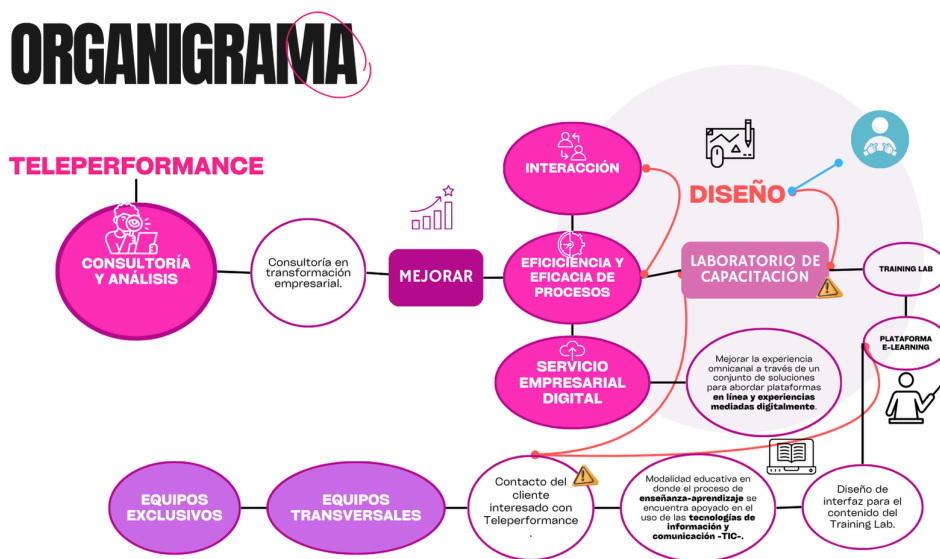


Figura 4. Problemáticas. Imagen de Autoría Propia

4.4 Conocimientos y habilidades que tiene el rol de diseñador como valor diferencial en el campo de acción en la empresa

El diseñador en la empresa aporta un valor diferencial al estar a cargo de la comunicación visual, una habilidad que le permite transformar conceptos teóricos en contenido visual y didáctico, con ayuda de herramientas de ilustración como lo es Adobe Illustrator.

De igual manera, el diseñador puede resaltar por su capacidad de adaptar y personalizar el contenido de acuerdo con los lineamientos de marca de cada empresa cliente y trabajar dentro de los requerimientos de cada empresa, en Teleperformance el diseñador no solo busca respetar la identidad visual de la marca, sino que también quiere crear una experiencia basada en un aprendizaje coherente.

5. Diagnóstico Formativo

5.1 Análisis del plan de estudios

La carrera de Diseño Industrial en la Universidad Jorge Tadeo Lozano se enfoca en formar diseñadores capaces de comprender y responder a las necesidades de la sociedad y la industria a través de soluciones innovadoras, prácticas y sostenibles, este enfoque formativo combina conocimientos técnicos, metodológico en pensamiento crítico, creatividad y responsabilidad social.

El programa se encuentra guiado por tres diferentes rutas de conocimiento, lo que permite que cada estudiante adapte su formación a sus intereses y objetivos personales, por lo tanto, pueden elegir los talleres que mejor se ajustan a sus aspiraciones.

Dentro de las asignaturas cursadas en el plan de estudio se encuentran:

- I. **Fundamentación Básica:** Suelen estar orientadas a proporcionar los conocimientos base para el desarrollo de las habilidades y competencias que sustentan el diseño industrial, asimismo, estas materias buscan empapar al estudiante de conceptos básicos como el pensamiento espacial, la teoría, las humanidades, y los procesos de creación.

HUMANIDADES II. GRAFFITI Y ARTE URBANO EN COLOMBIA (010021)	2,00	(B) F. Básica
INGLÉS B1 (008151)	2,00	(B) F. Básica
PENSAMIENTO ESPACIAL (009456)	3,00	(B) F. Básica

Figura 5. Asignaturas del expediente (1)

HISTORIA DE LAS ARTES Y EL DISEÑO (009320)	3,00	(B) F. Básica
HUMANIDADES I. ARTE Y SOCIEDAD (010157)	2,00	(B) F. Básica
INGLÉS A2 (008141)	2,00	(B) F. Básica
TEORÍAS DE LAS ARTES Y EL DISEÑO (009523)	3,00	(B) F. Básica

Figura 6. Asignaturas del expediente (2)

HUMANIDADES III. ARTE Y GÉNERO (010160)	2,00	(B) F. Básica
---	------	---------------

Figura 7. Asignaturas del expediente (3)

ÉTICA, CIUDADANÍA Y PAZ (009011)	2,00	(B) F. Básica
INGLÉS A1 (008139)	2,00	(B) F. Básica
PROCESOS DE CREACIÓN EN LAS ARTES Y EL DISEÑO (009462)	3,00	(B) F. Básica
VISUALIZACIÓN EN LAS ARTES Y EL DISEÑO (009356)	3,00	(B) F. Básica

Figura 5. Asignaturas del expediente (4)

- II. **Fundamentación específica:** Por otro lado, a diferencia de la fundamentación básica, que brinda bases esenciales a los estudiantes en los principios generales del diseño y la creatividad, la fundamentación específica tiene un enfoque más práctico y técnico,

permitiendo al estudiante abordar proyectos reales y desarrollar soluciones de diseño aplicadas a diversas industrias.

TEORÍAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL III (009526)	3,00 (T) F. Específica
DISEÑO E INNOVACIÓN II (009386)	3,00 (T) F. Específica
EMPREDIMIENTO EN INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS (009393)	3,00 (T) F. Específica
TEORÍAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL II (009525)	3,00 (T) F. Específica

Figura 6. *Asignaturas del expediente (5)*

DISEÑO E INNOVACIÓN I (009385)	3,00 (T) F. Específica
PROYECTO DE DISEÑO INDUSTRIAL VII. OBJETO - ACTIVIDAD Y OBJETO (0095...	8,00 (T) F. Específica
REPRESENTACIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL III (009489)	2,00 (T) F. Específica
TEORÍAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL I (009524)	3,00 (T) F. Específica

Figura 7. *Asignaturas del expediente (6)*

FACTORES HUMANOS III (009401)	2,00 (T) F. Específica
PDI VI. TALLER VERTICAL FIBRAS NATURALES E INNOVACIÓN SOCIAL (010394)	8,00 (T) F. Específica
PROCESOS DEL DISEÑO INDUSTRIAL III (009465)	2,00 (T) F. Específica

Figura 8. *Asignaturas del expediente (7)*

FACTORES HUMANOS II (009400)	2,00 (T) F. Específica
PROCESOS DEL DISEÑO INDUSTRIAL II (009464)	2,00 (T) F. Específica
PROYECTO DE DISEÑO INDUSTRIAL V. INTERACCIÓN - SIMULACIONES (009619)	8,00 (T) F. Específica
REPRESENTACIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL II (009488)	2,00 (T) F. Específica

Figura 9. *Asignaturas del expediente (8)*

FACTORES HUMANOS I (009399)	2,00 (T) F. Específica
PROCESOS DEL DISEÑO INDUSTRIAL I (009463)	2,00 (T) F. Específica
PROYECTO DE DISEÑO INDUSTRIAL IV. OBJETO - LÓGICA DE LA FORMA (0095...	8,00 (T) F. Específica
REPRESENTACIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL I (009487)	2,00 (T) F. Específica

Figura 10. *Asignaturas del expediente (9)*

5.1.1 Asignaturas que fortalecieron el pensamiento crítico en diseño para proponer y aportar a los procesos empresariales



Figura 11. *Habilidades adquiridas. Imagen de Autoría Propia*

A lo largo de la carrera de Diseño Industrial, varias asignaturas jugaron un papel importante en el fortalecimiento de mi pensamiento crítico, permitiendo que no solo adquiriera habilidades técnicas, sino que también desarrolle una capacidad profesional de análisis, esta capacidad es esencial para proponer soluciones de diseño que sean innovadoras y que generen un alto impacto en los procesos empresariales.

A raíz de esto, una de las asignaturas clave para mí fue la asignatura de **Diseño e Innovación**, esta materia busca desarrollar habilidades en el pensamiento creativo, la investigación de tendencias y el uso de metodologías de innovación.

A través de este curso, me sumergí en un enfoque que estaba buscando directamente la generación de nuevas ideas, explorando también nuevas formas de hacer frente a los retos del diseño; esta asignatura no solo fomenta la creatividad, sino que también enseña a investigar y analizar las tendencias emergentes, y esto es fundamental para anticipar las necesidades del mercado y ofrecer propuestas de diseño que sean mayormente competitivas.

Al aplicar estos principios, aprendí cómo generar soluciones que no sólo sean estéticamente atractivas, sino que también estén orientadas a crear una experiencia positiva, esta capacidad para diseñar de manera centrada en el usuario es una habilidad que aporta un gran valor a los procesos de la empresa en la que realicé las prácticas, para saber cómo mejorar la experiencia del cliente.

Por otro lado, la asignatura de **Teorías de las Artes y el Diseño** brinda una base conceptual sólida, pues me permitió comprender mi carrera desde el arte y el diseño en general a lo largo de la historia. Este conocimiento es fundamental para entender no solo las raíces del diseño, sino también los contextos socioculturales que han influido en la forma en que los diseñadores abordan los problemas y crean soluciones; a través de una reflexión crítica sobre las teorías y filosofías que sustentan el diseño, pude desarrollar una habilidad de análisis investigativo más profundo, reconociendo así el impacto que puedo tener en la sociedad y en el campo profesional.

Finalmente, la asignatura de **Procesos de Creación en las Artes y el Diseño** se centra en un enfoque más práctico y experimental, donde se analizan diferentes métodos creativos utilizados en las artes y el diseño. Esta asignatura enseña técnicas de ideación, conceptualización y experimentación, permitiendo a los estudiantes explorar nuevas formas de generar ideas de manera libre y sin restricciones. A través de la práctica y la experimentación, aprendemos a explorar y explotar diferentes enfoques de diseño, encontrando así nuevas formas de aplicar sus conocimientos, lo que nos puede permitir en nuestra vida profesional elaborar propuestas con un valor personal agregado y transmitir las capacidades que cada uno tenemos y que nos diferencian de los demás.

En conjunto, estas asignaturas no solo aportaron a mi formación académica, sino que también fortalecieron mi pensamiento crítico; la unión entre conocimiento teórico, habilidades creativas y comprensión de las teorías, me permite abordar los desafíos empresariales con una visión profesional más amplia.

5.1.2 Asignaturas que permitieron construir una estructura del pensamiento en diseño

En mi educación, diversas asignaturas del p nsum resultaron esenciales para cultivar competencias críticas y ponerlas en práctica en proyectos de diseño, brindando valor no solo en el estudio de los usuarios, sino también en la propuesta de soluciones prácticas.

Para comenzar, por ejemplo, en la asignatura de **Proyecto de Diseño Industrial VII: Objeto - Actividad y Objeto**, realizamos en conjunto una investigación que nos permitió entender las necesidades y comportamientos de las familias en relación con un objeto cotidiano.

Con mi equipo de trabajo, como proyecto final de esta asignatura ideamos un nuevo prototipo de asador, teniendo en cuenta no sólo su funcionalidad, sino también las preferencias y gustos de los usuarios, lo que nos permitió aplicar una metodología de diseño centrada totalmente en las necesidades reales de las familias que le darían uso. Esta experiencia fortaleció mi capacidad de entender cómo los objetos interactúan con su entorno y cómo el diseño puede mejorar la experiencia.

Por otro lado, la asignatura **PDI VI: Taller Vertical Fibras Naturales e Innovación Social** me brindó la oportunidad de realizar una salida de campo a Boyacá, donde conocimos algunos artesanos locales y aprendimos sobre las técnicas tradicionales de fabricación de objetos con fibras naturales. Este proyecto nos hizo conectar la creatividad del diseño en el

ámbito académico con las tradiciones artesanales de los municipios de esta región, lo que resultó en una propuesta que fusiona la creatividad y conceptos del diseñador con la riqueza cultural de las artesanías. La interacción con los artesanos y la valoración de su trabajo me permitió integrar el concepto de innovación social en el diseño, creando propuestas que no solo fueran estéticamente atractivas, sino que también respetan y potencian el legado cultural y social de la región.

Finalmente, en **Proyecto de Diseño Industrial IV: Objeto - Lógica de la Forma**, desarrollé también un análisis de usuario y sus necesidades para proponer un nuevo prototipo de silla para el Aeropuerto El Dorado. Este proyecto fue clave para construir una estructura sólida de pensamiento en diseño, ya que me permitió trabajar en la creación de un objeto que fuera funcional y a su vez ergonómico.

A través de este análisis y la aplicación de metodologías de diseño, propuse una solución que tenía en cuenta factores estéticos y prácticos para un entorno de alto tráfico de personas. Este proyecto me permitió fortalecer mis habilidades en la investigación de usuarios y en la creación de soluciones adaptadas a contextos específicos.

En conjunto, estas asignaturas no solo ampliaron mis conocimientos sobre los procesos de diseño, sino que también me ayudaron a desarrollar un enfoque crítico y reflexivo que me permite entender mejor las necesidades de los usuarios y aplicar soluciones que sean funcionales, innovadoras y culturalmente importantes.

5.2 Procesos y herramientas aprendidas dentro de la formación que aportan al conocimiento de la práctica

A lo largo de mi formación en Diseño Industrial, adquirí una gran variedad de herramientas que no solo me han permitido desarrollar habilidades técnicas, sino que también han fortalecido mi capacidad de análisis y resolución de problemas en contextos profesionales.

Uno de los procesos que más ha impactado mi práctica profesional es el análisis de usuario, en el contexto de asignaturas como *PDI VII: Objeto - Actividad y Objeto*, en las que realicé un análisis de usuario para el diseño de un implemento de hogar, a pesar de ser un enfoque de diseño objetual, con la investigación de los requerimientos de uso y del usuario pude entender la importancia de entender los comportamientos y expectativas del cliente.

Las metodologías como lo son, por ejemplo, *Design Thinking* me han permitido evolucionar el diseño desde los enfoques centrados en el usuario y el proceso iterativo de prototipado me han enseñado a desarrollar soluciones adaptables. Esta metodología me permite trabajar de manera colaborativa y ajustar constantemente los contenidos de capacitación, garantizando que sean efectivos y dinámicos.

El aprendizaje en prototipado y creación de modelos me ha permitido experimentar diversas técnicas para materializar ideas, no solo en productos físicos, sino también en la

creación de interfaces digitales y contenidos gráficos, este enfoque de prueba y error es clave en el diseño de experiencias de aprendizaje personalizado en Teleperformance.

La base teórica adquirida en asignaturas como *Teorías de las Artes y el Diseño* y *Procesos de Creación en las Artes y el Diseño* ha sido crucial para integrar un enfoque crítico y reflexivo en mis proyectos. Estas asignaturas me permitieron profundizar en las corrientes filosóficas y teóricas que informan el diseño, lo que me ha dado la capacidad de tomar decisiones fundamentadas no solo en las necesidades funcionales, sino también en los aspectos culturales y contextuales de los proyectos. Este pensamiento crítico es esencial cuando se trata de diseñar contenido visual que, además de ser funcional, esté alineado con las tendencias actuales y las expectativas de los usuarios.

Además, el trabajo colaborativo y multidisciplinario es otra habilidad clave que logré desarrollar en proyectos como el de *Fibras Naturales e Innovación Social*, donde colaboraba con artesanos locales, pues entendí la importancia de integrar diferentes perspectivas aparte de la académica en el proceso de diseño, asegurando que así el diseño pueda apoyar los objetivos del diseño social.

Finalmente, las herramientas digitales y tecnológicas que he aprendido a usar, como Adobe Illustrator, Photoshop, o Sketch, me han permitido crear contenido visual atractivo y funcional. También, el conocimiento de tecnologías emergentes, como la realidad aumentada y las plataformas de e-learning, me han abierto nuevas oportunidades para enriquecer la experiencia dinámica en procesos de aprendizaje.

6. Escenario de Proyecto

6.1 Identificación de problemática

En un entorno corporativo altamente competitivo, Teleperformance enfrenta desafíos significativos en el diseño y desarrollo de estrategias de capacitación digital para sus empresas clientes. A pesar de contar con una amplia variedad de diseños enfocados en el manual de marca de cada empresa cliente, existe una falta de alineación entre los equipos de diseño y los equipos de formación de las empresas. Esta desconexión se refleja en la falta de conocimiento sobre las necesidades reales de capacitación, los objetivos específicos de cada organización y los roles y competencias de los empleados a capacitar.

El proceso de comunicación y diseño de material gráfico no toma en cuenta las expectativas del equipo de formación ni las características del personal que estará capacitado, lo que resulta en contenidos que no siempre están personalizados o adaptados a las realidades y demandas de cada empresa. Esta brecha de información dificulta la creación de experiencias de aprendizaje efectivas, limitando la capacidad de Teleperformance para optimizar los sistemas de aprendizaje y garantizar una capacitación que sea relevante, eficiente y alineada con los resultados que se esperan.

Por lo tanto, surge la necesidad de implementar una herramienta que permita un diagnóstico conciso, una evaluación inicial detallada y el diseño de estrategias de

capacitación digital adaptables y efectivas, que respondan de manera integral a las necesidades de las empresas, sus equipos de formación y sus empleados.

6.2 Oportunidad de diseño

La oportunidad de diseño radica en el desarrollo de una herramienta interna que permita a Teleperformance, y en específico a los equipos de diseño/comunicación de material gráfico digital optimizar y personalizar el material de capacitación digital para sus empresas clientes. Esta herramienta debe facilitar un proceso de diagnóstico, identificando las competencias clave de los empleados y sugiriendo estrategias de aprendizaje personalizadas y alineadas con los objetivos de cada formación.

Al proporcionar una herramienta que integre el diagnóstico, la evaluación y la personalización de los contenidos de capacitación, esto le permitirá a los diseñadores/comunicadores del área, comprender desde qué punto inicial crear el material gráfico digital para que pueda ser adaptado a las necesidades concretas de cada empresa.

La oportunidad radica en construir una interfaz intuitiva y fácil de usar, que guíe al equipo de diseño y/o supervisor del equipo de manera ordenada a través de unos pasos para conocer de qué manera el cliente quiere que su capacitación y el contenido a enseñar sea totalmente personalizado, permitiendo que se alineen los contenidos formativos, las expectativas de los clientes y las habilidades de los empleados a capacitar. Esto mejoraría no solo los resultados de las capacitaciones, sino también la experiencia de los usuarios,

garantizando una formación más relevante, eficiente y centrada en las necesidades reales de la organización.

6.2.1 Áreas vinculadas con la oportunidad

El Departamento de Capacitación y Desarrollo (Learning & Development) y el equipo de Diseño y Comunicación son dos áreas clave en el proceso de creación de una herramienta de diagnóstico y evaluación de capacitación digital. El área de Capacitación y Desarrollo es esencial porque se encarga de diseñar, implementar y evaluar los programas de formación dentro de la empresa; pues su responsabilidad inicial es asegurar de que las capacitaciones sean efectivas, alineadas con los objetivos organizacionales y adaptadas a las necesidades específicas de los empleados. De esta forma, la herramienta de diagnóstico y evaluación puede proporcionar a este equipo un marco claro para identificar las brechas de habilidades y competencias.

Por otro lado, los equipos integrados por diseñadores y comunicadores juegan un papel igualmente decisivo, ya que son responsables de la proposición de ideas de cada proyecto para la creación del material gráfico que acompaña la información teórica de capacitación, pues es cierto indicar que la efectividad de una capacitación digital depende en gran medida de la calidad y la claridad visual del contenido.

Con la herramienta, los diseñadores tendrán una mejor comprensión de las características y necesidades de los empleados, lo que les permitirá crear materiales no sólo

atractivos y creativos visualmente, sino con un enfoque de aprendizaje más claro y centrado en las necesidades. Al contar con una guía clara sobre los perfiles y competencias de cada proyecto, los diseñadores podrán desarrollar contenido gráfico que no solo sea visualmente dinámico, sino también alineado con los objetivos pedagógicos y las características de los aprendices, garantizando una experiencia de aprendizaje más efectiva y personalizada.

6.2.2 Categorías de análisis

Las categorías de análisis permiten delimitar claramente qué aspectos de un tema se van a investigar, esto ayuda a evitar que el proyecto sea demasiado amplio o poco relevante, manteniendo un enfoque más centrado. Dentro de las categorías de análisis del escenario de proyecto encontramos:

- I. Modelos de aprendizaje digital: Son enfoques estructurados para la educación que aprovechan herramientas tecnológicas, como plataformas en línea, simulaciones, recursos multimedia y aplicaciones interactivas, para facilitar la adquisición de conocimientos.

- II. Estrategias de aprendizaje digital: Son métodos y técnicas diseñados para optimizar el proceso de enseñanza y aprendizaje mediante el uso de tecnologías digitales. Estas estrategias incluyen el uso de recursos multimedia interactivos, plataformas educativas en línea, gamificación, aprendizaje móvil, etc.

- III. Herramientas de aprendizaje digital: Son aplicaciones, plataformas y recursos tecnológicos que facilitan la enseñanza y el aprendizaje a través de medios digitales. Estas incluyen plataformas de gestión educativa, software de videoconferencias (como Zoom o Microsoft Teams), aplicaciones de creación de contenido interactivo (como Kahoot o Prezi), y bibliotecas digitales.
- IV. Procesos de aprendizaje mediado por lo digital: Son aquellos en los que la tecnología juega un papel central en la facilitación, mediación y enriquecimiento del aprendizaje. Estos procesos implican el uso de plataformas digitales, recursos interactivos, y herramientas tecnológicas para acceder a contenido educativo, colaborar con otros estudiantes y recibir retroalimentación.
- V. Metodologías de aprendizaje digital: Son enfoques estructurados que guían el proceso de enseñanza y aprendizaje utilizando herramientas y tecnologías digitales. Estas metodologías incluyen estrategias como el e-learning, donde el aprendizaje ocurre completamente en línea; el blended learning o aprendizaje combinado, que mezcla clases presenciales con contenido digital; y el microlearning, que entrega información en pequeñas cápsulas para facilitar la asimilación rápida.
- VI. Planeación/seguimiento/evaluación del aprendizaje digital: Es la medición del aprendizaje a través de exámenes en línea, actividades interactivas, proyectos y auto

evaluaciones. Además, el entorno digital permite la retroalimentación automatizada e inmediata.

- VII. Diseño de sistemas de capacitación digital: Proceso de creación y desarrollo de plataformas, programas y recursos interactivos para entrenar y educar a empleados a través de medios digitales. Este diseño implica identificar las necesidades de capacitación, definir los objetivos de aprendizaje, y seleccionar las herramientas y metodologías digitales más adecuadas para la audiencia objetivo.

6.3 Objetivo del proyecto

Diseñar una herramienta de diagnóstico, evaluación y proposición de estrategias de capacitación digital que optimice los sistemas de aprendizaje para mejorar la formación del personal en las empresas clientes, fomentando un enfoque adaptable, eficiente y alineado con las necesidades específicas de cada organización.

6.3.1 Objetivos Específicos

- I. Establecer un proceso de diagnóstico para identificar los requerimientos y competencias clave de las empresas clientes, que sirva como base para diseñar programas de capacitación digital alineados con sus necesidades estratégicas.

- II. Desarrollar una metodología para la creación de perfiles de aprendizaje que identifique las características, preferencias y necesidades de los diferentes grupos de empleados, permitiendo la personalización de los contenidos formativos.
- III. Implementar un sistema de evaluación y retroalimentación que permita ajustar y refinar el modelo estratégico inicial, asegurando su eficacia en la personalización y adaptación de las capacitaciones digitales.



Figura 12. Análisis para las categorías. Imagen de Autoría Propia

6.3.2 Diseño metodológico y herramientas de investigación

Para llevar a cabo mi investigación, desarrollé una matriz de diagnóstico que permite evaluar el nivel actual de herramientas de diagnóstico para la creación de material gráfico

digital en Teleperformance. En esta matriz, se utilizó una escala del 1 al 5 para representar los niveles, donde el 1 indica el nivel más bajo y el 5 el más alto.

El análisis se define a partir de 8 criterios que tienen conexión entre sí, como lo son: Modelos de aprendizaje digital, Estrategias de aprendizaje digital, Herramientas de aprendizaje digital, Procesos de aprendizaje mediado por lo digital, Metodologías de aprendizaje digital, Planeación/seguimiento/evaluación del aprendizaje digital y Diseño de sistemas de capacitación digital.

Para determinar los niveles de diagnóstico se usó como fundamentación teórica el libro “El arte y la ciencia de enseñar” de Robert. J Marzano. Este libro es una guía completa sobre estrategias pedagógicas basadas en la investigación. Marzano presenta un marco que detalla diversos elementos esenciales para una enseñanza eficaz, incluyendo la planificación de lecciones, el manejo del aula y la evaluación del aprendizaje. Su enfoque es práctico y está respaldado por estudios que analizan el impacto de diferentes métodos en el aprendizaje de los estudiantes. La obra es muy útil para educadores y diseñadores de programas de formación que buscan implementar metodologías de aprendizaje efectivas.

Por otro lado, también se tuvo en cuenta el libro "Cómo funciona el aprendizaje: siete principios basados en la investigación para una enseñanza inteligente" de Susan A. Ambrose. Allí la autora examina los principios que subyacen al proceso de aprendizaje efectivo y ofrece una perspectiva basada en la investigación sobre cómo se puede optimizar la enseñanza. Cada capítulo explora un principio clave, como la importancia de la motivación o cómo los

estudiantes organizan el conocimiento, y ofrece estrategias aplicables para mejorar el aprendizaje.

Y por otro lado, pero no menos relevante, tuve en cuenta los estilos de aprendizaje según Honey y Mumford, los cuales se dividen en 4 grupos con características determinadas, estos grupos son: activo, reflexivo, teórico y pragmático, cada grupo cuenta con características principales y características secundarias que se desarrollan en adjetivos, por ejemplo, la metodología de aprendizaje activa se define con adjetivos como: Creativo, novedoso, aventurero, renovador, inventor, vital generador de ideas, vividor de la experiencia, protagonista, innovador, conversador, líder, voluntarioso, participativo.

Inicialmente, para la determinación de cada categoría, se determinaron 5 niveles de menor a mayor cumplimiento, por ejemplo, para la categoría de Modelos de aprendizaje digital, el nivel 1 se determina por el “Uso casi inexistente de herramientas tecnológicas, limitado a documentos básicos, sin simulaciones ni interactividad.” y el nivel 5 siendo el de mayor cumplimiento “El aprendizaje digital está optimizado, con plataformas, simulaciones y aplicaciones interactivas completamente integradas, brindando una experiencia dinámica y personalizada.” En Teleperformance, en esta categoría se determinó que dentro de la empresa estaba en un nivel de 4 puntos:

Herramientas como plataformas, simulaciones y multimedia se usan eficazmente, aunque aún se puede mejorar la personalización y la innovación tecnológica.

Figura 13. *Modelo de aprendizaje digital en TP. Imagen de Autoría Propia*

Por otro lado, en las Estrategias de aprendizaje digital, el nivel 1 se determina por “Las estrategias digitales son casi inexistentes, limitándose a material estático sin interactividad, lo que

resulta en un aprendizaje monótono.” y el nivel 5 siendo el de mayor cumplimiento “Las estrategias digitales están completamente optimizadas, integrando técnicas variadas y ofreciendo un aprendizaje interactivo, personalizado y flexible, utilizando tecnologías innovadoras para maximizar resultados.” En Teleperformance, en esta categoría se determinó que dentro de la empresa estaba en un nivel de 3 puntos:

Existen varias estrategias digitales, con plataformas funcionales y recursos interactivos, aunque la gamificación y el aprendizaje móvil son solo parciales y no centrales en el proceso.

Figura 14. *Estrategias de aprendizaje digital en TP. Imagen de Autoría Propia*

En las Herramientas de aprendizaje digital, el nivel 1 se determina por “Uso mínimo de herramientas digitales, sin plataformas de gestión, videoconferencias o aplicaciones interactivas, limitándose a documentos básicos sin interacción.” y el nivel 5 siendo el de mayor cumplimiento “Uso óptimo de herramientas digitales avanzadas, con plataformas completas, videoconferencias de calidad y aplicaciones interactivas, brindando una

experiencia educativa inmersiva y flexible.” En Teleperformance, en esta categoría se determinó que dentro de la empresa estaba en un nivel de 4 puntos:

Las herramientas digitales están bien integradas y se utilizan efectivamente, incluyendo plataformas de gestión y aplicaciones interactivas, con un entorno digital dinámico y accesible.

Figura 15. *Herramientas de aprendizaje digital en TP. Imagen de Autoría Propia*

En los Procesos de aprendizaje mediado por lo digital, el nivel 1 se determina por “La tecnología casi no se utiliza en el aprendizaje. No hay plataformas digitales, ni recursos interactivos, y la retroalimentación sigue siendo manual, sin aprovechar las herramientas tecnológicas.” y el nivel 5 siendo el de mayor cumplimiento “La tecnología es central en todo el proceso. Las plataformas y recursos interactivos se usan ampliamente, la colaboración es fluida, y la retroalimentación es inmediata y personalizada, creando un entorno digital dinámico y flexible.” En Teleperformance, en esta categoría se determinó que dentro de la empresa estaba en un nivel de 2 puntos:

Se usan algunas plataformas digitales, pero de manera limitada. Los recursos interactivos son escasos y la colaboración entre estudiantes es mínima, con retroalimentación digital poco consistente.

Figura 16. *Procesos de aprendizaje mediado por lo digital en TP. Imagen de Autoría Propia*

En las Metodologías de aprendizaje digital, el nivel 1 se determina por “Las metodologías de aprendizaje digital son casi inexistentes. No se utilizan enfoques estructurados y el proceso educativo carece de herramientas digitales, resultando en un aprendizaje tradicional y sin adaptaciones tecnológicas.” y el nivel 5 siendo el de mayor cumplimiento “Las metodologías de aprendizaje digital están completamente optimizadas. Se utilizan de manera integral y efectiva e-learning, blended learning y microlearning, creando un entorno de aprendizaje dinámico, flexible y altamente interactivo que se adapta a las necesidades de los estudiantes.” En Teleperformance, en esta categoría se determinó que dentro de la empresa estaba en un nivel de 2 puntos:

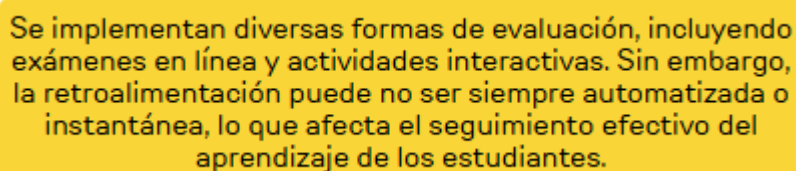
Se implementan algunas metodologías básicas, pero de manera muy limitada. Aunque hay algún uso de e-learning, la integración de blended learning y microlearning es escasa, lo que resulta en un enfoque poco dinámico y poco efectivo.

Figura 17. *Metodologías de aprendizaje digital en TP. Imagen de Autoría Propia*

En la Planeación/seguimiento/evaluación del aprendizaje digital, el nivel 1 se determina por “La evaluación del aprendizaje es prácticamente inexistente en el entorno digital. No se utilizan exámenes en línea, actividades interactivas ni autoevaluaciones, y la retroalimentación es manual y lenta, lo que limita el seguimiento del progreso de los estudiantes.” y el nivel 5 siendo el de mayor cumplimiento “La planeación, seguimiento y evaluación del aprendizaje digital están completamente optimizados. Se utilizan múltiples formas de evaluación, con retroalimentación automatizada e inmediata, creando un entorno

dinámico que facilita un seguimiento preciso y continuo del aprendizaje de los estudiantes.”

En Teleperformance, en esta categoría se determinó que dentro de la empresa estaba en un nivel de 3 puntos:



Se implementan diversas formas de evaluación, incluyendo exámenes en línea y actividades interactivas. Sin embargo, la retroalimentación puede no ser siempre automatizada o instantánea, lo que afecta el seguimiento efectivo del aprendizaje de los estudiantes.

Figura 18. *Planeación/seguimiento/evaluación del aprendizaje digital en TP. Imagen de Autoría Propia*

Finalmente, en el Diseño de sistemas de capacitación digital, el nivel 1 se determina por “El diseño de sistemas de capacitación digital es prácticamente inexistente. No se realizan análisis de necesidades de capacitación, y la creación de plataformas o recursos es mínima, resultando en un enfoque desorganizado y poco efectivo.” y el nivel 5 siendo el de mayor cumplimiento “El diseño de sistemas de capacitación digital está completamente optimizado. Se lleva a cabo un análisis exhaustivo de necesidades, se definen objetivos claros y se eligen estratégicamente las herramientas y metodologías más efectivas, creando un entorno de capacitación altamente interactivo y centrado en el aprendizaje de los empleados.” En Teleperformance, en esta categoría se determinó que dentro de la empresa estaba en un nivel de 1 punto:

El diseño de sistemas de capacitación digital es prácticamente inexistente. No se realizan análisis de necesidades de capacitación, y la creación de plataformas o recursos es mínima, resultando en un enfoque desorganizado y poco efectivo.

Figura 19. *Diseño de sistemas de capacitación digital en TP. Imagen de Autoría Propia*

Como resultado de este análisis, se llegan a las siguientes conclusiones por cada categoría:

- I. Teleperformance ha logrado una integración avanzada de herramientas digitales en su aprendizaje, utilizando plataformas, simulaciones y multimedia de manera competitiva, pero aún tiene oportunidades para mejorar la personalización y la innovación tecnológica, lo que podría llevarla a optimizar la experiencia de aprendizaje.

- II. Teleperformance ha implementado varias estrategias digitales con plataformas funcionales y recursos interactivos, lo que indica un avance en la modernización del aprendizaje. Sin embargo, la gamificación y el aprendizaje móvil no están completamente integrados ni son centrales en el proceso, lo que sugiere que hay espacio para mejorar la flexibilidad, la personalización y la interacción en sus estrategias de aprendizaje digital.

- III. Teleperformance ha logrado una integración sólida de herramientas digitales, utilizando plataformas de gestión y aplicaciones interactivas de manera efectiva, lo que permite un entorno de aprendizaje digital dinámico y accesible. Sin embargo, aún hay margen para optimizar el uso de herramientas avanzadas y mejorar la flexibilidad, lo que podría llevar la experiencia educativa a un nivel aún más inmersivo y adaptado a las necesidades individuales.
- IV. Teleperformance ha comenzado a utilizar algunas plataformas digitales, pero su uso es limitado y los recursos interactivos son escasos. La colaboración entre los participantes es mínima y la retroalimentación digital es poco consistente, lo que indica que, aunque se han dado pasos hacia la digitalización, aún hay una falta de integración total de la tecnología en el proceso de aprendizaje. Hay un importante margen de mejora para crear un entorno digital más dinámico, interactivo y colaborativo, con retroalimentación más inmediata y personalizada.
- V. Teleperformance ha implementado algunas metodologías digitales, como el e-learning, pero su integración es limitada y carece de enfoques más avanzados como el **blended learning** y el **microlearning**. Esto da lugar a un enfoque de aprendizaje poco dinámico y no completamente adaptado a las necesidades de las empresas cliente.
- VI. Teleperformance ha implementado diversas formas de evaluación digital, como exámenes en línea y actividades interactivas, lo que indica un avance en la integración

de herramientas para el seguimiento del aprendizaje. Sin embargo, la retroalimentación no siempre es automatizada o instantánea, lo que limita la efectividad del seguimiento y la personalización.

- VII. Teleperformance se encuentra en las etapas iniciales en cuanto al diseño de sistemas de capacitación digital, ya que no se realizan análisis de necesidades de capacitación ni se han desarrollado plataformas o recursos digitales de manera significativa. Esto da lugar a un enfoque desorganizado y poco efectivo, lo que indica una necesidad urgente de mejorar la planificación, estructuración y personalización de la capacitación digital, por lo tanto, la empresa debería priorizar la implementación de un análisis de necesidades y el desarrollo de herramientas y metodologías estratégicas para optimizar sus procesos de capacitación.

Además de las conclusiones del diagnóstico, se desarrolló un posible sistema de herramientas inicial, con el fin de potenciar los procesos de diagnóstico para mejorar cada categoría en términos de diseño de material gráfico digital para capacitaciones personalizadas y enfocadas en obtener los resultados esperados por cada empresa cliente.

6.4 Desarrollo de la propuesta y primer prototipo

Esta estructura está diseñada para ser una herramienta interna que guíe al equipo en la creación de capacitaciones digitales adaptadas a las necesidades de cada organización. Se planteó realizar 6 herramientas, la división se hizo a partir de las categorías de análisis y los

requerimientos de Teleperformance, teniendo en cuenta que desde que tenemos contacto con la empresa cliente tenemos un tiempo estimado de una semana para presentar una propuesta gráfica teniendo en cuenta la poca información que nos brinda la empresa, como lo es los colores de su marca y algunos contenidos teóricos que quiere que sus empleados tengan como contenido de aprendizaje.

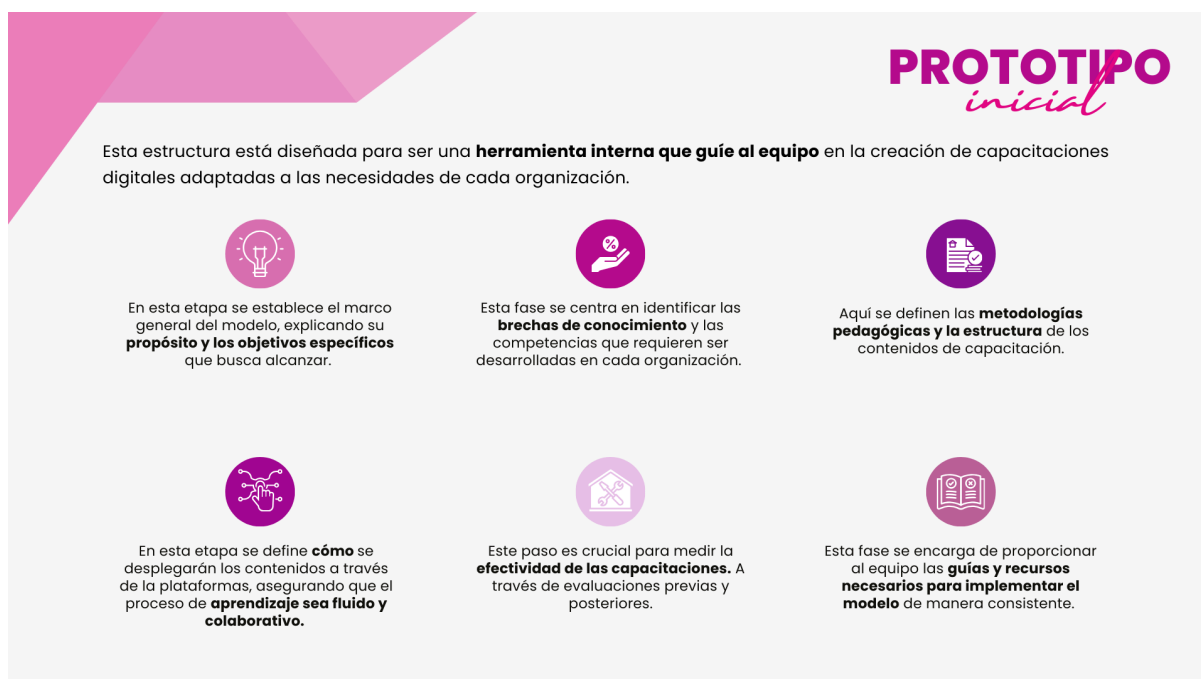


Figura 20. Organización primer prototipo. Imagen de Autoría Propia

El modelo inicial para la creación de capacitaciones digitales personalizadas ha sido diseñado como una herramienta interna que orienta al equipo en la construcción de programas de aprendizaje flexibles y eficaces. Este enfoque busca maximizar la eficiencia del

proceso educativo y garantizar la retención del conocimiento a largo plazo, adaptándose a las diversas características y roles de los empleados en cada organización cliente.

Al centrarse en la personalización, el objetivo es ofrecer formaciones que no solo sean pertinentes, sino también directamente aplicables al contexto y los desafíos específicos de cada cliente.

En primer lugar, el proceso comienza con un análisis detallado de las necesidades de la organización, lo cual es fundamental para crear un contenido completamente alineado con los objetivos estratégicos de la empresa. Este análisis incluye comprender los retos particulares, las competencias clave que los empleados deben desarrollar y las características de los distintos perfiles dentro de la misma, se busca que a través de entrevistas, encuestas o análisis de desempeño, se puede obtener información precisa sobre los requisitos de formación y los resultados esperados.

Con la información obtenida, el siguiente paso es el diseño de la capacitación; aquí se busca ofrecer una formación flexible y adaptada a las diversas necesidades de los participantes lo que implica seleccionar las metodologías y formatos digitales más adecuados, desde módulos e-learning y microaprendizaje hasta simulaciones interactivas y videos.

Cada recurso es pensado para que los empleados puedan acceder a los contenidos en el momento y dispositivo que más les convenga, permitiendo un aprendizaje autónomo que se ajuste a sus horarios empresariales.

Además, se personaliza el contenido para que sea relevante y práctico, utilizando ejemplos y casos de estudio específicos del sector al que pertenezca la organización y el rol del empleado, lo cual asegura que estos encuentren el aprendizaje inmediatamente aplicable en su entorno laboral.

La metodología pedagógica utilizada dentro del modelo se centra en la retención efectiva del conocimiento y su transferencia al trabajo diario. Para ello, se incorporan enfoques como el aprendizaje basado en problemas (ABP), que permite a los empleados enfrentar desafíos reales de la organización a través de casos prácticos, y la gamificación, que fomenta la motivación y el compromiso mediante dinámicas lúdicas. También se promueve el aprendizaje social y colaborativo, facilitando que los empleados compartan experiencias y resuelvan dudas entre sí en foros o sesiones en línea, lo que contribuye a crear un ambiente de aprendizaje más dinámico y enriquecedor.

Sin embargo, el proceso de capacitación no termina con la entrega del contenido. Es importante que se implementen mecanismos de seguimiento y retroalimentación para evaluar el progreso de los participantes y el impacto de la capacitación en su desempeño laboral. A través de evaluaciones continuas, cuestionarios y encuestas de satisfacción, se puede medir el nivel de entendimiento del conocimiento y hacer ajustes a los módulos según sea necesario.

Esta retroalimentación también ayuda a identificar áreas de mejora en las futuras capacitaciones, asegurando que cada ciclo de formación se adapte a los cambios dentro de la organización y las nuevas necesidades de los empleados.

Finalmente, este primer modelo está fundamentado en la idea de la mejora continua, lo que significa que, a medida que la organización evoluciona, el contenido y las metodologías de formación también deben ajustarse.

6.5 Contenido

En la primer fase, se busca la creación de perfiles que detallen las características, preferencias y necesidades de aprendizaje de los diferentes grupos a capacitar, por medio de encuestas a empleados y líderes de cada organización para identificar brechas de conocimiento existentes actualmente dentro de la empresa y más detalladamente dentro del rol que ocupen los empleados, también, conocer y determinar el análisis de competencias requeridas para cada rol, revisando así cultura organizacional y su impacto en el aprendizaje.



Figura 21. *Perfiles primer prototipo. Imagen de Autoría Propia*

En la segunda fase se buscaba determinar que metodología de enseñanza podría adaptarse más al proyecto/capacitación que quiera brindar cada empresa, por medio de los conocimientos que adquirí en la fundamentación teórica, donde conocí metodologías usadas en otros referentes de capacitación digital como lo son: la metodología basada en la resolución de casos, el microlearning o la gamificación.

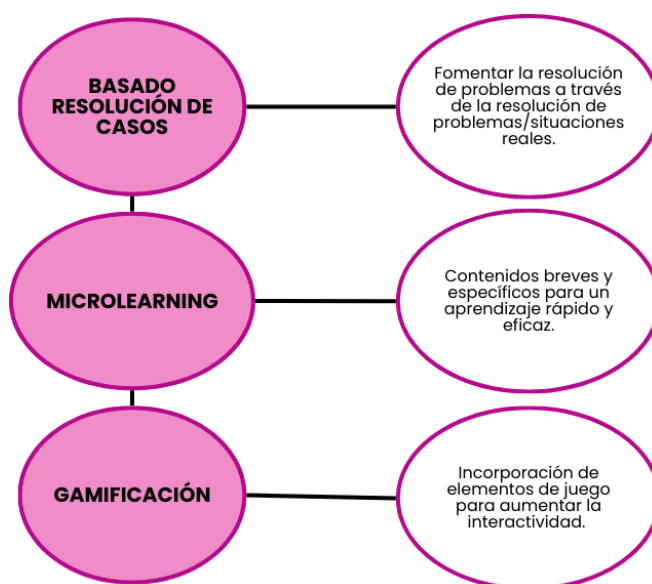


Figura 22. *Metodologías. Imagen de Autoría Propia*

La estructura del contenido de las capacitaciones digitales se diseñará tomando en cuenta una serie de factores clave que garantizan su efectividad y alineación con las necesidades específicas de cada organización. Para ello, se organizará en módulos temáticos que abordan competencias concretas y directamente aplicables a los retos que enfrentan los empleados en su día a día. Estos módulos se complementarán con recursos multimedia, como videos, infografías y simulaciones, que no solo enriquecen la experiencia de aprendizaje, sino que también facilitan la comprensión y retención de conceptos complejos. Además, se incorporarán ejercicios prácticos y evaluaciones periódicas que permitirán medir el progreso de los participantes, asegurando que la capacitación no solo sea entendida, sino que también se traduzca en mejoras en su desempeño laboral.



Figura 23. *Métodos. Imagen de Autoría Propia*

6.6 Propuesta final

Luego de hacer un análisis del contenido del primer prototipo inicial y recibir las respectivas retroalimentaciones de los tres docentes decidí replantear la estructura y detallarla un poco más a la información realmente relevante que se necesita para organizar la metodología de aprendizaje a utilizar en el diseño del material de capacitación y su estructura en la plataforma del e - learning. Por lo tanto, diseñe un kit de herramientas como guía de las preguntas que se le pueden realizar al formador o encargado de brindar la información y requerimientos de la empresa cliente, el objetivo de este cambio era para otorgar un plano más detallado de las necesidades del cliente.

Este Kit de herramientas se llama LearniQ.

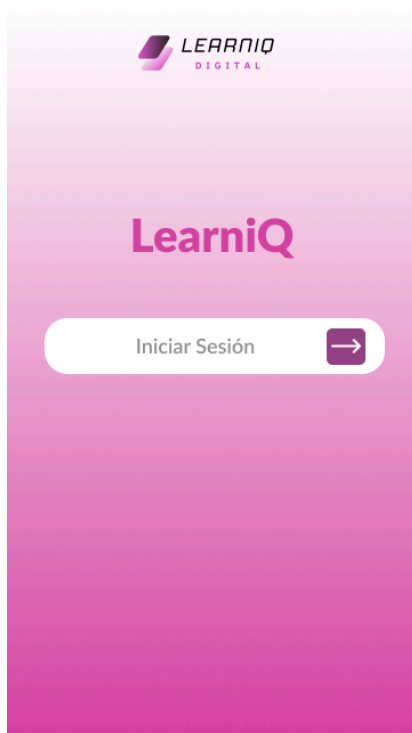


Figura 24. Portada Interfaz final LearniQ. Imagen de Autoría Propia

Para este prototipo decidí dividir el Kit de herramientas en 5 secciones diferentes, todas tienen como objetivo inicial recoger información que será útil en el diseño del manual de capacitación, es importante recordar que este kit está diseñado para ser un paso a paso de información que puede solicitar el supervisor líder del equipo de comunicación, por lo tanto es una herramienta que será utilizada por los equipos internos de Teleperformance.

6.6.1 División Kit de Herramientas

Las dos páginas iniciales de este Kit son una interfaz de inicio de sesión, teniendo en cuenta que si Teleperformance desea usar este proyecto en una aplicación real, se tenga en cuenta que sólo las personas autorizadas del equipo interno tengan acceso a esta información.



Figura 25. Inicio sesión LearnIQ. Imagen de Autoría Propia

Luego de tener la interfaz del Inicio de Sesión nos encontramos con la página inicial de LearnIQ, esta sección está dividida en 3 partes, el menú desplegable de las cinco herramientas, el botón de instrucciones y la explicación de lo que es este Kit.



Figura 26. Portada LearnIQ. Imagen de Autoría Propia

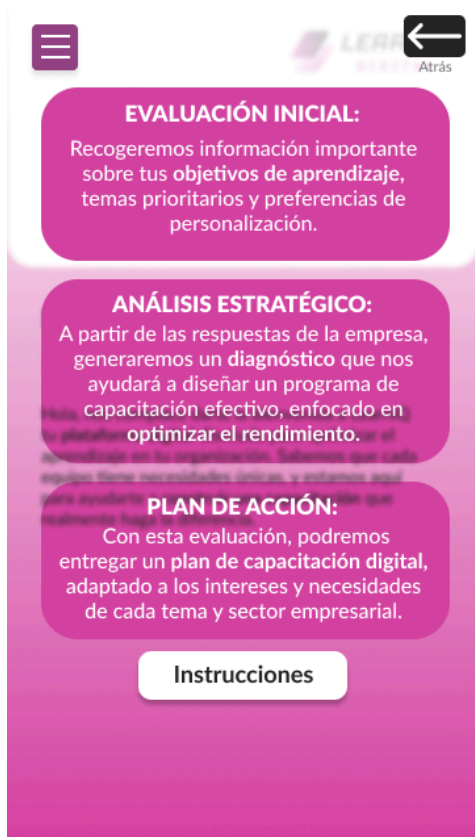


Figura 27. Instrucciones. Imagen de Autoría Propia

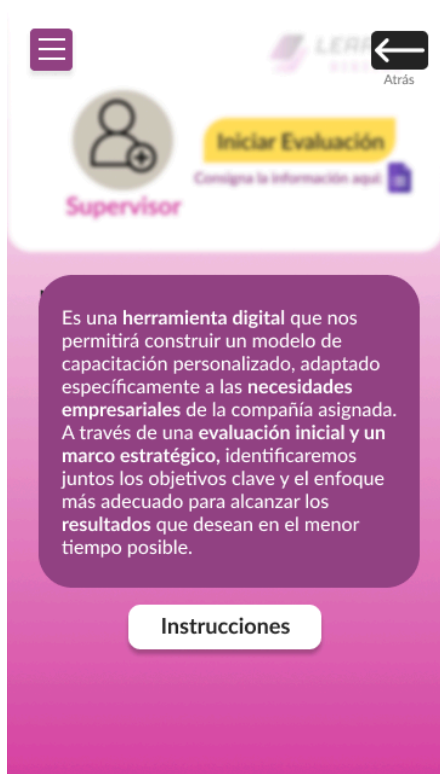


Figura 28. ¿Qué es LearnIQ?. Imagen de Autoría Propia

En esta parte, se explica que LearniQ es una herramienta digital que nos permitirá construir un modelo de capacitación personalizado, adaptado específicamente a las necesidades empresariales de la compañía asignada, todo esto a través de una evaluación inicial y un marco estratégico, de esta manera se busca identificar estratégicamente los objetivos clave y el enfoque más adecuado para alcanzar los resultados que desee cada empresa.

De igual manera, en las instrucciones se plantean tres propósitos importantes, como son la evaluación inicial, el análisis estratégico y el plan de acción a llevar a cabo. Toda esta información podrá ser consignada luego de la reunión en un formulario de Google, se usa esta herramienta ya que Teleperformance cuenta con restricciones para usar otro tipo de herramientas con el PC corporativo.

Siguiendo con las instrucciones, en la primera fase nos encontramos con la herramienta **PSE**, esta herramienta está basada en la planeación, seguimiento y evaluación inicial de la compañía con la que trabajaremos. Allí se guía al supervisor a realizar seis preguntas al formador o encargado de la empresa cliente para conocer los objetivos iniciales y la finalidad que se busca con la capacitación.

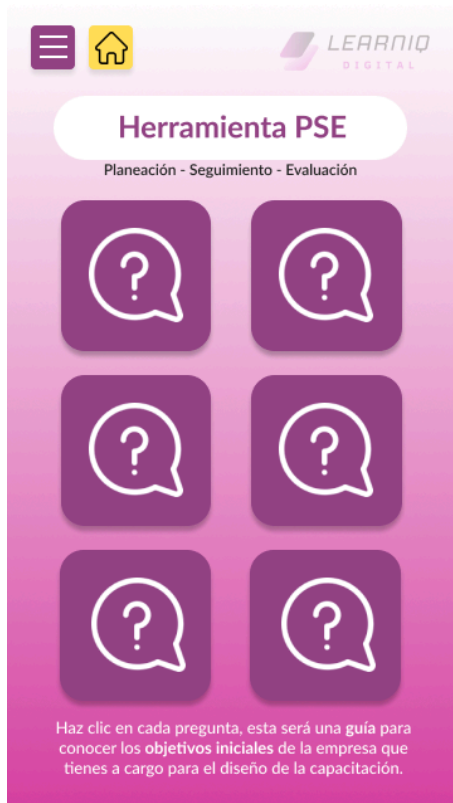


Figura 29. *Herramienta PSE. Imagen de Autoría Propia*

Al dar clic en cada ícono de pregunta, el formador podrá guiarse de que tipo de preguntas hacer al momento de reunirse con el formador por medio de una videoconferencia, pues en muchos casos el supervisor líder no tiene mucha información sobre los requerimientos que tiene el cliente, incluso en algunos proyectos se desconoce la opinión de la empresa y se brinda sólo el material teórico lo que ha llevado en casos anteriores a un reproceso y a volver a intentar contactarse con el encargado de la capacitación.

En la segunda fase encontramos la herramienta **RAR**, allí se busca que el supervisor líder concrete junto con el formador que enfoque de aprendizaje se le quiere dar a su contenido, esto teniendo en cuenta las metodologías de aprendizaje según el modelo de Honey y Mumford: este modelo tiene como base 4 conceptos que serán explicados en la

herramienta a medida de que se vaya seleccionando cada uno (activo, reflexivo, teórico, y pragmático).



Figura 30. *Herramienta RAR. Imagen de Autoría Propia*

La tercer herramienta llamada **NU**, consta de 3 secciones a elegir, allí el supervisor líder tendrá una guía para solicitarle al formador o encargado información sobre los empleados que van a recibir esta capacitación, buscando conocer que tipo de empleados son, sus capacidades, debilidades y aparte de esto, información de redes sociales, colores y demás factores base sobre la empresa esto con el fin de seguir siendo coherentes no sólo con las necesidades del cliente en cuanto a términos de aprendizaje y pedagogía sino a su marca.



Figura 31. *Herramienta NU. Imagen de Autoría Propia*

En la cuarta fase nos encontramos con la herramienta DP, esta herramienta cuenta con una base de datos de los contenidos que se han utilizado anteriormente en las capacitaciones del e - learning, son formatos que han sido funcionales para distintas empresas sin importar el sector al que pertenecen, por lo tanto, al ser formatos viables que han tenido buenos resultados buscamos guiar a las nuevas empresas a requerir contenidos que podamos crear desde la parte de diseño en Teleperformance y a su vez que cumplan con los objetivos didácticos y de aprendizaje.

En cada uno de los contenidos que se pueden utilizar hay una explicación del concepto para que el supervisor líder lo recuerde y de esta manera pueda darle una

explicación corta y concisa al formador, y a su vez cuenta con un ejemplo, asimismo podrá brindar una información clara donde la elección del tipo de capacitación sea una elección conjunta y acorde a las necesidades del cliente.



Figura 32. *Herramienta DP. Imagen de Autoría Propia*

Finalmente contamos con la última fase, la herramienta **PR**, esta herramienta busca destacar finalmente el perfil de usuario, recordando que es importante programar el diseño de esta propuesta en términos de tiempo y módulos de contenido. Por lo tanto, se divide en dos secciones, la sección inicial busca que el supervisor líder le da a entender de manera explícita al formador o encargado la importancia de reconocer y tener presente la cantidad de módulos que se van a diseñar, esto con el fin de entender que según el tipo de compañía y empleados la carga cognitiva puede ser diferente.

En segunda instancia, se encuentra la división semanal, esta sección busca que tanto el supervisor líder como el formador encargado establezcan un tiempo de entrega para el diseño del material gráfico y su subida a la plataforma digital del e - learning, lo que busca que esta capacitación se haga y se diseñe dentro de los plazos acordados por ambas partes, pues anteriormente Teleperformance ha tenido inconvenientes porque desconoce el tiempo que tienen las empresas para capacitar a sus empleados, y en ocasiones se excede el tiempo no solo de diseño del material gráfico sino de cargar los contenidos en la plataforma a la cual ellos tienen acceso.

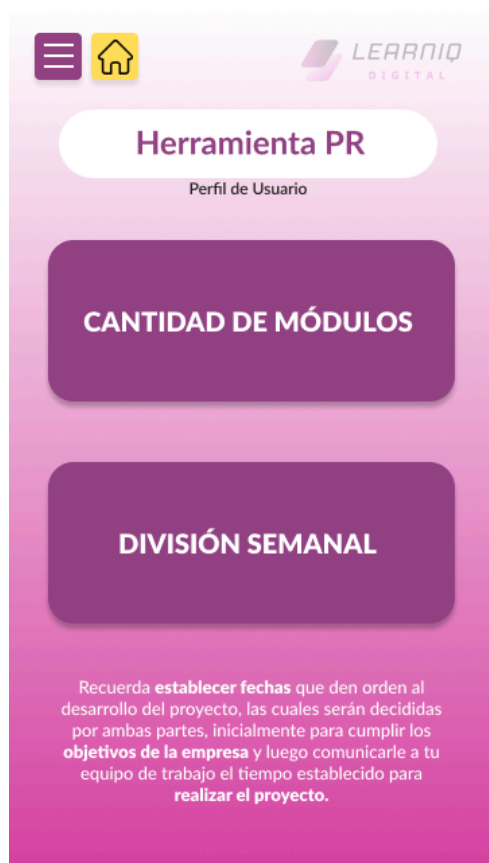


Figura 33. *Herramienta PR. Imagen de Autoría Propia*

6.7 Comprobación

Para realizar la comprobación, teniendo en cuenta que mis prácticas se realizaron siempre de manera remota, le solicité a mi líder y jefe directa Valentina Ochoa una reunión para poder contarle sobre la propuesta final del Kit de herramientas. Luego de indicarle el Kit de herramientas ya realizado, le proporcioné la interfaz de la plataforma con el fin de que la conociera antes de tener una reunión con la empresa cliente con el objetivo de que de manera autónoma diera un recorrido por cada sección y se familiarizara con su diseño.

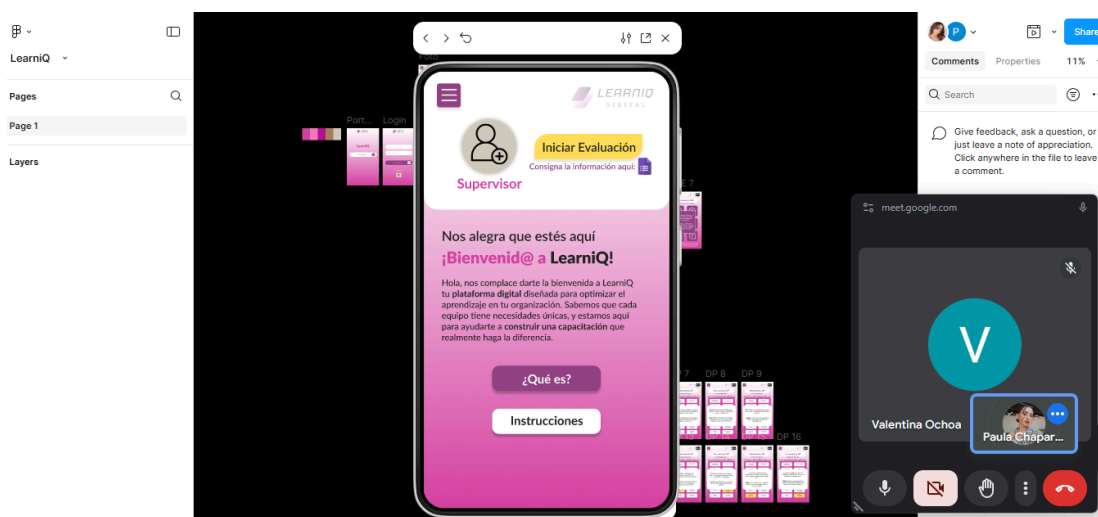
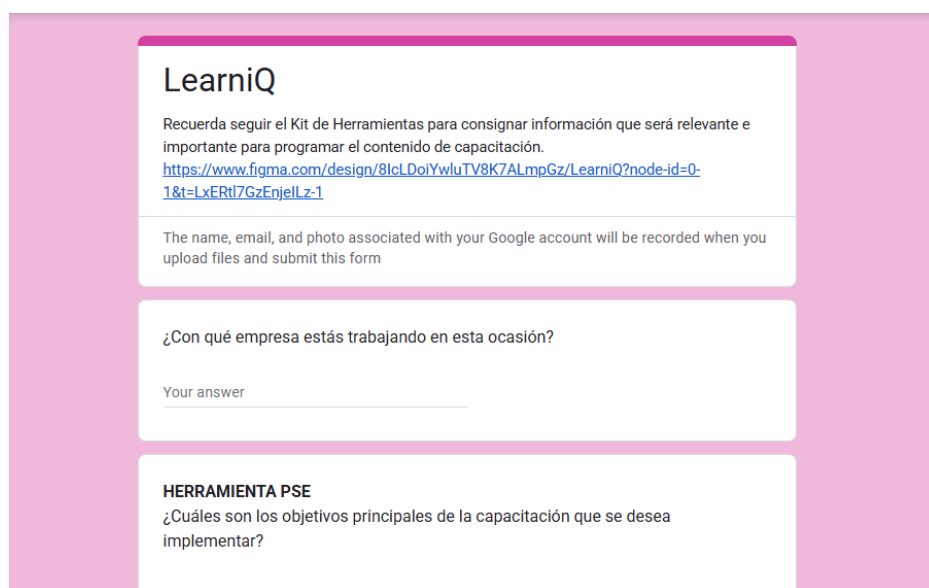


Figura 34. Videollamada explicación de LearnIQ. Imagen de Autoría Propia

Luego de esto, ella decidió aprovechar un proyecto corto que le solicitaron para una de las empresas que ha tenido a cargo hace varios meses como lo es Liberty Puerto Rico, una compañía de telecomunicaciones que requería hacer una capacitación rápida y práctica a sus asesores del Call Center.

Para su reunión, logró recoger una gran cantidad de información utilizando las fases del kit de herramientas de LearnIQ, pues pudo constatar junto al formador líder que la capacitación debía ser corta. Sin embargo, luego de la reunión, Valentina me indicó que había podido obtener mucha información importante y valiosa sin embargo necesitaba algo donde registrar las respuestas del formador en su computador corporativo, para poder guardar la información y luego poder compararla con el resultado final.

Teniendo en cuenta que sólo se pueden usar las herramientas del correo corporativo, decidimos en conjunto que la mejor herramienta para poder comparar diferentes respuestas a largo plazo de las diferentes compañías y sus metodologías de aprendizaje sería Google Forms, allí podría registrar la información sin que se borre luego, también podrá consignar información de cualquier empresa y a futuro comparar cuales son las metodologías de aprendizaje más usadas por las empresas clientes.



The image shows a Google Form titled "LearnIQ" set against a pink background. The form contains the following text:

LearnIQ

Recuerda seguir el Kit de Herramientas para consignar información que será relevante e importante para programar el contenido de capacitación.
<https://www.figma.com/design/8lclDoiYwluTV8K7ALmpGz/LearnIQ?node-id=0-1&t=LxERtl7GzEnjeLLz-1>

The name, email, and photo associated with your Google account will be recorded when you upload files and submit this form

¿Con qué empresa estás trabajando en esta ocasión?

Your answer

HERRAMIENTA PSE

¿Cuáles son los objetivos principales de la capacitación que se desea implementar?

Your answer

Figura 35. Form para consignar información. Imagen de Autoría Propia

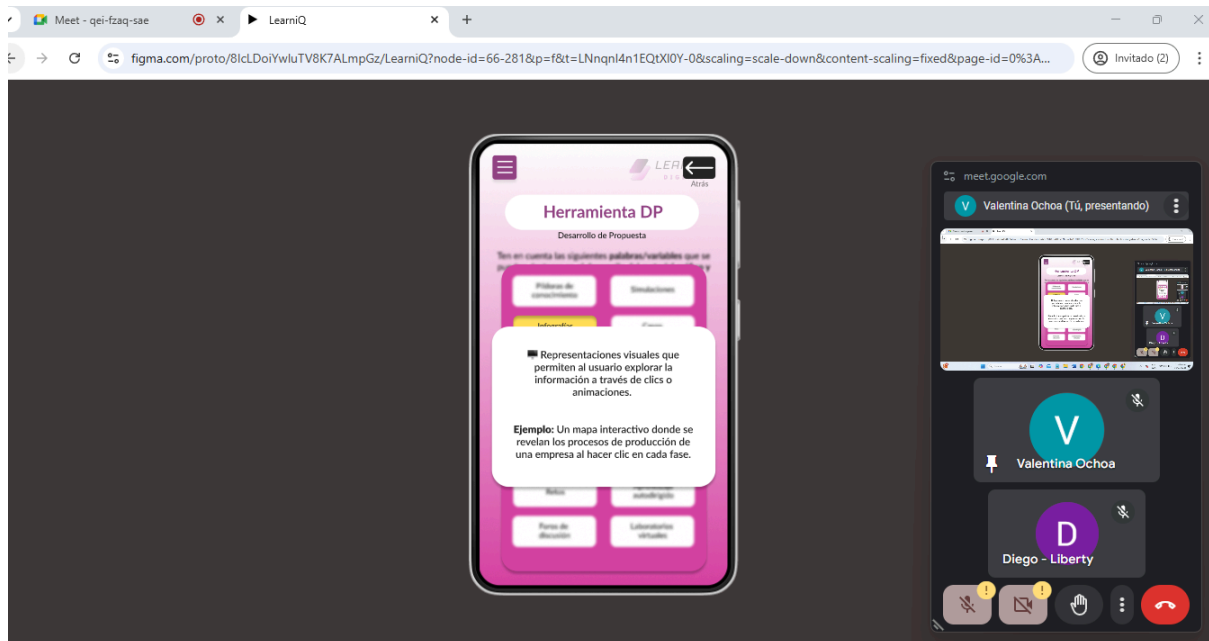


Figura 36. Videollamada Líder y Diego Liberty. Captura tomada por Valentina Ochoa

Luego de esta reunión Valentina me informa que tomó los apuntes necesarios que fueron de gran ayuda para conocer los requerimientos del cliente y así poder brindarle un material de capacitación adecuado y acorde a sus necesidades, para esto decidimos usar el Google Forms ya previamente creado, allí, luego de la videoconferencia con Diego (formador de Liberty) con un poco más de tiempo mí líder pudo consignar la información que nos comunicaría luego a su equipo para ponernos en el proceso de crear la propuesta.

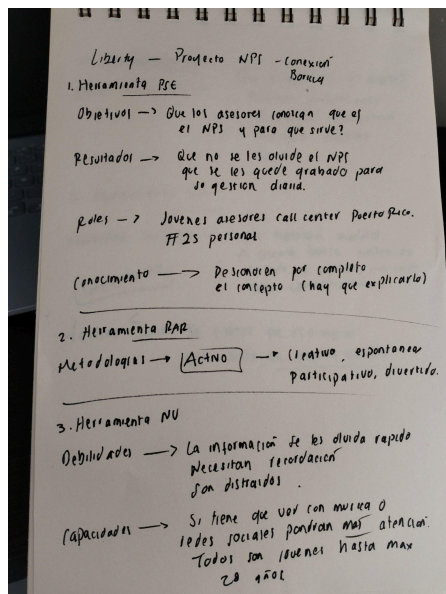


Figura 37. Anotaciones hechas por Valentina Ochoa

Luego de que mi líder consignó la información de sus anotaciones, tuvimos una reunión del equipo encargado de hacer este diseño para Liberty, y allí, mediante la información brindada por Diego (formador) pudimos empezar a idear cómo podría ser esta propuesta, también teniendo en cuenta que debíamos entregarla en un lapso de máximo una semana según las necesidades de la empresa. Por lo tanto, debía ser un proyecto corto, rápido pero que cumpliera las expectativas para los asesores del call center. Luego de que en conjunto, idearemos un plan de acción teniendo en cuenta también la marca y las necesidades de aprendizaje, junto con Valentina, Nicolas (segundo comunicador y practicante) y mi labor en el diseño gráfico del material pudimos sacar a flote una serie de infografías interactivas, vídeos, e imágenes que representaban la cultura y la música de Puerto Rico.

Pues teniendo en cuenta que la información estaría dirigida a empleados de no más de 28 años, y que se buscaba que esta información se quedara en su cerebro, decidimos optar por hacer una interfaz como la de instagram y vídeos entretenidos como los de tik tok, haciendo semejanza al contenido que los jóvenes solemos ver hoy en día, pues de esta manera, la

información se quedaría más rápido en sus mentes, con ayuda también de música, la cual genera recordación a largo plazo.

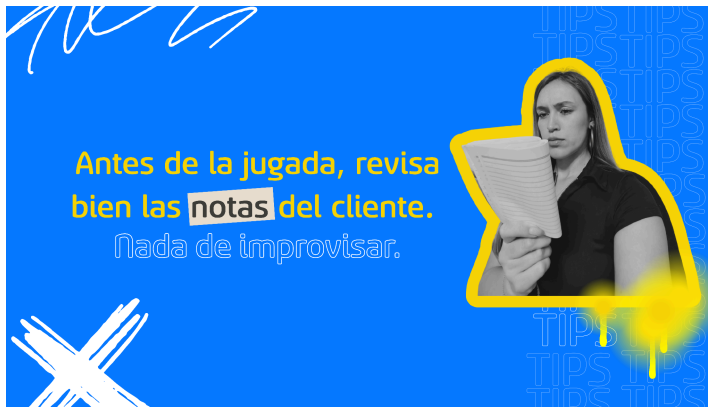


Figura 38. *Tips para el proyecto de Liberty. Imagen de Autoría Propia*

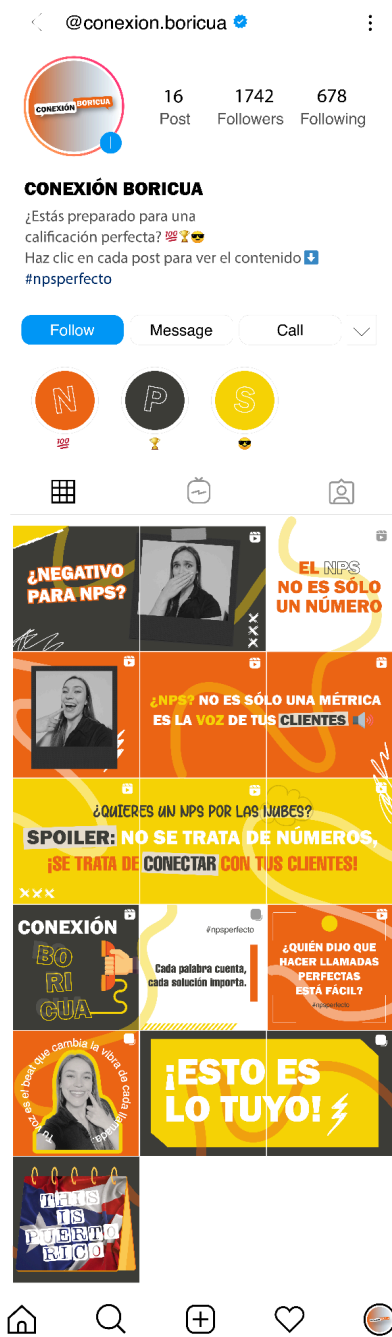


Figura 39. Interfaz de Instagram en Liberty. Imagen de Autoría Propia

Finalmente, estos fueron algunos de los contenidos gráficos que presentados, junto con vídeos y canciones modificadas para generar recordación sobre el concepto de NPS que se debía enseñar a los asesores, este proyecto fue muy bien acogido por los jóvenes según lo que comentó Diego (formador) a Valentina luego de brindarle el contenido a los empleados.

También, el equipo de LLA tuvimos un reconocimiento dentro de los líderes de comunicación en Teleperformance por haber usado las redes sociales y la música como metodología de aprendizaje, que hizo nuestro proyecto más fresco y divertido.

7. Conclusiones

Teniendo en cuenta todos los aspectos analizados, se llega a la conclusión de que el área de diseño en Teleperformance, desde la comprensión del contexto laboral y el sector al que pertenece la compañía que fue el proceso inicial en este proyecto necesita un desarrollo en el entendimiento de que las metodologías de aprendizaje y la pedagogía son un factor crucial y relevante para el diseño del material gráfico para capacitación digital, que es el servicio directo que presta la compañía a las empresas clientes.

Pues en el análisis de las problemáticas, fue evidente la falta de información que cada equipo junto con su comunicador líder tiene sobre los requerimientos de un proyecto cuando es solicitado a Teleperformance, es por esta razón que en algunas ocasiones, la entrega del material se tarda más de lo esperado y se tienen problemas en temas no sólo de presupuesto económico de la compañía cliente, sino también, del aprendizaje que se llevan sus empleados. Por tal razón, fue importante elaborar una guía de pasos, en este caso un Kit de herramientas que pudiera brindar un seguimiento al supervisor líder al momento de hacer la comunicación de los requerimientos del usuario.

Al momento de poner en práctica la guía y uso de herramientas, fue notable que al consignar toda la información de los requisitos y objetivos que busca una empresa al momento de querer crear una capacitación para sus empleados cambia de manera sobresaliente la metodología que el equipo interno tanto comunicadores como diseñadores idean en el plan de acción para cumplir con los objetivos finales del aprendizaje y de la manera en la que se requiere mostrar la información a sus empleados, pues no todas las

compañías que contactan a TP brindan los mismo servicios, ni sus empleados cuentan con las mismas habilidades y/o debilidades.

Finalmente, al hacer la comprobación del uso de Learniq cumplió con los objetivos planteados al inicio del proceso, integrando la importancia de tener herramientas que faciliten el contacto entre las empresas clientes y el equipo de diseño y comunicación de Teleperformance, pues es importante que el diseñador reciba una información concreta para llevar a cabo la creación de un buen material gráfico, que no sólo sea coherente con la Marca, sino que también cumpla con los requerimientos de aprendizaje que cada compañía requiere al momento de brindar nueva información a sus empleados.

Bibliografía

- García Martínez, A., & Galicia Sánchez, S. Ocho metodologías relacionadas con el Arte y la Ciencia de enseñar. La Habana: Editorial Universitaria [Internet]. 2012.
- A Ambrose, S., Dipietro, M., W Bridges, M., C Lovett, M., & K Norman, M. (2017). *Cómo funciona el aprendizaje: Siete principios basados en la investigación para una enseñanza inteligente*. Universidad del Norte.
- Montaluisa-Vivas, A. E., Salas-Jaramillo, E. A., & Garcés-Cobos, L. F. (2019). Los estilos de aprendizaje según Honey y Mumford y su relación con las estrategias didácticas para Matemáticas. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 12(2), 1-16.
- Winter, M., & Gana, J. (1997). Capacitación basada en multimedios y teorías de aprendizaje e instrucción. *Pensamiento educativo*, 20(1), 135–158.
<https://pensamientoeducativo.uc.cl/index.php/pel/article/view/24481>
- Ruibal Piñero, A. (2023). *UX DIRIGIDO A APLICACIONES MÓVILES*.
<https://burjcdigital.urjc.es/items/70dab9ed-3a75-4d83-a426-bb427ce5f482>

Anexos

Sistema de Registro:

https://www.canva.com/design/DAGPz736ntc/pOEq55sDNyBGk0j_cP9r5g/edit?utm_content=DAGPz736ntc&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Infografía final:

https://www.canva.com/design/DAGVHvbYYrM/Uq16vTzdZJyqqa1kMvhRnw/edit?utm_content=DAGVHvbYYrM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Presentación final:

https://www.canva.com/design/DAGVxMGm33s/FOsCsSOHLB6R2hBKx07fkw/edit?utm_content=DAGVxMGm33s&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Vídeo:

https://www.canva.com/design/DAGdsZyJjJ0/AmEjQ-GpywseBSOW_YF9cg/watch?utm_content=DAGdsZyJjJ0&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=unique_links&utlId=hf3f83bb676

Prototipo:

https://www.figma.com/design/8IcLDoiYwluTV8K7ALmpGz/LearnIQ?node-id=0-1&t=qEp_oqlmwbFopIK1K-1

Forms:

<https://forms.gle/sh2hMBTsmn5C6nG37>