

**Optimización de Procesos de Diseño Gráfico en Entornos Corporativos:  
Comunicación, Gestión y Estrategia**

**Trabajo de Grado**

**Autor:**

Andrés Felipe Galindo Laverde

Facultad de Diseño Gráfico, Universidad Santo Tomás

**Director de Trabajo:**

Paola Andrea D'Luyz Monsalve

**Bogotá D.C. 2025**

## **Dedicatoria**

*A mi padre, que, aunque ya no está a mi lado, sigue siendo mi guía en cada paso que doy. Su amor, sus enseñanzas y su confianza en mí me han dado la fuerza para llegar hasta aquí.*

*A mi madre y a mis hermanas, quienes han sido mi refugio en los días difíciles y mi impulso en los momentos de duda. Su apoyo incondicional y su fe en mí han sido la fuerza que me ha permitido superar incluso los desafíos más grandes.*

*A mi familia, por estar siempre ahí, por celebrar mis logros como si fueran suyos y por darme la seguridad de que, pase lo que pase, nunca camino solo.*

*Y a mis amigos, por compartir este camino conmigo, por las palabras de aliento cuando más las necesitaba y por hacerme reír en los momentos en los que parecía imposible. Su compañía ha sido un regalo en esta etapa de mi vida.*

## **Agradecimientos**

*A la Universidad Santo Tomás, donde cada lección se convirtió en un paso hacia mi crecimiento profesional. A mis docentes, por su dedicación y paciencia, por cada consejo, cada lección y cada reto que me ayudó a fortalecer mi camino en el diseño gráfico.*

*A Cafam, por abrirme las puertas y brindarme un espacio donde pude aplicar lo aprendido durante mi carrera. Gracias por la confianza, por cada experiencia que me hizo crecer y por permitirme ser parte de un equipo donde la creatividad y el trabajo en equipo se convirtieron en pilares fundamentales. Esta etapa fue más que una práctica; fue un aprendizaje real sobre lo que significa desenvolverse en el mundo profesional.*

*A mis compañeros, amigos y jefes, por su apoyo incondicional, por cada conversación, cada consejo y cada momento compartido. Gracias por hacer de este camino una experiencia enriquecedora y llena de aprendizajes que llevaré conmigo siempre.*

## Tabla de contenido

Resumen.....	3
Abstract.....	4
Introducción.....	4
Planteamiento del problema, pregunta de investigación y objetivos.....	6
Justificación.....	8
Diseño metodológico.....	10
Sobre la experiencia a sistematizar.....	12
Sobre el plan de sistematización.....	13
Cronograma.....	16
Análisis de la experiencia y propuesta proyectual.....	18
Tema de reflexión y discusiones académicas.....	20
Desarrollo de la propuesta de mejora o del prototipo resultado del aprendizaje significativo.....	22
Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia.....	24
Testeo.....	27
Conclusiones.....	30
Referencias bibliográficas.....	32
Anexos.....	35

## Tabla de Figuras

Figura 1.....	10
Figura 2.....	24
Figura 3.....	27
Figura 4.....	29

## Lista de anexos

**Anexo 1.** Anotaciones manuales sobre la definición de los apartados iniciales, de la hoja de control de diseño

**Anexo 2.** Segunda Propuesta de la hoja de control de diseño

**Anexo 3.** Formato de control de diseño utilizado en 2010-2020

## Resumen

Este proyecto nace a partir de la experiencia como practicante de Diseño Gráfico en Cafam donde se evidenció una oportunidad de mejora en el flujo de trabajo entre el equipo de diseño y publicidad podría mejorar bastante. Durante la práctica se identificó que muchas veces las solicitudes de piezas gráficas llegaban incompletas, sin información clara o desorganizadas, lo cual generaba retrasos y confusiones. Por lo anterior, se propuso una herramienta sencilla pero muy útil, la hoja de control de diseño. Esta hoja sirve para que cada solicitud tenga toda la información que se necesita desde el inicio y así facilitar el trabajo del equipo de diseño.

La propuesta está pensada desde el diseño centrado en el usuario y busca ordenar el proceso sin restarle espacio a la creatividad. Incluye campos clave como los objetivos de la pieza, el público a quien va dirigida, los formatos, los tiempos de entrega, entre otros. Inspirado en los principios de la línea de investigación "Diseño para la Transformación Social", y a partir del diseño gráfico, se propone una solución real a un problema del entorno laboral.

**Palabras clave:** flujo de trabajo, diseño gráfico, la hoja de control de diseño, comunicación corporativa, transformación social.

## Abstract

This project was born from my experience as a Graphic Design intern at Cafam, where I identified an opportunity for significant improvement in the workflow between the design and advertising teams. During the internship, it was identified that graphic design requests often arrived incomplete, lacking clear information, or disorganized, which led to delays and confusion. Therefore, a simple but very useful tool was proposed: the Design Control Sheet. This sheet ensures that each request has all the necessary information from the outset, thus facilitating the design team's work.

The proposal is based on user-centered design and seeks to organize the process without compromising creativity. It includes key fields such as the objectives of the piece, the intended audience, formats, delivery times, among others. Inspired by the principles of the "Design for Social Transformation" line of research, and based on graphic design, it proposes a real solution to a problem in the workplace.

**Keywords:** workflow, graphic design, control sheet, corporate communication, social transformation.

## Introducción

La comunicación visual juega un papel esencial dentro de las empresas, lo cual permite transmitir mensajes de manera efectiva y fortalecer la identidad corporativa. Según Villalba (2021) “la comunicación gráfica no solo cumple una función estética, sino que es una herramienta estratégica clave para conectar con los públicos y generar impacto en el posicionamiento de una marca”. En este sentido, el diseño gráfico se convierte en un pilar clave dentro del entorno empresarial, facilitando difundir la información y la construcción de una imagen clara y atractiva.

A partir de esta premisa, el presente documento permite sistematizar la experiencia obtenida a lo largo de la práctica laboral realizada en la Caja de Compensación Familiar Cafam, específicamente en la Subdirección Comercial, donde se participó en la creación y adaptación de piezas gráficas para campañas internas y externas, redes sociales, mailing, material impreso y pantallas digitales. A continuación, se expone el rol de cómo estos procesos de diseño contribuyeron a la comunicación estratégica de la organización y cuáles fueron los principales aprendizajes obtenidos.

Durante el desarrollo de la práctica se identificaron oportunidades de mejora respecto a los procesos de diseño y la articulación interdepartamental, vitales para la gestión de la comunicación organizacional. Como indican Gómez y Escandón (2017) “una correcta gestión de la comunicación organizacional permite una mejor articulación entre áreas, evitando reprocesos y mejorando la eficiencia en la entrega de productos gráficos”. En este sentido, la interacción entre las áreas de diseño y publicidad resultó determinante para mostrar una mayor efectividad durante la elaboración de las piezas visuales, demostrando la importancia de establecer procesos laborales más ordenados y participativos.

Para comprender de forma más amplia el impacto del diseño dentro de un entorno organizacional, se tomaron como marco teórico dos enfoques fundamentales: el Diseño para la transformación social y el Diseño estratégico. El primero se entiende como aquella vertiente del diseño orientada a generar cambios positivos en la sociedad. Bonsiepe (1999) sostiene que el diseñador contemporáneo crea “interfaces culturales” que inciden directamente en las dinámicas sociales y culturales. Por su parte, Margolin y Margolin (2012) plantean que el diseño debe estar al servicio de la responsabilidad social, por encima de intereses meramente comerciales. En la misma línea, la Universidad Santo Tomás define el diseño para la transformación social como la capacidad que tiene esta disciplina para dialogar e incidir en problemáticas sociales, económicas y culturales de forma positiva (Universidad Santo Tomás, 2021).

En complemento a esta perspectiva, el Diseño estratégico, se refiere a la aplicación de principios de diseño con una visión de futuro, orientada a promover la innovación y la competitividad dentro de las organizaciones. Esto implica que el diseño trasciende la elaboración de piezas gráficas puntuales y se convierte en una herramienta para alinear los procesos creativos con los objetivos corporativos de largo plazo.

A partir de estos enfoques, se establecieron las categorías de análisis del presente documento: Diseño para la transformación social y Diseño organizacional, junto con las subcategorías de gestión de procesos de diseño, comunicación interna, articulación interdepartamental y mejoramiento del entorno laboral. Estas categorías permitieron analizar de forma crítica y aplicada la experiencia de práctica profesional, identificando tanto las oportunidades de mejora como los aportes del diseño al fortalecimiento organizacional.

Este documento se organiza en varias secciones. En primer lugar, se plantea el problema detectado y los objetivos de la práctica, argumentando su relevancia dentro del proceso formativo. Posteriormente, se describe la metodología utilizada, basada en las categorías mencionadas, así como las herramientas empleadas para la producción y análisis de las piezas gráficas. Luego, se presentan los resultados obtenidos y su impacto en la comunicación visual de Cafam, así como los aprendizajes adquiridos durante la práctica. Finalmente, se plantean conclusiones y recomendaciones orientadas a mejorar los procesos de diseño institucional, con un enfoque estratégico y alineado a las necesidades comunicativas de la organización.

### **Planteamiento del problema, pregunta de investigación y objetivos**

La comunicación y coherencia visual dentro de Cafam están directamente relacionadas con la integración profesional a corto plazo entre el equipo de diseño y de publicidad. El papel del diseñador gráfico se percibe como alguien que realiza piezas sin recibir comunicación clara, dicha ausencia de integración puede provocar reprocesos, tiempo perdido y baja calidad en la comunicación visual. Esto no solo afecta la eficiencia del proceso, sino que también puede generar mensajes confusos o mal estructurados que terminen evocando errores en la interpretación del lector o del público objetivo.

Según Villalba (2021) “la comunicación gráfica debe enfocarse no solo en el aspecto estético, sino en la capacidad de transmitir información clara y efectiva”, lo que destaca la importancia de que los diseñadores tengan un incentivo para participar activamente en la estrategia de stakeholders relacionados con la comunicación institucional. Pero en escenarios como el de Cafam ocurre es que los diseñadores gráficos laboran bajo órdenes de trabajo emitidas por

publicidad y mercadeo restando sus ideas o propuestas de estrategias visuales innovadoras.

Además, la falta de flexibilidad en los flujos de trabajo impide que se fomente la creatividad y la innovación en el diseño gráfico. Salazar y Villamizar (2020) señalan que “la creatividad en el diseño gráfico depende en gran medida de la flexibilidad en los procesos, permitiendo la exploración de soluciones visuales más efectivas y adaptadas a los objetivos comunicacionales”. En este contexto, la falta de disposición para compartir esos espacios de colaboración entre el área de diseño y el sector publicidad puede perjudicar la calidad y la eficacia de los mensajes visuales para crear piezas gráficas.

Finalmente, la mala asignación de funciones y plazos de entrega causa sobrecarga de trabajo que a su vez impacta en la calidad de las piezas finales. Jiménez (2013) menciona que “una planificación adecuada del flujo de trabajo permite optimizar la producción gráfica sin comprometer la creatividad ni la calidad de los resultados”. En Cafam, la creación de piezas ocurre de manera continua, pero la carga de trabajo puede aumentar en temporadas específicas, este sería otro punto más que demuestra la importancia de estructurar mejor la dinámica laboral y la organización conjunta entre departamentos.

Ante lo anterior, es crucial elaborar una estrategia que permita una relación óptima entre diseño y publicidad, así como una mayor colaboración y eficiencia en la gestión de proyectos gráficos.

### ***Pregunta de investigación***

*¿Cómo se puede usar el diseño gráfico para crear una estrategia unificadora que mejore el trabajo entre el equipo de diseño y el de publicidad en Cafam, logrando una comunicación visual más efectiva y una producción gráfica más eficiente?*

### ***Objetivo general***

Diseñar una estrategia de integración y optimización del flujo de trabajo entre los equipos de diseño y publicidad en Cafam, que permita mejorar la comunicación visual, la eficiencia en la producción gráfica y la colaboración interdisciplinaria, contribuyendo a un entorno laboral más organizado y participativo

### *Objetivos específicos*

- Analizar la situación actual de los procesos de diseño y su relación con el equipo de publicidad en Cafam, identificando tanto los desafíos técnicos como los factores organizacionales que afectan la integración.
- Identificar las principales barreras de comunicación y gestión de proyectos que limitan la eficiencia del trabajo conjunto entre diseño y publicidad, tanto desde una perspectiva operativa, como social.
- Desarrollar una estrategia que fomente la colaboración interdisciplinaria, optimice los procesos gráficos y fortalezca el trabajo en equipo dentro de la organización.
- Evaluar la efectividad de la estrategia implementando herramientas y metodologías que faciliten la comunicación, el flujo de trabajo y la participación de los diseñadores en la toma de decisiones.

### **Justificación**

Como estudiante de Diseño Gráfico en la Universidad Santo Tomás, se reconoce que el diseño no es solo un elemento visual o atractivo, sino una herramienta poderosa capaz de transformar realidades, mejorar procesos y generar un impacto significativo en la sociedad. Desde esta perspectiva, se considera fundamental que el diseño contribuya a optimizar la forma en que se trabaja y se comunica en equipo.

A lo largo de la práctica profesional en Cafam, se evidencia que existen ciertos vacíos en la articulación de las solicitudes de trabajo entre los equipos de diseño. En ocasiones, la ausencia de un flujo de trabajo claro y organizado genera reprocesos, retrasos e incluso piezas que no están completamente alineadas con la identidad visual de Cafam. Aunque los proyectos salen adelante, hay muchas piezas podrían mejorar gráficamente si se implementara una estrategia que ayudará a coordinar los esfuerzos de ambos equipos.

Por ello, se propuso una la hoja de control de diseño, pensada como una herramienta para organizar el proceso desde la solicitud de una pieza gráfica hasta su entrega. Esta propuesta va más allá de un simple formato, ya que busca optimizar los tiempos de respuesta, reducir errores y asegurar que cada diseño cumpla con los lineamientos visuales que definen la identidad de Cafam.

Las decisiones de diseño que dieron forma a esta hoja no fueron al azar. Se basaron en aprendizajes obtenidos a lo largo de la carrera, donde siempre se

enfaticó la importancia de la claridad visual, la funcionalidad y la comunicación efectiva en piezas gráficas con fines organizacionales. Durante la práctica, la observación directa permitió identificar patrones de error que se repetían, como briefs incompletos o desorden en los ajustes. Eso motivó a realizar ajustes en la hoja como dividir la información detallada en bloques claros, estandarizar términos técnicos, establecer campos obligatorios (objetivo, canal, tiempos de entrega, versión), y asegurar una jerarquía visual fácil de leer. Por ejemplo, el campo de versiones surgió al notar cuántos cambios se generaban en una misma pieza sin control claro. En ese sentido, la propuesta combina lo aprendido académicamente con lo vivido en el día a día de un entorno laboral real.

Como lo plantea Jara (2018), sistematizar experiencias laborales ayuda a identificar problemas y generar mejoras constantes en los procesos de trabajo. Justamente, lo que se busca con esta propuesta, es entender cómo se está trabajando actualmente entre el equipo de diseño y de publicidad, detectar los puntos críticos y plantear soluciones prácticas y realistas desde el rol que tengo como diseñador en formación.

Esta iniciativa también abarca las categorías Diseño para la transformación social y Diseño organizacional<sup>1</sup>. No se trata solo de diseñar por diseñar, sino de usar el diseño como una forma de construir procesos más humanos, más claros y colaborativos dentro de la organización en este caso. En ese sentido, Tapella y Rodríguez (2014) señalan que “la sistematización no solo beneficia a nivel individual, sino que también ayuda a reconstruir y mejorar el conocimiento colectivo en un equipo de trabajo”. Y eso es precisamente lo que se busca con la hoja de control de diseño, que el equipo de diseño y el de publicidad trabajen como aliados, compartiendo sus diferentes ideas y puedan solucionar sus tareas de manera más fluida y organizada.

Además, Álvarez (2005) dice que “una marca debe mantener coherencia en todos sus elementos gráficos para fortalecer su identidad y su mensaje”. Cuando no hay una metodología definida, es muy fácil perder esa coherencia. La hoja de control de diseño permitiría llevar un registro más organizado de los requerimientos, necesidades, expectativas y ajustes realizados a cada pieza, evitando confusiones y garantizando una comunicación visual más clara y coherente.

Cabe destacar lo que mencionan López y Flórez (2020) “una comunicación visual bien estructurada no solo fortalece la identidad corporativa, sino que también mejora la productividad”. Y ese es otro punto clave, si se reducen los reprocesos y

---

<sup>1</sup> Estas categorías se desglosan en subcategorías como gestión de procesos de diseño, comunicación interna, articulación interdepartamental y mejoramiento del entorno laboral, que permitieron estructurar el análisis con mayor precisión y profundidad.

se tiene claridad desde el inicio sobre lo que se necesita, el equipo de diseño puede enfocarse en crear, proponer y diseñar, minimizando así las correcciones.

Como futuro diseñador gráfico, siento que mi responsabilidad no es solo entregar piezas gráficas, sino también proponer ideas que mejoran la forma en que trabajamos, que ayuden al equipo a crecer y que generen valor desde la comunicación visual. Esta propuesta busca beneficiar a Cafam, pero también servir como un referente para otros contextos similares. Además, puede facilitar la integración de futuros practicantes al darles una herramienta clara con la que puedan sumarse al equipo de forma más ágil, aportando desde una perspectiva organizada, creativa y estratégica.

## Diseño metodológico

### Figura 1.

*Investigación Cualitativa*



**Fuente:** QuestionPro. (s. f.). Métodos de Investigación Cualitativa [Diagrama].

Recuperado el 3 de abril de 2025, de

<https://www.questionpro.com/es/investigacion-cualitativa.html>

Para la sistematización de la experiencia, se decidió trabajar con la metodología cualitativa propuesta por Jara (2018), siguiendo sus principales fases: recopilación, análisis, propuesta de mejora, aplicación y evaluación. Se implementó esta metodología con varias herramientas propias de la investigación cualitativa, como entrevistas, pequeños grupos de conversación, análisis de documentos, observaciones en el lugar de trabajo y un seguimiento constante al proceso. Enfocado desde una perspectiva organizacional, debido a que el objetivo principal era mejorar la coordinación de los procesos entre diseño y publicidad, en ese lugar se identificaron varios puntos críticos que podrían resolverse desde el diseño gráfico.

Desde el comienzo quedó claro que necesitaba organizar muy bien la información, por ello, se basó en cuatro categorías clave: gestión de procesos de diseño, comunicación interna, articulación interdepartamental y mejoramiento

del entorno laboral. La primera fue la coordinación entre equipos, que fue evidente desde las primeras entrevistas informales con mis compañeros. Muchos hablaban de problemas de comunicación, demoras, y procesos que se enredaban por falta de claridad. En los espacios grupales también se confirmó lo mismo, una desconexión y varias confusiones entre áreas que generaban errores y complicaba el cumplimiento de los tiempos de entrega.

Luego, en la subcategoría de gestión de procesos de diseño, se evidenció que no existía una metodología para organizar las órdenes de trabajo ni para especificar los pasos de cada proyecto gráfico. Las órdenes de trabajo varían según el publicista, y no había claridad sobre los elementos mínimos que debía contener cada solicitud. Esta falta de detalles generaba confusión en el equipo de diseño, provocando correcciones y retrasos. La revisión de insumos como briefs, órdenes de trabajo y versiones de piezas permitió identificar patrones de desorganización que limitaban el flujo de trabajo y dificultaban la trazabilidad de cada proyecto.

En cuanto a calidad de la información en las solicitudes gráficas, se observó que las órdenes de trabajo llegaban con datos incompletos o poco claros. Muchas veces faltaban elementos básicos como textos con mala redacción y ortografía, objetivos o el público al que iba dirigida la pieza. Esta falta de precisión generaba confusión, correcciones y afectaba los tiempos de entrega. Se evidenció que la ausencia de una estructura que facilitara la solicitud de piezas influía en la eficiencia del proceso de diseño.

La subcategoría de articulación interdepartamental también fue clave. Desde las primeras entrevistas informales con los compañeros de trabajo, muchos hablaban de demoras y confusiones por la falta de conexión entre áreas. En los espacios grupales se confirmó lo mismo, que había una desconexión entre diseño y publicidad que complicaba cumplir con los tiempos de entrega y que afectaba el trabajo colaborativo.

Finalmente, en la subcategoría de mejoramiento del entorno laboral, se reflejó que el diseño no solo cumple una función estética, sino que también tiene el potencial de organizar, estructurar y optimizar procesos dentro de una empresa. La aplicación del pensamiento crítico y la formulación de soluciones desde la observación y la participación permitieron comprender el diseño como una herramienta estratégica. La creación de la hoja de control de diseño formó parte de este proceso creativo, al configurarse como una propuesta concreta orientada a mejorar el ambiente laboral mediante la reducción de tensiones, una mejor organización de tareas y una mayor claridad en los flujos de trabajo.

La hoja de control de diseño no se plantea como un formato más, sino como el resultado de un proceso de observación directa sobre las dinámicas de trabajo, la

escucha activa de las necesidades reales de los equipos y la propuesta de una herramienta útil para el día a día en Cafam. Este ejercicio permitió evidenciar que el diseño gráfico no solo tiene un valor estético, sino que también puede cumplir una función organizativa, facilitar la conexión entre equipos y contribuir significativamente al buen funcionamiento de los procesos.

### **Sobre la experiencia a sistematizar**

- *¿Qué experiencia se quiere sistematizar?*

La sistematización organiza y recopila la experiencia laboral desarrollada entre los equipos de diseño gráfico y publicidad en Cafam, enfocándose en la creación de piezas de comunicación visual. La idea es analizar cómo se llevan a cabo estos procesos, qué aprendizajes clave han surgido y cómo se pueden mejorar para que la colaboración entre ambas áreas sea más fluida y eficiente.

A partir de este análisis, el objetivo de este trabajo es entender mejor la relación entre diseño y publicidad dentro de Cafam, identificar los retos que afectan el flujo de trabajo y proponer estrategias que ayuden a mejorar la coordinación y la eficiencia en la producción de piezas gráficas.

- *¿Por qué es importante sistematizar esta experiencia?*

Este proceso es clave porque muestra que el diseño gráfico no es solo cuestión de resultados estéticos, sino que es una herramienta fundamental en la comunicación organizacional. Analizar cómo se da esta dinámica ayuda a detectar problemas y mejorar la forma en que se trabaja, reduciendo reprocesos y logrando que diseño y publicidad se complementen mejor.

Desde la parte académica, esta sistematización aporta conocimientos prácticos sobre las categorías diseño para la transformación social<sup>2</sup>, que corresponde a una de las áreas de investigación de la facultad de Diseño Gráfico. Además, sirve de referencia para otros diseñadores o empresas que requieran mejorar la forma de gestionar proyectos de comunicación visual.

- *Breve resumen de la experiencia*

Esta experiencia se dio en el marco de mi práctica profesional en Cafam, donde se evidencio de cerca cómo los equipos de diseño gráfico y publicidad trabajan juntos para desarrollar piezas visuales. Durante este proceso, se identificaron

---

<sup>2</sup> Estas categorías se desglosan en subcategorías como gestión de procesos de diseño, comunicación interna, articulación interdepartamental y mejoramiento del entorno laboral, que permitieron estructurar el análisis con mayor precisión y profundidad.

varios desafíos en la gestión de los proyectos, como problemas en la comunicación y falta de una metodología clara para organizar las tareas.

Para abordar estas dificultades, se propuso una hoja de control de diseño para mejorar la organización del trabajo y reducir los errores o ajustes de última hora. También se realizaron entrevistas informales con mis compañeros y jefes, y revisé briefs y órdenes de trabajo, lo que me permitió entender mejor las fallas en la coordinación y proponer soluciones concretas.

Esta experiencia se dio dentro de mi práctica profesional en Cafam, donde fue posible observar de cerca el funcionamiento conjunto de los equipos de diseño gráfico y publicidad para diseñar piezas gráficas. En este proceso se reconocieron varios obstáculos en la gestión de proyectos como problemas en la comunicación y la falta de una metodología para organizar las órdenes de trabajo de manera clara.

Para solucionar estos problemas, se propuso la creación de una hoja de control de diseño, con el objeto de mejorar la organización del trabajo y reducir los errores o ajustes de última hora. También entrevisté a mis compañeros, recopilé briefs y órdenes de trabajo, y así pude identificar las falencias de coordinación y sugerir respuestas concretas.

- *Contexto y formulación del problema*

Cafam es una empresa donde el área de diseño gráfico trabaja muy de la mano con el equipo de publicidad, creando piezas visuales para campañas 360, comunicación interna y varios otros medios. Durante la práctica fue evidente que, aunque existía buena intención, la falta de una estructura clara para manejar los proyectos termina generando demoras y afectando la eficiencia del proceso.

Uno de los problemas más evidentes es la falta de metodología definida para organizar el trabajo entre los dos equipos. Muchas veces la comunicación no es tan clara como debería, y eso genera confusiones, cambios de última hora y entregas que se demoran más de lo planeado. Por eso, con este trabajo quiero analizar bien y proponer algunas ideas que ayuden a que el flujo de trabajo sea más ordenado y ágil.

## Sobre el plan de sistematización

- *¿Para qué se quiere realizar esta sistematización?*

La razón principal en la sistematización es analizar y comprender cómo se ha venido desarrollando la integración entre el equipo de diseño gráfico y el de publicidad en Cafam, cuando trabajan en la producción de piezas visuales. El objetivo es identificar las dificultades que surgen en esta dinámica y buscar formas de optimizarla. Básicamente, se trata de encontrar formas de trabajar mejor en equipo, evitar reprocesos y que los proyectos gráficos se manejen de manera más ágil sin afectar la calidad. Además, este método podría ayudar a otros diseñadores o estudios que necesiten optimizar su dinámica de trabajo entre distintos equipos.

- *¿Qué aspectos centrales de la experiencia nos interesa sistematizar?*

La prioridad de la sistematización se centra en diferentes aspectos clave, entre ellos, la comunicación y coordinación entre los equipos de diseño y publicidad, ya que este influenciará directamente en la eficiencia del trabajo. También es esencial el estudio de cómo se planifican y manejan proyectos gráficos dentro de Cafam, identificar los factores que interfieren en el proceso de diseñar piezas visuales y cuáles estrategias se han adoptado para mejorar la organización y evitar reprocesos.

- *¿Qué elementos habría que tomar en cuenta en la recuperación histórica?*

Para abordar la recuperación histórica, es fundamental comprender cómo ha evolucionado la relación entre los equipos de diseño y publicidad en Cafam a lo largo del tiempo. Se analizará la estructura organizacional, responsabilidades y el rol de cada equipo en la producción de piezas gráficas. También se evaluarán los procesos y herramientas que se han utilizado anteriormente para coordinar el trabajo, los cambios recientes en la gestión de proyectos y su impacto en la eficiencia del equipo. Además, se tendrá en cuenta la percepción y experiencia de los diseñadores y miembros del equipo de publicidad sobre la colaboración.

- *¿Qué elementos habría que tomar en cuenta para ordenar y clasificar la información?*

Para ordenar y clasificar la información, se tomará como eje el flujo de trabajo interno, desde la solicitud de una pieza gráfica hasta su entrega final. A partir de este recorrido, se identificarán los principales obstáculos que afectan la producción, como deficiencias en la comunicación, demoras en los plazos y

correcciones reiteradas. Además, se registran las estrategias que se han implementado para mejorar la colaboración entre los equipos, los resultados que han generado y las propuestas que podrían fortalecer la articulación entre diseño y publicidad.

- *¿Qué elementos interesa abordar en la interpretación crítica?*

Desde una perspectiva crítica, se llevará a cabo el análisis de por qué es tan importante que haya una buena comunicación entre los equipos de diseño y publicidad dentro de Cafam. Asimismo, se evaluará la influencia de una adecuada gestión de proyectos en la calidad de las piezas gráficas y se examinará la necesidad de implementar metodologías claras para prevenir retrasos y malinterpretaciones de la información dada por el equipo de mercadeo y publicidad, por lo tanto, optimizar los tiempos de ejecución. Al final, la idea es ver cómo la sistematización puede mejorar el flujo de trabajo y ayudar a que los equipos sean más productivos.

- *¿Qué fuentes de información vamos a utilizar y cuáles necesitaríamos elaborar?*

Para elaborar esta sistematización se usarán diferentes fuentes: Revisión de briefs y órdenes de trabajo para validar la gestión y la coordinación de los proyectos gráficos. También se llevarán a cabo entrevistas informales con los miembros de los equipos de diseño. Asimismo, se revisarán registros de tiempos de trabajo y correcciones para calcular la eficiencia del proceso, junto con documentos internos de la empresa que correspondan a la producción de los proyectos gráficos.

- *¿Cómo se va a realizar esta sistematización?*

La sistematización se realizará en varias etapas: Primero se recopilarán datos a través de revisión de documentos, entrevistas y análisis de casos específicos dentro del flujo de trabajo; Segundo, se evaluarán los datos recogidos del punto anterior para buscar patrones, problemas constantes y estrategias aplicadas en la coordinación de diseño y publicidad. Tercero se realizará una interpretación crítica de lo encontrado y se sugerirán propuestas de mejora. Una vez hecho esto, se redactará un informe final con las conclusiones y recomendaciones. Por último, se socializarán con los departamentos de diseño y publicidad los resultados con la posibilidad de implementar mejoras dentro del flujo de trabajo. En este proceso habrá participación del equipo gráfico (diseñadores y coordinador de arte) y del equipo de publicidad y mercadeo, que toman decisiones sobre los proyectos gráficos y el practicante de diseño gráfico encargado de la sistematización.

Una vez aplicada la herramienta y analizados los resultados del testeo, se estima que la propuesta podría mejorar entre un 75% y un 85% la precisión y organización en la entrega de piezas gráficas, al reducir reprocesos, optimizar la comunicación entre áreas y asegurar que las solicitudes lleguen completas y bien estructuradas desde el inicio. Este cálculo se fundamenta en el nivel de aceptación observado durante el testeo con el equipo, donde el 83% de los participantes manifestó una valoración positiva de la herramienta (ver Figura 3). A partir de estos resultados, se proponen indicadores como el número de reprocesos reducidos, el cumplimiento de las fechas de entrega y la cantidad de piezas aprobadas sin corrección, los cuales permitirán validar la funcionalidad y eficacia de la hoja de control de diseño dentro del flujo de trabajo.

- *¿Qué productos deberían surgir de esta sistematización?*

Al terminar la sistematización, se espera obtener varios productos concretos. Uno de ellos será un informe final que reúna todos los hallazgos, las conclusiones y las recomendaciones derivadas del proceso. Además, se trabajará en una propuesta para mejorar la coordinación entre diseño y publicidad, basada en la observación directa y el análisis de la experiencia vivida. La hoja de control de diseño también será actualizada, incorporando pautas más claras para una mejor gestión de los proyectos gráficos. Esta actualización incluirá las debidas correcciones a partir de las opiniones y comentarios del equipo de diseño, recolectados durante el testeo. Finalmente, se implementará la herramienta de manera progresiva en el trabajo cotidiano, lo cual permitirá observar su comportamiento en el entorno real, evaluar su efectividad y promover mejoras sostenibles en el flujo de trabajo entre áreas.

## Cronograma

**Tabla 1.**

*Calendario de actividades para diseñar la hoja de control de diseño*

Fecha	Actividad / Momento vivido	Actores Clave	Observaciones reflexivas
21 de enero - 2 de febrero	Familiarización con el entorno de trabajo	Coordinador de diseño, equipo de diseñadores gráficos	Se dio inicio a la práctica, momento en el que fue posible conocer el rol asignado, comprender las dinámicas del equipo de diseño y familiarizarse con la estructura interna del área comercial.

5 - 23 de febrero	Observación del flujo de diseño	Andrés Galindo, diseñadores, área de publicidad, publicistas	Se empezaron a identificar vacíos en la articulación de las solicitudes, procesos poco definidos y la existencia de reprocesos innecesarios.
26 de febrero - 8 de marzo	Identificación de problemáticas	Andrés Galindo, Compañeros de diseño, personal de otros departamentos del piso	Se reconocieron con mayor claridad los problemas de comunicación entre áreas y la falta de un seguimiento estructurado en el desarrollo de piezas gráficas.
11 - 22 de marzo	Inicio de entrevistas informales	Andrés Galindo, Diseñadores gráficos, equipo de publicidad	Se realizaron charlas informales con compañeros de diferentes áreas con el fin de conocer sus percepciones sobre el trabajo colaborativo y los procesos de aprobación.
1 de abril	Surge la idea de la hoja de control de diseño.	Andrés Galindo, compañeros de equipo de diseño	A partir del análisis de estas entrevistas y de la experiencia práctica, se formuló la propuesta de la hoja de control de diseño como una solución viable.
2 - 12 de abril	Organización de la propuesta	Andrés Galindo	Se desarrolló una primera versión de la hoja, definiendo sus campos y su posible aplicación en los procesos del día a día
8 al 14 de abril	Socialización inicial y prueba del formato	Andrés Galindo, <i>Coordinador Arte y Diseño</i> : Jose Alirio Palacios Realpe	Se comentó sobre la propuesta a los diseñadores y se recibió la retroalimentación directa del equipo sobre su funcionalidad.
22 - 30 de abril	Consolidación y redacción del informe	Andrés Galindo, <i>Directora TDG</i> : Paola Andrea D'Luyz Monsalve	Se recopilaron insumos, observaciones y resultados para redactar el documento de sistematización fundamentado en los aprendizajes adquiridos.

1 - 10 de mayo	Ajustes finales y validación	Andrés Galindo, <i>Directora TDG:</i> Paola Andrea D'Luyz Monsalve <i>Coordinador Arte y Diseño:</i> Jose Alirio Palacios Realpe	Se revisó la hoja de control de diseño junto con colegas del equipo de diseño para hacer ajustes finales, y se editó el documento con base en sus aportes.
12 de mayo	Entrega de la Sistematización de la Experiencia	<i>Directora TDG:</i> Paola Andrea D'Luyz Monsalve	Se realizó la entrega final del documento de sistematización, el cual incluye la propuesta, análisis, justificación y aprendizajes significativos de las prácticas

### **Análisis de la experiencia y propuesta proyectual**

Durante la práctica en Cafam, se tuvo la oportunidad de hacer parte del equipo de diseño gráfico, participando activamente en el diseño de piezas para campañas de comunicación interna, externa y estrategias 360°. Esta experiencia permitió conocer a fondo cómo funciona el flujo de trabajo en una empresa importante como es Cafam, donde el diseño cumple una doble función: ser estético y desempeñar un papel clave en la comunicación. Como lo dice Feldman (2012), el diseño gráfico va más allá de lo visual, también involucra procesos mentales y herramientas que nos ayudan a resolver problemas de comunicación. A partir de lo anterior, se hizo evidente la importancia de que los equipos de diseño y publicidad trabajen de manera coordinada para lograr resultados más efectivos. Sin embargo, se observó que en varios casos no había claridad en la información, como órdenes de trabajo incompletas o confusas de entender, falta de seguimiento y desorden en las entregas, lo que generaba muchas veces repetir nuevamente y ocasionando pérdidas de tiempo.

A partir de esta situación, surgió una propuesta, como idea, que consiste en diseñar la hoja de control de diseño. Esta herramienta, además de ser visual, es funcional, ya que busca organizar toda la información clave de cada solicitud de diseño. En ella se incluye el número del proyecto, el nombre, la fecha de solicitud, el área o persona solicitante, el responsable asignado, el tipo y objetivo de la pieza, el formato y las medidas, el canal de publicación, la fecha de entrega estimada, la versión (v1, v2, v3...), las observaciones o ajustes realizados y el estado actual del proyecto. El objetivo es que todo esté centralizado, que haya menos errores y que la comunicación entre los equipos sea mucho más fluida y participativa. Ramírez

Escobar (2020) menciona que el uso de herramientas visuales dentro del diseño puede mejorar muchísimo la comunicación entre áreas, y precisamente esa es la intención con esta la hoja de control de diseño. No solo es algo útil para la operación diaria, sino que también demuestra cómo desde el diseño gráfico se pueden generar soluciones que mejoren el trabajo colaborativo.

Las decisiones que dieron forma a esta herramienta surgieron a partir de los aprendizajes adquiridos durante la carrera, donde se trabajó constantemente en la importancia de la funcionalidad, la jerarquía visual y la claridad comunicativa dentro del diseño organizacional. Por eso, cada parte de la hoja fue pensada para dar respuesta a necesidades reales del equipo. La información, por ejemplo, se distribuyó en bloques temáticos para que fuera más fácil de escanear visualmente. En lugar de usar términos variados que pudieran prestarse a confusión, se optó por un lenguaje claro y unificado que facilitara la comprensión entre todos los involucrados. Además, se consideraron como esenciales algunos datos como el objetivo de la pieza, el canal de publicación y los tiempos de entrega, ya que son claves para orientar cualquier solicitud desde el inicio. Una mejora puntual fue la incorporación de un apartado específico para las versiones de los diseños, algo que no estaba contemplado pero que resultó necesario al ver que muchos proyectos pasaban por múltiples ajustes sin un registro claro. En conjunto, estos ajustes respondieron directamente a situaciones vividas durante la práctica, convirtiendo la hoja en una herramienta realmente útil y funcional.

En la práctica, el Diseño para la transformación social y Diseño estratégico fueron clave para desarrollar esta propuesta. Desde el primer enfoque, se fomentó la participación del equipo: se realizaron entrevistas y diferentes sesiones con los diseñadores y publicistas para identificar las oportunidades, los posibles faltantes y las mejoras (por ejemplo, solicitudes incompletas o información poco clara). A partir de estos encuentros, se fueron definiendo los campos que hoy hacen parte de la hoja de control. Este diálogo con los usuarios finales ayudó a diseñar una herramienta realmente útil para ellos. Como plantea Bonsiepe (1999), el diseño puede actuar como una “interfaz” cultural, y en este caso se convirtió en una interfaz colaborativa de comunicación organizacional que ayudó a mejorar el entorno laboral dentro de Cafam.

Al mismo tiempo, se aplicó el Diseño estratégico, alineando cada componente de la hoja con los objetivos institucionales de Cafam. Esto permitió asegurar la coherencia con la identidad de marca, agilizar los procesos gráficos y mejorar la organización interna. Como señala Gonen (2019), el diseño estratégico se basa en entender las necesidades reales de los usuarios para ofrecer soluciones que aporten valor a futuro. Con lo anterior, se realizó una pequeña investigación de campo con el equipo para conocer sus retos diarios y, con base en esa información, se diseñó una plantilla editable con el objetivo de ser una guía para

cada orden de trabajo, esta herramienta fue construida a partir del análisis del proceso interno y de observar cómo se compartía la información entre áreas, y se fue ajustando progresivamente con el uso y la retroalimentación del equipo. El resultado fue una hoja de control clara, funcional y alineada con la cultura visual de la organización, tal como plantea Pontis (2009), documentar bien el proceso de diseño ayuda a reducir errores y a que los resultados sean de mejor calidad, y esta propuesta fue un buen ejemplo de ello.

Todo este proceso permitió comprender que el diseño gráfico va mucho más allá de lo visual; no se trata solo de crear piezas atractivas, sino de contribuir al funcionamiento de la organización. Tiburcio (2015) dice que el diseñador tiene la capacidad de integrarse a equipos interdisciplinarios y aportar desde sus conocimientos para transformar realidades sociales y culturales. Este proyecto permitió evidenciar que la hoja de control de diseño aportó para resolver un problema evidente de comunicación lo que ayudó a que el equipo trabajara de una forma más sincronizada. Como estudiante de diseño gráfico de la Universidad Santo Tomás, esta experiencia fortaleció la capacidad para observar, proponer y crear soluciones visuales útiles, ya que evidenció que el diseño gráfico es una estrategia fundamental para la comunicación interna y fomentar el trabajo colaborativo.

### **Tema de reflexión y discusiones académicas**

Durante el tiempo como practicante en Cafam aprendí algo importante, que el diseño gráfico no se limita únicamente a la creación de piezas visualmente atractivas, también ayuda a mejorar cómo se organizan y se gestionan los diferentes procesos que hay dentro de una empresa. Cuando se piensa estratégicamente, el diseño gráfico puede ayudar a ordenar procesos, facilitar tareas y mejorar la forma en que los equipos trabajan entre sí, esta comprensión surgió a partir de la observación de la dinámica entre los equipos de diseño y publicidad de Cafam, como se mencionó anteriormente una falta evidente de orden entre la información en las órdenes de trabajo. Rodríguez-González et al. (2012) hablan justo de esto, y cómo usar herramientas visuales puede mejorar esos flujos de trabajo entre departamentos.

Durante la carrera de Diseño Gráfico, se abordaron distintas perspectivas que permiten proyectar el diseño más allá de lo visual, orientándose hacia la transformación de contextos reales. En esta propuesta se articularon dos de ellos: el Diseño para la transformación social y el Diseño estratégico.

Desde el enfoque de transformación social, el diseño se entiende como una herramienta capaz de intervenir en realidades concretas, promoviendo mejoras

significativas a través de la comunicación visual. Bonsiepe (1999) señala que el diseño puede actuar como una interfaz entre las personas y su entorno, ayudando a estructurar relaciones más claras, democráticas y funcionales. En ese sentido, la hoja de control de diseño no solo surge como una solución funcional, sino como una respuesta participativa que busca mejorar la articulación entre los equipos de diseño y publicidad, optimizando el ambiente laboral desde una perspectiva colaborativa.

A partir de esta problemática, se diseñó la hoja de control de diseño, la cual busca organizar y hacer seguimiento a todo el proceso gráfico, desde que se solicita una pieza hasta su entrega. Esta hoja permitiría centralizar la información necesaria y, de ser implementada en Cafam, podría ayudar a reducir errores y reprocesos. Es decir, sería una herramienta útil para que todos los involucrados comprendan a profundidad el qué, cómo y cuándo del proceso. Cañizares, Moreno y Vega (2023) explican que el diseño puede servir como una forma de comunicación entre equipos, ayudando a que los proyectos colaborativos funcionen mejor.

Adicionalmente, se incorporó el Diseño estratégico, entendiendo que el diseño también cumple una función organizativa cuando se alinea con los objetivos institucionales. Como explica Gonen (2019), este enfoque parte del análisis de necesidades reales para construir soluciones viables y sostenibles. Por ende, se realizó un ejercicio de observación directa y recopilación de información a través de diferentes encuentros y revisión de órdenes de trabajo, lo cual permitió diseñar una herramienta que responde no solo a problemas cotidianos, sino también a objetivos clave como la mejora de tiempos de respuesta, la coherencia de marca y la eficiencia interdepartamental.

Además, investigaciones como la de Cornejo Huatuco y Arista Jiménez (2024) respaldan que la aplicación de metodologías visuales y herramientas de organización (como Kanban o VSM) dentro de agencias creativas no solo mejora el flujo de trabajo, sino que también reduce tiempos de entrega y mejora la comunicación entre áreas. Esto demuestra que la estandarización de procesos visuales tiene un impacto real y medible en la eficiencia de los equipos.

Pero esta herramienta también representó un ejercicio de diseño desde una óptica más crítica; no se trató solo de crear algo que fuera más allá de lo funcional, sino de explorar cómo el diseño puede gestionar procesos dentro de una empresa. Fue un proceso en el que se aplicó pensamiento estratégico, se analizó el entorno y se propuso una solución concreta. Valencia (2015) dice que el diseño también cumple una función social, ya que ayuda a resolver problemas reales a través de lo visual, y ese el objetivo con esta propuesta, poder ayudar a que el trabajo fuera más fluido, más claro y conectado entre las áreas.

Gracias a esta experiencia, quedó en evidencia que el diseñador gráfico puede y debe desempeñar un papel fundamental en la mejora de los entornos en los que participa. El diseño para la transformación social no es solo una teoría que nos enseñan en clase, es algo que realmente se puede aplicar en contextos como Cafam. Apolo Buenaño, Moncayo Racines y Zúñiga Tello (2018) destacan que cuando el diseño se trabaja desde la comunicación visual y la imagen corporativa, también puede ayudar a consolidar valores institucionales y fortalecer las relaciones dentro de la organización. Así que sí, la hoja de control de diseño fue mucho más que un formato, también fue una forma de demostrar que desde el diseño se pueden generar cambios reales y necesarios.

### **Desarrollo de la propuesta de mejora o del prototipo resultado del aprendizaje significativo.**

Durante la práctica profesional desarrollada en Cafam, se trabajó bajo un enfoque metodológico cualitativo, basado en la propuesta de Jara (2018), que permitió observar, analizar y transformar las dinámicas de trabajo entre los equipos de diseño y publicidad. Siguiendo esta lógica, la propuesta se estructuró en seis fases, entendiendo que, como dicen Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 492), "el diseño adquiere otro significado distinto al del enfoque cuantitativo, porque las investigaciones cualitativas no se planean con detalle y están sujetas a las circunstancias de cada ambiente o escenario". Esta flexibilidad fue fundamental para adaptarse a las dinámicas reales observadas en el flujo de trabajo en Cafam, respondiendo de forma efectiva a las necesidades que surgieron durante el proceso.

El diseño para la transformación social, ayudó a entender que el diseño no es solo una herramienta visual, sino una forma de generar cambios positivos y sostenibles en contextos reales, este enfoque permitió ver que algo tan sencillo como una hoja de control puede transformar la forma en que se comunican los equipos y cómo se estructuran los procesos internos.

Desde esa mirada, se dio inicio a la primera fase: la identificación de problemáticas. A partir de entrevistas informales con compañeros y observando directamente cómo era el flujo de trabajo, evidenciaron varias cosas, entre ellas que los briefs muchas veces llegaban incompletos, los proyectos no se podían seguir fácilmente (por falta de trazabilidad) y había muchos reprocesos y errores entre áreas. Este primer acercamiento me ayudó a entender mejor la raíz de los problemas.

En la segunda fase, correspondiente al análisis de la información, se organizaron espacios tipo focus group donde los colaboradores compartieron su experiencia sobre las debilidades en el proceso. Además, se revisaron correos y briefs

anteriores, lo que permitió confirmar que hacía falta un sistema claro para ordenar la información de los proyectos. De este análisis salieron los elementos que debía tener la propuesta, como nombre del proyecto, solicitante, responsable, tipo de pieza, objetivo, formato y medidas, canal de publicación, fecha de entrega, versiones y observaciones, siguiendo el principio de trazabilidad en el diseño de procesos (Bonsiepe, 2012). Su uso permitió que los equipos ubicaran rápidamente la procedencia de la solicitud, como evidenció el testeado realizado (ver Anexo 2)

La tercera fase fue el diseño y estructuración de la propuesta. Con todo lo aprendido, se construyó la primera versión de la hoja de control de diseño en un formato editable, que fuera sencillo de usar y fácil de entender para todos en el equipo. Además, se buscó que el formato fuera visualmente ordenado y claro, considerando que hoy en día, como mencionan Orellana & Sánchez (2007), la comunicación organizacional está influenciada por los cambios tecnológicos y la necesidad de respuestas rápidas. Como lo menciona Lupton (2014), el diseño gráfico debe ser funcional, claro y accesible para que cumpla realmente su función comunicativa. Por eso, en la hoja de control se priorizó la organización visual de los campos y la legibilidad del contenido, asegurando que fuera intuitiva para cualquier miembro del equipo.

Las decisiones de diseño que dieron forma a esta herramienta fueron consecuencia de los diferentes encuentros entre áreas y se fundamentaron en aprendizajes clave adquiridos durante la carrera y reforzados en la experiencia práctica en Cafam. Desde la formación académica, se abordó la importancia de la usabilidad, la claridad visual y la estructura funcional en piezas organizacionales, elementos que guiaron la construcción de un formato estéticamente claro, comprensible y eficiente para todos los actores del flujo de trabajo. En paralelo, la observación directa durante la práctica permitió identificar patrones de error comunes: briefs incompletos, desarticulación entre equipos y falta de trazabilidad en los proyectos. Estas problemáticas llevaron a tomar decisiones de diseño tales como incluir campos obligatorios (objetivo, canal, tiempos), estandarizar el lenguaje, y ordenar visualmente la información por bloques. La incorporación de un espacio para versiones, por ejemplo, surgió de una necesidad constante identificada en el día a día. Así, la propuesta integra principios académicos de diseño organizacional y comunicación visual aprendidos en la universidad, con respuestas concretas a problemáticas vividas en el contexto real de Cafam.

Después se llevó a cabo la cuarta fase, que consistió en realizar un ejercicio de prueba con una solicitud específica, con el objetivo de seguir todo su proceso utilizando la hoja de control de diseño. A partir de esta aplicación, los usuarios compartieron sus opiniones sobre los aspectos funcionales y aquellos que requerían ajustes.

Con toda esa retroalimentación llegó la quinta fase, evaluación y ajustes. Se hicieron cambios basados en las sugerencias del equipo a partir del testeo, se realizaron ajustes al orden de los campos, luego se mejoró algunos términos para que fueran más claros y por último se añadió un espacio para controlar las versiones de los diseños (v1, v2, v3...), que era algo que surgía mucho en el trabajo diario.

Por último, en la sexta fase, se consolidó el prototipo final. El resultado fue una hoja de control de diseño funcional, en versión beta, diseñada para ser implementada en el entorno laboral o ajustada posteriormente según las necesidades del equipo. El propósito de esta hoja es mejorar la gestión de los proyectos gráficos, organizando mejor la información, reduciendo reprocesos, y fortaleciendo la comunicación entre los equipos creativos y estratégicos de Cafam.

El resultado esperado de esta propuesta es entregar una herramienta pensada para las dinámicas reales de trabajo constante y de alto flujo. Esta hoja demuestra cómo, desde el diseño gráfico, se puede proponer una solución estratégica que transforme procesos internos y haga más fácil la colaboración entre las áreas. Al final, la hoja de control de diseño no solo organiza tareas, también conecta equipos y mejora la forma en la que trabajamos.

### **Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia**

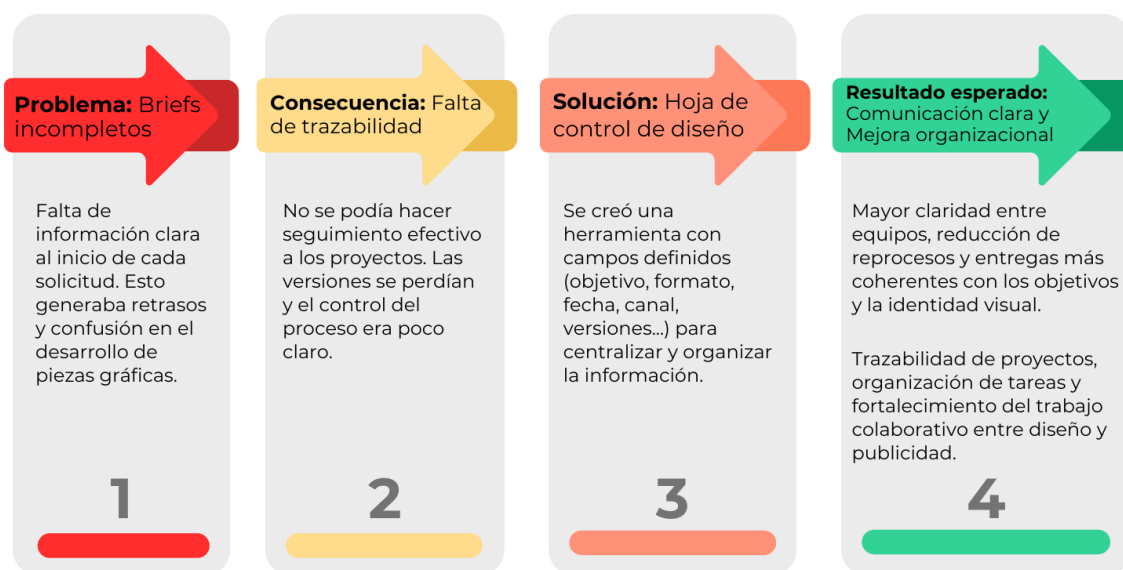
Con la experiencia obtenida en las prácticas, se detectaron algunas áreas de mejora, como la falta de trazabilidad en los proyectos, los briefs incompletos, la desorganización de la información y los constantes procesos entre los equipos de diseño y publicidad. Todas estas situaciones, evidenciadas tanto en las observaciones como en las entrevistas informales realizadas, llevaron a identificar la necesidad de desarrollar una herramienta que permitiera centralizar y organizar de manera más eficiente el flujo de trabajo.

**Figura 2.**

*Relación entre problemas detectados, propuesta de solución (hoja de control) y resultados esperados.*

## RELACIÓN ENTRE PROBLEMA, SOLUCIÓN Y RESULTADOS

Este esquema resume cómo los problemas detectados durante la práctica —como briefs incompletos y falta de trazabilidad— llevaron a la creación de una hoja de control de diseño. Esta herramienta busca mejorar la organización y comunicación interna, generando resultados como mayor eficiencia, claridad en los procesos y mejor colaboración entre equipos.



Fuente: Elaboración propia.

Así surgió la propuesta de la hoja de control de diseño, una herramienta pensada para fortalecer la comunicación entre los equipos y para que los proyectos se desarrollen de manera más ordenada. Esta hoja reúne campos clave como el número de proyecto, nombre del proyecto, fecha de solicitud, solicitante (área o publicidad), responsable, tipo de pieza, objetivo de la pieza, formato y medidas, canal de publicación, fecha de entrega estimada, versión (v1, v2, v3...), observaciones o ajustes y estado del proyecto. Todo pensado para que desde el momento cero la información sea clara, esté completa y sea fácilmente rastreable para todos los involucrados.

Esta propuesta también se relaciona con lo que plantea Frascara (2006), quien sostiene que el diseño gráfico debe centrarse en la claridad comunicativa, facilitando que la información llegue de manera efectiva al usuario. Desde esta perspectiva, la hoja de control de diseño no solo organiza datos técnicos, sino que también actúa como una herramienta visual que reduce ambigüedades y mejora la comprensión entre los equipos involucrados.

Durante el proceso, retomé el enfoque cualitativo planteado por Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 492), que explican que "el diseño adquiere otro significado distinto al cuantitativo, porque las investigaciones cualitativas no se planean con detalle y están sujetas a las circunstancias de cada ambiente o escenario en particular" (p. 492). Esta flexibilidad me permitió ajustar la hoja de control de diseño de acuerdo con lo que realmente se vivía día a día en Cafam, respondiendo a situaciones reales y no a un esquema cerrado.

En ese proceso de ajuste y adaptación, fue clave la aplicación del Diseño para la transformación social, entendiendo el diseño como una herramienta con potencial para mejorar el entorno laboral desde una perspectiva participativa y colaborativa. Bonsiepe (1999) plantea que el diseño puede actuar como una interfaz que facilita la comunicación entre las personas y su contexto, y eso es justo lo que se buscó con esta hoja: transformar una dinámica desorganizada en un sistema claro y compartido, que mejore la relación entre los equipos y haga más eficiente el trabajo del día a día.

Además, la propuesta también se fundamenta en la reflexión de Orellana & Sánchez (2007), quienes señalan que la fuerte incursión de la comunicación e interacción tecnológica en la sociedad ha transformado profundamente todos los campos de actividad humana. Justamente por esto, era clave que la herramienta no solo fuera funcional, sino también visualmente amigable y fácil de entender, para adaptarse a las dinámicas actuales donde el tiempo es limitado y la comunicación debe ser clara y efectiva.

Por otro lado, el enfoque del Diseño estratégico también tuvo un papel clave en esta propuesta, ya que permitió alinear cada aspecto de la hoja con los objetivos de la organización. Como señala Gonen (2019), este enfoque se basa en investigar las necesidades reales de los usuarios para desarrollar soluciones que sean sostenibles, útiles y relevantes. En ese sentido, la hoja de control no fue pensada como un simple formato, sino como una herramienta que ayude a mejorar la eficiencia operativa, reducir errores y fortalecer la identidad organizacional desde lo gráfico.

La aplicación de la hoja de control de diseño en su versión beta, en algunos proyectos reales, permitió observar indicios de mejora en la trazabilidad de los procesos, así como una posible reducción de reprocesos y una mayor facilidad para el seguimiento de tareas. Este formato se convirtió en un soporte tangible y en una herramienta de disciplina laboral, validando en la práctica que, desde el rol de los diseñadores gráficos, también es posible aportar soluciones estratégicas dentro de las organizaciones.

Esta experiencia dejó claro que el diseño gráfico va mucho más allá de hacer diseños estéticos, se trata de entender problemas, proponer soluciones y actuar como un puente entre equipos, optimizando procesos y aportando valor real a la empresa. Actualmente, la hoja de control de diseño no solo es el resultado de un proyecto académico, sino una respuesta a una necesidad real en el mundo laboral, construida a partir de la observación, el análisis y, sobre todo, la experiencia.

### Figura 3.

La hoja de control de diseño para Cafam.

 <b>Hoja de Control de Diseño</b>												
Nº	Nombre del Proyecto	Fecha de Solicitud	Solicitante (Área/Mercadeo)	Responsable	Tipo de Pieza	Objetivo de la Pieza	Formato y Medidas	Canal de Publicación	Fecha de Entrega Estimada	Versión (v1, v2, v3...)	Observaciones / Ajustes	Estado del Proyecto

Aprobado por: \_\_\_\_\_

*Nota.* La figura muestra el diseño de la hoja de control de diseño creada para Cafam, donde se organiza de manera estructurada la información necesaria para gestionar los proyectos gráficos, fortaleciendo la trazabilidad y la comunicación interna entre diseño y publicidad. Esta hoja respeta los lineamientos establecidos en el manual de marca de Cafam, utilizando la paleta de colores institucional (tonalidades de azul y blanco) y la tipografía corporativa, garantizando coherencia visual y fortalecimiento de la identidad gráfica de la organización.

Fuente: Elaboración propia.

### Testeo

Con el fin de conocer la efectividad de la hoja de control de diseño, se realizó un testeo con cinco integrantes del equipo de diseño y el jefe directo de estos integrantes, Las opiniones fueron esenciales para mejorar la propuesta y reflexionar sobre su posible aplicación en los flujos de trabajo cotidianos.

Andrés Muñoz dijo: "la hoja le parecía útil, pero realizó sugerencias que serían acerca de cambiar el campo de "responsable " por" diseñador ", y dejar

“solicitante” para el equipo de publicidad o mercadeo” (A. Muñoz, comunicación personal, 28 de abril de 2025). Ese comentario ayudó a darle más claridad a los roles dentro de la herramienta.

Alejandro Rodríguez propuso que es una excelente idea tener la hoja en formato digital, ya sea formato excel compartido o incluso en una plataforma tipo Trello, donde todos puedan comentar y hacer seguimiento al avance de cada pieza (A. Rodríguez, comunicación personal, 28 de abril de 2025). A partir de ello, se consideró la posibilidad de desarrollar una versión en línea y colaborativa que facilitara una mejor comunicación entre áreas.

Por su parte, Jonnathan Aguilar tocó un punto que también había se ha hecho notorio, por su parte él hizo una anotación acerca de una falta de control de calidad, sugirió incluir una especie de checklist el cual debe cumplir en su totalidad para que la pieza avance por ejemplo ortografía, formato, objetivo y público (J. Aguilar, comunicación personal, 28 de abril de 2025). Con esta idea que la consideré clave y genere ideas de cómo integrarlo dentro del formato.

Brenda Rúa comentó que el formato podía ser muy útil para tener un mejor control de los proyectos, pero que era importante dejar bien claros cuáles campos son obligatorios para poder aprobar una pieza (B. Rúa, comunicación personal, 28 de abril de 2025). También sugirió agregar datos más específicos, lo cual me sirvió mucho para pulir los contenidos.

Alirio Palacios, me comentó que esta versión es mucho más organizada y clara, sobre todo porque se enfoca en cosas que antes no se tenía en cuenta como el público objetivo, el canal de publicación o el control por versiones. Antes se pasaban por alto detalles por no tener un sistema tan estructurado, lo que causaba reprocesos o retrasos. Con la hoja hay un checklist más detallado que ayuda a validar mejor el diseño antes de entregarlo, y los campos de observaciones también mejoran la comunicación entre áreas, incluso se podrían rescatar algunas puntos del formato anterior, como incluir quién solicita o quién diseña, para hacerla aún más completa.” (A. Palacios, comunicación personal, 28 de abril de 2025).

Efraín, por su lado, manifestó que el formato propuesto podría funcionar bien, sin embargo se hizo énfasis en tener una plataforma unificada, dado que el con los formatos actuales la información termina desorganizada entre correos, chats o archivos sueltos. Recalcó que “El formato es bueno, pero hay que pensarlo como algo obligatorio, integrado, que permita que todo quede en un solo lugar: quién hizo la solicitud, cuándo, qué avances lleva, qué piezas están listas y quién las aprobó” (E. Díaz, comunicación personal, 28 de abril de 2025). También mencionó

que una plataforma ideal permitiría enviar notificaciones automáticas a cada persona involucrada, dejar trazabilidad de lo que se decide y evitar que se pierda información clave durante el proceso de diseño.

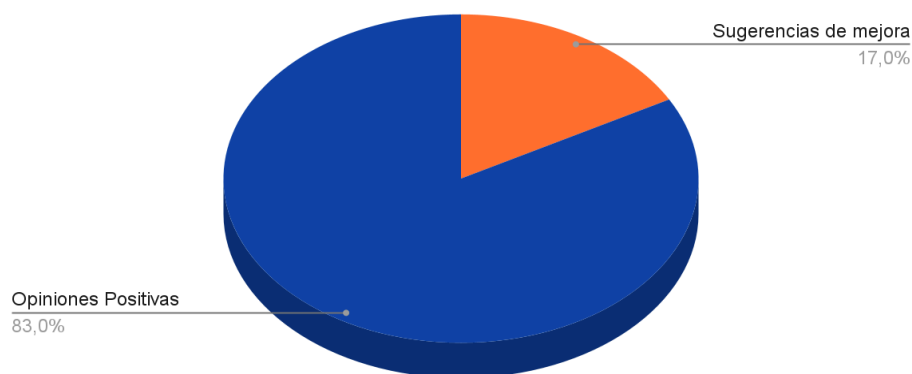
Con este testeo informal realizado, se evidenció una buena acogida de la propuesta. A la mayoría de personas encuestadas les gustó la claridad visual del formato y la utilidad para organizar la información de cada solicitud, también se destacó la idea de adaptarlo a una plataforma colaborativa y compartida. De las seis personas que se entrevistaron, cinco dieron opiniones totalmente positivas sobre la hoja, lo que equivale al 83%. Solo una persona, el 17% sugirió ajustes más profundos, enfocados en una integración más sistemática, recomendación que fue considerada para continuar el proceso de mejora de la herramienta.

Gracias a todos estos aportes, se realizaron cambios importantes en la propuesta. Por ejemplo, se reemplazó el campo “responsable” por “diseñador” para clarificar los roles; se consideró la posibilidad de implementar la hoja en un formato editable en línea, como Excel compartido o plataformas colaborativas tipo Trello; se integró un checklist para verificar que cada pieza cumpla con requisitos básicos antes de avanzar, y se definieron de manera precisa los campos obligatorios. Además, se empezó a proyectar el desarrollo de esta herramienta hacia una solución más robusta, como una plataforma integrada con notificaciones automáticas, trazabilidad y accesos diferenciados por rol.

Con estos ajustes, la hoja dejó de ser solo una idea en papel y se convirtió en una herramienta real, pensada para las necesidades del equipo de trabajo. Todo este proceso ayudó a aterrizar mejor la propuesta y a convertirla en un resultado que tiene sentido dentro del contexto laboral, demostrando que fue un aprendizaje muy valioso durante mi práctica profesional.

#### Figura 4.

##### **Resultados del Testeo de la Hoja de Control de Diseño**



Resultado de testeo. (Fuente propia)

## Conclusiones

En el transcurso de mi experiencia profesional en Cafam, desarrollar la hoja de control de diseño representó una experiencia que dejó muchos aprendizajes, tanto a nivel académico como profesional. Uno de los más importantes fue entender de primera mano cómo funcionan realmente los flujos de trabajo dentro de la empresa. Se evidenció que, más allá del talento o la disposición del equipo, la clave está en tener una comunicación clara, bien organizada y efectiva. Justamente, Apolo, Báez, Pauker y Pasquel (2017) hablan de cómo la gestión de la comunicación corporativa es fundamental para que las distintas áreas de una organización puedan trabajar de forma articulada.

Desde esa mirada, aplicar enfoques como el Diseño estratégico y el Diseño para la transformación social fue clave para dar forma a esta propuesta, lo que aportó en la toma de decisiones alineadas con los objetivos institucionales, pensando no solo en resolver una necesidad puntual, sino en diseñar una herramienta útil a futuro. Como explica Gonen (2019), el diseño estratégico parte del análisis de necesidades reales para construir soluciones viables, prácticas y sostenibles. En este caso, la hoja de control fue más que un formato: se pensó como un recurso que pudiera facilitar la trazabilidad, mejorar la eficiencia y fortalecer el trabajo colaborativo.

Por otra parte, se fortalecieron habilidades que van más allá del diseño como tal, como la gestión de proyectos y el trabajo colaborativo con personas de distintas disciplinas. El diseño de esta herramienta surgió a partir de una necesidad concreta identificada dentro del equipo, lo que permitió reconocer errores comunes derivados de la falta de estructura y seguimiento. De acuerdo con eso, Mazzeo (2017) explica cómo los sistemas bien organizados ayudan a que los procesos sean más eficientes y con menos errores. Y ese fue el objetivo principal con esta propuesta dentro de Cafam.

Otra parte importante del proceso fue el testeado con el equipo, gracias a los comentarios, se mejoraron diferentes aspectos que respondieran mejor al día a día laboral. Esto se relaciona con lo que plantea Clocier (2014), quien ve la sistematización de experiencias como una forma de reflexionar, aprender y transformar. Este enfoque ayudó a entender que diseñar también es escuchar, ajustar y volver a pensar las soluciones para que realmente funcionen.

Cada decisión tomada en el diseño de la hoja respondió a una lógica de mejora progresiva: desde el análisis de fallas en los procesos, hasta la estructuración de un formato funcional. Esta experiencia evidenció cómo el diseño gráfico, realmente aporta desde lo estratégico a resolver problemas organizacionales

reales, más allá de ser un tema netamente visual. Por ejemplo, la división en bloques informativos, la inclusión de campos obligatorios y el control de versiones no fueron añadidos por estética, sino como respuestas concretas a lo que se vivía en el día a día del equipo. Estas decisiones permitieron crear una herramienta clara, útil y adaptada al contexto, reforzando el valor del diseño como puente entre personas y procesos.

En ese mismo sentido, el Diseño para la transformación social ayudó a ver esta propuesta desde una dimensión más humana. No se trató solo de resolver un problema técnico, sino de proponer un cambio que partiera del diálogo con los usuarios, que respondiera a una necesidad real y que tuviera impacto positivo en las dinámicas del equipo. Tal como lo plantea Bonsiepe (1999), el diseño actúa como una interfaz que conecta a las personas con su contexto, y justamente eso fue lo que buscó esta hoja de control: ser un puente de comunicación más claro entre los equipos de trabajo.

Respecto a los aportes a futuro, la hoja de control de diseño presenta un alto potencial. Puede evolucionar hacia una versión digital más robusta, capaz de automatizar tareas, medir el rendimiento y optimizar la comunicación entre áreas. Incluso, se proyecta como una herramienta útil para otras organizaciones que enfrenten retos similares en la gestión de sus equipos creativos.

Esta experiencia permite reconocer que el diseño va mucho más allá de lo visual, ya que tiene un impacto profundo en lo que se hace a diario. Según el enfoque institucional de la Universidad Santo Tomás, el diseño está presente en prácticamente todas las actividades humanas, y es precisamente por esto que tiene el poder de transformar los contextos en los que se aplica. Como lo afirma la Universidad Santo Tomás, “todas las actividades humanas se encuentran permeadas por algún tipo de diseño, es así, que sus procesos y resultados transforman el contexto en el que son recibidos” (Universidad Santo Tomás, 2021).

Además, se reconoce que el diseño trasciende lo técnico o estético, ya que también cumple una función social relevante. Desde esta perspectiva, puede entenderse como una herramienta que permite el diálogo, la reflexión crítica y la intervención en diversas problemáticas de la sociedad. En ese sentido, la Universidad Santo Tomás afirma que “el Diseño para la transformación social implica así, una apuesta de la Universidad Santo Tomás que reconoce en esta disciplina su capacidad dialógica para impactar positivamente en problemas sociales, económicos y culturales (tanto desde la teoría como desde la praxis)” (Universidad Santo Tomás, 2021).

Este enfoque se evidenció en el desarrollo de la sistematización, el cual surgió a partir de una necesidad real dentro del entorno laboral. Aplicando principios del diseño con un propósito transformador, se logró desarrollar la hoja de control de diseño. La cual, se trató de una solución práctica basada con la dimensión social del diseño planteada por la Universidad Santo Tomás, contribuyendo a mejorar las dinámicas cotidianas del grupo de trabajo, con el potencial de generar un cambio sostenible en el tiempo.

### Referencias bibliográficas

- Apolo, B., D., Moncayo, R., M., F., Zúñiga, T., F. (2018). Diseño y comunicación visual: perspectivas para su abordaje desde la imagen corporativa. *Kepes*, 15(17), 251–271. <https://doi.org/10.17151/kepes.2018.15.17.11>
- Apolo, D., Báez, V., Pauker, L., & Pasquel, G. (2017). *Gestión de comunicación corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica*. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 521–539. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81952828027.pdf>
- Bonsiepe, G. (1999). *Del objeto a la interfase: Mutaciones del diseño*. Ediciones Infinito.
- Cañizares, P., C., A., Moreno, M., G., R., Vega, V., K., E. (2023). El diseño como mediación comunicativa para el desarrollo de proyectos gráficos colaborativos. *Revista Científica y Tecnológica VICTEC*, 4(7), 152–167. <https://doi.org/10.61395/victec.v4i7.125>
- Cornejo, H. A. N., & Arista, J. M. A. P. (2024). *Propuesta de mejora del proceso de diseño gráfico en una agencia creativa aplicando herramientas Lean Manufacturing* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/675589/Cornejo\\_HA.pdf](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/675589/Cornejo_HA.pdf)
- Frascara, J. (2006). *Diseñar para la gente*. Ediciones Infinito.
- Feldman, G. (2012). Diseño gráfico, expresión, experiencias y compromiso. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, (18), 133–134. [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=379&id\\_articulo=8258](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=379&id_articulo=8258)

- Gómez, L., & Escandón, A. (2017). La gestión de la comunicación organizacional: Un análisis de su impacto en la producción de mensajes gráficos. <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935475004.pdf>
- Gonen, E. (2019). Tim Brown, *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation* (2009). *Markets, Globalization & Development Review*, 4(2), Artículo 8. <https://doi.org/10.23860/MGDR-2019-04-02-08>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez.%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Jara, H. O. (2018). *La sistematización de experiencias: práctica y teoría para otros mundos posibles*. Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano (CINDE). Recuperado el 22 de abril de 2025, de <http://hdl.handle.net/20.500.11907/2121>
- Jiménez, R. (2013). Planificación y optimización del flujo de trabajo en diseño gráfico. <https://www.redalyc.org/pdf/447/44713052004.pdf>
- Lupton, E. (2014). *Pensar con tipos: Una guía crítica para diseñadores, escritores, editores y estudiantes*. Gustavo Gili.
- Margolin, V., & Margolin, S. (2012). Un “modelo social” de diseño: cuestiones de práctica e investigación. *Kepes*, 9(8), 61–71. <https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/462>
- Mazzeo, C. (2017). El diseño de sistemas. En *Diseño y sistemas: Bajo la punta del iceberg* (Vol. 1, pp. 93–106). Ediciones Infinito.
- Orellana, D., & Sánchez, M. (2007). Entornos virtuales: nuevos espacios para la investigación cualitativa. *Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 8(1), 6–24. <https://www.redalyc.org/pdf/2010/201017309002.pdf>
- Pontis, S. (2009). Diseño gráfico: un novel objeto de investigación. Caso de estudio: el proceso de diseño. *Iconofacto*, 5(6), 9–18. <https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/2603>

- Ramírez, M., F. (2020). Prácticas de visualización en la investigación académica en diseño gráfico. *Kepes*, 17(22), 76–108.  
<https://doi.org/10.17151/kepes.2020.17.22.4>
- Rodríguez, I., J., et al. (2012). *Metodología de diseño organizacional integrando enfoque a procesos y competencias*. *Ingeniería Industrial*, 33(2).  
<http://www.scielo.sld.cu/pdf/rri/v33n2/rrii0212.pdf>
- Salazar, F., & Villamizar, C. (2020). Innovación y creatividad en el diseño gráfico: Un enfoque estratégico para la optimización del proceso creativo.  
<https://www.redalyc.org/pdf/7217/721778112020.pdf>
- Tapella, E., & Rodriguez, P. (2014). *Revista de Evaluación de Programas y Políticas Públicas*, (3), 80–116. <https://doi.org/10.5944/reppp.3.2014.13361>
- Tiburcio, C. (2015). *La sociedad red del siglo XXI y el diseño gráfico* [Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana Puebla].  
[https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/20.500.11777/581/3/Tesis\\_CT\\_no\\_viembre\\_2013.pdf](https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/20.500.11777/581/3/Tesis_CT_no_viembre_2013.pdf)
- Universidad Santo Tomás. (2021). *Memorias: VII Encuentro de Investigación en Diseño. Diseño para la transformación social* (D. A. Torres Ruiz, Ed.). Facultad de Diseño Gráfico, Universidad Santo Tomás.  
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/38693/2021adrianarodriguez.pdf>
- Valencia, F. (2015). *La función social del diseñador gráfico*. *Repositorio Institucional UPTC*.  
<https://repositorio.uptc.edu.co/server/api/core/bitstreams/e2896ef3-65d1-44f3-a415-025a52628b14/content>
- Villalba, P. (2021). *Diseño y comunicación: Elementos clave en la construcción de la identidad gráfica institucional* [Tesis de maestría, Universidad de Cuenca]  
<https://biblioteca.ucuenca.edu.ec/digital/s/biblioteca-digital/ark:/25654/3327>



Anexo 3: Formato de control de diseño utilizado en 2010-2020

INFORME TRABAJOS - ARTE Y DISEÑO - COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS												
MAYO 2020												
SOLICITUD No.	NÚMERO PIEZAS	NÚMERO ARTES	FECHA SOLICITUD DISEÑO	DEPENDENCIA SOLICITANTE	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	PUBLICISTA COMUNICADOR	FECHA COMPROMISO PUBLICIDAD	FECHA SALIDA DE DISEÑO	FECHA CORRECCION	FECHA SALIDA DEL TRABAJO	DISEÑADOR	SEGUIMIENTO
0	1	10	19/05/20	Bienestar	Manual tamaño carta. Ref. Lineamientos de Bioseguridad	Liana Quiroga		20/05/20			Diana Carolina Gómez	En Cliente
0	1	1	20/05/20	Centrales de Servicios	Mall. Ref. Cierre Central Calle 76	Jorge Martínez		20/05/20	21/05/20	10/06/20	Carolina Guerra	Cerrado
0	1	1	21/05/20	Medicamentos	Volante 14x10. Ref. Insumo médico	César Giraldo		21/05/20			Stefany Vargas	En Cliente
0	2	2	XX/05/2020	Medicamentos	(2) Sticker. Ref. Congelados	Catalina Navarrete				20/05/20	Carolina Guerra	Cerrado
0	6	6	XX/05/2020	Centro Comercial	(XX) Varías piezas. Ref. Tan seguros como en casa	César Giraldo		21/05/20			Diana Carolina Gómez	
	2	11	18/05/20	Alimentos y bebidas	Recetario y mail. Ref. No. 6	Catalina Navarrete		18/05/20	21/05/20		Carolina Guerra	En Cliente
	1	1	21/05/18	Créditos y Seguros	Mall 1920x616px. Ref. Créditos 7 pasos	Catalina Navarrete		21/05/20			Diana Carolina Gómez	En Cliente
0	2	2	XX/05/2020	Medicamentos	Artes video. Ref. CC Premium Plaza	César Giraldo		21/05/20	28/05/20		Stefany Vargas	En Cliente
	2	2	XX/05/2020	Afiliaciones	(2) Piezas whatsapp. Ref. Día del visitador médico y Abogado	Jorge Martínez		20/05/20	21/05/20		Carolina Guerra	En Cliente
	2	2	21/05/20	Concesiones	(2) Avisos QEPD. Ref. Edilberto Castro	César Giraldo		22/05/20	22/05/20	22/05/20	Alirio Palacios	Cerrado
	1	7	21/05/20	Salud	(7) Piezas. Ref. Agendamiento Citas Médicas	Jaime Gamara		21/05/20	28/05/20		Carolina Guerra	Correcciones 27/05/20, 28/05/20. En Cliente
	1	21/05/20	Medicamentos	Pieza whatsapp. Ref. Domicilios gratis	César Giraldo						Stefany Vargas	
	21	21	21/05/20	Alimentos y bebidas	(21) Piezas PDFs. Ref. Productos Alimentos y bebidas	Catalina Navarrete		22/05/20	27/05/20		Daniela Villamil Stefany Vargas	En Cliente
	3	3	21/05/20	Página Web	(3) Fotos. Ref. Edición Web	Catalina Navarrete		21/05/20	21/05/20	21/05/20	Alirio Palacios	Cerrado
	3	3	22/05/20	Centrales de Servicios	(3) Piezas/Afiche, whatsapp y facebook). Ref. Cierre Calle 76	Jorge Martínez		22/05/20			Carolina Guerra	En Cliente
	2	2	22/05/20	Afiliaciones	(2) Mails. Ref. Día del visitador médico y Abogado	Jorge Martínez		22/05/20			Carolina Guerra	En Cliente
	4	4	22/05/20	Ópticas	(4) Piezas. Ref. Horarios IPS por emergencia	Viviana Rodríguez		22/05/20	27/05/20		Carolina Guerra	En Cliente
	2	2	XX/05/2020	Bienestar	(2) Mails. Ref. Charla Covid 19	Liana Quiroga			22/05/20		Daniela Villamil	En Cliente
	2	2	XX/05/2020	Bienestar	(2) Piezas. Ref. Taller duelo	Jorge Martínez			22/05/20		Daniela Villamil	En Cliente
	2	2	22/05/20	Centro Comercial	(2) Señales. Ref. Cinta y fecha	César Giraldo		22/05/20			Diana Carolina Gómez	En Cliente
	3	3	22/05/20	Salud	(3) Piezas. Ref. Comité de ética	Jaime Gamara		26/05/20	28/05/20		Carolina Guerra	Correcciones 04/09/20. En Cliente
	1	2	28/05/20	Medicamentos	(2) Piezas. Ref. Domicilios gratis, miércoles de ahorro.	César Giraldo		28/05/20			Stefany Vargas	En Cliente
	2	2	28/05/20	Alimentos y bebidas	(2) Piezas. Ref. Desayunos divertidos y Wines de pollo.	Catalina Navarrete		28/05/20			Stefany Vargas	En Cliente
	1	7	28/05/20	Medicamentos	Carusel. Ref. 5 productos	César Giraldo		27/05/20			Stefany Vargas	En Cliente
	2	11	28/05/20	Alimentos y bebidas	Recetario y mail. Ref. No. 7	Catalina Navarrete		28/05/20	27/05/20	27/05/20	Carolina Guerra	Cerrado
	3	3	28/05/20	Salud	(3) Piezas. Ref. Covid-19	Jaime Gamara		28/05/20	27/05/20		Carolina Guerra	En Cliente
	1	1	28/05/20	Riesgos	Mail. Ref. Sarfali	Liana Quiroga		28/05/20	27/05/20		Stefany Vargas	Correcciones 08/09/20. En Cliente
	1	1	28/05/20	Bienestar	Mail. Ref. Taller duelo 2	Jorge Martínez		28/05/20	27/05/20		Daniela Villamil	En Cliente
	1	22	28/05/20	Salud	Portafolio. Ref. Prevención para SIE	Jaime Gamara		27/05/20	4/06/20		Carolina Guerra	En Cliente

INFORME TRABAJOS - ARTE Y DISEÑO - MARCA Y COMUNICACIONES CAFAM																				
Enero a Marzo 2010																				
SOLICITUD No.	FECHA COMPROMISO PUBLICIDAD	ASIGNACIÓN A PUBLICISTA	FECHA SOLICITUD DISEÑO	DEPENDENCIA SOLICITANTE	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	PUBLICISTA COMUNICADOR	FECHA COMPROMISO PUBLICIDAD	FECHA COMPROMISO DISEÑO	FECHA DE SALIDA CORRECCION	FECHA DE SALIDA CORRECCION	FECHA DE SALIDA DEL TRABAJO	DISEÑADOR	SEGUIMIENTO	Tiempo en Publicista (Entrada a Diseño - Retiración)	Tiempo en Diseño (Salida a Corrección - Entrada a Diseño)	Oportunidad Salidas Trabajo - Fecha compromiso	Tiempo Esperado (Salida del Trabajo - Fecha Publicación)	Fecha entrega	Completado de meta	
1	31/12/09	31/3/09	4/1/2010	Centro de Vacaciones	Decoración Olivos Mejor	Lorena Gómez								4		0				
2	4/01/10	4/1/10	4/1/2010	Deportes	(1) piezas Afiche, backing y cartel. Ref. Teatro Colón. Fin Fin Baracabo	Alirio P. Robledo	25/01/10	19/01/2010		19/01/2010		Fugo	Cerrado	0	15	-4		10		
4	30/12/09	30/3/20	4/1/2010	Alco Antimonia	(1) pieza Afiche. Ref. Planillas envío mensual.	Lorena Gómez	29/01/10	22/01/10		20/01/2010		Germán	Cerrado	5	16	0		30		
5	30/12/09	30/3/20	4/1/2010	Alco Antimonia	(1) pieza Afiche. Ref. Planillas envío mensual.	Lorena Gómez	29/01/10	22/01/10		20/01/2010		Germán	Cerrado	5	16	0		30		
6	30/12/09	30/3/20	4/1/2010	Clases Vacaciones	(1) pieza Afiche. Ref. Planillas envío mensual.	Lorena Gómez	29/01/10	22/01/10		20/01/2010		Germán	Cerrado	5	16	0		30		
13	8/01/10	8/01/10	8/01/2010	Dirección	Invitación. Ref. Premio Colón a la Mujer	Lorena Gómez	29/01/10	28/01/2010	28/01/2010	28/01/2010		Andrea	Cerrado	0	14	0		16		
	8/01/10	8/01/10	8/01/2010	Dirección	Ambulatorio y micrografía. Ref. Premio Colón a la Mujer	Enrique Montoya	28/01/10	27/01/10		20/01/2010		Carlo Peña Alirio Palacios	Cerrado	0	21	20		10		
1905	14/12/09	14/3/20	6/1/2010	Salud	(1) pieza Plaquita afiche. For gráfico. Incentivos. Incentivos para una. Ref. Campaña Incentivos Saludables.	Alirio P. Robledo	5/02/10	5/02/10				Janet	Se entregó pliego en febrero 9 para materializado en carpeta. Pliego tiene corrección el 15 de marzo y se está en diseño.	23		30				
14	18/12/09	18/3/20	6/1/2010	Salud	(1) pieza Afiche, volante, arbo calendario, video. Ref. Campaña PEP. Sin. Sin.	Alirio P. Robledo	19/01/10	20/01/10				Germán	Se entregó el pliego según la descripción; pero la solicitud real por 9 piezas por un 4 afiches. Entre afiches se entregó el 20 de marzo para aplicación del concepto. El cliente estaba pendiente de corrección y más se fue el 4 y un 12 de marzo.	20		20				
12	8/01/10	8/01/10	8/01/2010	Dirección de Convenciones	(1) pieza Incentivo. Incentivo. Calidad de servicio, afiches y folletos. Ref. Campaña Incentivos. Ref. Campaña Incentivos.	Alirio P. Robledo	22/01/10	21/01/10	1/02/2010	3/02/2010	3/02/2010			Cerrado	1	16	7		16	
1723	28/12/09	28/3/20	6/1/2010	Deportes	(1) pieza Incentivo. Ref. Incentivos en venta Deportes.	Alirio P. Robledo	17/02/10	10/02/10				Janet	Entregado 10 de febrero. En cliente. Se entregó el proceso hasta que Deportes devolvió concepto que Pliego entregó el 11 de febrero. Concepto devuelto y aprobado del Pliego. Se le entregó a cliente porque más no está en Pliego.	13		30				
16	8/01/10	8/01/10	8/01/2010	Bienestar	Calendario. Ref. Actividades 2010	Judy D. Salazar	15/01/10	15/01/10	15/01/2010	15/01/2010	15/01/2010	Germán	Entregado	2	5	0		5		
21	7/01/10	7/01/10	8/01/2010	Bienestar	Calendario. Ref. Actividades 2010 Mejor	Judy D. Salazar	15/01/10	15/01/10	15/01/2010	15/01/2010	15/01/2010	Germán	Entregado	1	5	0		5		
1325	28/12/09	28/3/20	8/01/2010	Coloquio Colón	Agenda Escolar. Ref. Planillas.	Judy D. Salazar	5/02/10	28/01/10		10/02/2010				1	21	2		44		
1729	28/12/09	28/3/20	8/01/2010	Coloquio Colón	Agenda Escolar. Ref. Planillas.	Judy D. Salazar	5/02/10	1/02/10		10/02/2010				11	20	5		44		
26	5/01/10	5/01/10	8/01/2010	Calendario	Planilla Incentivo. Ref. Planillas 2010.	Lorena Gómez	28/01/10	1/02/10	5/03/2010			Andrea	Se entregó febrero 9. En cliente, regalo para correcciones febrero 12. Viviendo a hacer concepto para febrero 10. En cliente, entregó correcciones 2 de marzo. Correcciones en cliente, cliente devolvió para 4 de marzo y se entregó a	3	24	4				

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Rp6VY7tm6nH7uLrJ9jEendb43RTS4\\_Sh/edit?usp=sharing&oid=106849608775980776123&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Rp6VY7tm6nH7uLrJ9jEendb43RTS4_Sh/edit?usp=sharing&oid=106849608775980776123&rtpof=true&sd=true)

Nota: Este formato fue compartido por mi jefe directo, Alirio Palacios, como referencia de un documento que se utilizó en Cafam durante proyectos anteriores. Aunque actualmente ya no está en uso, sirvió como punto de comparación para evaluar mejoras en la hoja de control de diseño propuesta.