

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS

Ana Maria Cubides Cortes

✿ **ESTUDIANTE**

Ana Maria Cubides Cortes

✿ **EMPRESA / ORGANIZACIÓN**

Profamilia

✿ **DIRECTOR DEL TRABAJO**

Óscar Cubillos

✿ **CARGO / FUNCIÓN DESEMPEÑADA**

Practicante de diseño gráfico
en el área de Comunicaciones

✿ **FECHA DE ENTREGA**

Mayo de 2026

✿ **PERÍODO DE PRÁCTICA**

Enero a Julio de 2026 (6 meses)



- 01** Resumen e identificación de la práctica
- 02** Sinopsis técnica del trabajo desarrollado
- 03** Organigrama y posición del estudiante
- 04** Desarrollo de la práctica: funciones y actividades
- 05** Aplicación del conocimiento de carrera en la práctica
- 06** Cronograma de ejecución y diario de campo
- 07** Análisis de la experiencia y aprendizaje significativo
- 08** Identificación de necesidad de diseño y marco conceptual
- 9.1** Conclusiones
- 9.2** Lista de referencias bibliográficas

RESUMEN E IDENTIFICACIÓN DE LA PRÁCTICA

Profamilia es una organización colombiana líder en la promoción de derechos sexuales y reproductivos a través de servicios de salud y educación. La práctica se desarrolla en el área de Comunicaciones, centrada en el apoyo técnico para la creación de piezas visuales internas. El objetivo principal es responder a los requerimientos institucionales **(DYC)** mediante soluciones gráficas alineadas con la identidad de marca. Los resultados reflejan una gestión eficiente de una carga de trabajo variable, impactando positivamente en áreas como Talento Humano y diversos proyectos sociales.



Palabras clave

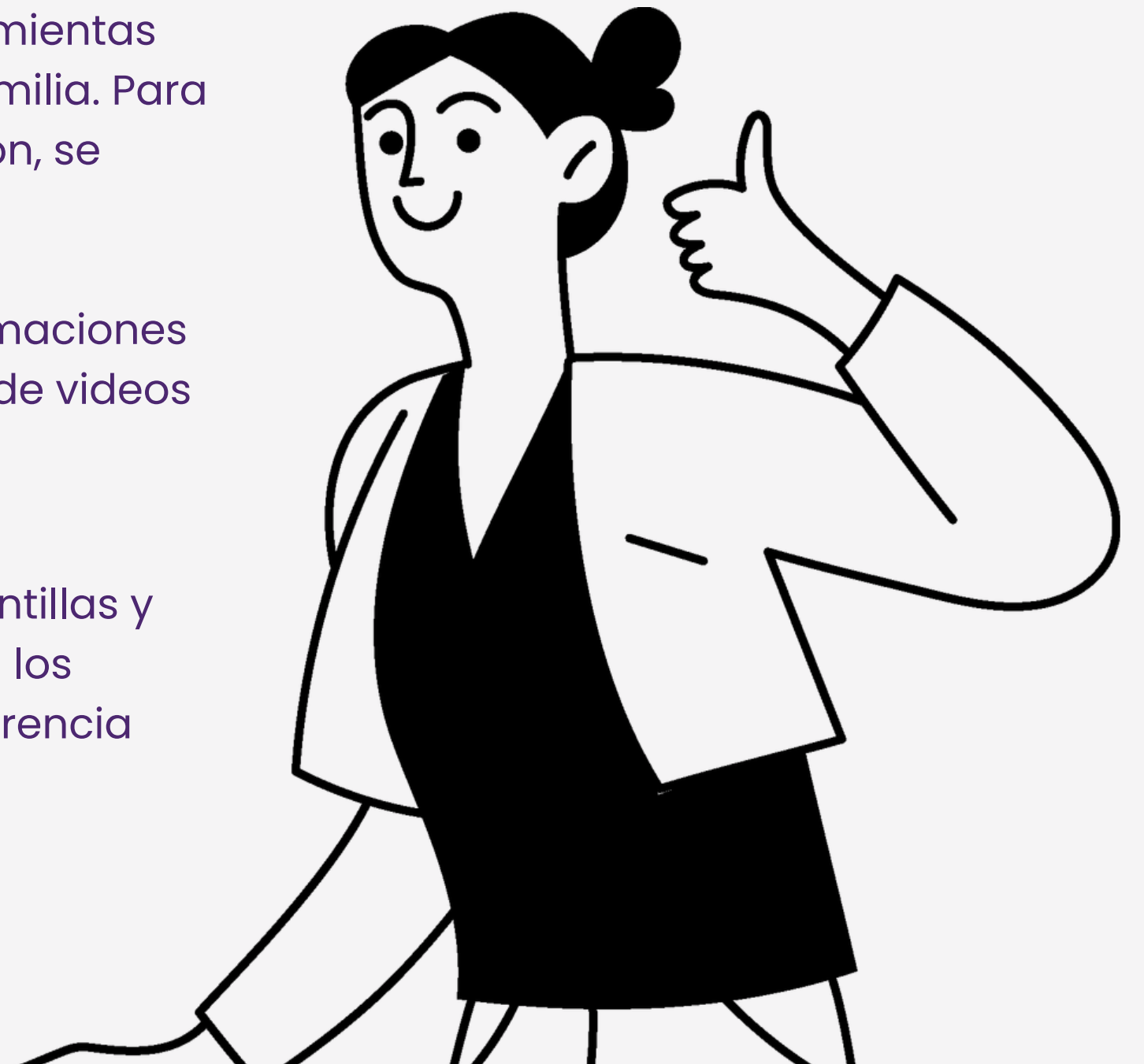
Diseño gráfico;
comunicación interna;
identidad corporativa;
documentos DYC.

SINOPSIS TÉCNICA DEL TRABAJO DESARROLLADO

El trabajo se ejecuta mediante un flujo digital que integra herramientas de precisión y edición ágil para cubrir las necesidades de Profamilia. Para la construcción de identidad y piezas estáticas de alta resolución, se utilizan Adobe Illustrator y Photoshop.

El componente dinámico se desarrolla en After Effects para animaciones institucionales, mientras que CapCut permite la edición rápida de videos para redes sociales.

Finalmente, se emplea Canva para optimizar la creación de plantillas y piezas de apoyo, asegurando que cada entregable cumpla con los requisitos técnicos de los documentos DYC y mantenga la coherencia visual en todos los canales de la organización



ORGANIGRAMA Y POSICIÓN DEL ESTUDIANTE

Dentro de esta estructura, los analistas generan los documentos DYC que contienen los requerimientos de diseño. Estos son revisados y aprobados por la coordinación, y posteriormente gestionados por la diseñadora, quien asigna las solicitudes al practicante según prioridades.

El rol del practicante se ubica en la fase de ejecución gráfica, bajo supervisión directa. Esta dinámica evidencia una relación jerárquica en la toma de decisiones y una relación interdisciplinar entre áreas, donde la calidad del diseño depende de la claridad de la información generada previamente.





DESARROLLO DE LA PRÁCTICA: FUNCIONES Y ACTIVIDADES

❁ **Función:**

Desarrollo de piezas gráficas para comunicación interna

❁ **Actividades específicas:**

Esta labor consiste en atender las solicitudes de diversas áreas internas de la organización, traduciendo sus necesidades en productos visuales estratégicos.

El proceso incluye la diagramación en múltiples formatos como boletines para correo, publicaciones para VivaEngage (cuadradas y verticales), así como la creación de reels y contenidos dinámicos. También abarca el desarrollo de presentaciones en PPT, PDFs informativos, animaciones de logotipos, plantillas y material POP visualizado mediante mockups.



DESARROLLO DE LA PRÁCTICA: FUNCIONES Y ACTIVIDADES

✿ Personas y roles:

- **CEO Profamilia**
Marta Royo
- **Director de Comunicaciones**
Christian Jiménez
- **Coordinadora de comunicaciones**
Sofia Moncayo
- **Analistas de comunicaciones**
Paula Rojas, Cristina Duran, Erika
Gonzáles, Manuela Diaz y Maicol Avila
- **Diseñadora base**
Jenyffer Pérez
- *Areas internas Profamilia*



DESARROLLO DE LA PRÁCTICA:

FUNCIONES Y ACTIVIDADES

✿ **Tiempo de ejecución**

Enero a Julio de 2026

(En cuanto a piezas se tiene variaciones en días o semanales según demanda y complejidad).

✿ **Recursos empleados:**

Software Adobe Creative Cloud, Capcut, Canva, manual de marca institucional, proyecto o de area y equipos de cómputo corporativos



DESARROLLO DE LA PRÁCTICA:

FUNCIONES Y ACTIVIDADES

✿ Impactos / resultados:

Se logró la consolidación de la identidad visual en Viva Engage, apoyando el refresh de la línea gráfica liderado por la diseñadora base.

La implementación de formatos dinámicos y piezas audiovisuales incrementó el impacto de los mensajes internos, optimizando la efectividad de la comunicación institucional. Asimismo, se demostró una alta capacidad de respuesta y versatilidad técnica al entregar con éxito material POP, piezas gráficas y videos, adaptándose rigurosamente a los tiempos de entrega exigidos por las diversas áreas de la organización.



DESARROLLO DE LA PRÁCTICA:

FUNCIONES Y ACTIVIDADES

❁ Debilidades

Se evidenció que la falta de consolidación previa de la información puede generar ajustes reiterativos. Este factor, sumado a los tres filtros de aprobación existentes, impacta la fluidez del proceso técnico y obliga a rediseños frecuentes.

❁ Evidencias

Los resultados de estas actividades se encuentran documentados mediante una selección de piezas gráficas y soportes visuales presentados en la sección de Anexos.

APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO

DE CARRERA EN LA PRÁCTICA

Durante el ejercicio profesional, se aplicaron fundamentos de composición básica como el equilibrio, la jerarquía visual y la teoría del color, integrando conocimientos de diversas áreas académicas. Se emplearon conceptos de diseño editorial para la diagramación de boletines y PDFs, junto con principios de identidad de marca para el uso correcto de la normativa institucional.



Asimismo, se implementaron herramientas de animación para la creación de contenidos dinámicos y reels, apoyándose en el diseño estratégico para adaptar mensajes complejos a objetivos específicos. Sin embargo, la práctica reveló la necesidad de fortalecer la gestión estratégica para optimizar la recepción de insumos desde la etapa inicial del diseño.

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Fecha / Semana	Actividad desarrollada	Participantes / Roles	Observaciones / Evidencias
Semana 3 (19 ene – 25 ene)	DYC COPASST 4 Piezas VivaEngage	Erika Gonzáles Analistas de comunicaciones	El desarrollo tomó dos días y contó con apoyo directo al ser el primer contacto con la línea gráfica.
Semana 4 (26 ene – 31 ene)	DYC Taller de outplacement 1 Pieza VivaEngage	Paula Rojas Analistas de comunicaciones	Se realizaron dos correcciones y la entrega final se efectuó un día después de la fecha establecida.
Semana 4 (26 ene – 31 ene)	DYC Beneficio Jornada comp 1 Pieza VivaEngage	Paula Rojas Analistas de comunicaciones	Se realizaron dos correcciones a la actividad, efectuando la entrega final el día 09 de febrero.

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Fecha / Semana	Actividad desarrollada	Participantes / Roles	Observaciones / Evidencias
Semana 1 (02 - 08 feb)	Ciberseguridad Instructivos médicos	Paula Rojas - Analistas Sofia - Coordinadora	Entrega final tras aplicar ajustes de diseño solicitado en cuanto a los instructivos fueron de alta complejidad
Semana 2 (09 - 15 feb)	Pieza Mapas regionales Piezas SST	Erika y Paula Analistas de comunicaciones	Se realizaron dos correcciones a la actividad, efectuando la entrega el 13 de febrero.
Semana 3 (16 - 22 feb)	Boletines Eva Piezas Viva Plantillas PPT	Paula Rojas - Analistas Sofia - Coordinadora	Proceso con revisiones constantes antes de la entrega final.
Semana 4 (23 - 28 feb)	Video a tu lado piezas contables	Manuela y Paula Analistas de comunicaciones	Finalización de piezas tras la aplicación de ajustes visuales.

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Fecha / Semana	Actividad desarrollada	Participantes / Roles	Observaciones / Evidencias
Semana 1 (02 – 08 mar)	Boletín Eva Edición video Piezas VivaEngage	Erika, Maicol y Paula Analistas de comunicaciones	Ejecución de tareas conforme al cronograma inicial.
Semana 2 (09 – 15 mar)	Ajuste infografías Material de gestión Piezas VivaEngage	Cristina y Maicol – Analistas Sofia – Coordinadora	Se aplicaron correcciones menores en piezas VivaEngage.
Semana 3 (16 – 22 mar)	Edición Video Piezas Viva Re diseño Plantillas PPT	Paula Rojas – Analistas Sofia – Coordinadora	Optimización de archivos tras revisión de diseño de marca.
Semana 4 (23 – 31 mar)	Reforma plantilla Edición Videos	Erika Analistas de comunicaciones	Finalización exitosa de la actividad el 31 de marzo.

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Fecha / Semana	Actividad desarrollada	Participantes / Roles	Observaciones / Evidencias
Semana 1 (02 - 12 abr)	Certificados y reconocimientos Edición video Piezas VivaEngage - Infografia	Erika, Maicol y Cristina Analistas de comunicaciones	Aprobadas dentro del tiempo establecido con 1-2 correcciones
Semana 2 (13 - 19 abr)	Plantilla día del niño POP gestores PPT junta directiva Piezas VivaEngage	Paula y Maicol - Analistas Sofia - Coordinadora	Entrega directa sin requerir reprocesos mayores.
Semana 3 (20 - 26 abr)	Blog familias saludables Rediseño de certificados	Paula Rojas Analista de comunicaciones	Optimización de archivos tras revisión de diseño de marca.
Semana 4 (23 - 31 abr)	Función RAFA - Pieza mailing Correcion edicion video	Erika Gonzáles Analistas de comunicaciones	Entregas finales realizadas; material en espera de aprobación.

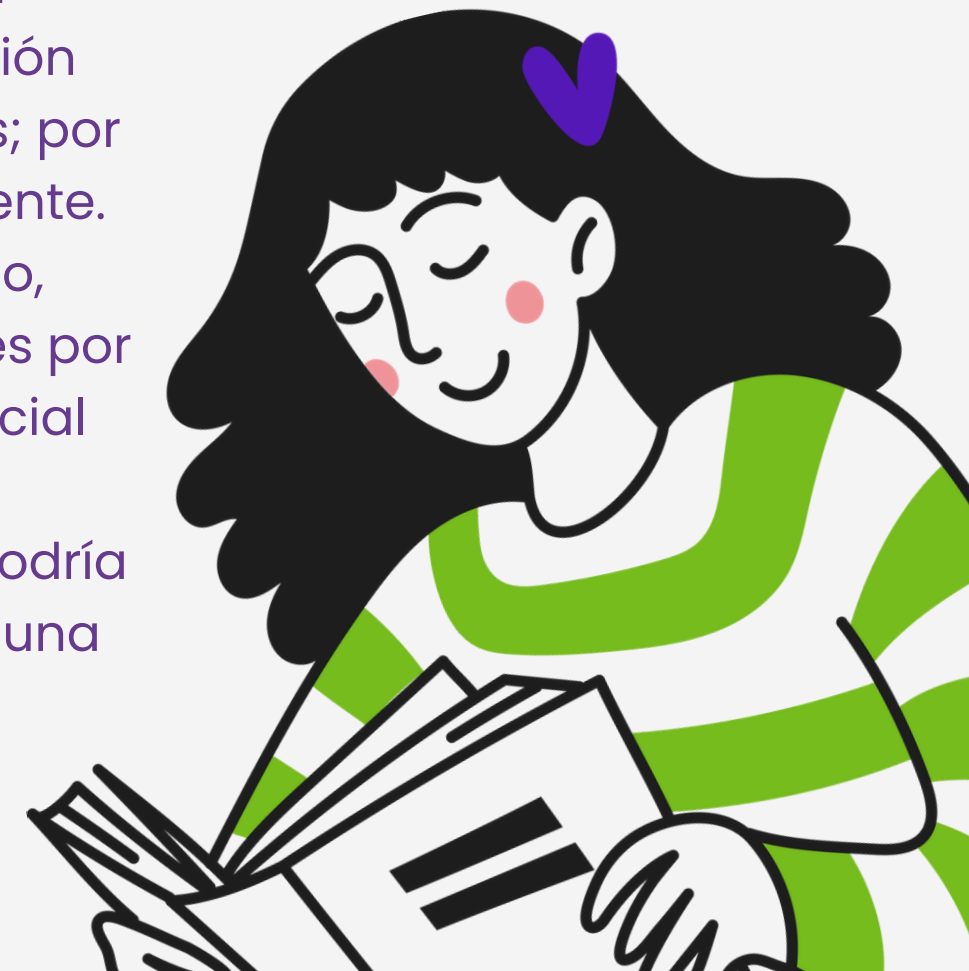
CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Fecha / Semana	Actividad desarrollada	Participantes / Roles	Observaciones / Evidencias
Semana 2 (04 - 10 may)	Edicion Video un dia en el congreso Animacion logo VOCES	Manuela Diaz - Analistas Jenyffer - Diseñadora	Aprobados dentro del tiempo establecido.
Semana 2 (04 - 10 may)	Pieza VivaEngage - talleres Compensar Mayo	Paula Rojas Analista de comunicaciones	En proceso de diagramación
Fecha / Semana	Actividad desarrollada	Participantes / Roles	Observaciones / Evidencias
Junio y Julio	Actividades por definir	Equipo por definir	DYC para inicio de diseño por definir

ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA Y APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO

La experiencia en Profamilia le enseñó mucho sobre cómo adaptar el diseño a diferentes audiencias y cómo manejar el tiempo cuando hay mucha presión. Trabajando allí, mejoró sus habilidades técnicas en composición y jerarquía visual, lo que se alinea con lo que aprendió sobre identidad de marca en sus estudios. Sin embargo, al analizar todo con detenimiento, se dio cuenta de que ser eficiente técnicamente no es suficiente si no se gestiona bien el diseño desde el punto de vista administrativo, para así proteger los procesos creativos.

Uno de los principales aprendizajes surgió a partir de las dificultades en la organización de la información dentro de los documentos **DYC (Diseño y Comunicación)**. Actualmente, la información no se encuentra completamente consolidada, lo que genera repetición de tareas y múltiples ajustes durante la producción gráfica. Esta situación se agrava porque las piezas deben pasar por tres filtros de aprobación diferentes; por ello, cuando la información inicial es ambigua o incompleta, las correcciones aumentan significativamente. A partir de esta experiencia se identificó la necesidad de implementar un sistema **DYC** más estructurado, capaz de reunir desde el inicio toda la información necesaria para el desarrollo de las piezas. Este interés por fortalecer la gestión interna se relaciona directamente con la línea de diseño para la transformación social de la facultad, ya que, al alinearse con el humanismo, optimiza procesos que potencian diseños con impacto social positivo; además, evitar reprocesos genera tiempos más organizados que la empresa podría enfocar en otras *actividades sociales o en la creación de contenido más innovador*, reconociendo que una estructura clara permite dirigir la creatividad hacia soluciones colectivas más efectivas.



IDENTIFICACIÓN DE NECESIDAD DE DISEÑO Y MARCO CONCEPTUAL

La problemática identificada evidencia que el diseño de comunicación adquiere un valor estratégico cuando las fallas organizativas afectan directamente la eficiencia del trabajo creativo. Durante la práctica se observó que los documentos DYC en PDF, utilizados por los analistas para registrar información como horarios, formatos y fechas de entrega, presentan una estructura rígida y limitada para describir completamente las especificaciones de cada pieza. Debido a esto, gran parte de la información debe enviarse en archivos adicionales de Word, fragmentando el proceso y aumentando los errores de interpretación. Aunque el DYC debería centralizar toda la información necesaria, su diseño actual no lo permite. En consecuencia, aspectos esenciales relacionados con copy, composición, tipografía y jerarquía visual quedan dispersos desde el inicio, afectando el desarrollo integral de las piezas y generando reprocesos constantes.

Esta limitación estructural demuestra que el diseño no debe reducirse únicamente a la producción estética, sino que también debe responder a problemas funcionales dentro de los entornos laborales. En este sentido, *Papanek (1971)* sostiene que el diseño adquiere valor cuando resuelve necesidades reales y no solamente formales, planteamiento que resulta pertinente frente a la problemática observada en el DYC. Esta perspectiva dialoga con *Frascara (2004)*, quien enfatiza la importancia de organizar la información para que cualquier usuario pueda interpretarla de manera intuitiva desde las primeras etapas del proceso. Aunque ambos autores coinciden en la función social y comunicativa del diseño, Frascara profundiza específicamente en la claridad informativa, aspecto fundamental para evitar la fragmentación detectada en la práctica. A su vez, *Krug (2006)* complementa estas ideas al destacar que una jerarquía visual clara facilita la comprensión de flujos complejos de información. En relación con el caso analizado, sus aportes permiten comprender que la debilidad del DYC no se origina únicamente en la falta de contenido, sino también en la ausencia de una estructura visual eficiente.

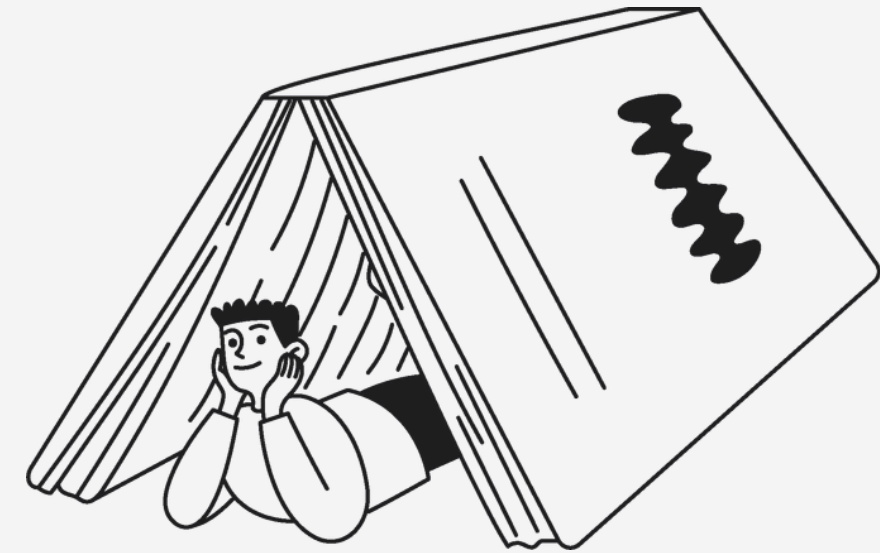
La desorganización del DYC también impacta la gestión general del diseño dentro de la organización, ya que las áreas priorizan la producción rápida de piezas sin consolidar previamente la información necesaria. Esto provoca especificaciones ambiguas, correcciones constantes y pérdida de tiempo en aclaraciones administrativas, reduciendo el espacio destinado al proceso creativo. Frente a esta situación, *Best (2006)* propone integrar el diseño dentro de los flujos organizacionales para optimizar la comunicación entre áreas, planteamiento que se relaciona directamente con la necesidad de convertir el DYC en una herramienta de articulación entre solicitantes, analistas y diseñadores. No obstante, mientras Best se enfoca en la integración de procesos, *Mozota (2003)* enfatiza la importancia de conectar los recursos visuales con objetivos institucionales concretos. Ambos enfoques se complementan en el contexto de la práctica, ya que evidencian que la eficiencia del diseño depende tanto de la organización interna como de la claridad estratégica de la información. Finalmente, *Brown (2009)* amplía esta visión al proponer workflows orientados a resolver ineficiencias reales, aportando una perspectiva útil para replantear las secuencias de aprobación y reducir los reprocesos observados.

La falta de consolidación en las especificaciones genera retrasos significativos en los tiempos de entrega, especialmente en piezas que requieren múltiples rondas de corrección. En varios casos, entregas programadas para una fecha específica se extendieron durante semanas debido a modificaciones derivadas de información incompleta o dispersa. Aunque algunas piezas logran aprobarse rápidamente, la mayoría atraviesa ajustes reiterativos, evidenciando un patrón de ineficiencia prevenible. En este contexto, *Lupton (2010)* plantea que la jerarquía visual es fundamental para organizar documentos complejos y facilitar la comprensión inmediata de la información. Esta postura coincide con *Tufte (2006)*, quien advierte que las estructuras informativas poco claras generan iteraciones innecesarias y aumentan los costos operativos. Sin embargo, mientras Lupton se centra en la organización visual del contenido, Tufte enfatiza las consecuencias funcionales de una mala estructuración. Ambas perspectivas resultan relevantes para comprender por qué un DYC más claro podría disminuir significativamente los errores de interpretación. De igual manera, *Norman (2013)* complementa este análisis al señalar que los sistemas intuitivos reducen errores de interacción entre usuarios, aspecto directamente relacionado con la comunicación entre solicitantes y diseñadores dentro de la práctica.

A partir de esta problemática, el diseño deja de actuar únicamente como un recurso correctivo y comienza a posicionarse como una herramienta preventiva dentro de la organización. La desconexión entre áreas y analistas provoca que elementos esenciales como logos obligatorios o especificaciones incompletas sean identificados únicamente después de iniciada la producción gráfica, generando nuevos reprocesos. Desde esta perspectiva, *Buchanan (1992)* define el diseño como una disciplina capaz de intervenir en wicked problems organizacionales, caracterizados por su complejidad y multiplicidad de actores, situación que se refleja claramente en el flujo fragmentado del DYC. Esta mirada se relaciona con *Margolin (2002)*, quien entiende el diseño como una práctica vinculada a dinámicas sociales y laborales específicas. Aunque ambos autores reconocen el alcance sistémico del diseño, Buchanan enfatiza la resolución de problemas complejos, mientras Margolin resalta su impacto en las relaciones humanas y organizacionales. Finalmente, *Manzini (2015)* amplía esta discusión al proponer soluciones sostenibles para procesos colectivos, perspectiva que fortalece la idea de un DYC rediseñado como herramienta de mejora continua y coordinación institucional.

Con base en la evidencia recopilada durante la práctica **cronogramas, porcentajes de correcciones y dispersión de información entre DYC y archivos Word** surge la necesidad de rediseñar el formato DYC mediante lineamientos más específicos y flexibles. La propuesta incluye campos destinados a definir elementos gráficos, dimensiones, cantidad de piezas, estilo visual, tono del copy, jerarquía informativa y espacios para referencias conceptuales o bocetos preliminares. Este replanteamiento busca consolidar la información desde el inicio y disminuir los errores derivados de interpretaciones ambiguas. En relación con esta necesidad, *Cross (2011)* entiende el diseño como un pensamiento resolutivo orientado a problemas reales, postura que resulta pertinente frente a las dificultades observadas en la práctica. Esta idea dialoga con *Dorst (2015)*, quien propone la coevolución entre problema y solución como estrategia para replantear estructuras organizacionales complejas. Mientras Cross se enfoca en la capacidad práctica del diseño para resolver situaciones concretas, Dorst profundiza en la transformación simultánea del problema y la propuesta de solución. Finalmente, *Liedtka (2018)* complementa estas perspectivas al destacar que el diseño estratégico permite optimizar procesos internos mediante resultados medibles, aportando sustento conceptual para justificar el rediseño del DYC como una solución organizacional y comunicativa.

CONCLUSIÓN



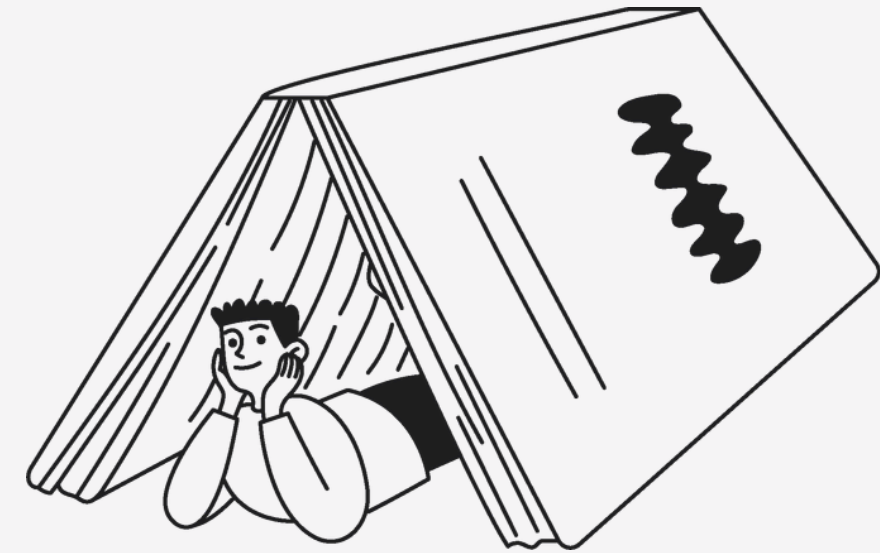
Aprendizajes Alcanzados

La práctica profesional permitió la aplicación integral de conceptos de composición, jerarquía y gestión de marca, fortaleciendo el perfil del diseñador. Se logró trascender la ejecución técnica para identificar problemas de comunicación dentro del entorno corporativo, utilizando el diseño como un puente para aportar soluciones estructurales a la organización. La experiencia técnica en el manejo de herramientas de edición y animación se complementó con una comprensión profunda de la adaptabilidad visual, permitiendo que cada pieza respondiera con precisión a las necesidades de audiencias diversas.

Proyecciones Futuras

A nivel profesional, se proyecta liderar procesos de diseño estratégico donde la ética y la transformación social sean los ejes centrales. El objetivo es profundizar en la gestión de identidad de marca, utilizando la investigación y el análisis como herramientas para resolver problemáticas complejas y generar un impacto positivo en la sociedad desde la comunicación visual.

CONCLUSIÓN



Alcance Real vs. Proyectado

Se cumplió satisfactoriamente con la gestión de requerimientos institucionales, logrando la entrega de un ecosistema de piezas gráficas (material POP, videos y piezas para Viva Engage) que se alinearon con los tiempos y estándares de la empresa. Aunque el volumen de trabajo fue variable, la implementación de un análisis crítico sobre la recepción de información permitió optimizar los procesos. El alcance real demostró que, más allá de la producción masiva, el éxito de la práctica radicó en la capacidad de respuesta y en la calidad de la síntesis visual frente a solicitudes complejas (DYC).

Aportes al Diseño

Se validó el diseño como una herramienta de transformación social que mejora la dinámica organizacional al facilitar mensajes claros y sensibles. Este aporte se equilibró con el fortalecimiento técnico, donde el dominio de nuevos términos, atajos y flujos de edición permitió una ejecución profesional más ágil, funcional y con propósito.

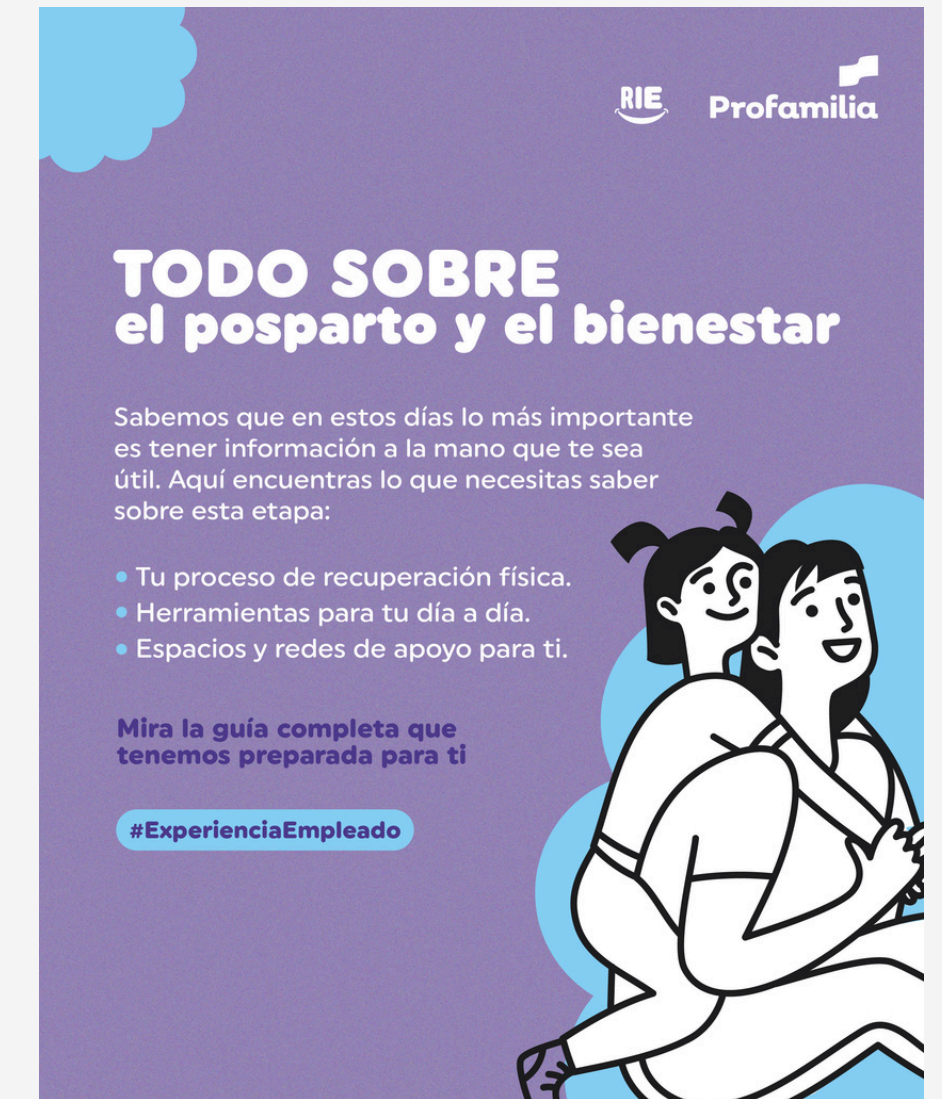
ANEXOS



Material POP + Mockup



Pieza 1080 x 1080 VivaEngage



Pieza 1080 x 1350 Viva Engage

Para visualizar el despliegue completo de las piezas (video, animación y gráfica), así como para revisar más anexos de soporte, favor remitirse a la carpeta de ANEXOS.

LISTA DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Best, K. (2006). Design management: Managing design strategy, process and implementation.

<https://es.scribd.com/document/492903097/Kathryn-Best-Design-Management-Managing-Design-Strategy-Process-and-Implementation-Required-Reading-Range-Ava-Publishing-2006>

Brown, T. (2009). Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation.

<https://es.scribd.com/document/622298134/Change-by-Design-How-Design-Thinking-Transforms-Organizations-and-Inspires-Innovation-traduce>

Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking.

<https://es.scribd.com/document/519662230/Wicked-problems-Richard-Buchanan>

Cross, N. (2011). Design thinking: Understanding how designers think and work.

https://books.google.com/books/about/Design_Thinking.html?id=example-cross

Dorst, K. (2015). Frame innovation: Create new thinking by design.

https://drive.google.com/file/d/1FA-QVI41FwONrLSLZ17M8Zhm_76O20SG/view?usp=sharing

LISTA DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Frascara, J. (2004). Diseño gráfico y comunicación.

<https://catedragrafica1.files.wordpress.com/2009/09/disen-y-comunicacion.pdf>

Liedtka, J. (2018). Why design thinking works.

https://drive.google.com/file/d/1m7z5Jx4znsudbh-8WLy-_OUMWpKIM3MQ/view?usp=sharing

Lupton, E. (2010). Pensar con tipos: Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores.

<https://drive.google.com/file/d/1-kuTtiJINK0ByCFWPgXmRfl3uKkJr57F/view?usp=sharing>

Manzini, E. (2015). Design when everybody cares: Making design things.

https://www.academia.edu/43526442/Design_When_Everybody_Designs

Margolin, V., & Margolin, S. (2002). A “social model” of design: Issues of practice and research.

<https://dl.designresearchsociety.org/cgi/viewcontent.cgi?article=2729&context=drs-conference-papers>

LISTA DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Mozota, B. B. de. (2003). Design management: Using design to build brand value and corporate innovation.
<https://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/15705/1/3.pdf>

Norman, D. A. (2013). The design of everyday things
<https://ia902800.us.archive.org/3/items/thedesignofeverydaythingsbydonnorman/The%20Design%20of%20Everyday%20Things%20by%20Don%20Norman.pdf>

Papanek, V. (1971). Design for the real world: Human ecology and social change.
<https://archive.org/details/designforrealwo00papa>

Krug, D. (2006). Don't make me think: A common sense approach to web usability.
<https://read.amazon.com/sample/0321965515?clientId=share>

Tufte, E. R. (2006). Beautiful evidence.
https://eclass.uth.gr/modules/document/file.php/PRE_P_122/Edward%20R.%20Tufte%20Beautiful%20Evidence%202006.pdf

¡MUCHAS GRACIAS!

