



Aplicación de la metodología de las 5 S al diseño de tarjetas de

1. Introducción

El uso de tarjetas de identificación o identificadores es común en el ámbito profesional: para los trabajadores de una organización, para los asistentes a congresos y jornadas, para las visitas, etc. El diseño de estas tarjetas, en cuanto a los datos e información que contienen y a la manera en que están dispuestos, es relevante, pues los identificadores cumplen diversas funciones o utilidades que veremos a continuación y que deberían ser consideradas. En este artículo no entraremos en los aspectos de tecnología de las tarjetas, que ayudan principalmente a cumplir su función de seguridad (control de acceso), y que actualmente cuentan con un amplio rango de posibilidades (tarjetas de proximidad, de pin, etc.). Este artículo se centra en los aspectos de diseño imprescindibles para que una tarjeta de identificación cumpla sus finalidades, tanto para la organización como para el usuario o cliente de la tarjeta, en muchos casos olvidado. Para el establecimiento de estos criterios de diseño partimos de los principios y criterios de la metodología de las 5 S, originalmente

creada para mantener un entorno o ambiente de trabajo organizado y ordenado, pero que está fundamentada en unos principios con gran potencialidad para ser aplicados en muchos otros ámbitos de la gestión.

1.1. La metodología de las 5 S

Las 5 S constituyen una metodología, originaria de Japón, utilizada para alcanzar y mantener un entorno de calidad. Su nombre deriva de cinco palabras japonesas: *seiri*, *seiton*, *seiso*, *seiketsu* y *shitsuke*

TABLA 1: TRADUCCIÓN AL CASTELLANO Y SIGNIFICADO DE LAS 5 S

Japonés	Español	Significado
Seiri	Sentido de la Organización/ Organización	Separar los objetos que son necesarios de los que no lo son, y eliminar estos últimos.
Seiton	Sentido del Orden/ Orden	Los objetos deben mantenerse en lugares apropiados, preparados para ser utilizados cuando sea necesario con el mínimo esfuerzo (eficiencia).
Seiso	Sentido de la Limpieza/ Limpieza	Focalizar la importancia de mantener el entorno de trabajo limpio, no sólo en sentido estricto, sino identificando y eliminando las fuentes que impiden la organización y el orden.
Seiketsu	Sentido del Hábito/ Estandarización	Para mantener de manera sistemática la organización, el orden y la limpieza; incluye herramientas como la gestión del color (gestión visual).
Shitsuke	Sentido de la Disciplina/ Autodisciplina	Habilidad y hábito para realizar las tareas de acuerdo con los nuevos criterios establecidos (desarrollar hábitos positivos).



identificación

(Osada, 1991; Ho, 1997), cuyos equivalentes en castellano y su significado se muestra en la tabla 1.

Muchos japoneses consideran las 5 S útiles no sólo para mejorar el entorno físico, sino también para mejorar el proceso del pensamiento (Ho, 1999; Sui-Pheng & Khoo, 2001). En este contexto, la gestión de la organización y del orden, la gestión visual, el hábito y la autodisciplina propuestos por la metodología de las 5 S pueden ser considerados moduladores y drivers de las esferas de los procesos perceptivos, procesos emocionales, procesos cognitivos y procesos ejecutivos (López-Fresno, Fernández-González, 2004). Por ello, las 5 S deberían ser enfocadas no sólo como una técnica para mejorar el entorno físico, sino como una filosofía, como un conjunto de principios que ayudan a enfocar, analizar y gestionar cualquier aspecto, tarea o problema, tanto en la esfera individual como en el ámbito de las organizaciones (ej.: gestión del tiempo, gestión de procesos, etc.).

2. Funciones de las tarjetas de identificación

Podemos señalar tres funciones para las tarjetas identificativas: seguridad, identificación y difusión. Éstas estarán presentes en mayor o menor medida —y, por lo tanto, deben estar adecuadamente valoradas y equilibradas en cada caso— dependiendo de la finalidad de la tarjeta (ej.: control de presencia en una organización, asistencia a un congreso, etc.). Estas funciones hacen referencia a los siguientes aspectos:

- **Seguridad, en general, o control de acceso a un recinto:** esencialmente importante en las tarjetas para los trabajadores de una organización. Éstas han de permitir identificar rápidamente a las personas que las portan; la fotografía, en caso de llevarla, y el nombre deberían estar claramente visibles.
- **Identificación, para la relación social:** toda tarjeta de identificación que deba ser mostrada cumple una función importante de relación social, tanto si se trata de tarjetas diseñadas para asistentes a un congreso o jornada, como si lo son para las personas que trabajan en una organización. En este contexto, la orientación al cliente a la hora de diseñar la tarjeta es fundamental. En numerosos casos las organizaciones diseñan las tarjetas pensando en la entidad y no en los usuarios o personas que han de portarlas. En el marco de esta función social, el nombre de la persona ha de estar claramente visible, con el fin de facilitar la interlocución/relación social entre las personas (ej.: evita preguntar el nombre a una persona que nos han presentado anteriormente o que deberíamos conocer pero no recordamos su nombre, o simplemente facilitamos la interlocución con una persona que desconocemos pero que está en nuestro mismo ámbito). Es

muy desagradable tener que hacer un esfuerzo visual ingente para ver el nombre de la persona que tenemos delante, escrito en letra minúscula en su tarjeta de identificación.

- **Difusión, de la imagen corporativa:** las tarjetas identificativas constituyen un elemento o canal difusor de la imagen de la organización, tanto a nivel interno como externo. A nivel interno tienen un papel relevante en la creación de sentido de pertenencia a la organización.

Como he comentado anteriormente, dependiendo de la finalidad de la tarjeta, estas tres funciones han de ser adecuadamente valoradas y equilibradas. Una tarjeta para uso de control de acceso, por ejemplo, ha de cuidar especialmente los aspectos de seguridad, pero sin descuidar los de relación social o difusor de la imagen corporativa. Las tres funciones no son excluyentes y, por lo tanto, un buen diseño puede cumplir los requisitos que requiere cada una de ellas.

3. Caso práctico: diseño de una tarjeta de identificación

3.1. Introducción: la necesidad de mejorar una tarjeta de identificación

Presentamos a continuación, como caso práctico, el diseño de una nueva tarjeta de identificación para una organización. La tarjeta de la que disponían sus trabajadores, para identificación y control de acceso (véase la figura 1), no cumplía los

FIGURA 1: TARJETA DE IDENTIFICACIÓN QUE SE DESEABA MEJORAR*



* Algunas imágenes que se incluyen como ejemplos han sido ligeramente modificadas para preservar la privacidad y los derechos de imagen de las organizaciones, si bien se han mantenido todos los datos básicos, su tamaño y ubicación.

objetivos que la organización consideraba necesarios, tanto en el ámbito de la seguridad como en los de relación social (nombre escrito en letra muy pequeña, no visible; no identificación del área) y difusión de la imagen corporativa (logo antiguo). Aprovechando la puesta en marcha de un nuevo sistema de control de acceso, el departamento de seguridad, encargado el tema, se planteó el diseño de una nueva tarjeta y solicitó ayuda a la dirección de calidad.

3.2. Definición de los requisitos mínimos necesarios: la metodología de las 5 S

Aparte de los criterios generales para el diseño de las tarjetas que se pueden establecer desde un punto de vista lógico, pero que por ello pudieran ser discutidos por los diferentes profesionales implicados en el tema, se intentó buscar una metodología neutral, que no entrase en cuestiones de estética, que los respaldase. En este caso, la metodología de las 5 S.

Los criterios y el significado de esta metodología fueron expuestos en su acepción global en el apartado 2 de este artículo. Su interpretación, en el ámbito del diseño de las tarjetas de identificación, se detalla en la tabla 2.

Para ilustrar estos criterios, con el objetivo de hacerlos fácilmente entendibles, se analizaron varios ejemplos de tarjetas de identificación (todas ellas de congresos

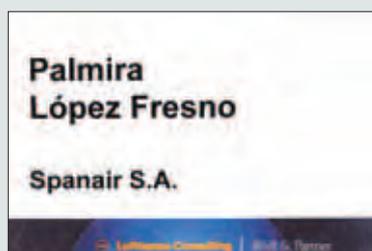
TABLA 2: INTERPRETACIÓN DE LAS 5 S APLICADA AL DISEÑO DE TARJETAS DE IDENTIFICACIÓN

Criterios/fases	Interpretación aplicada al diseño de tarjetas de identificación
Sentido de la Organización/ Organización	Identificar los datos y símbolos que deben aparecer en la tarjeta, es decir, determinar cuáles son imprescindibles o necesarios y cuáles no. Todos aquellos que no sean necesarios han de eliminarse. Ej.: en la tarjeta de identificación de los asistentes a un congreso, ¿debe aparecer el nombre de la organización del asistente?, ¿su nombre y apellidos o solamente el nombre?, ¿el país?, ¿la identificación de si es ponente o asistente?, etc.
Sentido del Orden/ Orden	Una vez identificados los datos básicos, la fase de orden consiste en organizar de manera adecuada estos datos (dónde irá ubicado cada uno de ellos), aunando criterios de diseño y utilidad. Ha de primar la claridad y la sencillez. El tamaño de los datos clave es muy importante (ej.: nombre), para que sean claramente visibles.
Sentido de la Limpieza/ Limpieza	Lograr una imagen de claridad de la tarjeta, tanto en el momento del diseño como posteriormente, ante modificaciones o cambios necesarios.
Sentido del Hábito/ Estandarización	Definir un procedimiento de gestión de la tarjeta; incluye la responsabilidad y forma de proceder ante cambios necesarios, para asegurar el mantenimiento sistemático de los criterios establecidos. Incorporar la gestión del color.
Sentido de la Disciplina/ Autodisciplina	Definir un procedimiento de uso que asegure el cumplimiento de su finalidad y disponer los mecanismos para facilitar su utilización de acuerdo con los criterios establecidos, adquiriendo el hábito necesario para ello.

o jornadas), evaluando su adecuación y grado de cumplimiento de las tres funciones que hemos establecido para las tarjetas: seguridad, identificación y difusión, si bien la función de seguridad en

estos casos no suele ser tan relevante como lo es, por ejemplo, en el caso de las tarjetas de control de acceso. Se incluyen a continuación algunos de los ejemplos analizados:

FIGURA 2: EJEMPLO DE TARJETA DE IDENTIFICACIÓN



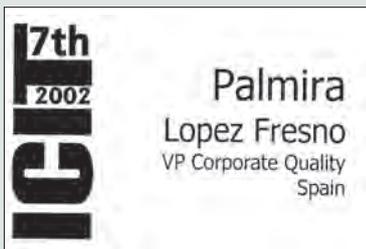
- **Difusión imagen corporativa:** buena transmisión de la imagen corporativa, en este caso del patrocinador del acto (ocupa 1/5 parte de la tarjeta, es suficientemente visible y deja el resto de la tarjeta diáfano).
- **Identificación - relación social:** buena identificación de la persona (letra clara, grande) y de la empresa. Se podría haber considerado el cargo, dependiendo del objetivo de la tarjeta y del acto para el que fuese creada, o bien el país. En este caso, al tratarse de un acto dirigido a compañías aéreas el dato relevante era la organización y no el país; todos los asistentes tenían el mismo cargo, por lo que este dato no era necesario.
- **Seguridad:** al tratarse de una tarjeta para identificación de los asistentes a una jornada, la función de seguridad se limitaba a que todos los asistentes estuvieran acreditados y, por tanto, portasen la tarjeta.

FIGURA 3: EJEMPLO DE TARJETA DE IDENTIFICACIÓN PARA LOS ASISTENTES A UN CONGRESO NACIONAL



- **Difusión imagen corporativa:** buena difusión de la imagen corporativa.
- **Identificación - relación social:** muy buena consecución de la función de identificación/relación, aunque el tamaño de la letra podría ser aún mayor. Buena gestión del color: verde para ponentes, violeta para los organizadores, azul para el resto de asistentes. Esta gestión del color tiene implicaciones muy positivas en el sentido de pertenencia y reconocimiento de las personas.
- **Seguridad:** al igual que en el caso anterior, la seguridad se reduce a garantizar que todos los asistentes están acreditados para el acto.

FIGURA 4: EJEMPLO DE TARJETA DE IDENTIFICACIÓN PARA LOS ASISTENTES A UN CONGRESO INTERNACIONAL



- **Difusión imagen corporativa:** buena difusión de la imagen corporativa.
- **Identificación - relación social:** muy buena consecución de la función de identificación/relación, con el nombre destacado en mayor tamaño. Incluye cargo y país; en este caso no incluye la organización, pero es recomendable.
- **Seguridad:** al igual que en el caso anterior, la seguridad se reduce a garantizar que solamente asisten personas acreditadas para el acto.

FIGURA 5: EJEMPLO DE TARJETA DE IDENTIFICACIÓN PARA LOS ASISTENTES A UNA CONVENCION DE PROVEEDORES DE UNA ORGANIZACION



- **Difusión imagen corporativa:** excesivo peso de la imagen corporativa (4/6 partes). Es una tarjeta atractiva pero no deja espacio para los datos relevantes.
- **Identificación - relación social:** la función de identificación no está lograda, ya que el tamaño del nombre es muy pequeño, difícilmente visible para otra persona y, por lo tanto, no facilitaba la relación. En este caso concreto, además, habría sido recomendable que apareciese el área/función desarrollada por la persona.
- **Seguridad:** al igual que en los casos anteriores, la seguridad se reduce al garantizar que solamente asisten personas acreditadas para el acto.

FIGURA 6: EJEMPLO DE TARJETA DE IDENTIFICACIÓN PARA LOS ASISTENTES A UN CONGRESO INTERNACIONAL



- **Difusión imagen corporativa:** excesivo peso de la imagen corporativa (más de la mitad de la tarjeta). En cuanto a cuestiones de estética es una tarjeta atractiva pero no deja espacio para datos relevantes de la persona.
- **Identificación - relación social:** la función de identificación no está lograda, ya que el tamaño del nombre es muy pequeño, difícilmente visible para otra persona. Sería conveniente incorporar también el nombre de la organización. Buena gestión del color, para diferenciar entre organizadores, ponentes y asistentes en general.
- **Seguridad:** al igual que en los casos anteriores, la seguridad se reduce a garantizar que solamente asisten personas acreditadas para el acto. La visibilidad de la imagen corporativa facilita esta función, pero no es necesario este excesivo peso.

FIGURA 7: EJEMPLO DE TARJETA DE IDENTIFICACIÓN PARA LOS ASISTENTES A UN CONGRESO INTERNACIONAL



- **Difusión imagen corporativa:** buena difusión de la imagen corporativa.
- **Identificación - relación social:** buena consecución de la función de identificación/relación. Nombre destacado en mayor tamaño. Identificación de la organización y el país. Buena gestión del color: azul para ponentes, violeta para los organizadores, sin cinta de color para el resto de asistentes. Como área de mejora se identifica la posibilidad de prescindir de datos no relevantes (ciudad, número de socio, etc.).
- **Seguridad:** como en los casos anteriores, la seguridad se reduce a garantizar que solamente asisten personas acreditadas para el acto.

FIGURA 8: NUEVA TARJETA DE IDENTIFICACIÓN DISEÑADA



- Buena transmisión de la imagen corporativa, sin tener un peso excesivo.
- Disposición clara de los datos.
- Fotografía para identificar a la persona.
- Clara identificación del nombre, dando prioridad al nombre de pila sobre el apellido.
- Buena gestión del color: diferente color en función del grupo de personas que la portan (personal de plantilla, colaboradores, visitas, VIP, etc.).

Teniendo en cuenta los requisitos aplicables (metodología de las 5 S) y la finalidad de la tarjeta que se quería diseñar, se establecieron las siguientes recomendaciones:

- Utilizar la gestión del color para identificar diferentes colectivos (ej.: trabajadores, colaboradores externos, visitas, etc.), aspecto que además puede ir unido a restricciones de acceso a determinadas áreas.
- Se ha de decidir si, como elemento de seguridad, primará el nombre de la persona o la fotografía. En este último caso, la fotografía ha de ser de tamaño visible (que cumpla su función de identificación) y actualizada.
- En cualquier caso, el nombre de la persona ha de tener el tamaño suficiente para que cumpla su función de identificación, tanto desde el punto de vista de seguridad como de relación social. El tamaño del nombre de pila puede ser mayor que el de los apellidos si así se decide (depende de si la

organización desea priorizar el nombre o el apellido).

- Como soporte para portar la tarjeta se recomienda una cinta, de modo que facilite la visibilidad de la tarjeta al tiempo que es cómoda de llevar y no daña la ropa. Además permite identificar la cinta con la imagen corporativa.
- Es recomendable que el tipo de letra sea el corporativo. El logotipo ha de ser adecuado en tamaño.

En base a estas recomendaciones, el departamento de marketing, en coordinación con el de seguridad, diseñó la nueva tarjeta (*véase la figura 8*), caracterizada por:

- Nuevo sistema de control de presencia: por aproximación, en sustitución de la banda magnética.
- Nuevo diseño, enfatizando la función de seguridad (incorporación de la fotografía, nombre más visible, diferenciación de tarjetas por grupos de usuarios: empleados, colaboradores externos, VIP,

visitas, etc.) y mejorando los aspectos de identificación (nombre más visible) y difusión (imagen corporativa visible como fondo, lo que permite incorporar un logo más pequeño, dejando espacio para otros datos relevantes).

4. Conclusión

El uso de tarjetas de identificación es común en el ámbito profesional: trabajadores de una organización, asistentes a congresos, visitas, etc. El diseño de las mismas deberá aunar elementos estéticos con elementos funcionales que faciliten el cumplimiento de tres funciones básicas: seguridad, difusión de la imagen corporativa e identificación para facilitar la relación social. En numerosos casos las tarjetas son diseñadas desde el único punto de vista de la estética, olvidando las necesidades de identificación y relación social que tienen sus usuarios o incluso la función de seguridad. La metodología de las 5 S no sólo es útil para mejorar el entorno físico, sino como un conjunto de principios que