

**Diseño en acción: Instructivo para optimizar las solicitudes de diseño en la
Fundación Universitaria San Martín.**

Juliana Mayorga Zambrano

Universidad Santo Tomás

Trabajo de Grado

Profesor Juan Pablo Serna Salazar

10 de noviembre de 2025

Resumen

Como practicante de Diseño Gráfico en la Coordinación de Comunicaciones de la Fundación Universitaria San Martín, he podido identificar como problemática la falta de claridad en las solicitudes de piezas gráficas por parte de otras áreas administrativas. Esta situación genera confusiones, múltiples cambios en los diseños y retrasos en los tiempos de entrega de las piezas solicitadas.

Es importante resaltar que esta coordinación es el único equipo de comunicaciones encargado de centralizar y gestionar las solicitudes provenientes de todas las sedes de la institución.

A partir de este hallazgo, propongo el diseño de un instructivo para uso institucional que organice y estandarice el proceso de solicitud de piezas gráficas, permitiendo optimizar la comunicación interna entre áreas y garantizar eficiencia en los flujos de trabajo.

Palabras clave

Diseño Gráfico, comunicación interna, instructivo institucional, sistematización de experiencias, gestión visual.

Introducción

La presente sistematización se desarrolla en el marco de la práctica profesional en la Coordinación de Comunicaciones de la Fundación Universitaria San Martín, una institución de educación superior privada y multicampus, con presencia en Bogotá, Cali, Pasto, Puerto Colombia y Sabaneta. El área de comunicaciones funciona como centro articulador de las demás dependencias, respondiendo a solicitudes de piezas gráficas y contenidos institucionales. Sin embargo, se ha evidenciado que dichas solicitudes carecen de información clara, lo cual dificulta el proceso de creación de las piezas y retrasa las entregas de las mismas. En esta línea, Tufte (2001) plantea que la efectividad del diseño visual depende de la claridad y la precisión con la que se organiza la información, ya que un sistema visual bien estructurado facilita la comprensión y reduce los errores en la comunicación.

La propuesta busca dar respuesta a esta problemática desde el diseño gráfico, mediante la creación de un instructivo visualmente atractivo que funcione como guía para todas las áreas, facilitando la comunicación y optimizando el proceso. Desde una perspectiva similar, Ware (2019) destaca que la visualización de la información y la percepción del diseño son claves para lograr una comunicación eficiente, ya que un entorno visual bien planificado mejora la interpretación de los mensajes y optimiza la interacción entre los usuarios y los contenidos.

Planteamiento del problema, pregunta de investigación y objetivos

Problema: la ausencia de un protocolo visual claro para la solicitud de piezas de diseño genera confusión y retraso en la entrega de las piezas solicitadas.

Pregunta de investigación: ¿De qué manera un instructivo gráfico puede facilitar la comunicación entre las áreas administrativas y la coordinación de comunicaciones de la Fundación Universitaria San Martín en el proceso de solicitud de piezas gráficas?

Objetivo general: diseñar un instructivo institucional que guíe y estandarice el proceso de solicitud de piezas gráficas en la coordinación de comunicaciones.

Objetivos específicos:

- Identificar las falencias en las solicitudes de diseño actuales.
- Reconocer la información mínima necesaria para cada tipo de solicitud.
- Proponer un instructivo que organice y comunique de manera clara el proceso de solicitud.

Justificación

La presente propuesta surge a partir de la necesidad de mejorar la eficiencia y claridad en el proceso de solicitudes de diseño dentro de la Coordinación de Comunicaciones de la Fundación Universitaria San Martín. Durante la práctica profesional se identificó que con frecuencia las áreas administrativas realizan solicitudes incompletas o confusas, lo que genera retrasos en las entregas de las piezas, múltiples correcciones y pérdida de tiempo tanto para el solicitante como para el equipo de diseño.

La falta de un proceso estandarizado afecta directamente la calidad y el flujo interno del trabajo, ya que impide una comunicación efectiva y coherente entre los diferentes departamentos. Frente a esta problemática, se propone el diseño de un instructivo institucional que permita organizar, orientar y unificar el proceso de solicitud de piezas gráficas, con el fin de optimizar los tiempos de respuesta y mejorar la gestión visual de la información. Según Park y Kim (2021), la comunicación visual aplicada de manera estratégica contribuye a estructurar el pensamiento creativo y a fortalecer los procesos de diseño, permitiendo que las soluciones sean más claras, funcionales y comprensibles para todos los usuarios involucrados.

Esta propuesta se justifica porque responde de manera práctica al problema detectado, ofreciendo una herramienta funcional y de fácil comprensión que centraliza la información necesaria para solicitar una pieza. A diferencia de otras alternativas, como capacitaciones o recordatorios informales, el instructivo se convierte en un recurso permanente y accesible, que garantiza la continuidad del proceso incluso ante cambios de personal o nuevas incorporaciones dentro de la institución. En concordancia con ello, Xie (2023) sostiene que el diseño gráfico moderno, apoyado en metodologías técnicas e interactivas, mejora la precisión comunicativa y la eficacia en los flujos de trabajo, al integrar tecnología, claridad visual y funcionalidad en un mismo sistema.

Adicionalmente, la creación del instructivo aprovecha el lenguaje visual y comunicativo propio del diseño gráfico, utilizando elementos como íconos, jerarquías visuales, diagramas y enunciados que facilitan la comprensión de los procedimientos. Por esta razón, la solución elegida no solo atiende una necesidad administrativa, sino que también visibiliza el papel del diseño como mediador entre la información y la acción, aportando al fortalecimiento de la comunidad institucional.

En cuanto al problema de diseño, este se fundamenta en la falta de claridad y organización en los flujos de solicitud de piezas gráficas. El instructivo permitirá estructurar un sistema visual ordenado que guíe paso a paso al usuario en el proceso de requerimiento de piezas gráficas, determinando la información mínima indispensable para cada tipo de solicitud (objetivo, tipo de formato, público, fecha, responsable, etc.). Con ello, se busca reducir los errores recurrentes, disminuir el número de correcciones y optimizar los tiempos de entrega, logrando un proceso de trabajo más eficiente y colaborativo.

Finalmente, esta propuesta contribuye al aprendizaje significativo al conectar la experiencia vivida durante la práctica con una solución real y aplicable. El ejercicio de observación, análisis y diseño permitió transformar una dificultad cotidiana en una oportunidad de mejora, reafirmando la capacidad del diseño gráfico para resolver problemas comunicativos dentro de contextos institucionales y fortalecer la interacción entre áreas administrativas.

Diseño metodológico

- **Tipo de investigación**

La presente sistematización se enmarca dentro de una investigación cualitativa con enfoque proyectual, ya que parte de la experiencia directa vivida durante la práctica profesional en la Coordinación de Comunicaciones de la Fundación Universitaria San Martín. Este tipo de investigación permite comprender, analizar y transformar una situación real a partir de la observación y la reflexión crítica, con el propósito de generar una propuesta práctica de mejora.

Desde el campo del diseño gráfico, este enfoque posibilita traducir una problemática comunicativa en una solución visual funcional, en este caso, la

creación de un instructivo institucional que optimice las solicitudes de diseño y fortalezca la comunicación entre áreas.

- **Fuentes de información**

Se emplearon fuentes primarias y secundarias

1. Primarias: observación directa del proceso de solicitudes de diseño y registro de experiencias durante el desarrollo de la práctica.
2. Secundarias: revisión de documentos institucionales como el manual de identidad, lineamientos de marca, protocolos internos de comunicación y artículos digitales sobre gestión del diseño, comunicación organizacional y diseño de información.

- **Técnicas de recolección de datos**

Para obtener la información se aplicaron las siguientes técnicas de recolección de datos:

1. Observación participante: se realizó un seguimiento al proceso real de recepción y respuesta de solicitudes de diseño.
2. Análisis documental: se revisaron los formularios, correos y registros previos de solicitudes institucionales.

- **Población y muestra**

La población objeto de análisis corresponde a las áreas administrativas de la Fundación Universitaria San Martín que realizan solicitudes al área de comunicaciones.

La muestra se centró en las solicitudes recibidas durante el periodo de práctica (agosto a octubre de 2025) en la sede Bogotá, por ser el espacio donde se evidenció la problemática de manera directa. El instructivo está dirigido a todos los colaboradores de la institución, para garantizar una comunicación uniforme y efectiva en el proceso de solicitud de piezas gráficas.

Procedimiento de análisis

El desarrollo metodológico se organizó en cuatro fases principales que estructuran el proceso desde la observación hasta la entrega de la propuesta:

1. Recolección: identificación y registro de las falencias más frecuentes en las solicitudes de diseño, documentación de ejemplos reales y análisis del flujo de trabajo existente.
2. Análisis: clasificación de los errores recurrentes, evaluación del impacto de la falta de claridad en las solicitudes y determinación de los elementos esenciales que debe contener un requerimiento completo.
3. Desarrollo: diseño del instructivo institucional, construcción de la estructura visual del mismo, diagramación y validación del contenido con el equipo de comunicaciones.
4. Prueba y entrega: revisión final del prototipo del instructivo.

Durante todo el proceso se emplearon recursos metodológicos digitales como herramientas de diseño (Illustrator, canva e InDesign), correo institucional,

plataformas de trabajo colaborativo y formatos digitales de recolección de información.

El enfoque metodológico permitió consolidar un aprendizaje significativo al vincular la práctica profesional con el desarrollo de una solución concreta que aporta a la gestión comunicativa de la institución.

Plazos y cronograma de la recopilación de la experiencia a modo de diario de campo

Fase	Descripción y actividades principales	Periodo de ejecución
Fase 1. Recolección de información	Observación del contexto institucional, análisis del flujo de solicitudes de diseño, identificación de falencias, recopilación de evidencias gráficas y comunicativas.	Del 16 de agosto al 30 de agosto de 2025
Fase 2. Análisis de la información	Clasificación de los datos obtenidos, organización de las evidencias, identificación de patrones de error, sistematización de la información relevante y determinación de los criterios para la elaboración del instructivo.	Del 1 al 15 de septiembre de 2025
Fase 3. Desarrollo de la propuesta	Ideación del instructivo institucional, aplicación de la identidad gráfica institucional.	Del 16 al 30 de septiembre de 2025
Fase 4. Prueba y entrega	Validación del prototipo del instructivo.	Del 1 al 28 de octubre de 2025

Análisis de la experiencia. Aprendizaje significativo propuesta proyectual

Durante mi práctica profesional en la Coordinación de Comunicaciones de la Fundación Universitaria San Martín, pude identificar una problemática constante: la falta de claridad en la solicitud de piezas gráficas por parte de áreas administrativas. Esta situación generaba confusiones, retrasos y múltiples correcciones por pieza, lo que afectaba los plazos establecidos de entrega y el flujo de trabajo del equipo. A partir de esa observación, comprendí la importancia de fortalecer la comunicación interna como base de un proceso organizacional más eficiente. Según Castro Martínez y Díaz Morilla (2021) “la comunicación interna constituye un área estratégica para la innovación y la gestión del cambio, al fomentar entornos colaborativos y una cultura de bienestar organizacional”. Esta idea refleja el cómo a través del diseño es posible aportar a la mejora de los procesos internos y promover una comunicación más clara y funcional entre los equipos de trabajo.

El desarrollo de la práctica me permitió entender que el diseño gráfico, más allá de ser considerado como una herramienta visual, actúa como un lenguaje que organiza la información y facilita la comprensión entre los distintos actores de una institución. Desde esta perspectiva, el diseño se convierte en un componente esencial de la gestión empresarial, pues contribuye a mantener la coherencia y efectividad de los mensajes. En línea con lo planteado por Oyarvide Ramírez, Reyes Sarria y Montaña Colorado (2017) “la comunicación interna es una herramienta indispensable para el buen funcionamiento de la administración, ya que articula los procesos y fortalece el sentido de pertenencia “. Esto se evidenció en mi experiencia, donde el flujo de solicitudes y respuestas carecía de una estructura clara, lo que reforzó la necesidad de crear un recurso que orientara y estandarizara dicho proceso.

A partir de este pensamiento, surgió la propuesta proyectual: un instructivo institucional que sirviera como guía para solicitar piezas gráficas de manera ordenada y con la información suficiente para realizar la pieza solicitada de manera efectiva sin necesidad de hacer numerosos cambios. Este instructivo no solo busca optimizar tiempos, sino también mejorar la calidad del trabajo y la comunicación entre áreas. Tal como señala Sáenz Duarte (2021), “el diseño de un plan de comunicación interna permite implementar estrategias de innovación que impulsan la colaboración y la eficiencia dentro de la organización”. En este sentido, el instructivo se plantea como una herramienta de gestión visual que no solo resuelve una necesidad operativa, sino que también refuerza el papel del diseño como puente entre la información y la acción institucional.

El proceso de diseño de esta propuesta también implicó una comprensión profunda del impacto visual dentro de los entornos corporativos. De acuerdo con Durán Pico (2022) “las piezas gráficas institucionales facilitan la comunicación visual y contribuyen a la construcción de identidad dentro de los espacios organizacionales”. Esto fue clave para definir un instructivo que además de ser funcional, resulta atractivo y coherente con la identidad visual de la Fundación Universitaria San Martín. Finalmente, el trabajo reafirmó la importancia del diseño como una disciplina integral capaz de generar transformación dentro de las instituciones. En palabras de Hospital López Mederos y López Felix (2024) “una gestión adecuada de la comunicación interna fortalece la cultura organizacional, promueve la participación y garantiza la efectividad de los procesos”. Así, este proyecto se consolidó como una experiencia significativa que unió la observación, el análisis y la acción, reafirmando mi rol como diseñadora capaz de proponer soluciones reales dentro del ámbito institucional.

Para complementar el análisis inicial, aclaro que las decisiones tomadas en el prototipo del instructivo se derivan directamente de los patrones encontrados en las solicitudes revisadas. Esta relación entre lo que observé y lo que diseñé es clave para entender por qué el prototipo tiene la estructura y los apartados que presenta. Por esa razón, a continuación incluyo fragmentos reales de las solicitudes analizadas, con el fin de hacer visible la conexión entre los hallazgos y los elementos que conforman el instructivo propuesto.

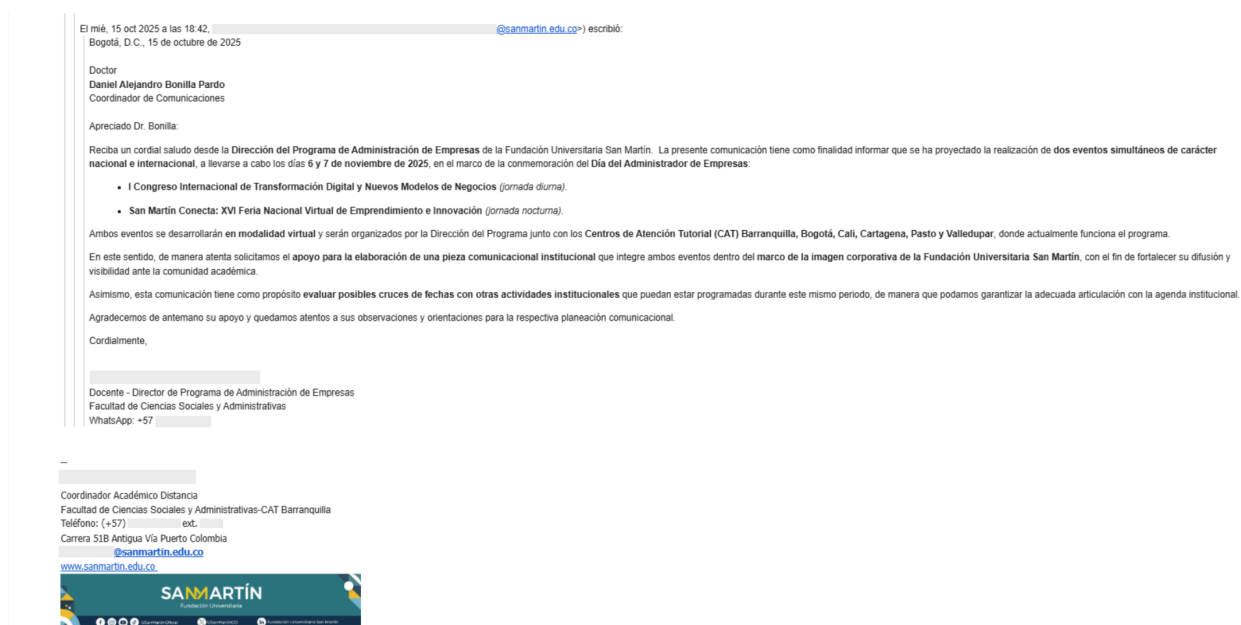


Figura 1. Solicitud enviada sin estructura ni información completa.

En la figura 1 se evidencia un correo recibido por la Coordinación de Comunicaciones donde el solicitante pide apoyo para una pieza, pero no especifica datos esenciales como formato, hora ni medio por el cuál será transmitido. Este tipo de mensajes ilustra el problema identificado: solicitudes informales, desordenadas y con información insuficiente para iniciar el diseño.



Figura 2. Respuesta de la Coordinación de Comunicaciones que evidencia la necesidad de centralizar las solicitudes.

En la figura 2 se evidencia este correo, donde el área de Comunicaciones solicita completar la información faltante y recuerda que las solicitudes deben realizarse mediante el formulario oficial. Esta respuesta confirma el problema recurrente: la falta de uso del canal adecuado y la entrega inconsistente de información, situación que motivó el desarrollo del prototipo del instructivo.

Tema de reflexión y discusiones académicas

La experiencia de práctica permitió evidenciar que la comunicación interna es un eje esencial para el funcionamiento organizacional, pues de ella depende la coordinación efectiva entre las áreas y la satisfacción de los equipos de trabajo. A lo largo del proceso, comprendí que el diseño gráfico puede ser un facilitador de esa comunicación, al traducir información compleja en herramientas visuales claras y accesibles. Según Valenzuela Salazar, Buentello Martínez, Villarreal Sánchez y Ruiz Briones (2020), “la comunicación organizacional interna influye directamente en la satisfacción y compromiso de los empleados, al fortalecer el sentido de pertenencia y la cooperación”. En mi caso, la falta de claridad en las solicitudes de diseño

generaba retrasos y confusiones, lo que reafirmó la necesidad de crear un instructivo que sirviera como guía visual para optimizar los procesos internos y mejorar la interacción entre áreas.

El diseño de esta propuesta se apoya en la idea de que comunicar visualmente también es gestionar, planificar y construir cultura institucional. Tal como afirman Claro, Ayala de Choriego y Barros (2022), “la comunicación interna se ha convertido en un componente estratégico de las organizaciones que buscan consolidar entornos laborales más participativos y eficientes”, y esto se refleja en cómo el instructivo contribuye a estructurar los flujos de información. Además, Llanos Encalada y Tomalá Fuentes (2024) destacan que “la comunicación interna es clave para el desarrollo organizacional, ya que impulsa la coordinación y la toma de decisiones acertadas dentro de los equipos”. Desde esa mirada, el diseño deja de ser solo una herramienta visual para convertirse en un recurso estratégico que potencia la gestión, la innovación y la cohesión institucional a través de la comunicación clara y efectiva.

Desarrollo de la propuesta de mejora o del prototipo resultado del aprendizaje significativo

En esta etapa se desarrolló **un único prototipo**, resultado del proceso de aprendizaje significativo adquirido durante el proyecto. Este se concibió desde una perspectiva proyectual propia del diseño gráfico, en la que se priorizó la creación de un mensaje visual coherente y estructurado. El diseño se abordó desde la comprensión de los signos visuales como elementos que construyen sentido y comunican intenciones específicas dentro de una composición. Como señalan Paredes Calderón y Nájera Galeas (2020), el diseñador gráfico debe comprender cómo los signos, símbolos y formas visuales se articulan para producir mensajes efectivos, claros y cargados de significado.

Logo FUSM

INSTRUCTIVO: SOLICITUDES DE DISEÑO GRÁFICO
Coordinación de Comunicaciones

1 Datos del solicitante

- Indícanos la siguiente información:
- Nombre completo
- Área a la que perteneces
- Correo institucional
- Número de contacto / extensión.

2 ¿Qué necesitas?

Indica también si se trata de una pieza para uso interno (dirigida a colaboradores dentro de la institución) o para uso externo (dirigida a público general, aliados o comunidad).

Esta información nos permitirá definir el diseño adecuado y asegurar que la pieza cumpla con los objetivos de comunicación establecidos.

3 Tiempos de entrega

Ten en cuenta que las solicitudes deben enviarse mínimo con 8 días hábiles de anticipación, para garantizar una correcta planificación, desarrollo y revisión de la pieza.

Las solicitudes enviadas con menos tiempo podrían no ser atendidas o requerir ajustes en los tiempos de entrega según la disponibilidad del área.

Por favor, confirma si cumples con este tiempo de anticipación:
Sí ___ No ___

4 Información del evento

- Tipo de evento
- Fecha
- Hora
- Presencial ☒ Virtual ☒

Especificar:

- Lugar
- Medio

• ¿De qué área es el evento o la solicitud?

• ¿Quién lo organiza?

Nota: Recuerda que las solicitudes de diseño se reciben únicamente a través del siguiente formulario:
[Enlace al formulario](#)
Si no se envían por este medio, lamentablemente no podremos gestionarlas. ¡Gracias por tu comprensión!

Figura 3. Prototipo visual del instructivo para solicitudes de diseño gráfico.

Vista preliminar del instructivo con la estructura y los campos esenciales que deben incluirse en una solicitud (datos del solicitante, tipo de pieza, tiempos de entrega, etc). Este prototipo reúne los elementos necesarios para estandarizar el proceso y mejorar la claridad de las solicitudes dirigidas al área de Comunicaciones.

El proceso de desarrollo no contempló múltiples versiones, sino que se centró en perfeccionar ese único prototipo a través del análisis visual, la experimentación cromática y la exploración tipográfica. Estas decisiones se tomaron con base en criterios de legibilidad, jerarquía y equilibrio visual, buscando que la pieza reflejara tanto coherencia estética como intencionalidad comunicativa. Según Paredes Calderón y Nájera Galeas (2020), la labor del diseñador implica dominar los lenguajes visuales para crear piezas que trascienden lo decorativo y se conviertan en medios de comunicación visual estructurada.

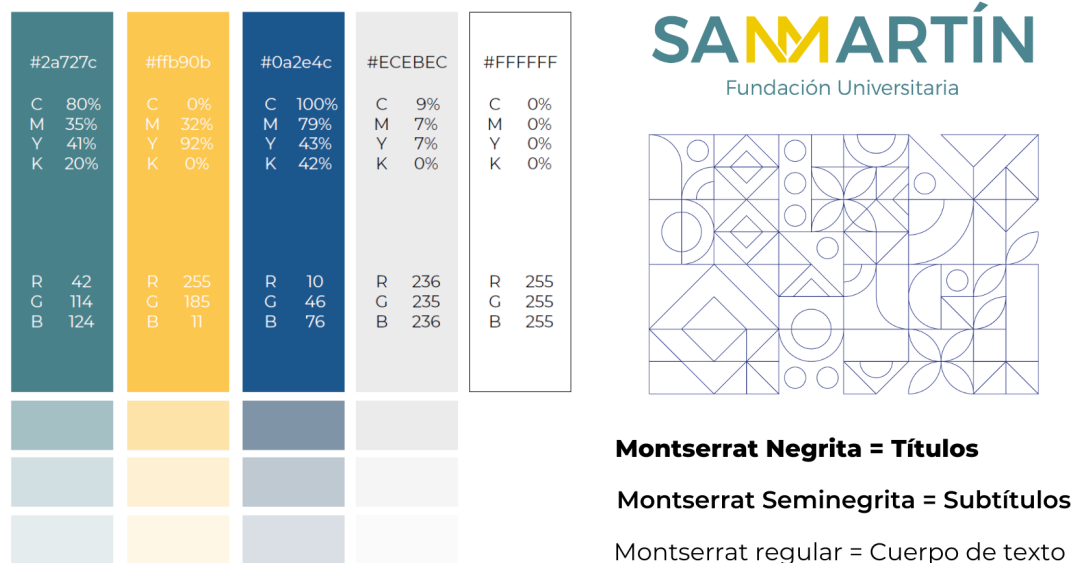


Figura 4. Elementos gráficos institucionales utilizados en el prototipo del instructivo.

Paleta de color, tipografías y versión del logo tomadas del Manual de Identidad Visual de la Fundación Universitaria San Martín. Estos lineamientos garantizan coherencia gráfica, legibilidad y alineación con la imagen institucional en el diseño del instructivo propuesto.

Finalmente, el prototipo constituye una evidencia del aprendizaje obtenido a lo largo del proceso, integrando componentes formales, conceptuales y simbólicos que materializan la función del diseño como mediador entre el pensamiento y la representación visual. En este sentido, el resultado reafirma la idea de que el diseño gráfico es, ante todo, un proceso de construcción de significado mediante la organización intencionada de elementos visuales (Paredes Calderón & Nájera Galeas, 2020).

Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia

El prototipo final elaborado constituye la materialización del proceso de análisis y aprendizaje obtenido durante la investigación-creación. Este resultado evidencia cómo el diseño gráfico funciona como un medio de pensamiento visual, en el que la forma, el color y la composición se articulan para comunicar significados intencionales. De acuerdo con Paredes Calderón y Nájera Galeas (2020), el diseñador construye mensajes visuales a partir de signos que transmiten ideas, emociones y valores, configurando así una estructura de sentido en la comunicación visual.

Este proceso, además, reafirma el papel del diseño como una disciplina reflexiva y socialmente responsable. Como plantea Frascara (2006), el diseño de comunicación debe ir más allá de la estética y orientarse a producir significados que respondan a necesidades humanas reales. En esa línea, Huerta (2021) sostiene que la formación en diseño gráfico debe vincular la práctica creativa con el pensamiento crítico, permitiendo que los proyectos sean espacios para el desarrollo de competencias comunicativas y pedagógicas. El prototipo evidencia esta relación al integrar el análisis teórico con la práctica proyectual, demostrando cómo el diseño se convierte en una herramienta para enseñar, cuestionar y transformar realidades.

Finalmente, este resultado refleja la importancia del proceso de investigación-creación como espacio de construcción de conocimiento. Hernández Olave (2025) enfatiza que el diseño debe entenderse como una práctica investigativa donde el hacer y el reflexionar se retroalimentan constantemente, generando aportes al campo académico y profesional. En esa misma línea, el producto obtenido da cierre al proceso de creación, consolidando una propuesta visual coherente con los objetivos del proyecto y con las perspectivas teóricas que la sustentan.

Plan de validación

Aunque el instructivo corresponde únicamente a un prototipo y no fue implementado durante la práctica, propongo una prueba piloto sencilla para evaluar su funcionamiento. La validación se realizaría con 3 a 5 funcionarios de otras áreas que suelen solicitar piezas al área de Comunicaciones. Cada participante simularía una solicitud siguiendo el instructivo, registrando las dudas o dificultades que surjan durante el proceso. Al finalizar, responderían un breve cuestionario para valorar la claridad, utilidad y comprensión del documento. Con esta prueba sería posible identificar ajustes necesarios antes de avanzar hacia una versión final más completa y alineada con las necesidades reales de los usuarios.

Conclusiones

El desarrollo de esta propuesta permitió evidenciar que el diseño gráfico es una disciplina que trasciende lo visual para convertirse en un medio de organización, comunicación y mejora continua dentro de los procesos institucionales. La práctica profesional demostró que las herramientas visuales bien estructuradas no solo optimizan el flujo de trabajo, sino que también fortalecen la comprensión entre equipos y usuarios. En esta línea, Maier (2025) señala que el diseño aplicado en entornos educativos y organizacionales potencia la efectividad del aprendizaje y la transmisión de información al integrar elementos visuales estratégicos en los procesos comunicativos.

Asimismo, el proyecto reafirmó la importancia de comprender el diseño como un proceso reflexivo sustentado en la investigación y la innovación. De acuerdo con Mayer, Schwemmler y colaboradores (2024), el pensamiento de diseño promueve la creatividad y la resolución de problemas complejos a través de la experimentación y el análisis crítico, fundamentos que guiaron el desarrollo del instructivo institucional. De manera complementaria, Li et al. (2020) sostienen que el diseño contemporáneo, apoyado en herramientas tecnológicas y procesos automatizados, impulsa la eficiencia y la precisión visual en la creación de piezas gráficas, lo cual se refleja en la estructura funcional del prototipo elaborado.

Finalmente, esta experiencia fortaleció la comprensión del diseño gráfico como un ejercicio responsable y formativo. Como plantean Lettis, McMahon, Napier y de Eyto (2024), el diseño comunicacional debe orientarse hacia prácticas conscientes, éticas y sostenibles que aporten valor al entorno social e institucional. En ese sentido, la propuesta realizada no solo responde a una necesidad técnica, sino que también promueve la cultura del diseño como motor de organización, aprendizaje y transformación dentro de la Fundación Universitaria San Martín.

Referencias

Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. (2021). *La comunicación interna como área estratégica para la innovación a través de la gestión del cambio y la felicidad organizacional*. *Obra Digital*, (20), 131-148. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8031078>

Claro, C., Ayala de Choriego, E. M., & Barros, J. P. (2022). *Comunicación interna: caracterización y análisis de trabajo realizado por empresas que pertenecen a ranking Great Place to Work® Chile*. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 21(41), 1-27.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222022000200204

Durán-Pico, C. A. (2022). *Diseño de piezas gráficas publicitarias para la clínica Fundación Cardiovascular de Colombia*. Repositorio Digital Universidad de Santander.

<https://repositorio.udes.edu.co/entities/publication/2b137456-114d-437d-9d34-c04a5980763b>

Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Ediciones Infinito.

<https://comunicacionunal.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/09/frascara-jorge-el-diseno-d-e-comunicacion.pdf>

Hernández Olave, J. S. (2025). *Investigación-creación en diseño. Cuatro debates pendientes*. Editorial Universidad El Bosque.

<https://repositorio.unbosque.edu.co/items/a9a9bda5-4e49-4212-8476-25e3fb11288c>

Hospital López Mederos, J. M., & López Félix, I. (2024). *Diseño metodológico para desarrollar un procedimiento de la gestión de la comunicación interna en organizaciones de salud*. *Revista de Ciencias de la Salud de La Habana*, 20(1), 1–10.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132024000100008

Huerta, R. (2021). *Diseño gráfico para la formación del profesorado en educación artística. Observar*, 15, 20–44. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8211242>

Lettis, G., McMahon, M., Napier, P., & de Eyto, A. (2024). *Croí: A Process for Core and Responsible Graphic Communication Design Education. Base Diseño e Innovación*, 9(10), 99-120. <https://revistas.udd.cl/index.php/BDI/article/view/1013>

Li, J., Yang, J., Zhang, J., Liu, C., Wang, C., & Xu, T. (2020). *Attribute-conditioned Layout GAN for Automatic Graphic Design. arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2009.05284>

Llanos Encalada, M., & Tomalá Fuentes, G. (2024). *La comunicación interna, clave para el desarrollo organizacional de empresas del sector industrial manufacturero ecuatoriano. Sapientia Technological*.
<https://sapientiatechnological.aitec.edu.ec/index.php/rst/article/view/107>

Maier, M. (2025). *The role of graphic design in educational projects: Enhancing learning effectiveness through visual elements. Journal of Arts & Humanities*, 14(1), 15–22.
<https://www.theartsjournal.org/index.php/site/article/view/2515>

Mayer, S., Schwemmler, M., & al. (2024). *The impact of design thinking and its underlying theoretical mechanisms: A review of the literature. Creativity and Innovation Management*.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/caim.12626>

Oyarvide Ramírez, H. P., Reyes Sarria, E. F., & Montaña Colorado, M. R. (2017). *La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. Dominio de las Ciencias*, 3(4.2), 296-309.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6174479>

Paredes Calderón, B. A., & Nájera Galeas, C. E. (2020). *Comunicación visual, procesos de construcción de los signos visuales en los mensajes: Diseño y diseñador gráfico. Dominio de las Ciencias*, 6(2), 995-1006. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7504254.pdf>

Park, E. J., & Kim, M. J. (2021). *Visual Communication for Students' Creative Thinking in the Design Studio: Translating Filmic Spaces into Spatial Design. Buildings*, 11(3), 91.

<https://www.mdpi.com/2075-5309/11/3/91>

Sáenz Duarte, M. (2021). *Diseño del plan de comunicación interna para la implementación del sistema de innovación del Banco de la República*. Universidad Externado de Colombia.

<https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/2bfebfd0-e9cb-49a7-9718-3933a036e876>

Tufte, E. R. (2001). *The visual display of quantitative information* (2^a ed.). Graphics Press.

<https://kyl.neocities.org/books/%5BTEC%20TUF%5D%20the%20visual%20display%20of%20>

[quantitative%20information.pdf](#)

Valenzuela Salazar, N. L., Buentello Martínez, C. P., Villarreal Sánchez, V. L., & Ruiz Briones, C. T. (2020). *Comunicación organizacional interna y su relación con la satisfacción de los empleados de una empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila*. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 7(1), 129-141.

<https://repositorio.unillanos.edu.co/entities/publication/553becc3-d941-443b-be80-4b8739031dc>
[d](#)

Ware, C. (2019). *Information visualization: Perception for design*. Morgan Kaufmann.

<https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=3-HFDwAAQBAJ>

Xie, H. (2023). *Analysis of interaction function of modern graphic design based on technical-aided design*. *Journal of King Saud University – Science*, 35(8), 102828.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1018364723002902>