



**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Práctica y Pasantía.**

**Yo cuido mi Planta:**  
**Formación y Capacitación de Colaboradores desde la Comunicación Gráfica**

Corporación Universitaria Remington.  
Facultad de Diseño.  
Proyecto de prácticas

Karen Dayana Saavedra López  
Miguel Angel Brand  
Investigación  
Ginebra, Valle del Cauca  
2025

El trabajo de grado “Yo cuido mi Planta: Formación y Capacitación de Colaboradores desde la Comunicación Gráfica” es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del trabajo de grado está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país. Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

## **AUTORES**

**Karen Dayana Saavedra Lopez**

Karen.saavedra.8703@miremington.edu.co

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0002172790](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002172790)

**Nota: el(los) autor(es) certificó(aron) (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró el único responsable.**

## **TUTORÍA**

**Miguel Angel Brand**

Ingeniero en Diseño Industrial

Miguel.brand@uniremington.edu.co

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001550532](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001550532)

**Agradecimientos**

Quiero comenzar este apartado expresando mi más profundo agradecimiento a Dios, quien me brindó la oportunidad de realizar mi carrera, guiándome y dándome fortaleza en cada paso de mi formación académica. Sin su apoyo, y su guía no hubiera logrado llegar hasta aquí.

A mis padres, quienes siempre han sido una fuente constante de apoyo y dedicación. Gracias por su amor incondicional, por ser tierra firme y ser mi mayor inspiración para visualizarme en alcanzar mis metas. Su sacrificio, esfuerzo y amor son la razón por la que hoy puedo celebrar este logro.

A mi familia, por estar a mi lado en todo momento, por su apoyo inquebrantable y por brindarme el aliento necesario en los momentos de duda y cansancio.

A todas las personas que, han sido parte de este proceso, brindándome su apoyo, conocimiento y aliento.

A mis tutores, quienes me guiaron, orientaron y me brindaron de su conocimiento y experiencia. Gracias por su paciencia y por su dedicación, ayudándome a transformar mis ideas en este proyecto que hoy es una realidad.

A todos los que formaron parte de este viaje académico, mi más sincero agradecimiento. Sin ustedes, este logro no habría sido posible.

## Tabla de Contenidos

Resumen.....	5
Problemática abordada en la práctica o pasantía .....	7
Objetivos.....	9
Objetivo General .....	9
Objetivos específicos.....	9
Metodología .....	10
Línea de investigación.....	12
Alcance.....	13
Tipo de pasantía.....	14
Grupos de interés.....	14
Presentación de resultados.....	16
Cronograma .....	21
Título 1 .....	23
<b>Título 1.1.</b> ....	23
Conclusiones.....	25
Fortalezas.....	25
Logros.....	26
Oportunidades .....	26
Retos (Dificultades).....	27
Referencias.....	28
Anexos .....	30

## Resumen

Este trabajo de grado presenta la iniciativa "Yo Cuido Mi Planta", implementada en Carvajal Empaques, cuyo objetivo principal es promover y concientizar sobre la responsabilidad laboral y ambiental entre los colaboradores de la empresa. En un entorno laboral donde la motivación y el compromiso hacia las prácticas sostenibles y responsables eran deficientes, esta estrategia buscó generar un cambio en la cultura organizacional a través del diseño gráfico como herramienta fundamental de comunicación visual.

El proyecto no solo se centró en la creación de materiales gráficos, como posters, infografías y señalización, sino que también involucró diversas áreas de Carvajal Empaques, tales como el equipo de comunicaciones internas, experiencia de personas y sostenibilidad, para garantizar la ejecución efectiva de la campaña en diferentes áreas operativas y administrativas. La participación de estas áreas permitió que el proyecto tuviera un impacto más amplio dentro de la empresa.

La iniciativa "Yo Cuido Mi Planta" tiene como objetivo concientizar a los colaboradores sobre la importancia de cuidar el entorno laboral, fomentar prácticas responsables tanto en el ámbito ambiental como laboral, y motivar un mayor compromiso con la sostenibilidad dentro de la empresa. A través de campañas visuales diseñadas específicamente para ser ubicadas en lugares estratégicos dentro de la planta, se busca involucrar a los empleados en la adopción de conductas más responsables y eficientes en sus actividades diarias.

Uno de los principales resultados que se buscaba con este proyecto era mejorar tanto la eficiencia operativa como la satisfacción laboral de los empleados, considerando que un ambiente de trabajo más comprometido con la responsabilidad social y ambiental puede repercutir positivamente en el rendimiento y el clima organizacional. La estrategia ayudo a impulsar actividades de sensibilización y capacitación que permitieron reforzar el mensaje de sostenibilidad y responsabilidad laboral.

Este trabajo tiene como base la importancia de integrar el diseño y la comunicación en la cultura organizacional, utilizando estos elementos como herramientas clave para lograr una transformación que, además de impactar positivamente en el bienestar de los empleados, también favorezca el compromiso y el éxito a largo plazo de la empresa en sus objetivos de sostenibilidad.

## Palabras clave

Comunicación, estrategia, Proceso, Transformación, Diseño

## Abstract

This degree work presents the "I Take Care of My Plant" initiative, implemented at Carvajal Empaques. Its main objective is to promote and raise awareness about labor and environmental responsibility among the company's employees. In a work environment where motivation and commitment to sustainable and responsible practices were lacking, this strategy sought to generate a change in the organizational culture through graphic design as a fundamental visual communication tool.

The project not only focused on the creation of graphic materials, such as posters, infographics, and signage, but also involved various areas of Carvajal Empaques, such as the internal communications team, people experience, and sustainability, to ensure the effective execution of the campaign in different operational and administrative areas. The participation of these areas allowed the project to have a broader impact within the company.

The "I Take Care of My Plant" initiative aims to raise awareness among employees about the importance of caring for the work environment, promote responsible practices in both the environmental and labor spheres, and motivate a greater commitment to sustainability within the company. Through visual campaigns specifically designed to be placed in strategic locations within the plant, the project seeks to engage employees in adopting more responsible and efficient behaviors in their daily activities.

One of the main outcomes sought with this project was to improve both operational efficiency and employee job satisfaction, considering that a work environment more committed to social and environmental responsibility can positively impact performance and the organizational climate. The strategy helped promote awareness-raising and training activities that reinforced the message of sustainability and responsible work.

This work is based on the importance of integrating design and communication into organizational culture, using these elements as key tools to achieve a transformation that, in addition to positively impacting employee well-being, also fosters the company's long-term commitment and success in achieving its sustainability goals.

### **Keywords**

Communication, Strategy, Process, Transformation, Design.

## **Problemática abordada en la práctica o pasantía**

La falta de motivación y compromiso por parte de los empleados hacia prácticas laborales responsables es un desafío estructural que impacta negativamente la productividad, el ambiente laboral y la operación de Carvajal Empaques. Observar que algunos trabajadores no se alinean con los principios de la empresa ni se involucran con su misión institucional causa una caída en el rendimiento, un alza en los conflictos internos y resistencia a políticas nuevas, especialmente las que abordan la ética, el medio ambiente y la mejora continua.

Esto se ve agravado por factores como la mala comunicación, la falta de motivación, y las estrategias organizativas impuestas sin participación.

Robbins y Judge (2013) mencionan que, *“el compromiso organizacional no solo se construye a partir de las condiciones laborales, sino también del grado de identificación que tiene el colaborador con la misión y los valores institucionales”*.

En Carvajal Empaques, se recopiló evidencia para este proyecto a través de un buzón de sugerencias, entrevistas informales y observaciones internas, lo cual mostró una participación limitada de los empleados en actividades relacionadas con la protección del medio ambiente y la responsabilidad en el lugar de trabajo. Aunque la empresa ha invertido en diferentes actividades para implementar políticas de sostenibilidad y programas de capacitación, pero estos no han sido efectivos para involucrar a la mayoría de los empleados, lo que limita su alcance e impacto real.

Diversos estudios sobre gestión del talento y cultura organizacional han demostrado que la sostenibilidad empresarial no puede entenderse como un proceso técnico aislado, sino como un cambio cultural profundo que requiere compromiso emocional, participación activa y comunicación efectiva. (Zepeda & Rojas, 2021). *“Cuando las personas no comprenden la relevancia de su rol dentro del propósito colectivo, difícilmente adoptarán comportamientos proactivos”*.

Por lo tanto, es esencial crear una estrategia de comunicación que sea inclusiva, motivadora y visual, que pueda transformar los valores institucionales en acciones concretas y cotidianas. Aquí, el diseño gráfico y la comunicación juegan un papel importante como herramientas de transformación cultural.

## **Formulación del Problema**

¿Cómo puede Carvajal Empaques mejorar su cultura organizacional para fomentar la responsabilidad laboral entre sus empleados?

*Según Jorge Reyes, “Al hablar de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) frecuentemente se hace referencia a los diversos modelos... Sin embargo, por encima de todo ello deberíamos de enfocarnos en la conformación o transformación de una adecuada cultura organizacional orientada hacia la sostenibilidad, la cual será fundamental para que tanto la implementación de la RSE como su gestión sean exitosas”.*

Para Carvajal Empaques, como organización comprometida con la excelencia y el desarrollo sostenible, es fundamental mantener una cultura organizacional estable que promueva el sentido de pertenencia, el respeto a los valores corporativos y la responsabilidad individual y colectiva. Una cultura fuerte no sólo mejora el ambiente de trabajo, sino que también ayuda a alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa.

*“La cultura organizacional es un factor determinante en la implementación de prácticas sostenibles. Cuando los valores ambientales y sociales están incorporados en el ADN organizacional, los empleados tienden a adoptar comportamientos más responsables” (Rodríguez & Martínez, 2022).*

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Desarrollar la iniciativa "Yo Cuido Mi Planta" para fortalecer la responsabilidad laboral de los colaboradores en Carvajal Empaques mediante la comunicación gráfica.

### **Objetivos específicos**

- Sugerir una campaña visual en las zonas internas de la compañía para aumentar la conciencia sobre la sostenibilidad y la responsabilidad en el lugar de trabajo.
- Elaborar materiales visuales que estimulen y animen a los empleados a adoptar prácticas laborales responsables y efectivas.
- Analizar el efecto de la iniciativa en relación con la calidad del trabajo y la satisfacción de los empleados.
- Crear un manual de identidad sobre la estrategia con el fin de mantener una coherencia gráfica para futuras implementaciones.

## Metodología

Para consolidar los resultados del trabajo de grado, se empleó una metodología mixta.

La metodología empleada en este proyecto de grado sigue un enfoque mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas con el fin de obtener una visión integral de la situación y aplicar soluciones efectivas en el entorno laboral. Este enfoque permite no solo comprender los problemas existentes en el entorno de trabajo, sino también medir el impacto de las intervenciones y realizar ajustes según sea necesario.

La metodología del proyecto comienza con una fase de diagnóstico mediante un buzón de sugerencias y temas dialogados con personas de la planta para identificar temas que generan conflicto en su entorno laboral. Luego, se desarrollan piezas gráficas con escritos específicos sobre los temas a ser tratados para ayudar a comprender y retener mejor la información. Estas se divulgan de diferentes maneras (cartelera y pantallas) en lugares estratégicos de la empresa para mejorar su impacto.

Se finaliza evaluando su impacto a través de preguntas y observaciones para ajustar o mejorar la estrategia. Además, se diseñó y se estableció un manual de identidad, con la línea gráfica a emplear en los futuros espacios.

Esta metodología asegura una intervención estructurada y basada en la evidencia para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción laboral. En este proyecto se realizaron 5 fases para llevar a cabo un proyecto satisfactorio y que logrará cumplir con la finalidad de este.

A continuación, se expone cada fase y como se desarrolló en el proyecto “Yo Cuido Mi Planta”.

### **Fase 1: Diagnóstico de la situación.**

Esta fase se enfoca en entender el entorno laboral actual mediante la recolección de información clave. A través de herramientas como el buzón de sugerencias y entrevistas con empleados, se identifican los problemas y áreas que necesitan atención. Los datos obtenidos, tanto cuantitativos como cualitativos, permiten obtener una visión clara de los conflictos existentes y establecen el punto de partida para las intervenciones futuras.

1. **Investigación y Diagnóstico:** El proceso se inicia con la observación de los constantes y diferentes colaboradores que se acercaban a la oficinas para exponer inconvenientes en diferentes áreas de las cuales ellos hacen uso, por lo cual se inició con la observación en áreas específicas, también se empieza a tener en cuenta el buzón de sugerencias, en donde de forma anónima los colaboradores exponen diferentes temas entre los cuales se encuentran los relevantes, analizados e implementados en el proyecto en cuanto a responsabilidad ambiental y laboral.

Para Cívicos y Hernández (2007), *“la investigación aplicada o práctica se caracteriza por la forma en que analiza la realidad social y aplica sus descubrimientos en la mejora de estrategias y actuaciones concreta...”*

En este sentido, la investigación aplicada no solo busca identificar problemas, sino también ofrecer soluciones prácticas que impacten directamente en el entorno social o laboral.

### **Fase 2: Diseño y desarrollo de las piezas gráficas**

En esta etapa, el enfoque está en la creación de materiales visuales que aborden los problemas identificados en el diagnóstico. Se desarrollan piezas gráficas con contenido claro y relevante, usando un diseño coherente que sigue una línea gráfica definida previamente.

2. **Diseño de Materiales Gráficos:** Se desarrollan, bocetan y diseña el material gráfico como posters, infografías y demás piezas que fueran necesarias para abordar los temas a tratar durante la primera implementación del proyecto. Estas piezas son desarrolladas desde área de comunicaciones de la empresa, con el apoyo de aprobaciones a las diferentes áreas involucradas en el proyecto, como lo fueron Sostenibilidad, inocuidad, Experiencia de personas y comunicaciones.

### **Fase 3: Implementación y difusión**

Aquí, el enfoque se centra en la puesta en marcha de las piezas gráficas en el espacio laboral. Se asegura que la información llegue efectivamente a todos los empleados, colocándolas en puntos estratégicos y complementándolas con actividades como charlas o grupos focales. El objetivo es maximizar el alcance de la intervención y fomentar una mejor comprensión de los temas tratados.

3. **Implementación de la estrategia:** Distribución en las áreas específicas de acuerdo con el contenido de las piezas, ya que cada una está diseñada con un tema enfocado en el espacio que ocupará. Este enfoque busca generar un impacto directo en las personas que interactúan en el lugar, creando una experiencia que no solo los atraiga, sino que generen ese impacto y conexión, además que active el sentido de pertenencia que se necesita en los colaboradores.

### **Fase 4: Evaluación del impacto**

Esta fase está orientada a medir el éxito de las intervenciones realizadas. Se lleva a cabo con diferentes metodologías con el fin de evaluar si se ha logrado tener el impacto esperado en los empleados y en la mejora del ambiente laboral. Con los resultados obtenidos, se podrán realizar ajustes para perfeccionar la estrategia y asegurar su efectividad.

4. **Evaluación y ajustes:** Se utilizan herramientas como encuestas y entrevistas para obtener información cuantitativa y cualitativa sobre cómo los empleados perciben los cambios, su nivel de comprensión de los mensajes y cualquier cambio en sus actitudes o acciones. La recopilación de datos post-implementación es esencial para evaluar el impacto de una campaña en la conciencia y comportamiento de los operativos, además con este paso podemos realizar los ajustes o cambios pertinentes para el proyecto.

Patton, M. Q. (2008) *"La evaluación centrada en la utilización se basa en la recopilación y análisis de datos para medir el impacto de las intervenciones, proporcionando información valiosa para la toma de decisiones y la mejora continua de los programas."*

### **Fase 5: Establecimiento del manual de identidad visual**

En esta última fase, el enfoque se encuentra en la creación de un manual de identidad visual que sirva como guía para futuras intervenciones comunicacionales. Este manual establece las pautas gráficas a seguir, asegurando la coherencia y consistencia en la comunicación visual de la empresa y alineándola con los valores organizacionales, lo que garantiza que las futuras acciones sigan una línea clara y efectiva.

5. **Manual de identidad:** El manual de identidad es un componente crucial de la estrategia, ya que no solo sirve como guía para las intervenciones actuales, sino que también establece las pautas necesarias para futuras acciones dentro de la organización. Este documento detallado recopila las recomendaciones de implementación, asegurando que las estrategias de comunicación y diseño gráfico sean coherentes y alineadas con los valores de la empresa, especialmente en lo que respecta a temas clave como la responsabilidad ambiental y laboral.

El manual de identidad no solo define la línea gráfica que debe seguirse, sino que también establece los principios y objetivos que deben guiar las futuras intervenciones. Esto incluye directrices sobre el uso de colores, tipografías, imágenes y el tono del mensaje, de manera que todas las piezas de comunicación ya sean visuales o escritas, mantengan una coherencia estética y conceptual. Al seguir estos principios, se garantiza que cada pieza de comunicación refleje la esencia de Carvajal, al tiempo que se adapta a las necesidades y contextos de la estrategia.

De esta manera, el manual no solo actúa como una herramienta de referencia, sino que también fomenta un sentido de pertenencia con la organización.

La importancia de contar con este tipo de herramientas ha sido destacada por autores como Kotler y Keller (2016), quienes mencionan que “*un manual de identidad es esencial para garantizar la consistencia de la marca...*” (en este caso, la identidad corporativa del proyecto) y la efectividad de las estrategias a largo plazo.

### **Línea de investigación**

La línea de investigación a la cual apunta este proyecto es la **Comunicación Creativa de la Ciencia y el Conocimiento**, ya que, en Carvajal Empaques, se ha observado que, a pesar de la disponibilidad de información importante, los colaboradores no logran conectar o retener los mensajes de manera efectiva. Esto puede deberse a diversos factores, como la falta de atractivo visual, el exceso de información técnica o la insuficiente adaptación de los mensajes al contexto específico de los empleados.

Desde el área de comunicaciones, se propone el diseño como herramienta central para facilitar la transmisión del conocimiento, abordando temas clave que son esenciales para el desarrollo y funcionamiento dentro de la empresa. Estos temas incluyen:

### - **Sostenibilidad**

En Carvajal Empaques, la sostenibilidad es clave para nuestra estrategia. Comunicamos la importancia de gestionar recursos de manera eficiente, reducir residuos y promover prácticas responsables con el medio ambiente, para fomentar un compromiso colectivo con el cuidado del entorno.

### - **Inocuidad**

La inocuidad es fundamental para garantizar la seguridad y calidad de nuestros productos. A través de una comunicación clara, aseguramos que todos los colaboradores comprendan y sigan las prácticas de seguridad alimentaria, manipulación de materiales e higiene en el proceso productivo.

### - **Cultura General**

Fomentamos una cultura organizacional sólida, proporcionando a los colaboradores un conocimiento amplio sobre la empresa, sus valores y visión. Esto fortalece el sentido de pertenencia y alinea a todos con los objetivos estratégicos de Carvajal Empaques.

## **Alcance**

Para el proyecto descrito, el alcance descriptivo es el más adecuado, ya que permite observar y documentar con detalle las características particulares del fenómeno estudiado, sin que ello implique necesariamente la búsqueda de relaciones causales.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), *“la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, características y perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”*.

En el proyecto ***"Yo Cuido Mi Planta"***, este método facilita el reconocimiento y estudio de las situaciones actuales en las áreas administrativas y operativas de Carvajal Empaques, así como la documentación del proceso de diseño e implementación de piezas gráficas en espacios estratégicos. Además, permite evaluar el impacto del proyecto implementado.

Como parte del proyecto "Yo Cuido Mi Planta", el método descriptivo permite registrar:

- Las características actuales de las áreas operativas y administrativas de Carvajal Empaques.
- El diseño e implementación de piezas graficas.
- El impacto de las campañas visuales en el rendimiento y la satisfacción laboral.

Este alcance facilita una comprensión detallada del proceso y sus resultados, lo cual es importante para evaluar la efectividad de la estrategia y generar recomendaciones basadas en la observación directa y el análisis de datos específicos.

De acuerdo con Sampieri (2022), “...el enfoque descriptivo no solo permite recolectar información detallada y contextualizada, sino que también constituye una base sólida para la toma de decisiones o el diseño de intervenciones futuras”.

## **Tipo de pasantía**

### **Práctica**

Trabajando en los proyectos que tienen un impacto directo en el entorno laboral de la organización.

### **Descripción del Rol como Practicante**

Como *Estudiante en Práctica de Desarrollo Organizacional (Comunicaciones)*, mi rol se enfoca en el diseño e implementación de estrategias de comunicación visual que son esenciales para promover y reforzar los valores de la organización. Mi principal responsabilidad es crear materiales gráficos que no solo sean visualmente atractivos, sino que también comuniquen de manera clara y efectiva los mensajes clave de la empresa. Esto incluye el desarrollo de infografías, carteles, presentaciones visuales y otros materiales que se utilizan tanto en la comunicación interna como en campañas de sensibilización sobre temas relevantes para Carvajal Empaques.

## **Grupos de interés**

Durante la ejecución del proyecto "Yo Cuido Mi Planta", se reconocieron varios grupos de interés fundamentales cuya participación fue importante tanto en el diseño como en la ejecución de la estrategia. Estas áreas no solo son participantes activos en el proceso, sino también equipos con roles y obligaciones establecidos que impactan directamente en la cultura, la comunicación y el crecimiento sostenible en Carvajal Empaques.

### **1. Colaboradores de Carvajal Empaques:**

Los colaboradores son el recurso humano activo en la organización. Incorporan tanto al personal operativo como al administrativo, y son el grupo de personas que son más impactados directamente por la estrategia. Son aquellos que llevan a cabo las tareas cotidianas que impactan en la eficacia, el clima laboral y la realización de las metas de sostenibilidad

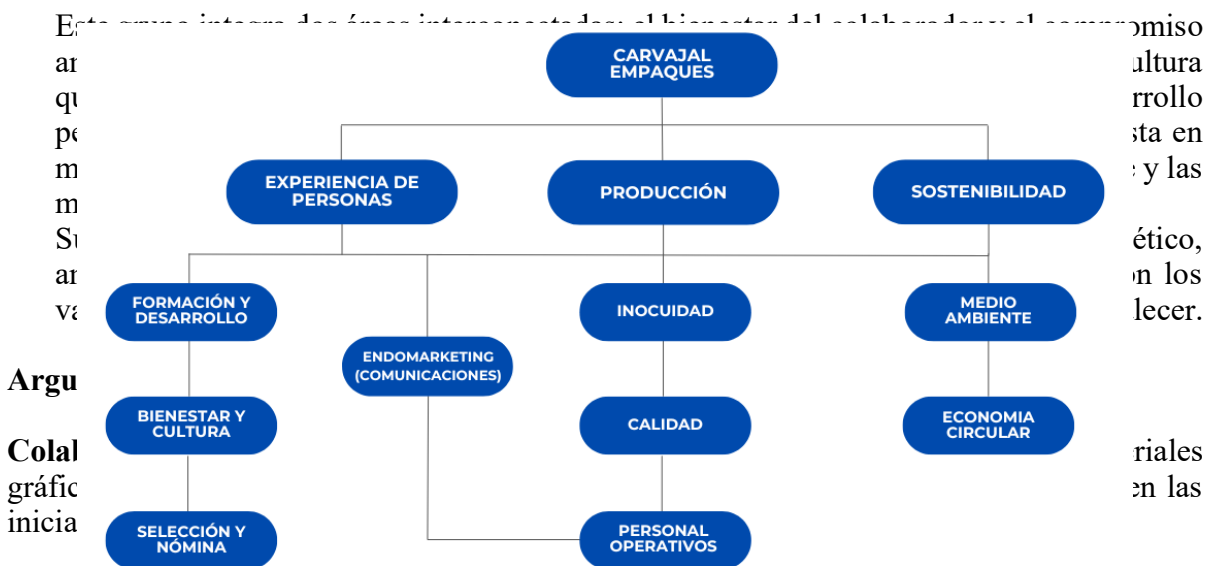
En este proyecto, su rol no fue solo el de receptores del mensaje, sino también agentes de cambio, ya que su nivel de participación y apropiación de las iniciativas comunicativas determinó en gran medida el éxito de la estrategia.

### **2. Equipo de Comunicaciones Internas:**

Este equipo tiene como función principal gestionar los flujos de información dentro de la empresa, garantizando que los mensajes clave lleguen de forma clara, oportuna y estratégica a todos los niveles organizacionales.

Su participación en el proyecto fue fundamental para el diseño y adaptación de los contenidos visuales a los canales de comunicación existentes (carteleras, pantallas digitales, redes internas), asegurando coherencia y efectividad en la difusión, además fueron los pioneros en este proyecto.

### 3. Equipo de Experiencia de personas (RR.HH) y Sostenibilidad:



Este equipo tiene como función principal gestionar los flujos de información dentro de la empresa, garantizando que los mensajes clave lleguen de forma clara, oportuna y estratégica a todos los niveles organizacionales. Su participación en el proyecto fue fundamental para el diseño y adaptación de los contenidos visuales a los canales de comunicación existentes (carteleras, pantallas digitales, redes internas), asegurando coherencia y efectividad en la difusión, además fueron los pioneros en este proyecto.

**Equipo de Experiencia de personas, sostenibilidad y producción:** Trabajando junto con el equipo de cada área para asegurar que las campañas respeten las políticas ambientales y contribuyan al bienestar general.

El organigrama presentado a continuación representa una parte de la estructura organizacional de **Carvajal Empaques**, con un enfoque en las áreas que tuvieron mayor relevancia en el desarrollo del proyecto. Este esquema permite visualizar de forma clara cómo se interrelacionan las diferentes áreas.

### Organigrama de Carvajal Empaques, por: Karen Saavedra

Además, se podrá evidenciar en las *figuras 1, 1.2 y 1.3* que para cada área involucrada se realizan diferentes piezas de acuerdo con los temas tratados y a los colores establecidos para cada tema.

### **Presentación de resultados**

A través de la estrategia, buscamos concientizar sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y promover prácticas responsables en la labor diaria. A continuación, se presentan los principales resultados y productos derivados de la estrategia, lo que indica que la organización se comprometió a garantizar en su operación y que el equipo colaborador también se sumó en la protección del entorno

### **Resultados y Productos obtenidos de la Estrategia**

La implementación de la estrategia de comunicación gráfica “**Yo Cuido Mi Planta**” dio como resultado una serie de materiales visuales y tangibles que reflejan la aplicación práctica del proceso metodológico de diseño desarrollado en este proyecto. Estos materiales no solo responden a las necesidades identificadas durante la fase de diagnóstico, sino que también cumplen una función clave en la formación, sensibilización y apropiación de temas institucionales por parte de los colaboradores.

En este punto se presentan los resultados obtenidos y las piezas gráficas diseñadas, explicando su función, lugar de implementación y propósito comunicativo.

#### **1. Piezas Gráficas**

Se diseñaron y desarrollaron diversas piezas gráficas centrados en temas y actividades relacionadas para los colaboradores. Estas piezas están ubicadas estratégicamente en diferentes

áreas de la empresa con el objetivo de aumentar su visibilidad y con ello su impacto en la conciencia ambiental.



Figura 1. Piezas implementadas para temas de Sostenibilidad

**Estilo visual:** Se optó por una línea más cálida y con colores para temas de sostenibilidad como el verde, blanco y azul, con ilustraciones correspondientes al tema a tratar.

**Tipografía** Se seleccionó una tipografía (FS Albert), la cual es la utilizada para la mayoría de las comunicaciones internas.

**Soportes impresos y digitales:** Estas piezas fueron impresas y pegadas en las canecas de basura además de su divulgación por medios digitales. \*Figura 1.4



Figura 1.2. Piezas implementadas para temas de Experiencia de Personas

Figura 1.3. Diseñadas para el área de Inocuidad

Se diseñaron piezas gráficas aplicando los colores definidos para cada área temática, respetando la línea gráfica institucional de la organización. Cada pieza incorporó módulos, recursos visuales y tipografías previamente establecidos, lo que permitió mantener una comunicación visual coherente, clara y reconocible para los colaboradores.

Las piezas fueron diseñadas para ser utilizadas en la empresa, como piezas digitales. La idea es garantizar una comunicación clara y efectiva con los trabajadores. Además, en algunas piezas se abordaron temas con el objetivo de mejorar la seguridad y salud en el trabajo. A continuación se muestran algunas de las piezas gráficas diseñadas.

**YO CUIDO MI PLANTA**

**Ubica bien tu casco**

El uso de los lockers y la cafetería para guardar cascos **no está permitido**. En la zona del parqueadero tenemos una **estantería** adecuada para que puedas guardar tus cascos.



**No olvides...**

**Ojo con la comida**

Por temas de **inocuidad**, no está permitido guardar comida en lockers. Utiliza la cafetería para su almacenamiento y así **prevenimos** plagas.



**Cuida los baños**

**¡Los baños son de todos**, cuidémoslos juntos! No rayes las paredes, mantén la higiene y deja todo como te gustaría encontrarlo. Un espacio limpio es **respeto** para todos.



Carvajal **SA**





ad para detallar la estrategia implementada. Este documento no solo asegura la continuidad del proceso adentro de la planta, sino que también proporciona instrucciones claras para futuras acciones, facilitando así la coherencia en la comunicación e implementación de la estrategia. \* Ver versión completa en el anexo

Figura 2. Diseño general del manual

*Fuente: Elaboración propia*

### 3. Actividades de Concientización

Se realizó una intervención del proyecto hablando de esta nueva estrategia e implementando diferentes temas. A medida que se desarrollen nuevos temas, se organizarán actividades de sensibilización en la empresa y/o divulgación por los diferentes medios como grupos de WhatsApp, app Mi Carvajal y correo. Estas iniciativas tienen como objetivo fomentar la participación de los colaboradores y reforzar el mensaje de sostenibilidad, creando un entorno de compromiso colectivo.



*Fotografías tomadas por: Karen Saavedra*

### Resultados de la Investigación

Durante la implementación de la estrategia, la acción, la conciencia laboral y ambiental de los empleados dentro de la organización tuvieron un impacto significativo. De un total de 686 colaboradores, 192 personas participaron de una encuesta virtual anónima para evaluar la percepción sobre la estrategia. \*Figura 3 y Tabla 1.

Por lo cual logramos obtener los siguientes resultados, de acuerdo con cada pregunta.

**Figura 3. Resultados de la encuesta: Estrategia "Yo Cuido Mi Planta".**

1. La encuesta aplicada refleja una percepción ampliamente positiva de la estrategia **“Yo Cuido Mi Planta”**. Un 90% de los encuestados consideró que la campaña ayudó a generar conciencia sobre actividades que afectan el entorno laboral. De igual forma, el

Actividad	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización	Responsable(s)
1. Diagnóstico Inicial	20/4/2024	5/5/2024	Pasante, Equipo de Comunicaciones
2. Diseño de Materiales Gráficos	6/4/2024	16/4/2024	Pasante, Equipo de Comunicaciones
3. Aprobación de Piezas Gráficas	17/4/2024	19/4/2024	Pasante, Equipo de Gestión Humana y Ambiental

Pregunta	Respuesta más común	Porcentaje estimado (aprox.)
¿La estrategia ayudó a generar conciencia?	Sí, en gran medida / cierta medida	85–90%
¿Cómo evaluarías el impacto en tu experiencia laboral?	Muy positivo / Neutral	80% positivo
¿Qué tan comprensible fue la estrategia?	Muy clara / Algo clara	95%
¿Crees que debería implementarse con mayor frecuencia?	Sí, mucho más frecuente	90%
¿Notaste mejoras visibles en los espacios tras la implementación?	Sí, en gran medida / cierta medida	85–90%

*Figura 4. Tabla de cronograma – Desarrollo de estrategia*

## **Resultados**

En esta sección se evidencian los productos resultantes de la actividad realizada durante las prácticas. Se describen las diversas tipologías de productos generados, proporcionando una visión general de los objetivos operativos, los tiempos de entrega y los proyectos asociados a cada uno.

### **Piezas Gráficas**

**Objetivos Operativos:** Aumentar la visibilidad de temas laborales y ambientales promoviendo la participación de los colaboradores.

**Tiempos de Entrega:** Las piezas gráficas fueron diseñadas y distribuidas en un periodo de dos semanas.

### **Manual de Identidad**

**Objetivos Operativos:** Establecer lineamientos claros para la implementación de la estrategia, como logo, tipografías e imágenes a emplear.

**Tiempos de Entrega:** El manual fue completado en un mes después de la primera intervención de la estrategia con los colaboradores, incluyendo revisiones y aprobaciones.

**Proyectos Asociados:** Diseño del manual en el marco del proyecto de comunicaciones de la empresa.

### **Actividades de Concientización**

**Objetivos Operativos:** Fomentar la participación de los colaboradores y reforzar el compromiso con la responsabilidad laboral y sostenibilidad.

**Tiempos de Entrega:** Las actividades se llevaron a cabo semestralmente durante mi proceso como practicante en la empresa.

**Proyectos Asociados:** Implementación de actividades dentro del programa de formación ambiental - sostenibilidad de la empresa.

La incorporación de estas estrategias en la cultura organizacional puede generar cambios positivos no solo para el medio ambiente, sino también para el compromiso y la satisfacción de los empleados, lo que a su vez puede conducir en un ambiente de trabajo más saludable y eficaz.

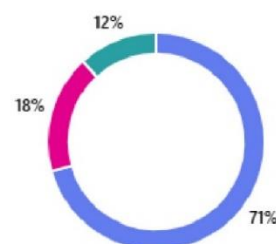
Para maximizar el impacto de futuras iniciativas, se recomienda lo siguiente:

- Planificar periódicamente de actividades de concientización.

1. ¿Consideras que la estrategia implementada ayudó a generar conciencia sobre actividades que afectan el entorno laboral?

[Más detalles](#)

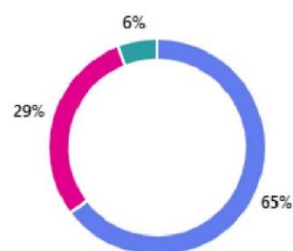
● Sí, en gran medida	112
● Sí, en cierta medida	56
● No, poco	24
● No, en absoluto	0



2. ¿Cómo evaluarías el impacto de la estrategia en tu experiencia laboral?

[Más detalles](#)

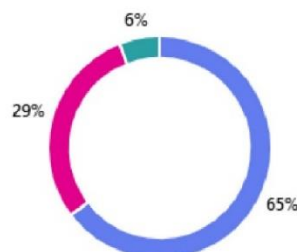
● Muy positivo	132
● Neutral	45
● Poco positivo	15
● Nada positivo	0



3. En relación con la claridad en las explicaciones y actividades, ¿qué tan comprensible consideraste la estrategia?

[Más detalles](#)

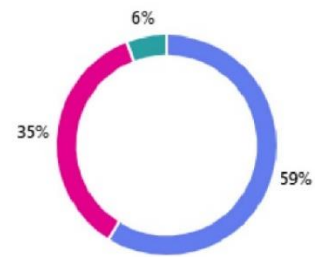
● Muy clara	112
● Algo clara	65
● Poco clara	15
● Nada clara	0



4. ¿Crees que esta estrategia debería implementarse con mayor frecuencia?

[Más detalles](#)

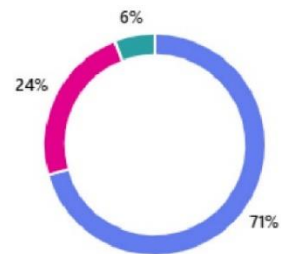
● Sí, mucho más frecuente	121
● Sí, con algo más de frecuencia	59
● No, con menos frecuencia	12
● No deberían implementarse	0



5. ¿Notaste mejoras visibles en espacios tras la implementación de la estrategia?

[Más detalles](#)

● Sí, en gran medida	161
● Sí, en cierta medida	24
● No, poco	7
● No, en absoluto	0



*Tabla 1. Imágenes de datos obtenidos en la encuesta de seguimiento.*

A través de esta encuesta podemos observar que se obtuvo una gran aceptación de los colaboradores hacia el proyecto, además dan sus opiniones positivas a que se continúe implementando con mayor frecuencia y con información actualizada.

## Conclusiones

El proyecto de practica titulado "Yo Cuido Mi Planta" ha logrado impactar de manera significativa la cultura de Carvajal Empaques, particularmente en términos de responsabilidad laboral y conciencia ambiental. A través de la implementación de estrategias de comunicación visual, se ha logrado sensibilizar a los colaboradores sobre la importancia del cuidado del entorno laboral y la sostenibilidad. Los resultados obtenidos, basados en encuestas y entrevistas con los empleados, reflejan una aceptación positiva hacia las iniciativas implementadas, con un 70% de los colaboradores indicando que la campaña ha sido efectiva para generar conciencia.

El objetivo general de fortalecer la responsabilidad laboral mediante la comunicación gráfica se alcanzó con éxito, ya que las piezas gráficas distribuidas en las áreas clave de la empresa lograron captar la atención y aumentar el compromiso de los empleados. Un gran porcentaje de los colaboradores participantes reportaron un impacto positivo de la estrategia, lo que evidencia la efectividad de la iniciativa. Además, la creación de un manual de identidad para mantener la coherencia en las futuras intervenciones ha establecido una base sólida para continuar con el proceso a largo plazo.

## Fortalezas

- 1. Creatividad y Adaptabilidad:** Se logró mostrar una gran capacidad para diseñar materiales gráficos que fueran visualmente atractivos y educativos, adaptados a las necesidades específicas de la empresa. La habilidad de crear una identidad visual coherente para la campaña fortaleció la relación de los colaboradores con la iniciativa.
- 2. Trabajo en Equipo:** La colaboración entre equipos de comunicaciones internas, experiencia de personas y sostenibilidad fue de gran importancia para garantizar la alineación de los mensajes y actividades con ejes principales de la empresa.
- 3. Compromiso con la Cultura Organizacional:** Se logró no solo realizar las tareas asignadas, sino también influir de manera positiva en la cultura organizacional, promoviendo la sostenibilidad y la responsabilidad laboral.

## Logros

**1. Impacto en la Cultura Organizacional:** El proyecto generó un cambio perceptible en la forma en que los colaboradores de Carvajal Empaques entienden y se relacionan con los conceptos de sostenibilidad y responsabilidad laboral. Con un **90%** de aceptación positiva, la estrategia logró posicionarse con éxito. Este resultado demuestra que el diseño gráfico y la comunicación, cuando se aplican de manera estratégica, puede ser una herramienta poderosa de transformación cultural.

**2. Fortalecimiento de la Responsabilidad Laboral:** El **85%** de los colaboradores manifestó haber percibido un impacto positivo tras la implementación de las piezas gráficas. Esto evidencia que los mensajes lograron conectar con los valores y las conductas cotidianas del personal, logrando el objetivo de generar mayor compromiso.

**3. Creación de Manual de Identidad:** Se desarrolló una manual para la estrategia para asegurar la coherencia de futuras implementaciones y su continuidad a largo plazo. La creación del manual de identidad gráfica permite que la empresa cuente con una base sólida para las futuras intervenciones, facilitando la continuidad de las acciones sin depender exclusivamente del equipo que lideró el proyecto inicial.

**4. Colaboración Exitosa:** Uno de los factores de éxito fue la colaboración efectiva entre áreas como Comunicaciones Internas, Sostenibilidad y Experiencia de Personas. La interacción con diversos equipos permitió alinear el proyecto con los valores de la empresa, aportar ideas, obtener y contar con diferentes puntos de vista y facilitar su implementación.

**5. Evaluación Eficaz:** La retroalimentación obtenida a través de las encuestas y la observación en la actitud después de la intervención sirvió como enfoque para futuras mejoras, fortaleciendo la lógica de evaluación participativa y centrada en el colaborador.

## Oportunidades

**1. Ampliación de la Estrategia:** Dado el éxito de la estrategia, existe una oportunidad para expandir la iniciativa a otras plantas de Carvajal, adaptando las piezas gráficas a contextos específicos y aumentando la cobertura de la conciencia ambiental y laboral en toda la organización.

**2. Implementación de recursos tecnológicos:** A lo largo del proyecto, se identificó la necesidad de incorporar indicadores de medición más detallados para evaluar de manera

continúa el impacto de las campañas (Microsoft forms). Esta es una oportunidad para crear un sistema de retroalimentación más robusto que pueda aplicarse a futuras intervenciones.

### **Retos (Dificultades)**

1. **Baja Participación en Actividades:** A pesar del impacto positivo de la estrategia, en términos de percepción, los datos muestran que al menos **30%** de los encuestados no consideró que la estrategia fuera un llamado totalmente efectivo. Esto indica que existen algunos colaboradores que aún no se sienten completamente involucrados con la iniciativa, lo que representa la oportunidad para mejorar la personalización de los mensajes y diversificar las metodologías de participación.

2. **Resistencia al Cambio:** En algunos espacios, sobre todo en áreas operativas con estructuras más rígidas o con personal más antiguo, se encontró resistencia a modificar rutinas o adoptar nuevas prácticas lo que muestra la dificultad de generar un cambio de comportamiento en todos los colaboradores, especialmente cuando las prácticas tradicionales están tan arraigadas en la cultura laboral.

3. **Falta de Continuidad:** Aunque se dejó instaurado un manual gráfico y se establecieron lineamientos visuales, existe el riesgo de que la estrategia pierda fuerza si no se le da un seguimiento continuo.

## Referencias

- Alva Santos, A. (2000). Objetivos de la investigación. In *Caderno Brasileiro de Ensino de Física* (p. 3). Udegraf S.A.  
[https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1177276555029\\_1992481386\\_5062/objetivos-1.pdf](https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1177276555029_1992481386_5062/objetivos-1.pdf)
- Kienapple, B. (2020). *Diagrama de Gantt: 11 Ejemplos y Plantillas Editables*. Venngage.  
<https://es.venngage.com/blog/ejemplos-diagramas-gantt-plantillas/>
- López-Medina, J.-D. (2021). *Estructura sintagmática para redactar objetivos de investigación*. (p. 1). Corporación Universitaria Remington - Facultad de Diseño.
- Lucidchart. (2021). *Crea tu Diagrama de Gantt Gratis con Lucidchart*. Diagrama de Gantt Online. <https://www.lucidchart.com/pages/es/ejemplos/diagrama-de-gantt-online>
- Zambrano, E. (2013). *INSTRUCTIVO NORMAS APA Ajustado para la Escuela de Artes y Letras Institución Universitaria Noviembre 12 de 2013 Bogotá - Colombia Introducción* (p. 23). Escuela de Artes y Letras - Institución Universitaria.  
[https://artesyletras.com.co/pdfs/normas\\_apa.pdf](https://artesyletras.com.co/pdfs/normas_apa.pdf)
- Reyes, J. (2023) La Cultura organizacional Como Elemento Clave, El economista.**  
<https://www.economista.com.mx/opinion/La-cultura-organizacional-como-elemento-clave-de-la-responsabilidad-social-empresarial-20230607-0116.html>
- Redalyc.org. de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Kirkhart, K. E. (2010). Book Review: Patton, Michael Quinn. (2008). *Utilization-Focused Evaluation*. Thousand Oaks: SAGE. 688 pp., ISBN 978-1-4129-5861-5. *The American Journal of Evaluation*, 31(4), 588–596. <https://doi.org/10.1177/1098214010373646>
- Urbe.edu, de <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0107897/cap02.pdf>

García, L., & Martínez, R. (2020). Impacto de programas de concientización ambiental en el comportamiento organizacional. *Revista de electrónica Educare*, 15(3), 45-59.

<https://www.redalyc.org/pdf/1941/194114419010.pdf>

Pérez, J., Sánchez, M., & Torres, A. (2019). Estrategias efectivas para la educación ambiental en empresas. *Journal of Environmental Education*, 12(1), 34-50.

<https://www.redalyc.org/pdf/993/99345727007.pdf>

Ramírez, C. (2022). Visibilidad y su efecto en la sostenibilidad organizacional. *Revista de Sostenibilidad*, 8(2), 112-128. <https://www.eafit.edu.co/institucional/informes-gestion/informe-de-sostenibilidad-2022/Documents/InformeDeSostenibilidad2022-EAFIT-vd.pdf>

Sánchez, F., & López, E. (2021). Repetición y aprendizaje en iniciativas de concientización ambiental. *Estudios de Comportamiento*, 10(4), 67-79.

Manual de identidad de marca Organizacional

[file:///Z:/Piezas%20Dise%C3%B1o/Karen/Recursos%20Varios/Nuevo%20manual%20de%20marca%20Organizaci%C3%B3n%20Carvajal\\_compressed.pdf](file:///Z:/Piezas%20Dise%C3%B1o/Karen/Recursos%20Varios/Nuevo%20manual%20de%20marca%20Organizaci%C3%B3n%20Carvajal_compressed.pdf)

Patton, M. Q. (2008). *La evaluación centrada en la utilización: Cómo utilizar la evaluación para mejorar los programas*. <https://www.betterevaluation.org/es/methods-approaches/approaches/evaluacion-centrada-en-el-uso>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15<sup>a</sup> ed.). Pearson.

[https://www.academia.edu/37145555/Direcci%C3%B3n\\_en\\_Marketing\\_Kotler\\_y\\_Keller\\_15va\\_edici%C3%B3n](https://www.academia.edu/37145555/Direcci%C3%B3n_en_Marketing_Kotler_y_Keller_15va_edici%C3%B3n)

Rodríguez, L., & Martínez, J. (2022). *Cultura Organizacional y Sostenibilidad Empresarial*.

Revista Empresa y Sociedad, 19(3), 145-160.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Comportamiento organizacional* (15.ª ed.). Pearson.

Zepeda, M., & Rojas, C. (2021). Cultura organizacional y sostenibilidad: Claves para una gestión transformadora. *Revista Iberoamericana de Gestión*, 19(2), 74-88.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.

Sampieri, R. H. (2022). *Fundamentos de metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.

Judge, S. P. R. T. (2009). *Comportamiento organizacional*.

[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod\\_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-\\_nodrm.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf)

Iturbide, J. R. (2023, junio 7). La cultura organizacional como elemento clave de la responsabilidad social empresarial. *El Economista*.

<https://www.economista.com.mx/opinion/La-cultura-organizacional-como-elemento-clave-de-la-responsabilidad-social-empresarial-20230607-0116.html>

*CAPITULO III MARCO METOLOGICO*. de

<https://virtual.urbe.edu/tesispub/0105457/cap03.pdf>

## Anexos

Este manual ha sido elaborado considerando diferentes aspectos y lineamientos establecidos en el manual de identidad corporativa de Carvajal. Su objetivo es asegurar la continuidad y

coherencia del estilo gráfico distintivo de la empresa. Manteniendo este alineamiento visual, buscando reforzar la identidad de la estrategia.

Se ha creado un enlace al manual de marca que servirá como guía para la continuidad del proyecto. Este manual está disponible para ser consultado y actualizado según sea necesario por las personas a cargo del área de comunicaciones.

### **Enlaces de Manual**

Acceso corporativo: [https://carvajal-my.sharepoint.com/my?id=%2Fpersonal%2Fkaren\\_saavedra\\_carvajal\\_com%2FDocuments%2FKarenSaa%2FEXTRA%20](https://carvajal-my.sharepoint.com/my?id=%2Fpersonal%2Fkaren_saavedra_carvajal_com%2FDocuments%2FKarenSaa%2FEXTRA%20)

Acceso institucional:

[https://remingtonedu-my.sharepoint.com/:b:/r/personal/karen\\_saavedra\\_8703\\_miremington\\_edu\\_co/Documents/Microsoft%20Teams%20Chat%20Files/Manual%20YO%20CUIDO%20MI%20PLANTA.pdf?csf=1&web=1&e=Tk2ECW](https://remingtonedu-my.sharepoint.com/:b:/r/personal/karen_saavedra_8703_miremington_edu_co/Documents/Microsoft%20Teams%20Chat%20Files/Manual%20YO%20CUIDO%20MI%20PLANTA.pdf?csf=1&web=1&e=Tk2ECW)

Enlace a Encuesta: <https://forms.office.com/r/r7fQZ8ixCh>