



Designio. Investigación en Diseño Gráfico y Estudios de la Imagen

ISSN: 2665-6728

ISSN-L: 2665-6728

designio@sanmateo.edu.co

Fundación Universitaria San Mateo

Colombia

LUNA ABUNDIS, JOSÉ ANTONIO; ALTAMIRANO GALVÁN, SANDRA GUADALUPE

Aplicación de metodologías ágiles en un proyecto académico de branding: caso Inspiro Campamento Creativo

Designio. Investigación en Diseño Gráfico y Estudios de la Imagen, vol. 7, núm. 2, 2025, Octubre-Marzo 2026, pp. 51-70

Fundación Universitaria San Mateo

Bogotá, Colombia

DOI: <https://doi.org/10.52948/ds.v7i2.1235>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=774983138008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante

Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

Aplicación de metodologías ágiles en un proyecto académico de branding: caso Inspiro Campamento Creativo

Agile Methodologies Application in an Academic Branding Project: Inspiro Creative Camp Case Study

JOSÉ ANTONIO LUNA ABUNDIS

Universidad de Guadalajara
México

antonio.luna@academicos.udg.mx
<https://orcid.org/0000-0002-2480-9176>

SANDRA GUADALUPE ALTAMIRANO GALVÁN

Universidad Autónoma de Nuevo León
México

sandra.altamiranoglv@uanl.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0001-7498-8355>

<https://doi.org/10.52948/ds.v7i2.1235>

Artículo de investigación

Recepción: 30 de junio de 2025

Aceptación: 30 de septiembre de 2025

Resumen

La presente investigación se enmarca en el proceso de creación de proyectos de branding, es decir, de marca, a través de la aplicación de metodologías ágiles desde el aula, en un contexto de educación superior, específicamente en el área del diseño gráfico, dentro de un enfoque teórico-práctico. Se presentan los resultados obtenidos en una clase de diseño estratégico, correspondiente a la licenciatura en diseño para la comunicación gráfica del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño de la Universidad de Guadalajara. El tema es de relevancia actual para la profesión: es importante aplicar dichas metodologías ágiles para desarrollar y gestionar proyectos de branding en contextos en los que la inmediatez y la calidad son premisas fundamentales. Para llevar a cabo esta investigación se realizó una revisión bibliográfica y un análisis del proceso de creación de un proyecto de branding

mediante nuevas metodologías creativas. Asimismo, se aplicaron encuestas para conocer la percepción de los estudiantes y el impacto de la aplicación de metodologías ágiles en la creación de dicho proyecto académico de branding. Se obtuvieron resultados óptimos, de los cuales surge el proyecto “Inspiro, campamento creativo de colaboración”, con el que se logró un aprendizaje significativo mediante una experiencia de enseñanza ágil e innovadora.

Palabras clave: branding; metodología; diseño de proyecto; aprendizaje activo; enseñanza.

Abstract

This research is situated within the process of developing branding projects through the application of agile methodologies in the classroom, in a higher education context, specifically within the field of graphic design and under a theoretical-practical approach. It presents the results obtained in a strategic design course, part of the bachelor's degree in design for graphic communication at the University Center for Art, Architecture, and Design of the University of Guadalajara. The topic is of current relevance to the profession, as the implementation of agile methodologies is essential for developing and managing branding projects in contexts where immediacy and quality are fundamental premises. This paper reviews literature, along with an analysis of the branding project development process using new creative methodologies. Additionally, the study administered surveys to explore students' perceptions and the impact of applying agile methodologies in the creation of the academic branding project. The results were favorable, leading to the creation of “Inspiro, a collaborative creative camp” through it achieved a meaningful learning experience, driven by an agile and innovative teaching approach.

Keywords: Branding; methodology; project design; active learning; teaching.

Introducción

Existe una gran cantidad de metodologías aplicadas en el diseño gráfico a lo largo del tiempo. Cada proyecto requiere de procesos que conllevan una serie de pasos que se deben seguir para llegar a un resultado final efectivo y funcional. Por lo general, dichos pasos incluyen la investigación, conceptualización, bocetaje, prototipado y testeo.

En el desarrollo de proyectos de branding el uso de diversos métodos es una práctica constante. A su vez, la incorporación de metodologías ágiles ha dado resultados eficaces al sumarle flexibilidad y adaptabilidad a cada paso del proceso. Esto le ha aportado grandes ventajas al diseño gráfico, específicamente a las iniciativas de branding.

El reto surge cuando se desea aplicar dichas metodologías ágiles en el aula, lograr con ello una buena organización del grupo; además de llegar a obtener resultados óptimos con los proyectos realizados. En ocasiones dichas metodologías son desconocidas por los estudiantes, los tiempos pueden llegar a ser cortos o existir obstáculos en el desarrollo del trabajo en equipo.

Es por ello que como objetivo general esta investigación busca realizar una propuesta de aplicación de metodologías ágiles en un proyecto académico de branding y conocer ¿cuál es el proceso de creación de un proyecto de branding a través de nuevas metodologías creativas?, ¿cuál es la percepción de los estudiantes acerca de la aplicación de nuevas metodologías creativas en la realización de proyectos de branding?, y ¿cuál es el impacto de la aplicación de metodologías ágiles en la creación de un proyecto académico de branding?

La enseñanza del diseño implica procesos detallados y complejos que incluyen la transmisión de conocimientos teóricos y prácticos. Sin embargo, también está ligada al desarrollo de la creatividad, el pensamiento crítico y la resolución de problemas desde diversas perspectivas tanto funcionales como innovadoras. En ese sentido, se busca el desarrollo de un “diseñador capaz de desenvolverse desde múltiples perspectivas, con visión innovadora y dispuesto a arriesgar; consciente de las ventajas de adoptar la interdisciplinariedad en la lógica como en la práctica” (Morales y González, 2021, p. 234).

La aplicación de metodologías de proyecto en la planeación académica es fundamental para la enseñanza. Esto permite que los estudiantes estructuren de manera óptima sus procesos de creación y puedan organizar mejor sus tiempos y objetivos para la realización de sus actividades, siendo conscientes de que el diseño gráfico, además de la parte creativa, también abarca la gestión y el método con mayor rigor. Como bien mencionan Coya et al. (2025):

El aprendizaje activo es una perspectiva que repercute en la actualidad como parte de un mejoramiento en la calidad académica en los diversos niveles, la enseñanza no solo demuestra un proceso adecuado de formación, invita al estudiante a asumir un

papel fundamental en varios aspectos como el científico, procedimental, actitudinal, emocional, etc. (p. 3553)

Por otro lado, en la enseñanza del diseño es fundamental impulsar a los estudiantes a trabajar de manera colaborativa, pues en ocasiones se torna difícil en cuestión de organización. Sin embargo, los proyectos grupales permiten que los estudiantes se enfrenten a situaciones más apegadas al mundo profesional, enriqueciendo el proceso y mejorando también sus habilidades de comunicación y socialización. Como bien expone Cañizares et al. (2023): “El diseño gráfico colaborativo es una forma de trabajo en equipo que permite la creación de proyectos de comunicación visual con una visión más amplia y multidisciplinaria” (p. 152).

Es por ello por lo que en la actualidad las metodologías ágiles resultan una opción elegible al momento de desarrollar la planificación académica de asignaturas de diseño gráfico: cuentan con características que permiten que los estudiantes vayan generando competencias que los preparen para el momento de enfrentarse al mundo laboral. Como herramientas “han inspirado numerosas estrategias formativas, y algunos de sus principios han sido transferidos a contextos educativos en forma de competencias” (Salza et al., 2019, p. 25).

Por su parte, Sonia Martín (2020) resume las características más importantes de los métodos ágiles y son los siguientes: el rol del estudiante cambia, es más activo, involucrándose en todas las fases del proceso; las metodologías docentes deben potenciar el aprendizaje basado en proyectos próximos a la realidad, grupales y cooperativos, que admitan el desarrollo de metodologías activas; permiten alcanzar una serie de competencias, generalmente transversales, como la comunicación y la gestión del tiempo; Apoyo tutorial para que el alumno alcance los resultados de aprendizaje deseados en un modo de enseñanza más autónomo; por último, requiere un cambio en los sistemas de evaluación, al pasar a tener un carácter continuado y sumativo, siendo necesario el empleo de herramientas como portafolios o rúbricas.

Como se ha mencionado, el trabajo colaborativo es fundamental en la enseñanza y en la creación de proyectos de diseño gráfico. Esta es una competencia que las metodologías ágiles permiten desarrollar de una manera natural al ser la colaboración es un elemento clave.

En términos de Lasa et al. (2018) “Todas las personas que están construyendo el producto deben trabajar en constante comunicación y sentirse miembros de un gran equipo” (p. 28).

Por otro lado, en lo que respecta a la enseñanza de áreas específicas del diseño como el branding, las metodologías ágiles resultan también de gran beneficio. Estas se adaptan de manera positiva a la creación de proyectos de esta naturaleza al enfrenta a los estudiantes a situaciones apegadas a la realidad. Según Cid y Rodríguez (2023):

Las metodologías ágiles se presentan como una técnica que permite ensayar el aprendizaje por proyectos basados en actividades cortas en las que se construyen simultáneamente el proyecto de diseño y el artefacto que dará solución al proyecto de diseño. Al mismo tiempo permite a los estudiantes explorar habilidades ocultas que en actividades más dirigidas no les es posible ensayar. (p. 362)

Por ello es importante y fundamental la implementación de metodologías ágiles en las universidades, específicamente en la enseñanza del diseño gráfico y la creación de proyectos de branding en el nivel superior, pues “se han implementado en las universidades y han mostrado ser efectivas al momento de hacer emerger un problema y su propuesta de solución” (Cid y Rodríguez, 2023, p. 362).

Ahora bien, existen diversas metodologías ágiles como Scrum, Kanban, Design Sprint, Design Thinking, Scrumban, entre otros (Tabla 1). Estas permiten una mayor organización para el desarrollo de diversas tareas, por ejemplo, “Scrum es un framework que proporciona un conjunto de reglas y también de tareas específicas en cada iteración de un proyecto para asegurar su correcto desarrollo” (Llerena, 2022, p. 6). En cambio, Kanban es una metodología que se centra en el flujo de trabajo a través de un tablero que desencadena acciones estableciendo prioridades, organización y colaboración. Scrumban es una metodología que fusiona Scrum y Kanban, al aplicar los principios básicos de cada una de ellas.

Por otro lado, Design Sprint, “es una metodología poderosa y efectiva en el ámbito de la innovación y el desarrollo de productos, con un enfoque estructurado para resolver problemas complejos y generar soluciones creativas en un corto período de tiempo” (Inmune Technology Institute, 2023). Mientras que el Design Thinking es una metodología centrada

en la solución de problemáticas a partir de cinco fases: empatía, definición, ideación, prototipado y validación.

Por tanto, las metodologías ágiles ofrecen diversidad en cuanto a la organización de los proyectos, incluyendo el trabajo en equipo, la gestión del tiempo, la comunicación; pero además la eficiencia para llegar a las soluciones efectivas, por lo que permite un mejor desarrollo de proyectos de branding dentro de un contexto de enseñanza-aprendizaje. Lasa et al (2018) lo explican en los siguientes términos: “Un método ágil permite construir un producto de forma incremental, es decir, crear algo muy sencillo inicialmente, y que vaya siendo enriquecido y completado de forma progresiva. Se construye contemplando la totalidad desde el principio” (Lasa et al., 2018, p. 30).

Metodología

Metodología	Enfoque principal	Estructura	Ventajas
Scrum	Gestión de proyectos. Es iterativo e incremental	Roles definidos (Scrum Master, Product Owner, equipo), Sprints, Reuniones Diarias	Alta adaptabilidad, mejora continua, enfoque en entregas funcionales
Kanban	Visualización del flujo de trabajo y mejora continua	Tablero Kanban, límites WIP (trabajo en curso), columnas por estado de avance	Flexibilidad, fácil implementación, mejora del flujo
Design Thinking	Solución creativa de problemas centrada en el usuario	Fases: empatizar, definir, idear, prototipar, testear	Fomenta la innovación y se centra en el usuario
Design Sprint	Validación rápida de las ideas mediante prototipos y pruebas	5 días y fases: entender, idear, decidir, prototipar, validar	Ahorra tiempo y recursos. Fundamental para validar ideas antes de desarrollarlas
Scrumban	Combinación entre Scrum y Kanban	Sprints opcionales, tablero Kanban, planificación flexible	Combina lo mejor entre Scrum y Kanban, adaptable a distintos equipos

Tabla 1. Metodologías ágiles: enfoque, estructura y ventajas

En el marco de esta investigación se implementó una estrategia pedagógica basada en metodologías ágiles dentro de la materia diseño estratégico, correspondiente a la licenciatura en diseño para la comunicación gráfica del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño de la Universidad de Guadalajara. Esta asignatura tiene un enfoque en la resolución de problemas reales, capacidad para integrar el pensamiento estratégico y orientación práctica hacia la comunicación visual.

El proyecto fue desarrollado por un equipo conformado por David Alejandro Aguayo López, Aniken Amezcua Navarro, Andrea García García, Hanna Vianney Lozano González y Natalia Trejo González, estudiantes de los niveles superiores de su formación universitaria. La inclusión de sus nombres en este estudio se realiza con su consentimiento informado y expreso.

Al inicio del curso los estudiantes recibieron una formación específica en metodologías ágiles, con énfasis en los principios de Scrum, Kanban y Design Thinking. Se abordaron conceptos como la organización del trabajo en ciclos iterativos (*sprints*); la visualización de tareas mediante tableros; la colaboración interdisciplinaria; la empatía con el usuario y la validación temprana de soluciones.

Aunque Scrum fue concebido originalmente para el desarrollo de software, su aplicación en el ámbito educativo resulta igualmente efectiva; promueve el trabajo colaborativo, estimula la creatividad, facilita la planificación por fases y permite una evaluación continua a través de entregas parciales (Martín, 2020). De este modo, se favorece que los estudiantes gestionen activamente su proceso de aprendizaje, desarrollando autonomía y pensamiento crítico.

El enfoque se aplicó de forma transversal en un proyecto académico dividido en cuatro etapas, siendo la segunda —el desarrollo del programa de branding— el núcleo metodológico y eje de esta investigación. En esta fase los estudiantes desarrollaron un sistema de identidad para una marca original, transformando insumos estratégicos como el nombre, la personalidad, la propuesta de valor, el tono narrativo y el posicionamiento en recursos visuales coherentes y funcionales.

El proceso se estructuró mediante un marco híbrido de trabajo ágil, integrando tres enfoques principales: Scrum, Kanban y Design Thinking. La siguiente tabla sintetiza su aplicación específica en el aula y su contribución al desarrollo del programa de branding (Tabla 2).

Metodología	Propósito principal	Aplicación en el proyecto
Scrum	Organización del trabajo en ciclos iterativos (<i>sprints</i>)	Se usó para estructurar el flujo semanal del proyecto. Las reuniones breves de planeación y revisión permitieron detectar obstáculos y distribuir tareas
Kanban	Visualización del estado de avance	Se emplearon tableros físicos y digitales con tareas clasificadas en “por hacer”, “en curso” y “terminadas”, lo que facilitó una gestión colaborativa
Design Thinking	Resolución creativa centrada en el usuario	Sirvió como marco metodológico para las fases de ideación y prototipado, promoviendo la empatía con el usuario y la validación continua de las soluciones

Tabla 2. Aplicación de metodologías ágiles en el desarrollo del programa de branding

En esta misma fase las soluciones identitarias se desarrollaron de forma iterativa y fueron validadas mediante retroalimentación continua, tanto del docente como de los compañeros que asumieron el rol de usuarios simulados. Asimismo, se produjeron versiones sucesivas de marcas gráficas, paletas cromáticas, tipografías y aplicaciones clave, las cuales se ajustaban en función de los hallazgos obtenidos en cada ciclo de revisión.

Esta etapa también contempló actividades complementarias orientadas a fortalecer el aprendizaje activo, entre ellas sesiones de ideación y prototipado desarrolladas en un entorno distinto al aula habitual. Estas dinámicas fomentaron la colaboración, la creatividad y la aplicación práctica de los principios ágiles en un contexto más flexible y participativo. Además, sentó las bases para la fase de promoción y difusión (etapa 3), al proporcionar insumos clave para definir los mensajes, los recursos visuales y el enfoque narrativo de la campaña. De este modo, el trabajo de branding no solo consolidó la identidad; también facilitó una comunicación alineada con los objetivos del proyecto, siendo revisados y validados en una cuarta etapa.

Fases del proyecto	Actividades realizadas	Aplicación de metodologías ágiles
Preparación	Preparación en metodologías ágiles, con énfasis en los principios de Scrum, Kanban y Design Thinking	Organización del trabajo en ciclos iterativos (<i>sprints</i>), la visualización de tareas mediante tablero
Fase 1	Investigación y definición del proyecto	Colaboración interdisciplinaria, empatía con el usuario y validación temprana de soluciones
Fase 2	Desarrollo de programa de branding	Marco híbrido de trabajo ágil, integrando tres enfoques principales: Scrum, Kanban y Design Thinking, explicado en Tabla 2
Fase 3	Estrategias de promoción y difusión	
Fase 4	Revisión y validación final de proyecto	

Tabla 3. Desarrollo de fases

Lo anterior encuentra respaldo en diversos estudios que han documentado los beneficios pedagógicos del enfoque ágil en contextos creativos. Esta afirmación se alinea con la experiencia metodológica vivida en el aula, al consolidar el trabajo en equipo, la mejora continua y la validación temprana como pilares del proceso formativo (Tabla 3). Como lo señalan investigaciones previas, “la implementación de SCRUM no solo mejora las competencias académicas, sino que también potencia el desarrollo integral de los estudiantes al crear un entorno donde la colaboración y el aprendizaje activo son pilares fundamentales” (Kuz et al., 2018; Martínez et al., 2024, como se citó en Haro et al., 2025, p. 14).

Resultados

Proceso de creación de un proyecto de branding, a través de nuevas metodologías creativas

Fase 1. Investigación y definición del proyecto. Para iniciar con el proyecto, cuya idea principal era crear un campamento creativo para jóvenes, se realizó una investigación para empatizar con la audiencia, utilizando tres técnicas de recolección de datos: entrevistas, grupo focal y formulario virtual. Se involucraron un total de 50 personas que respondieron a dicha investigación, aportando información clave al proyecto.

Las entrevistas estuvieron conformadas de 15 preguntas enfocadas en conocer el tipo de actividades que el mercado meta prefería; así como sus opiniones sobre el alojamiento,

alimentación, transporte y el diseño del campamento en general. Las preferencias del mercado meta se enfocaron en realizar un campamento al aire libre, cabañas compartidas como alojamiento, talleres artísticos, dinámicas para socializar con las personas y un ambiente colorido.

El grupo focal se realizó a partir de un guion de 20 preguntas, elaboradas con base en los datos obtenidos en las entrevistas. De ahí que esta actividad permitió enfocarse aún más en los intereses del público meta y optimizar la creación del proyecto. Por último, el formulario virtual estuvo compuesto de 15 preguntas, en su mayoría de escala Likert a través del cual se pudo refinar de manera ágil el proyecto.

En el formulario virtual mencionado anteriormente, al 51.4% le encantó la idea de aprender en un entorno al aire libre y a un 48.6% le pareció interesante. A un 85.7% le gustó la idea de ir a algún lugar para desarrollar sus habilidades creativas y conectar con personas. Así también a un 74.3% le pareció muy bueno desconectar del mundo digital durante el campamento, mientras que a un 25.7% le pareció moderadamente bueno. El tiempo que estuvieron dispuestos a dedicarle al campamento fue de un fin de semana (54.3%) y de una semana (20.2%).

Propuesta

Con los resultados de la investigación se realizó la propuesta inicial del campamento creativo dirigido a jóvenes mayores de 18 años que desean explorar o descubrir su lado creativo y artístico, en contacto con la naturaleza. Tiene una duración de cinco días, en el que los participantes acuden a talleres prácticos guiados por especialistas, enfocados en acuarela, acrílico, bordado, tejido y creación de velas. A su vez, en dicho campamento se busca la colaboración, el compartir ideas y el crear conexiones de manera natural entre el mercado meta (Figura 1).

<p>¿Qué?</p> <p>Campamento de verano para desarrollo de habilidades creativas y networking.</p> <p>Entre los talleres creativos, los participantes podrán experimentar con técnicas como la pintura en acuarela, cerámica y alfarería, bordado y tejido, así como la elaboración de velas artesanales.</p> <p>Las actividades de networking incluyen dinámicas para romper el hielo y juegos de presentación creativa, la creación de un mural colectivo que representa la unión de todos los participantes, y un intercambio de habilidades, en el que cada persona comparte con el grupo algo que sabe hacer.</p> <p><i>Producto/Servicio</i></p>	<p>¿Para quién?</p> <p>Para aquellos jóvenes (no exclusivo UdeG) de la ZMG que busquen explotar su creatividad, encontrar nuevos hobbies, interesados en hacer amistades, conexiones y disfrutar de la naturaleza.</p> <p>También personas con interés de generar economía mediante actividades manuales.</p> <p><i>Público</i></p>	<p>¿Por qué?</p> <p>El proyecto surge de la necesidad de un espacio donde los jóvenes desarrollen su habilidades creativas y que se encuentren con la disposición de conocer personas nuevas, a través de los talleres impartidos.</p> <p>Además con la posibilidad de emprender mediante el desarrollo de estas habilidades.</p> <p><i>Razón del origen</i></p>
<p>¿Quién(es)?</p> <p>Los creadores del campamento de verano para creativos son un equipo multidisciplinario de profesionales en diseño, estrategia y gestión de proyectos creativos, comprometidos con el desarrollo de experiencias innovadoras.</p> <p>Consideramos la posibilidad de incorporar patrocinadores como: Electrolit, Ciel, Lumen, Fantasías Miguel, entre otros.</p> <p><i>Creadores</i></p>	<p>¿Cuándo?</p> <p>Una vez al año en temporada de verano, a principios de junio, durante 10 días consecutivos.</p> <p>Los 5 talleres creativos serán programados en un itinerario y desarrollados 2 días por taller, por la tarde cada día al finalizar el taller creativo se realizarán las actividades de networking.</p> <p>Los talleres durarán 4 horas por día, con un descanso a la segunda hora de 30 minutos, las mañanas se dejará un espacio para actividades extras.</p> <p><i>Tiempo</i></p>	<p>¿Dónde?</p> <p>En el Bosque de la primavera, dentro de un área de camping, los talleres serán impartidos en cabañas dentro del bosque con una zona delimitada y áreas libres para actividades de networking y cafetería. También habrán zonas para dormir.</p> <p><i>Lugar</i></p>

Figura 1. Propuesta Global. Nota. Tomado de Documento ejecutivo, equipo Inspiro

Fase 2. Desarrollo del programa de branding. Con la creación de la propuesta, surge también el nombre del Campamento Creativo, el cual se denominó Inspiro. Este busca reflejar el equilibrio entre creatividad, conexión y bienestar, ofreciendo un espacio para salir de la rutina y potenciar la creatividad en un ambiente natural e inspirador.



Figura 2. Bocetos y logotipo de Inspiro. Nota. Tomado de Documento ejecutivo, equipo Inspiro

A partir de ello inicia el proceso de bocetaje del logotipo, llegando a su solución final con una tipografía a modo de *lettering*, de trazos libres y caracteres coloridos reflejando el aspecto creativo del campamento (Figura 2). El sistema de identificación visual de Inspiro Campamento Creativo no solo destaca por su atractivo y coherencia comunicativa, sino también por haber sido el resultado de un proceso de diseño guiado por metodologías ágiles.

Esta forma de trabajo permitió a los equipos integrar organización, creatividad y mejora continua, lo que se reflejó en un resultado final sólido y ejecutado de manera profesional.

Comenzando por su marca gráfica, el logotipo se desarrolló como una composición dinámica, variada y expresiva, que comunica diversidad, movimiento y un espíritu lúdico. La flexibilidad del método ágil permitió probar distintas versiones hasta alcanzar una solución que representara con claridad la personalidad y el propósito de la marca. Su paleta cromática, amplia y vibrante, se consolidó a lo largo del proceso a través de evaluaciones continuas e iterativas. Este enfoque favoreció una identidad emocionalmente potente, accesible y adaptable a distintos formatos y soportes, sin comprometer la coherencia visual del sistema. Los gráficos auxiliares y los patrones enriquecieron el lenguaje visual del proyecto y le dieron versatilidad. Estos recursos fueron construidos y validados a lo largo del proceso, como parte del sistema de identidad, y funcionaron como elementos clave en la diferenciación de la marca.

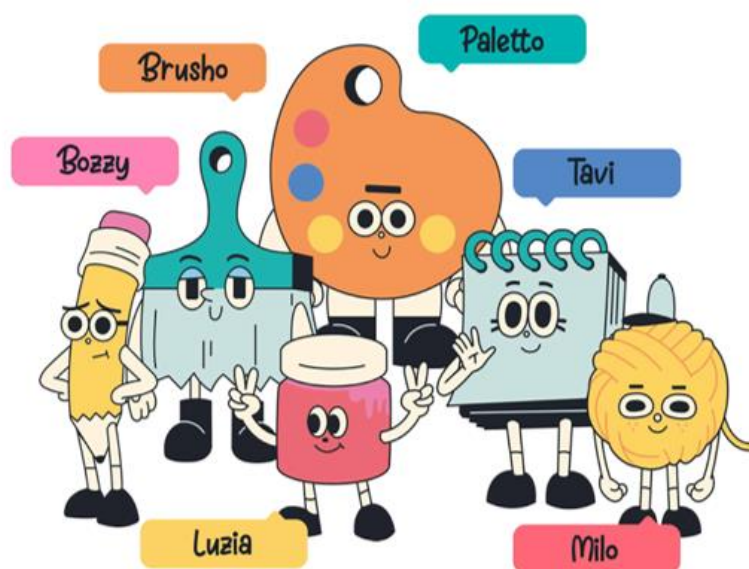


Figura 3. Diseño de personajes de Inspiro. Nota. Tomado de Documento ejecutivo, equipo Inspiro

Un aspecto distintivo del proyecto fue la creación de personajes inspirados en herramientas creativas. Estos elementos aportaron cercanía, originalidad y un potencial narrativo valioso para comunicar los valores del campamento. Su diseño fue posible gracias a una integración fluida de ideas, roles definidos y una planificación progresiva que permitió madurar visualmente cada propuesta (Figura 3).



Figura 4. Aplicaciones en artículos promocionales de Inspiro. Nota. Tomado de Documento ejecutivo, equipo Inspiro

En esta fase, además de la creación del sistema de identidad visual, se desarrollaron sus aplicaciones en diversos puntos de contacto como señalética y productos promocionales – tote bags, sudaderas, tazas, libretas, pines y prendas de vestir –, consolidando una propuesta gráfica con carácter profesional (Figura 4). También se realizaron estimaciones de costos y presupuestos detallados para espacios, materiales de talleres, servicios sanitarios, pago a talleristas, personal de apoyo y primeros auxilios.

La organización y el seguimiento estructurado del proyecto permitieron una ejecución precisa en cada pieza, asegurando que los objetos promocionales no solo reforzaran la visibilidad y recordación de la marca, sino que funcionaran como extensiones tangibles de la experiencia del campamento. Esto contribuyó a reforzar la experiencia de marca, permitiendo que su mensaje trascendiera el contexto inmediato del campamento.

Fase 3. Estrategias de promoción y difusión. Aquí se desarrolló el plan de difusión, en el que se desarrolló una estrategia digital para redes sociales; así como impresos por medio de carteles y espectaculares. Para llegar a esto se desarrollaron objetivos, creación del mensaje y la selección de los canales de comunicación, los cuales fueron Instagram, TikTok, Facebook, página web y medios impresos (Figura 5).

La coherencia en la presencia en línea –incluyendo redes sociales y sitio web– demostró la efectividad del sistema. Las decisiones visuales tomadas desde etapas tempranas se reflejaron en una comunicación digital clara, atractiva y unificada, fortaleciendo el vínculo con la audiencia en todos los puntos de contacto.

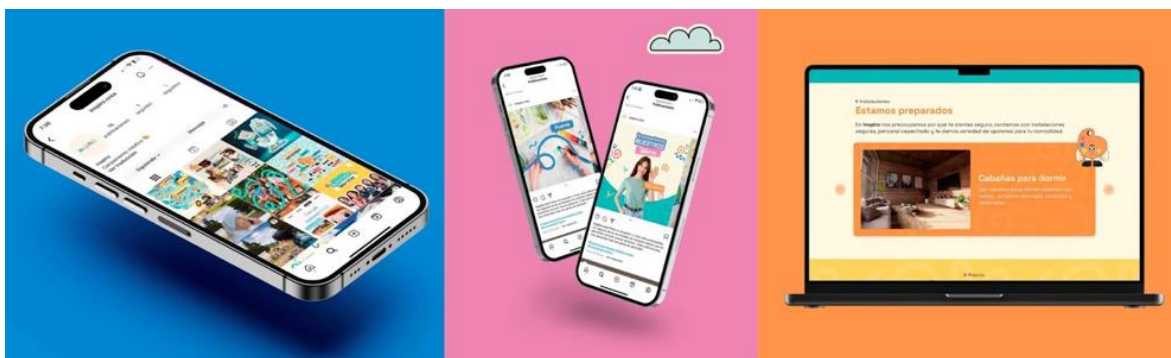


Figura 5. Estrategia de promoción y difusión de Inspiro. Nota. Tomado de Documento ejecutivo, equipo Inspiro

Fase 4. Revisión y validación del proyecto. En esta fase se realiza una revisión y validación final del proyecto, para lograr que se encuentre alineado a los objetivos principales del mismo y, con ello, garantizar un resultado óptimo, una excelente calidad de entrega y presentación.

Además, esta cuarta fase se alinea con las metodologías ágiles aplicadas, al concluir con un repaso final en el tablero Kanban, los ciclos iterativos de revisión en Scrum y la validación continua de soluciones de Design Thinking. Esto permitió una gestión del proyecto de una manera organizada, colaborativa, profesional, siendo una actividad de gran aprendizaje para los estudiantes, que no solo se centraron en terminar un proyecto, sino de tomar un tiempo para su evaluación y funcionalidad, con base en la investigación, fundamentación y objetivos planteados.

En síntesis, el programa visual de Inspiro logró materializar una marca integral, coherente y memorable. El enfoque ágil potenció la calidad del diseño, así como la experiencia de construcción colectiva, permitiendo que cada elemento gráfico reflejara con autenticidad el espíritu creativo del proyecto.

Percepción e impacto en los estudiantes acerca de la aplicación de nuevas metodologías creativas en la realización de proyectos de branding

La metodología de la presente investigación tiene un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo. Está basada en entrevistas semiestructuradas, así como en tres cuestionarios compuestos por siete preguntas cada uno, principalmente de respuesta abierta, además de tres reactivos con escala lineal. Esta combinación metodológica permitió explorar tanto las

percepciones profundas de los participantes, como medir ciertos indicadores de manera estructurada.

Resultados cuantitativos

Los formularios aplicados durante el desarrollo del proyecto revelaron una alta aceptación y valoración de las metodologías ágiles por parte de los estudiantes. Uno de los primeros indicadores analizó el grado de familiaridad previa con este tipo de marcos de trabajo.

En la pregunta “¿Habías utilizado antes alguna metodología ágil?”, un 60% de los estudiantes respondió afirmativamente. El 40% indicó haberlas empleado en otros proyectos escolares, mientras que un 20% las aplicó en experiencias personales y en contextos de práctica profesional (Figura 6). Sin embargo, un 40% de los participantes señaló no haberlas utilizado antes, lo cual evidencia una base de familiaridad general con el enfoque ágil. Esto demuestra que cuatro de cada diez estudiantes no han tenido experiencia previa con metodologías ágiles, reflejando un nivel importante de desconocimiento y la necesidad de reforzar su formación en este enfoque.

2. ¿Habías utilizado antes alguna metodología ágil? (por ejemplo, Scrum, Kanban, Design Sprint, etc.)

5 respuestas

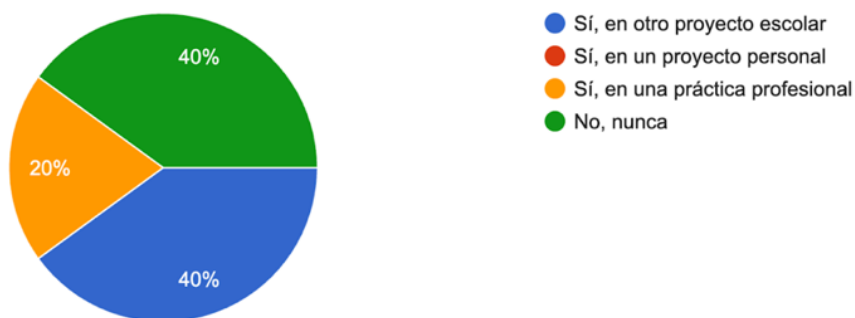


Figura 6. Experiencia previa en el uso de metodologías ágiles por parte de los estudiantes. Nota. Primer formulario aplicado al grupo de estudiantes

Adicionalmente, se les preguntó específicamente cuáles metodologías ágiles conocían antes de participar en el proyecto. Scrum y Kanban fueron las más reconocidas, con un 40% de menciones cada una. También se reportó conocimiento de Design Thinking en un 20%, mientras que metodologías como Design Sprint, Lean UX o XP (Extreme Programming) no fueron mencionadas. Un 20% señaló no conocer ninguna metodología previamente (Figura

7). Esto evidencia que el reconocimiento es parcial y concentrado en pocas opciones, lo que revela una oportunidad para ampliar y diversificar su formación en este enfoque.

3. ¿Qué metodología o metodologías conocías antes de este proyecto?

5 respuestas

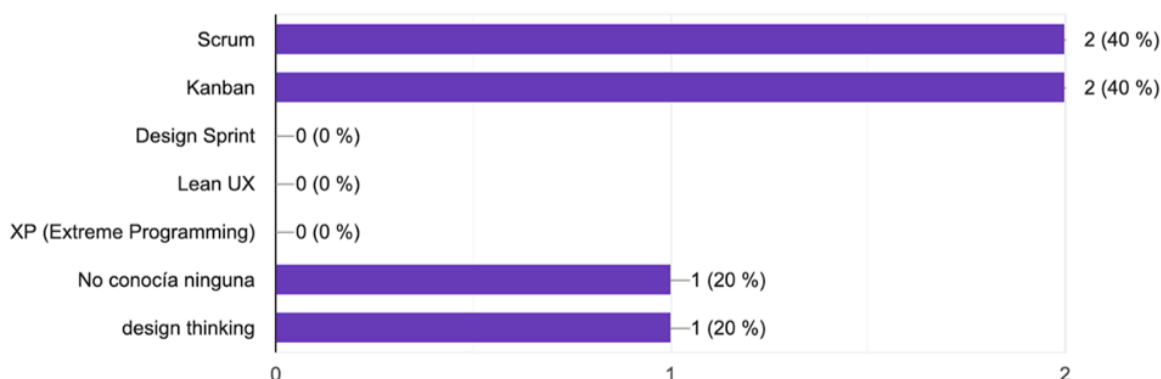


Figura 7. Metodologías ágiles conocidas antes del proyecto. Notas. Primer formulario aplicado al grupo de estudiantes

Al inicio del proyecto el 80% de los estudiantes calificó con 4 y el 20% con 5 la posibilidad de aplicar metodologías ágiles a proyectos de marca, en una escala del 1 al 5, en donde 1 es la posibilidad más baja y 5 la más alta (Figura 8). Esto refleja una alta expectativa sobre su utilidad en contextos creativos.

6. En una escala del 1 al 5, ¿qué tanto creías que las metodologías ágiles podían aplicarse a un proyecto de marca?

5 respuestas

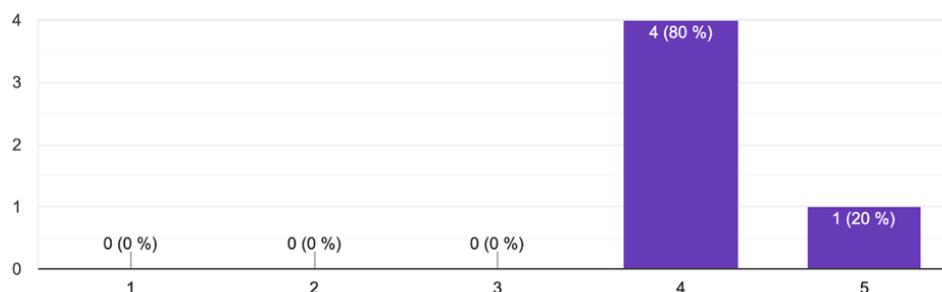


Figura 8. Expectativa sobre la aplicabilidad de metodologías ágiles en branding. Nota. Primer formulario aplicado al grupo de estudiantes

Para la implementación de la metodología ágil se recurrió principalmente al uso de herramientas digitales colaborativas. Trello fue la más utilizada por el total del equipo (100%), debido a su funcionalidad para centralizar tareas, gestionar el backlog y facilitar la colaboración entre los diferentes roles del equipo, como desarrolladores, product managers

y scrum masters, en cada fase del proyecto (Trello Engineering Team, s.f.). Este recurso digital resultó clave para adaptar los principios de Scrum al entorno académico, al permitir una visualización clara del avance de cada fase del proyecto. Otras herramientas complementarias incluyeron hojas de cálculo, documentos compartidos y reuniones diarias, empleadas por entre el 75% y el 50% de los participantes. En contraste, plataformas como Notion, Figma o Miro no fueron utilizadas, lo cual refleja una preferencia por recursos más conocidos o de uso intuitivo para los estudiantes involucrados (Figura 9).

3. ¿Qué herramientas o recursos digitales utilizaron para implementar la metodología (por ejemplo, tableros, cronogramas, reuniones de seguimiento)?

4 respuestas

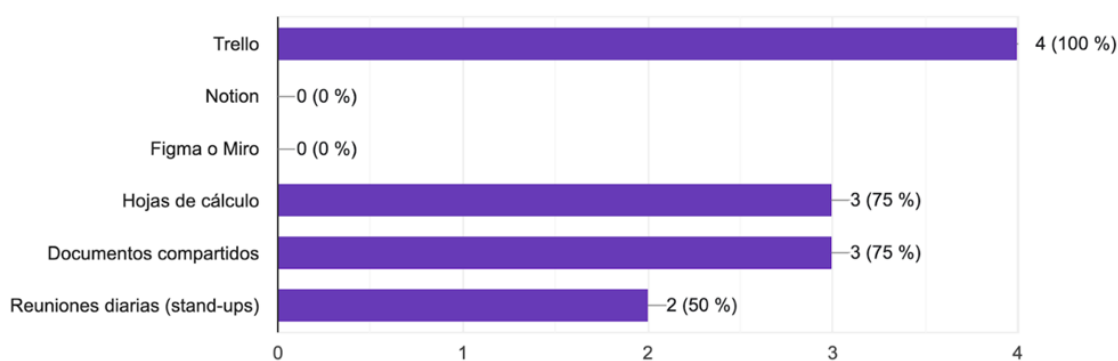


Figura 9. Herramientas digitales empleadas en la implementación de la metodología. Nota. Segundo formulario aplicado al grupo de estudiantes

Ante la pregunta sobre si recomendarían el uso de metodologías ágiles en futuros proyectos, el 100% del grupo otorgó la máxima calificación (5/5), lo que refleja una aceptación total y una valoración positiva de su utilidad (Figura 10).

7. En una escala del 1 al 5, ¿qué tan efectivo fue el uso de la metodología en esta etapa del proyecto?

4 respuestas

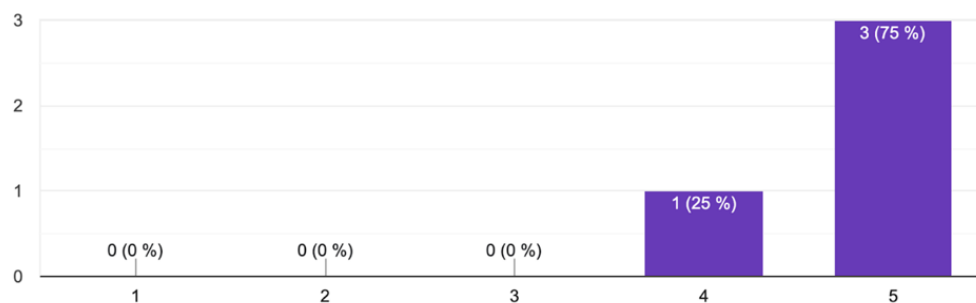


Figura 10. Recomendación de uso futuro de metodologías ágiles. Nota. Segundo formulario aplicado al grupo de estudiantes

Finalmente, el 100% de los estudiantes calificó con la máxima puntuación (5/5) la recomendación de utilizar metodologías ágiles en futuros proyectos de branding. Esto evidencia una aceptación total y sostenida de estas metodologías (Figura 11).

7. En una escala del 1 al 5, ¿qué tan recomendable consideras usar metodologías ágiles en futuros proyectos de branding?

4 respuestas

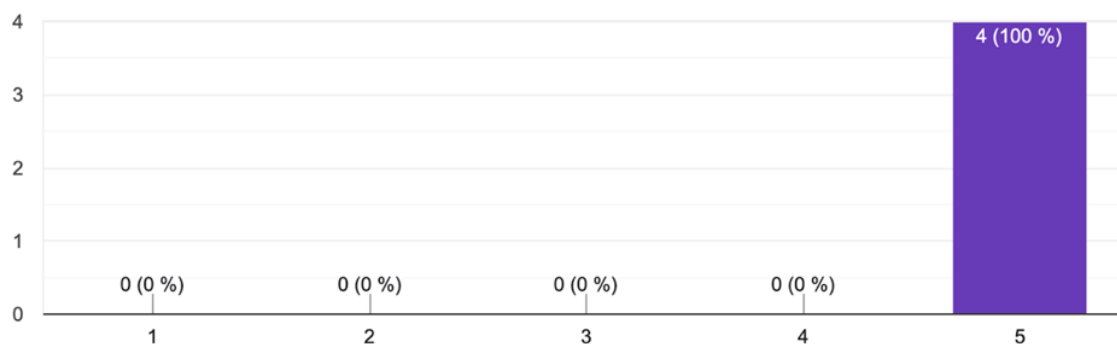


Figura 11. Nivel de recomendación para aplicar metodologías ágiles en futuros proyectos. Nota. Tercer formulario aplicado al grupo de estudiantes

Resultados cualitativos

Además de los datos cuantitativos, el análisis de los testimonios permitió identificar percepciones más profundas sobre la experiencia vivida por los estudiantes. Ofrecieron una mirada integral al proceso de aprendizaje, destacando no solo los logros alcanzados, sino también los retos enfrentados y las transformaciones personales derivadas de la aplicación de metodologías ágiles en un entorno académico creativo. Así, los relatos de los participantes permitieron identificar cinco categorías clave que reflejan los aprendizajes alcanzados.

Aprendizaje significativo

Los participantes reconocen que el uso de metodologías ágiles no solo facilitó la comprensión de procesos técnicos de branding; también desarrolló habilidades blandas como la comunicación efectiva, la gestión emocional y la autonomía en el trabajo. Como lo expresa el siguiente comentario, resultado de una entrevista. Esta reflexión evidencia cómo la experiencia fue formativa en múltiples niveles, integrando conocimiento práctico con aprendizajes personales y colaborativos:

Lo que aprendí con las metodologías ágiles es que una buena organización no limita la creatividad, sino que la hace fluir mejor, además, la comunicación constante que promueven ayuda a que el equipo avance sin confusiones y se puedan resolver los problemas mucho más rápido.

Organización y claridad de tareas

El uso de tableros Kanban y la estructura de Scrum permitieron visualizar el avance de forma clara y ordenada a lo largo de cada etapa del proyecto. Esta organización ayudó a distribuir mejor las responsabilidades, reducir la carga de trabajo individual y facilitar la coordinación entre los miembros del equipo. “Tener las tareas divididas y visibles nos permitió avanzar poco a poco, sin abrumarnos”, expresó uno de los participantes. Además, contar con un sistema visual permitió detectar cuellos de botella, ajustar tiempos y evitar la duplicación de esfuerzos. En conjunto, esta claridad operativa no solo mejoró el flujo de trabajo, sino que también generó un ambiente más estructurado, participativo y enfocado en resultados.

Mejora en la colaboración

Las herramientas de la agilidad fomentaron dinámicas de trabajo equitativas y participativas. Se observó una cultura horizontal de trabajo, fortalecida por la retroalimentación constante entre pares y el respeto a los tiempos y funciones asignadas. Así lo evidencia este comentario: “Trabajar con las metodologías ágiles nos ayudó a tener una base más clara para organizarnos y saber qué estaba haciendo cada uno (...). Sentíamos más confianza para compartir ideas, hacer ajustes y apoyarnos cuando era necesario”. Esta apreciación refuerza la idea de que las metodologías ágiles, además de mejorar la eficiencia, también lo hacen con la calidad de las relaciones y la cohesión del equipo.

Impacto en la calidad del resultado final

El enfoque iterativo permitió realizar ajustes progresivos, lo que se tradujo en una mejora sustancial en la calidad del *naming*, la identidad visual y los recursos promocionales. El diseño del campamento Inspiro fue considerado por el equipo como el resultado de una metodología que no solo respetó la creatividad, sino que la potenció en cada fase. El siguiente testimonio confirma que el trabajo ágil favoreció el desarrollo coherente y refinado de los

elementos esenciales de una marca, permitiendo iterar con sentido estratégico y fortalecer la propuesta creativa desde sus cimientos:

Considero que la metodología tuvo un impacto muy positivo en la calidad de todo lo que hicimos –concluye un participante–, desde el naming hasta la identidad visual completa. Al trabajar por etapas y con revisiones constantes, pudimos detectar a tiempo qué funcionaba y qué no, lo que nos permitió hacer ajustes sin esperarnos hasta el final.

Dificultades iniciales y adaptabilidad

Varios estudiantes comentaron que, aunque al inicio fue difícil adaptarse, con el tiempo la comunicación mejoró y la coordinación del equipo se fortaleció gracias a las reuniones y al uso de tableros. Esta percepción da cuenta de los retos iniciales en la distribución de roles y comprensión del enfoque ágil. La práctica constante y la apertura al diálogo permitieron consolidar una dinámica de trabajo más efectiva, flexible y colaborativa.

En conjunto, los hallazgos confirman que la aplicación de metodologías ágiles benefició el desarrollo técnico del proyecto y, a su vez, fortaleció la autogestión, el compromiso y la colaboración dentro del equipo. La experiencia no estuvo exenta de desafíos, pero permitió a los estudiantes apropiarse de un modelo de trabajo flexible, escalable y alineado con los contextos profesionales actuales.

Conclusiones

En el marco de la estrategia pedagógica implementada, basada en metodologías ágiles, se obtuvieron resultados que evidencian el impacto de estas herramientas en el proceso formativo de los estudiantes. Desde el inicio del proceso se desarrollaron actividades que fueron gestionadas a través de dichas metodologías las cuales permitieron sentar las bases de un proyecto con resultados óptimos.

Conforme cada una de las fases se fueron llevando a cabo, las metodologías ágiles se convirtieron en herramientas fundamentales de organización, como en la fase de investigación en donde existió la colaboración interdisciplinaria, la empatía con el usuario y la validación temprana de soluciones. Asimismo, en la fase de desarrollo de programa de branding en donde a partir de Scrum se estructuró el flujo semanal del proyecto, se realizaron

reuniones breves de planeación y de revisión que permitieron detectar obstáculos y distribuir tareas. Por otro lado con Kanban se construyeron tableros físicos y digitales con tareas clasificadas en “por hacer”, “en curso” y “terminadas”, facilitando una gestión colaborativa; y Design Thinking permitió la organización de las etapas desde el marco metodológico para las fases de ideación y prototipado, la empatía con el usuario y la validación continua de las soluciones.

Estas herramientas son ágiles, elementos fundamentales también para la fase de desarrollo de estrategias de promoción y difusión; así como la fase de revisión y validación, como un proceso fundamental en la gestión y administración de proyectos, enfocado en la mejora continua y la potenciación de la calidad. Además, a través de encuestas en línea y formularios, se recabó información relevante en torno a tres dimensiones clave: el proceso de creación, la percepción estudiantil y la efectividad metodológica. Tanto cuantitativa como cualitativamente lo anterior permite comprender con mayor amplitud cómo el enfoque ágil potencia el aprendizaje en contextos de diseño estratégico.

En síntesis, la experiencia permitió constatar que la incorporación de metodologías ágiles no solo optimiza el desarrollo de proyectos de branding; también transforma positivamente el proceso de enseñanza-aprendizaje. Su aplicación favorece una mayor autonomía del estudiante, fortalece el trabajo colaborativo y promueve una actitud reflexiva frente a los retos propios del entorno profesional. Lejos de ser una tendencia pasajera, estas metodologías representan una alternativa pertinente y efectiva para enriquecer la formación en diseño estratégico, al conectar las dinámicas del aula con las exigencias reales del ejercicio profesional contemporáneo.

Referencias

- Aguayo, D., Amezcua, A., García, A., Lozano, H. y Trejo, N. (2025). *Documento ejecutivo equipo inspiro. Asignatura diseño estratégico*. Universidad de Guadalajara.
- Cañizares, C., Moreno, G. y Vega, K. (2023). El diseño como mediación comunicativa para el desarrollo de proyectos gráficos colaborativos. *Revista Científica y Tecnológica VICTEC*, 4(7), 152-167.
- Cid, J. y Rodríguez, J. (2023). Metodologías ágiles en la educación del diseño gráfico con compromiso social emergente. En E. Serna (Ed.), *Ciencia transdisciplinar en la nueva era* (2ª ed., pp. 349-364). Editorial Instituto Antioqueño de Investigación.
- Coya, L., Valenzuela, M. y Echeverría, A. (2025). Aprendizaje basado proyecto para fortalecer el pensamiento creativo estudiantil en el módulo de diseño gráfico. *Revista G-ner@ndo*, 6(1), 3549-3572.
- Haro, H., Cárdenas, K., Córdor, B. y Yepez, G. (2025). Enfoque de aprendizaje colaborativo a través de SCRUM: Implementación de enseñanza en Eduplanet. *Revista Social Fronteriza*, 5(1). [https://doi.org/10.59814/resofro.2025.5\(1\)599](https://doi.org/10.59814/resofro.2025.5(1)599)
- Immune Technology Institute. (2023, septiembre 13). *Características del design sprint, ¿para qué sirve?* <https://immune.institute/blog/design-sprint/>
- Lasa, C., Álvarez, A. y de las Heras, R. (2018). *Métodos ágiles: Scrum, Kanban, Lean*. Anaya Multimedia.
- Llerena, M. (2022). *Diseño de metodología ágil scrum para la productividad del sector textil artesanal en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua* [Tesis de Maestría, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8942a977-5990-4607-a03f-97b4e911852e/content>
- Martín, S. (2020) Aplicació de les metodologies àgils al procés d'ensenyament-aprenentatge universitari. *Revista d'Innovació Docent Universitària*, (12), 62-73. <http://revistes.ub.edu/index.php/RIDU>
- Morales, A. y González, E. (2021). Interdisciplinariedad en la formación universitaria del diseño gráfico: entre la teoría y la práctica. *Educación*, 30(58), 228-249. <https://doi.org/10.18800/educacion.202101.011>

- Salza, P., Musmarra, P. & Ferrucci, F. (2019). Agile Methodologies in Education: A Review. En D. Parsons y K. MacCallum (Eds.), *Agile and Lean Concepts for Teaching and Learning* (pp. 25-45). Springer.
- Trello Engineering Team. (s. f.). *Trello Agile Sprint Board Template* [Plantilla]. <https://trello.com/templates/engineering/trello-agile-sprint-board-template-ZqN99gGN>