

TRABAJO DE GRADO

Opción Práctica y Pasantía.

Creando Contenido Visual con Identidad para la Iglesia MDS

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Diseño.

Profesional en Diseño Gráfico.

Manuela Manrique González

Tutora: Billy Johanna Osorio Ríos

Pasantía en Opción Proyección Social

Montenegro, Quindío

2025

El trabajo de grado “**Creando contenido visual con identidad para la iglesia MDS**” es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del trabajo de grado está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país. Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

AUTORES

Manuela Manrique González

manuela.manrique.3612@miremington.edu.co

https://scienti.minciencias.gov.co/cv/lac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002237329

Nota: el(los) autor(es) certificó(aron) (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró el único responsable.

TUTORÍA

Billy Johanna Osorio Ríos

Docente

billy.osorio@uniremington.edu.co

Agradecimientos

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a todas las personas que hicieron posible este proyecto.

Primero, a Dios, que fue mi fuente de fortaleza y sabiduría durante todo este proceso para poder llevarlo a cabo de la mejor manera posible, aun en momentos de adversidad.

A mi familia, mi centro y apoyo en cada momento. Gracias por su amor, paciencia y ánimo, por acompañarme en cada logro y por confiar plenamente en mí, más de lo que yo misma lo hacía.

A mi tutora, por su orientación y compromiso. Su acompañamiento fue fundamental para el desarrollo de este proyecto.

Y, por último, pero no menos importante, a la Iglesia MDS, por darme la oportunidad de realizar mi pasantía, donde pude poner en práctica mis conocimientos y aportar algo positivo a través de lo que hago y crecer tanto en lo profesional como en lo personal.

Gracias a todos ustedes por ser parte de esta etapa de aprendizaje, crecimiento y gratitud.

Tabla de Contenidos

Tabla de Tablas	6
Tabla de Figuras.....	7
Resumen.....	8
Problemática abordada en la práctica o pasantía	10
Objetivos	12
Objetivo General	12
Objetivos Específicos.....	12
Metodología	13
Línea de investigación	14
Alcance	15
Tipo de pasantía	17
Grupos de interés	18
Presentación de resultados	19
Cronograma.....	21
Resultados.	23
Manual de identidad.....	23
Piezas gráficas.....	26
Contenido multimedia.....	29
Material de apoyo educativo	31
Organización redes sociales	34
Informe Final	36
Encuestas.....	39

	5
Video evaluativo	48
Conclusiones	49
Fortalezas	49
Logros	50
Oportunidades	51
Retos (Dificultades)	52
Referencias.....	53
Anexos	55

Tabla de Tablas

Tabla 1. Cronograma Mes 1.....	21
Tabla 2. Cronograma Mes 2.....	22
Tabla 3. Cronograma Mes 3.....	22
Tabla 4. Edad	39
Tabla 5. Género.....	40
Tabla 6. Frecuencia de uso redes sociales.....	40
Tabla 7. Dispositivo utilizado	41
Tabla 8. Contenido de preferencia	41
Tabla 9. Frecuencia de interacción	42
Tabla 10. Mejoras de la imagen y comunicación.....	42
Tabla 11. Contenido.....	43
Tabla 12. Mejoras	43
Tabla 13. Calificación del trabajo	44
Tabla 14. Identidad visual de las piezas.....	44
Tabla 15. Calidad estética	45
Tabla 16. Percepción.....	45
Tabla 17. Comunicación y disposición.....	46
Tabla 18. Acompañamiento	46
Tabla 19. Recomendación.....	47
Tabla 20. Sugerencias adicionales	47

Tabla de Figuras

Figura 1. Manual de Identidad.....	24
Figura 2. Manual de identidad	24
Figura 3. Manual de identidad	25
Figura 4. Piezas gráficas	27
Figura 5. Piezas gráficas	28
Figura 6. Piezas gráficas	28
Figura 7. Contenido multimedia	29
Figura 8. Contenido multimedia	30
Figura 9. Contenido multimedia	31
Figura 10. Material de apoyo educativo	32
Figura 11. Material de apoyo educativo	33
Figura 12. Material de apoyo educativo	33
Figura 13. Organización redes sociales	34
Figura 14. Organización redes sociales	35
Figura 15. Organización redes sociales	36
Figura 16. Informe final.....	37
Figura 17. Informe final.....	38
Figura 18. Informe final.....	38
Figura 19. Video evaluativo.....	48

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo principal construir una identidad visual sólida para la iglesia MDS, organización ubicada en el municipio de Montenegro, Quindío. Esto se busca alcanzar a través de la creación de un manual de identidad visual que sirva como guía para la elaboración de contenido digital de calidad, con un hilo conductor que permita establecer una relación sólida con su público joven principalmente, y a su vez, contribuya a cambios sociales positivos.

Para el desarrollo de este proyecto se empleó una metodología de enfoque cualitativo que permitió recolectar información, reconocer la problemática y encontrar soluciones, haciendo partícipe a la comunidad de MDS. De igual manera, se orientó bajo el método Investigación–Acción, el cual facilitó conocer distintos puntos de vista y posibles soluciones que incluyeran a la comunidad. Durante la pasantía se realizaron distintas reuniones virtuales y presenciales con el equipo de trabajo y representante legal de la organización, siguiendo una línea de investigación de cultura visual que permitió analizar lo que se deseaba transmitir, así como las debilidades y fortalezas a la hora de crear su contenido digital, y determinar cómo se iba a dar solución a esta problemática. Como resultado, se diseñaron diversos productos como, un manual de identidad, piezas gráficas, contenido multimedia, material de apoyo educativo y la organización de redes sociales.

Al finalizar este proyecto se busca generar cambios positivos que fortalezcan la comunicación de MDS con su público joven, el manejo eficiente de su imagen e identidad visual mediante el uso adecuado de cada producto que se creó como herramienta para el desarrollo de su contenido digital y educativo y así contribuir al crecimiento de la organización con lo que se logró durante el proyecto para que los cambios positivos continúen y beneficien a su comunidad.

Palabras clave

Identidad, Comunidad, Imagen, Diseñar, Comunicar.

Abstract

The main objective of this project is to build a solid visual identity for the MDS Church, an organization located in the municipality of Montenegro, Quindío. This goal is pursued through the creation of a visual identity manual that serves as a guide for the development of high-quality digital content, providing a consistent visual narrative that helps establish a strong relationship primarily with its young audience, while also contributing to positive social change.

For the development of this project, a qualitative approach methodology was employed, which allowed for the collection of information, identification of the main issues, and formulation of solutions with the active participation of the MDS community. Likewise, the project was guided by the Action Research method, which facilitated understanding different perspectives and possible solutions that involved the community.

During the internship, various virtual and in-person meetings were held with the organization's work team and legal representative, following a line of research based on visual culture. This made it possible to analyze what the organization wanted to convey, as well as its strengths and weaknesses in creating digital content, and to determine how to address these challenges. As a result, several products were designed, including a visual identity manual, graphic pieces, multimedia content, educational support materials, and the organization of social media.

At the end of this project, it seeks to generate positive changes that strengthen MDS's communication with its young audience, improve the efficient management of its image and visual identity through the proper use of each product created as a tool for the development of its digital and educational content, and contribute to the growth of the organization by ensuring that the positive changes achieved during the project continue and benefit its community.

Keywords

Identity, Community, Image, Design, Communication.

Problemática abordada en la práctica o pasantía

La Iglesia Monte de Sion es una congregación cristiana ubicada en el barrio Villa Claudia del municipio de Montenegro, Quindío, la cual fue fundada en el año 2000. Su principal objetivo no es solo llevar el mensaje de amor de Dios, sino también su labor social y educativa, generando espacios de transformación a la población que los rodea. En este caso en particular, el público objetivo son los habitantes de entre 15 y 30 años que habitan los barrios Tomas Cipriano, El Centenario y La Soledad, los cuales colindan con la ubicación de la iglesia que se encuentra a las afueras del municipio.

Una de las estrategias que la iglesia ha buscado implementar a lo largo del tiempo es el uso de las redes sociales como medio para compartir su mensaje y generar un mayor impacto en su audiencia principal, la cual constituye el grupo etario con mayor presencia en estas plataformas digitales. Frente al tema, " Los jóvenes de 15 a 30 años son el grupo de edad más activo de los usuarios de redes sociales. Son hiperconectados, usan múltiples plataformas regularmente y son activos en comunidades en línea. " (Quiroz, C.D et al., 2023, p. 9).

El trabajo comunicativo de la Iglesia se ha centrado principalmente en dos plataformas: Facebook e Instagram, siendo Facebook la más utilizada debido a su capacidad para fomentar la interacción entre amigos y familiares, compartir contenido de valor, y fortalecer el vínculo entre la comunidad y los principios que la Iglesia busca enseñar. Sin embargo, estas carecen de un hilo conductor, ya que sus publicaciones no tienen una identidad visual definida, lo que hace que sus fotografías, colores, tipografías y diseño no tengan relación entre sí, causando que el reconocimiento y recordación de la Iglesia no sea el esperado.

Por otra parte, en Instagram su actividad ha sido poco eficiente, ya que no han sabido aprovechar las ventajas de esta red social, la cual atrae a usuarios con el contenido visual y las

historias efímeras, pudiendo mostrar así en tiempo real la labor que realizan, llamando así la atención del público joven, el cual hace constante uso de esta plataforma. Según Revankar, S. (2025), " El 70% de las historias de Instagram son vistas por personas menores de 24 años " (párr. 4).

Al haber analizado la situación de la Iglesia, pude evidenciar que los principales problemas que tienen en la organización son el desconocimiento y la inexistencia de una identidad corporativa que les brinde unas herramientas y pautas para crear contenido no solo de calidad, sino también con personalidad, que permita a su público identificarlos con facilidad, fortaleciendo así la relación entre Iglesia y Comunidad, y que, en base a esto, puedan impactar, transformar y llevar su mensaje de una manera eficaz.

A partir de esta realidad, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo puede contribuir el diseño gráfico a la creación de una identidad visual sólida para la Iglesia MDS, con el fin de mejorar su contenido digital, logrando acercarse a su público joven a través del uso de redes sociales y crear con este un vínculo duradero?

Es necesario iniciar un proceso de construcción de identidad visual mediante la elaboración de un manual que contenga los lineamientos fundamentales para proyectar una imagen clara, coherente y reconocible. Este recurso debe servir como guía para el equipo de trabajo en la creación de contenido visual destinado a las redes sociales, contribuyendo al fortalecimiento de la identidad corporativa y facilitando la creación de una imagen contundente y con recordación en su comunidad. Como lo afirma Capriotti (2009), la imagen fortalece la identidad institucional y se convierte en un componente clave ante los ojos del público, generando una percepción positiva en torno a la organización.

Objetivos

Objetivo General

Construir una identidad visual sólida para la Iglesia Monte de Sion (MDS), por medio de la elaboración de un manual de identidad visual que sirva como guía para la creación de contenido digital de calidad, con el propósito de conectar con su público joven a través de una comunicación visual coherente y efectiva que permita fortalecer un vínculo duradero.

Objetivos Específicos

- Analizar qué herramientas y metodología de trabajo se usó hasta el momento para la creación de piezas gráficas y contenido visual de la Iglesia.
- Identificar las fortalezas y debilidades del material gráfico existente, planteando opciones de mejora y como desarrollarlos con pasos claros y específicos que sirvan de guía para el proceso de creación de una identidad visual sólida.
- Diseñar con base en el análisis realizado un manual de identidad visual que represente lo que es y quiere transmitir la iglesia.
- Desarrollar material que permita el mejoramiento del contenido visual a partir del uso del manual de identidad diseñado anteriormente.
- Optimizar el uso del manual de identidad para crear contenido digital de calidad de forma eficiente que refleje la identidad visual de la Iglesia MDS y el mensaje dirigido a su público joven.
- Evaluar el impacto que ha tenido el desarrollo del material publicado en las redes sociales de la Iglesia a través de una encuesta dirigida al público objetivo.

Metodología

Al desarrollar este proyecto, la metodología utilizada fue el enfoque Cualitativo, considerada la forma más acertada de recolectar información, reconocer la problemática y encontrar soluciones efectivas mediante la interacción con la comunidad de MDS. Escuchar sus propuestas, ideas, perspectivas y necesidades, fue clave para comprender lo que desean transmitir.

En coherencia con lo anterior, este proyecto fue orientado por el método Investigación-Acción, el cual permitió recolectar distintos puntos de vista e involucrar a la comunidad de MDS en la toma de decisiones.

En primer lugar, se partió con la identificación del problema o necesidad que tenía la comunidad de MDS. Se concluyó que la falta de identidad visual, conocimiento y herramientas a la hora de crear contenido audiovisual de calidad era su mayor falencia y el objetivo principal de la creación y desarrollo de este proyecto.

Para esto se realizaron entrevistas personales y videollamadas con el representante legal y el equipo de trabajo del área de comunicaciones, conformado por dos personas encargadas de diseñar, recolectar y publicar el material para redes sociales de la organización, quienes comunicaron sus principales ideas y necesidades al momento de crear su contenido y como buscaban fortalecerlo.

A partir de esto se llevó a cabo un proceso de análisis e identificación de problemática y posibles soluciones, examinando el material ya existente como base y estableciendo criterios claros que permitieran implementar medidas prácticas y eficientes, para la creación de contenido de calidad, que refleje su mensaje y les permita consolidar una identidad visual definida.

Con este conocimiento, se diseñó un manual de identidad para dar así solución a esta problemática que reuniera las características, cualidades, propósito, visión y misión de la

organización. Su implementación buscó generar piezas graficas de calidad con un mensaje claro y un hilo conductor que represente a la organización de MDS, con el que su público joven pueda sentirse identificado y atraído por su contenido, creando una relación sólida y de confianza entre la organización y su comunidad, capaz de perdurar y difundir con mayor fuerza su mensaje.

En la fase final, se reunió el equipo de trabajo para socializar el desarrollo del proyecto, su impacto hasta el momento, sus dudas e inquietudes al momento de implementar el manual de identidad en la creación de piezas gráficas. Así mismo, se aplicó una encuesta que permitió conocer estos aspectos, constituyéndose en una guía para continuar con la implementación de los cambios alcanzados, y al mismo tiempo fortalecer y mejorar las falencias encontradas en el proyecto.

Como afirman (Quecedo, R., & Castaño, C., 2002, p. 7) " En sentido amplio, puede definirse la metodología cualitativa como la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable ". Así mismo señalan que " Si reducimos las palabras y los actos a ecuaciones estadísticas, se pierde el aspecto humano. El estudio cualitativo permite conocer el aspecto personal, la vida interior, las perspectivas, creencias, conceptos..., éxitos y fracasos, la lucha moral, los esfuerzos... " (p. 8).

Línea de investigación

De acuerdo a las líneas de investigación de la Corporación Universitaria Remington, este proyecto se desarrolló bajo la línea de Cultura Visual. Esta perspectiva permitió analizar lo que deseaba transmitir la organización a través de su contenido visual, pero que a su vez, carecía de herramientas, estrategias, conocimiento e identidad al momento de crear sus piezas graficas.

Esto se pudo deducir tras varias reuniones con el equipo de trabajo de MDS y analizar el contenido que ya existía, el cual había sido creado de manera empíricamente. En este material se

nota una clara intención de transmitir un mensaje optimista para contribuir a cambios sociales positivos; sin embargo, carecía de identidad, contundencia y de un hilo conductor que caracterizara y diferenciara a la organización en redes sociales.

Por esta razón, se diseñó el manual de identidad visual para MDS, que condensa lo que significa la organización a partir de su visión y misión. La identidad que se creó, la cual los representa y diferencia de otras organizaciones, orienta la creación de piezas gráficas con sentido, coherencia e identidad. Donde se busca crear recordación en su público, una relación sólida con el mismo y reafirmar como a partir del uso del diseño gráfico como herramienta se pueden crear puentes entre las personas y el contenido visual de manera que logren identificarse, generar transformación y empatía en la sociedad.

El proyecto está enfocado en el público joven de MDS, brindándoles herramientas para afrontar de mejor manera las situaciones, retos y desafíos que les impone la vida, y les permite ser personas que aportan a la construcción de una sociedad mejor.

Alcance

El desarrollo de la pasantía tuvo como resultado un alcance descriptivo, con el cual se pudo identificar que la falta de identidad visual al momento de crear contenido audiovisual es la principal problemática de la organización, y dar solución a esta es principalmente la finalidad de este proyecto, con el cual se pretende a partir de la creación de un manual de identidad ofrecer herramientas a la comunidad de MDS para generar contenido de calidad, difundir su mensaje y atraer a un público joven.

Este proyecto estuvo compuesto por diversos productos diseñados para MDS: un manual de identidad, piezas graficas, contenido multimedia, material de apoyo educativo y la organización de redes sociales.

Para lograr todo lo anterior se realizaron distintas actividades que permitieron tener un mayor conocimiento a la hora de crear estos productos. Se tuvieron entrevistas personales y virtuales con el equipo de comunicaciones, se presentaron distintas propuestas de diseño que facilitaron avanzar hacia los resultados finales. Así mismo reuniones para socializar el proyecto, responder inquietudes, explicar el proyecto y dejar pautas claras que permitiera la implementación posterior por parte de la comunidad.

Para esto se involucró activamente al representante legal junto con el equipo de comunicaciones y a la comunidad en general, niños y mujeres, quienes participando en los videos y fotografías para las redes sociales.

Es importante aclarar que este proyecto no incluyó el manejo directo de redes sociales. Por razones de seguridad mi rol como diseñadora solo consistió en la creación de contenido digital, el cual fue entregado al equipo de comunicaciones para ser publicado. Todo el material entregado fue digital, no se manejó material impreso.

Al finalizar este proyecto se pretende generar cambios positivos que aporten a fortalecer la comunicación de la comunidad de MDS con su público joven, a través del uso eficiente de su imagen e identidad visual.

Como primer cambio se pretende dejar a MDS una identidad visual definida y sólida, con pautas claras del manejo de su imagen al momento de crear contenido, teniendo como herramienta principal el manual de identidad que se diseñó durante este proyecto.

Otro aspecto que se pretende mejorar es la comunicación con su público joven brindándoles mensajes claros que tengan un hilo conductor y permitan atraer y educar de una forma práctica y con empatía para lograr una relación sólida entre la organización y los jóvenes, contribuyendo a cambios sociales positivos.

Tipo de pasantía

Según el Acuerdo 05 de agosto 4 de 2021 de la Corporación Universitaria Remington, esta pasantía pertenece a la modalidad de Proyección Social. Esta se caracteriza por ser de tipo comunicativo y creativo, enfocándose en el diseño y la creación de contenido visual, con el objetivo principal de brindar a la organización una identidad institucional definida.

El enfoque principal de este proyecto es fortalecer la comunicación visual de la organización mediante la creación de piezas gráficas coherentes con su identidad, que permitan a su público identificar claramente el mensaje, la misión y la visión que la organización desea comunicar.

Para desarrollar este proyecto se creó un manual de identidad como herramienta principal para la elaboración de dichas piezas, con características específicas y coherencia entre ellas, permitiendo difundir con mayor eficiencia el mensaje de la iglesia MDS.

De igual manera, se analizó el contenido que anteriormente había sido creado empíricamente, así como el tipo de público al cual se deseaba llegar. Esto sirvió como complemento al momento de crear las piezas gráficas, con las cuales se busca no solo afianzar la comunicación visual de MDS con su público ya existente, sino también atraer la atención de un público más amplio.

De esta manera se contribuye establecer una comunicación con identidad definida, que permita obtener resultados eficientes y de beneficio para la comunidad de la iglesia MDS.

CORREGIDA

Según el Acuerdo 05 de agosto 4 de 2021 de la Corporación Universitaria Remington, esta pasantía es de tipo Proyección Social. En este caso, en mi papel como pasante, pude aplicar los conocimientos adquiridos durante mi carrera, enfocándome principalmente en el área de comunicación visual y diseño, creando una identidad visual coherente y definida a partir del diseño de un manual de identidad y su implementación para crear contenido digital de calidad con un mensaje claro, enfocado en llamar la atención del público joven. Esta estrategia contribuyo a fortalecer la relación con su público, y a su vez, a través del diseño gráfico se buscó aportar a cambios sociales positivos. **ANTES**

Grupos de interés

Los grupos de interés involucrados en el desarrollo del proyecto incluyen a la comunidad de MDS con la cual se busca fortalecer la comunicación entre la organización y su público objetivo. Este proyecto pretende llegar al público a través de una identidad visual definida y coherente capaz de captar su atención e impulsar una interacción constante y efectiva.

A través de la implementación de encuestas con la comunidad de MDS, se pudo identificar que en el rango de edad con mayor visualización del contenido esta entre los 45 y 65 años, predominando el género femenino. Este grupo manifestó que Facebook es su red social preferida y mostró mayor afinidad por ver videos cortos y fotografías, manteniendo una interacción frecuente y destacando en su mayoría haber percibido mejoras en el contenido visual de la iglesia.

Después del análisis de los resultados logrados en la encuesta, se puede notar que la relación e interacción con la comunidad de MDS ha mejorado.

Así mismo se reconoce la importancia de continuar con la creación de piezas gráficas coherentes que fortalezcan la comunicación visual y permitan conectar eficazmente con el público joven, objetivo fundamental de la iglesia para seguir desarrollando este proyecto. **CORREGIDA**

Los grupos de interés involucrados en el desarrollo del proyecto, incluyen al representante legal de la organización, el equipo de comunicaciones con quienes se tuvo conexión constante a través de reuniones presenciales, mensajes de WhatsApp y videollamadas, y de una manera indirecta, la comunidad que participó al momento de captar material fotográfico y videos.

Esta interacción constante y directa fue fundamental para entender sus necesidades y llevar a cabo el desarrollo de soluciones efectivas que contribuyan no solo a lograr el objetivo principal del proyecto, sino también aportar a cambios sociales positivos en la comunidad. **ANTES**

Presentación de resultados

Durante el desarrollo de esta pasantía, se evidenciaron una serie de resultados, enfocados principalmente en generar una identidad visual sólida, fortaleciendo la imagen y mensaje de la organización en redes sociales. Este proceso se basó en los siguientes pasos:

- Manual de Identidad: Guía para el manejo adecuado de la imagen corporativa

Evidencia: Documento PDF con pautas claras para el uso de la imagen corporativa.

- Piezas gráficas: Material visual diseñado para redes sociales

Evidencia: Tarjetas de uso informativo y para eventos especiales.

- Contenido multimedia: Material visual recopilado en reuniones y eventos

Evidencia: Banco de fotografías y videos.

- Presentaciones: Material visual de apoyo educativo para eventos y reuniones

Evidencia: Diapositivas

- Intervención redes sociales: Optimización de perfiles en Instagram, Facebook y YouTube

Evidencia: Imágenes de perfil, portadas de Podcast y Highlights

- Informe final: Análisis del antes y después del trabajo realizado

Evidencia: Diapositivas

- Encuestas: Análisis del antes y después del trabajo realizado

Evidencia: Resultado en gráficas

- Video evaluativo: Resumen del trabajo realizado y evaluación del representante

Evidencia: Video

Cronograma

Al momento de llevar a cabo el desarrollo del proyecto, se implementó el uso de un cronograma que permitió no solo tener claro los pasos a seguir sino también los tiempos y maneras específicas de llevarlo a cabo, permitiendo una ejecución eficiente, con objetivos claros y con la posibilidad de lograr dar solución a la problemática planteada, y de este modo beneficiar a la organización y su comunidad.

Tabla 1. Cronograma Mes 1



	FECHAS	ACTIVIDAD	ENTREGABLE
SEMANA 1	09 SEP 15	Diseñar diapositivas para las reuniones dominicales y hacer evaluación del material gráfico actual de la iglesia.	1 Diapositivas 2 Informe de evaluación del material
SEMANA 2	16 SEP 22	Iniciar manual de estilo, diseñar diapositivas para las reuniones dominicales y propuestas de logo para la red de mujeres GEMA.	1 Avances del manual 2 Diapositivas 3 Propuestas iniciales de logo GEMA
SEMANA 3	23 SEP 29	Correcciones y ajustes al manual de estilo, entrega del logo con modificaciones solicitadas y diseño de diapositivas para las reuniones dominicales.	1 Modificaciones del manual 2 Logo GEMA 3 Diapositivas
SEMANA 4	30 SEP/OCT 06	Últimos detalles del manual de estilo, inicio del trabajo de identidad para redes sociales y diseño de diapositivas para las reuniones dominicales.	1 Manual de estilo 2 Highlights para Instagram 3 Diapositivas

Tabla 2. Cronograma Mes 2

CRONOGRAMA MES 2			
	FECHAS	ACTIVIDAD	ENTREGABLE
SEMANA 5	07 OCT 13	Producción de contenido multimedia de las diferentes actividades realizadas y diseño de diapositivas para las reuniones dominicales.	1 Fotografías y Videos 2 Diapositivas
SEMANA 6	14 OCT 20	Diseñar plantillas para publicación redes sociales, edición de video previamente grabado y diseño de diapositivas para las reuniones.	1 Plantillas de publicaciones 2 Video Corto 3 Diapositivas
SEMANA 7	21 OCT 27	Diseñar imágenes con citas bíblicas para redes sociales, grabación de material de trabajo con los niños y diseño de diapositivas para las reuniones.	1 Imágenes para redes sociales 2 Videos de los niños 3 Diapositivas
SEMANA 8	28 OCT/NOV 03	Diseñar diapositivas para las reuniones dominicales y trabajar contenido para promocionar la canasta del amor.	1 Diapositivas 2 Contenido para la campaña

Tabla 3. Cronograma Mes 3

CRONOGRAMA MES 3			
	FECHAS	ACTIVIDAD	ENTREGABLE
SEMANA 9	04 NOV 10	Organizar contenido del trabajo realizado en MDS Kids y diseñar diapositivas para las reuniones.	1 Contenido MDS Kids 2 Diapositivas
SEMANA 10	11 NOV 17	Diseñar diapositivas para las reuniones y preparar informe final con avances obtenidos y recomendaciones futuras.	1 Diapositivas 2 Informe y recomendaciones
SEMANA 11	18 NOV 24	Entrega del banco de imágenes, videos y fotografías realizadas, y diseño de diapositivas para las reuniones dominicales.	1 Banco de contenido para redes 2 Diapositivas
SEMANA 12	25 NOV/DIC 09	Revisión y entrega de detalles finales, y diseño de diapositivas para las reuniones dominicales.	1 Entrega de todo el material 2 Diapositivas

Resultados.

Manual de identidad

Al iniciar el desarrollo del proyecto, el primer paso fue la creación de un manual de identidad. En este se condensó no solo lo que se necesitaba para que la organización tuviera una identidad definida, sino también las indicaciones para el uso correcto del material que se desarrolló durante la pasantía, con el fin de que los logros alcanzados se mantuvieran de una forma óptima. Así el sentido principal del proyecto, es beneficiar a la comunidad de MDS a corto y largo plazo, transmitiendo el mensaje deseado y, a su vez, contribuir a cambios sociales positivos basados en el desarrollo de este proyecto. En este caso específico, por el manual de identidad diseñado.

Este está estructurado de la siguiente manera:

Para empezar, se tomó el logo que ya existía, mostrando su versatilidad, pues en el manual se destaca cómo el mismo logo se puede utilizar de distintas maneras según la ocasión y el propósito deseado, con la ventaja de no perder su orden y significado, llegando a distintos públicos, alcanzando recordación y fácil identificación en su comunidad.

Otra característica del manual fue el uso de la tipografía, un paso importante donde el tipo de letra y los colores tomaron un significado y valor importantes para la identidad de marca que se quería lograr. Los iconos también forman parte fundamental en el desarrollo del manual, ya que uno de los enfoques del proyecto es optimizar la participación de la organización en redes sociales. Se diseñaron iconos que representan sus horarios, ubicación, eventos, servidores, MDS Kids y toda la simbología que permita dar información clara a la comunidad. Esto ayuda a destacar las actividades realizadas y a su vez darse a conocer a los usuarios de las redes sociales, abarcando un

público más amplio, difundiendo su mensaje a más personas con el propósito de que la organización crezca y se solidifique su imagen.

Identidad Visual de MDS

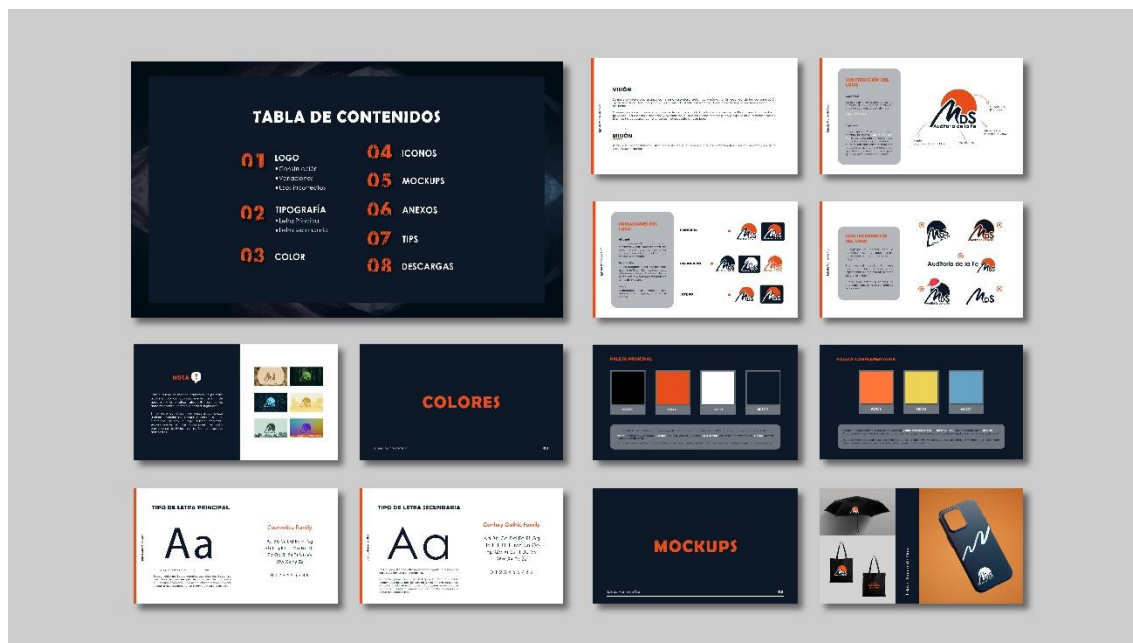


Figura 1. Manual de Identidad

Identidad Visual de MDS

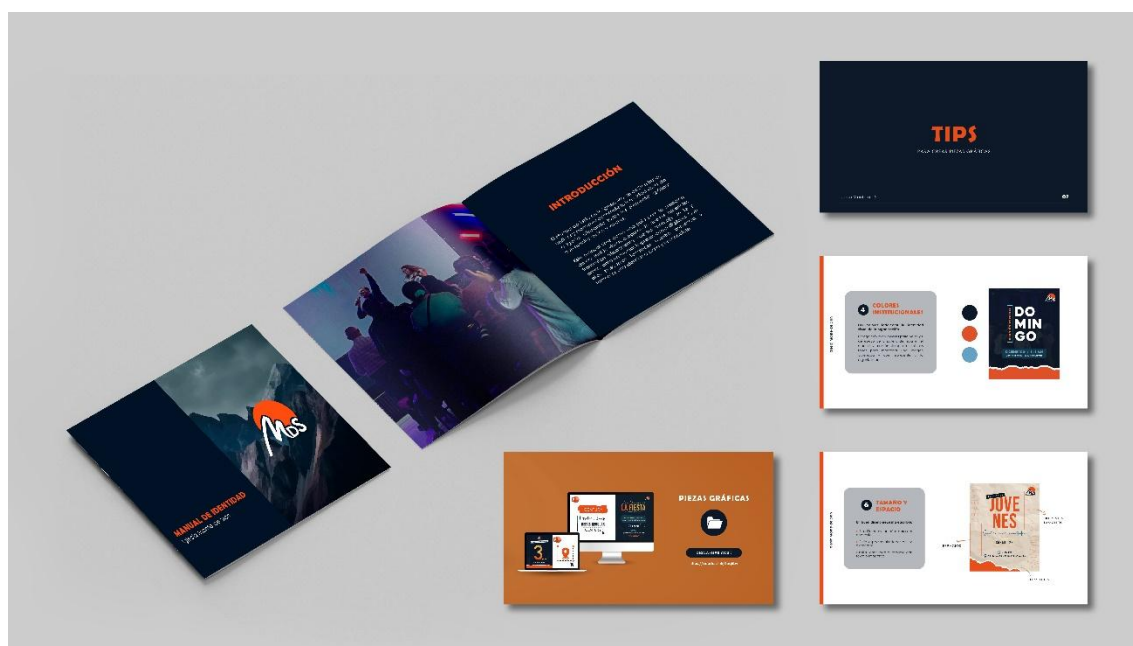


Figura 2. Manual de identidad

También se incluyeron mockups, queriendo mostrar cómo se vería el logo de la organización en distintos productos, que a corto o largo plazo puedan implementarse, contribuyendo al desarrollo económico de su comunidad, creando un sentido de pertenencia y lazos fuertes al tener productos de uso cotidiano con su logo, permitiendo que cada vez sea más reconocido.

Adicional a lo anterior, el manual contiene unos tips que son útiles a la hora de crear piezas gráficas, con pasos específicos que permitan el desarrollo de un material de calidad, que mantenga la estructura e identidad establecida a partir de este proyecto.

Identidad Visual de MDS

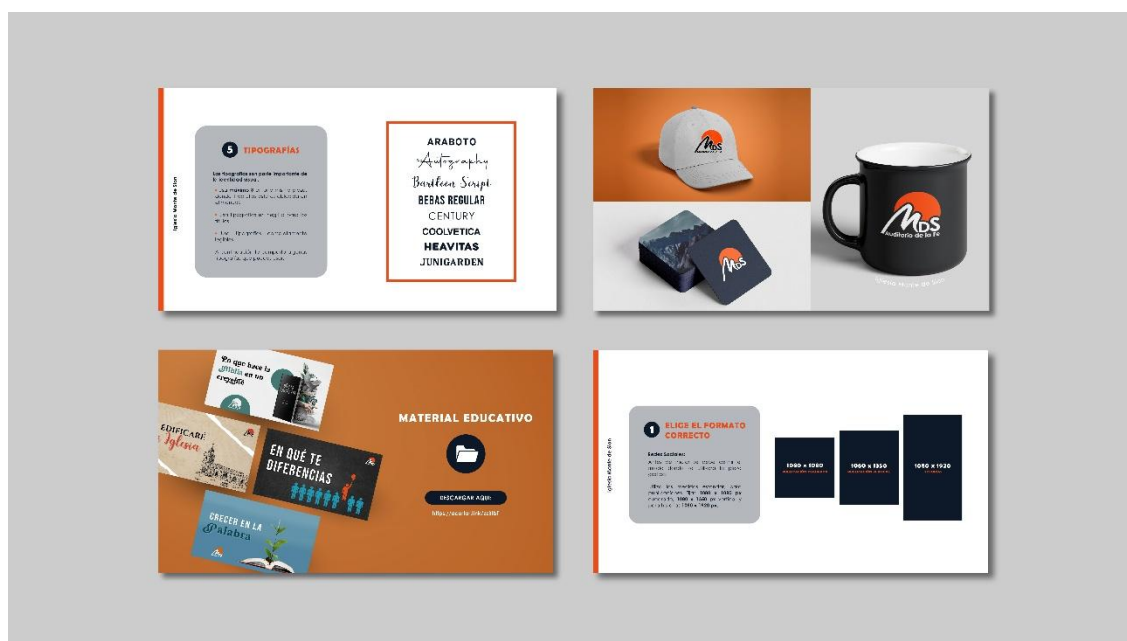


Figura 3. Manual de identidad

Para terminar, esta organización tiene como una de sus líneas principales el grupo de conexión de mujeres llamado GEMA. Por esta razón, una de las propuestas dentro del proyecto que el desarrollo de un nuevo logo para este grupo, que tuviera su propia identidad, pero que a su vez siguiera una línea similar al logo original. Durante el desarrollo de la pasantía se presentaron varias propuestas que por el límite de tiempo no se pudieron concretar, pero se espera que sea un proyecto que a futuro se pueda concluir y beneficie a la comunidad de MDS.

Con este manual se pretende dar una transformación positiva a la identidad visual de la organización, con pautas claras para que esta con su equipo de trabajo pueda seguir implementándolo y este proyecto siga vigente en beneficio de su comunidad.

Nota. Manual de identidad detallado (véase **Anexo A**)

Piezas gráficas

Como parte del cronograma de trabajo, también se desarrolló la creación de piezas gráficas, fundamentales en la aplicación del proyecto. Estas constan de tarjetas de invitación e informativas, creadas con el propósito de convocar a la comunidad de MDS a las reuniones habituales y sus eventos especiales, motivándolos a ser parte activa.

Al momento de diseñar estas piezas, se buscó mantener una línea gráfica sólida y definida, donde los colores, formas y tipografía tuvieran sentido y secuencia, mostrando una imagen contundente y con identidad, que pudiera llamar la atención a un público más amplio, principalmente en la audiencia joven, en la cual la organización tiene gran interés de convocatoria. Por esta razón, todas las piezas gráficas diseñadas en este proyecto, aunque conservan un estilo

simple, presentan características estéticas con un concepto moderno, versátil y alineado con la imagen que se desea proyectar.

Diseño con identidad y propósito

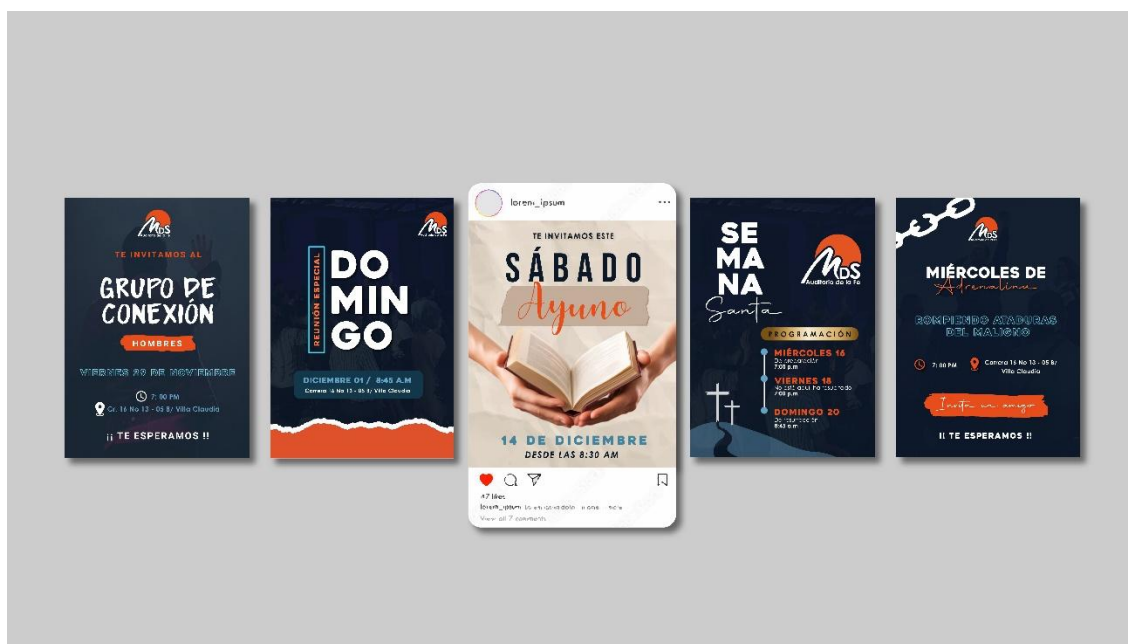


Figura 4. Piezas gráficas

Queriendo manejar una misma línea gráfica en todos los productos creados durante el proyecto, a partir de la implementación del manual diseñado para seguir creando piezas de calidad, que mantengan la misma línea que, a corto y largo plazo, puedan darle a la organización una imagen confiable, generando recordación, empatía y una relación sólida entre MDS y su comunidad.

Diseño con identidad y propósito



Figura 5. Piezas gráficas

Diseño con identidad y propósito

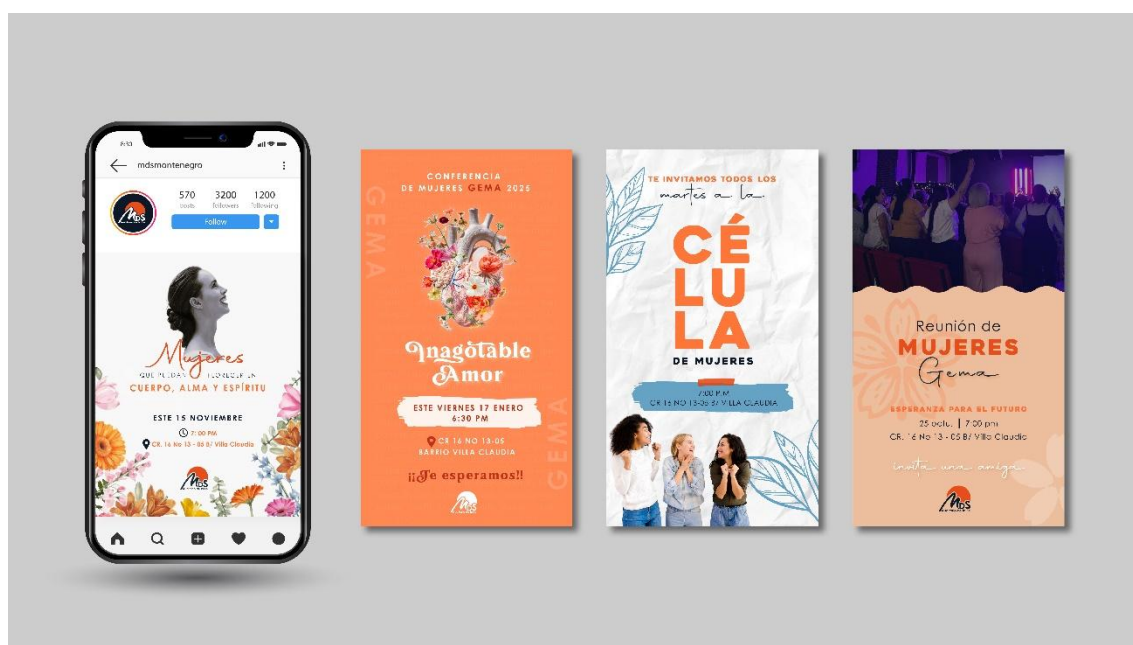


Figura 6. Piezas gráficas

Nota, Manual de Identidad detallado (véase **Anexo**)

Nota. Piezas gráficas detalladas (véase [Anexo B](#))

Contenido multimedia

Actualmente, las plataformas digitales son uno de los principales medios de promoción y difusión de cualquier producto que se desee. Con base en esto, uno de los principales focos del proyecto fue desarrollar contenido digital de calidad, como fotografías y videos, donde se puedan visibilizar las actividades, eventos, grupos de trabajo y la participación de la comunidad, permitiendo a MDS ser más visible y activa en estas plataformas. Al iniciar el proyecto, una de las principales falencias identificadas fue su falta de contenido creado para redes sociales y su baja participación, perdiendo una interacción considerable con su público.

Cada imagen, una historia por contar

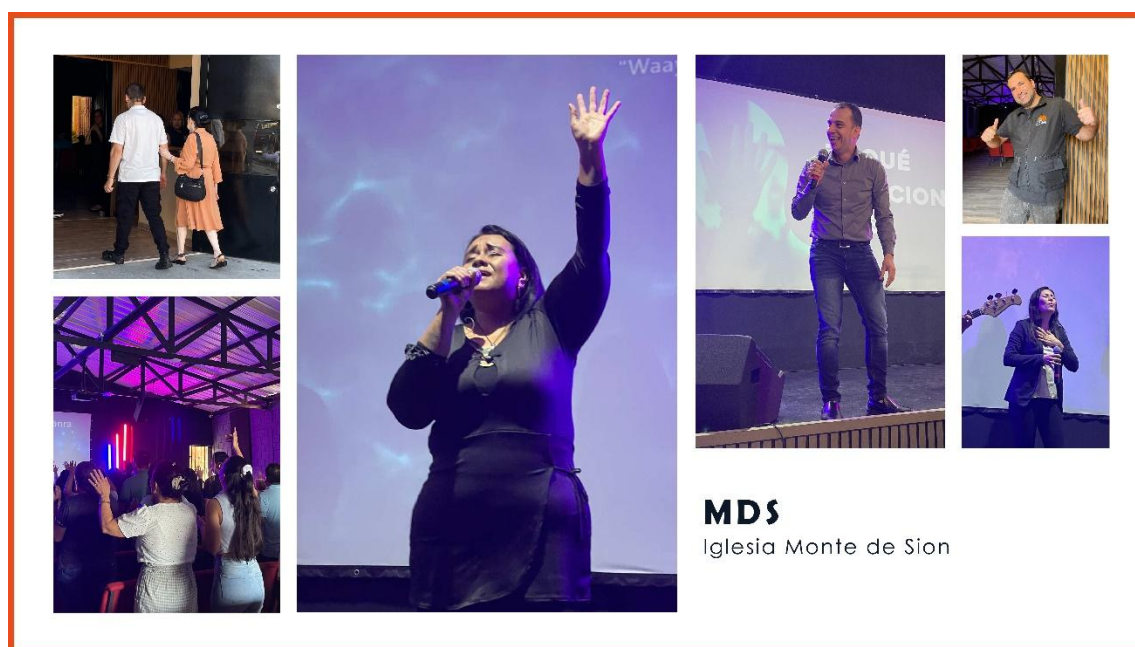


Figura 7. Contenido multimedia

Teniendo claras las falencias del equipo de trabajo del área de comunicaciones debido a su falta de conocimiento, una de las herramientas que se desarrolló para dar solución a esta problemática fue la creación de un banco de imágenes. Este contiene fotos y videos captados durante el transcurso de la pasantía y almacenados de forma estratégica, clasificándolos según el evento, tipo de público y propósito para el cual se desean utilizar.

Permitiendo a la organización contar con una reserva considerable de imágenes que facilite la creación de contenido de calidad, permitiéndoles mantenerse activos en redes sociales y sostener una interacción sólida con su público, teniéndolos informados y en conexión constante.

Una de las ventajas de este banco de imágenes es que su contenido puede utilizarse para difundir cualquier mensaje, pues estas son imágenes y videos donde su comunidad es la protagonista y todo lo que se muestra está alineado con la misión y visión de MDS.

Cada imagen, una historia por contar

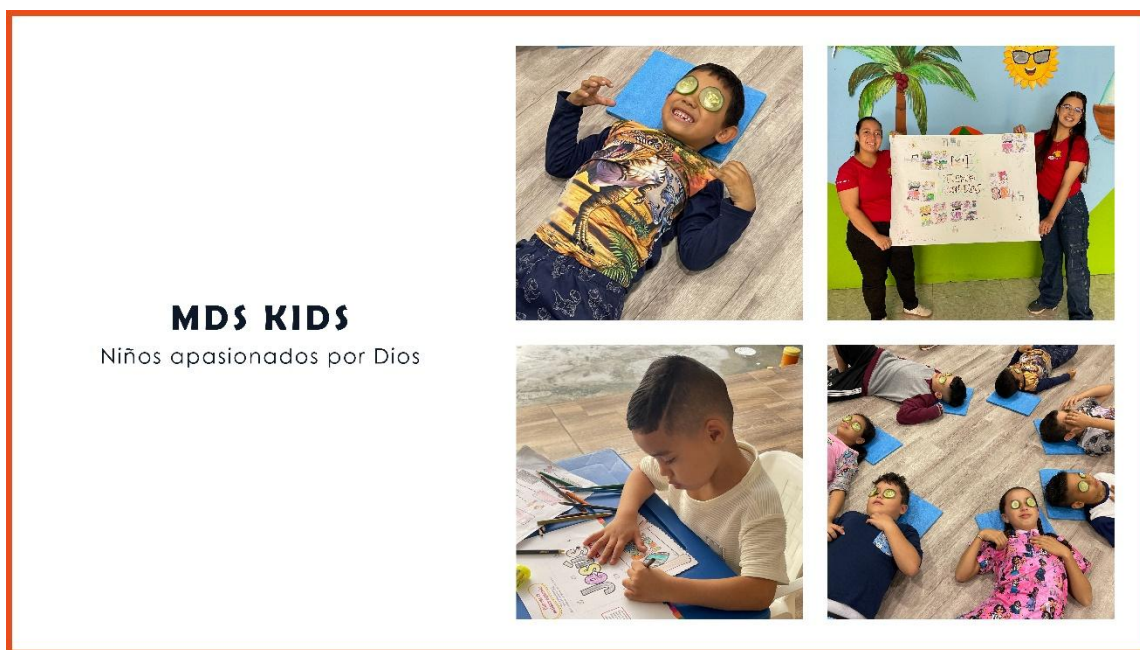


Figura 8 Contenido multimedia

Cada imagen, una historia por contar

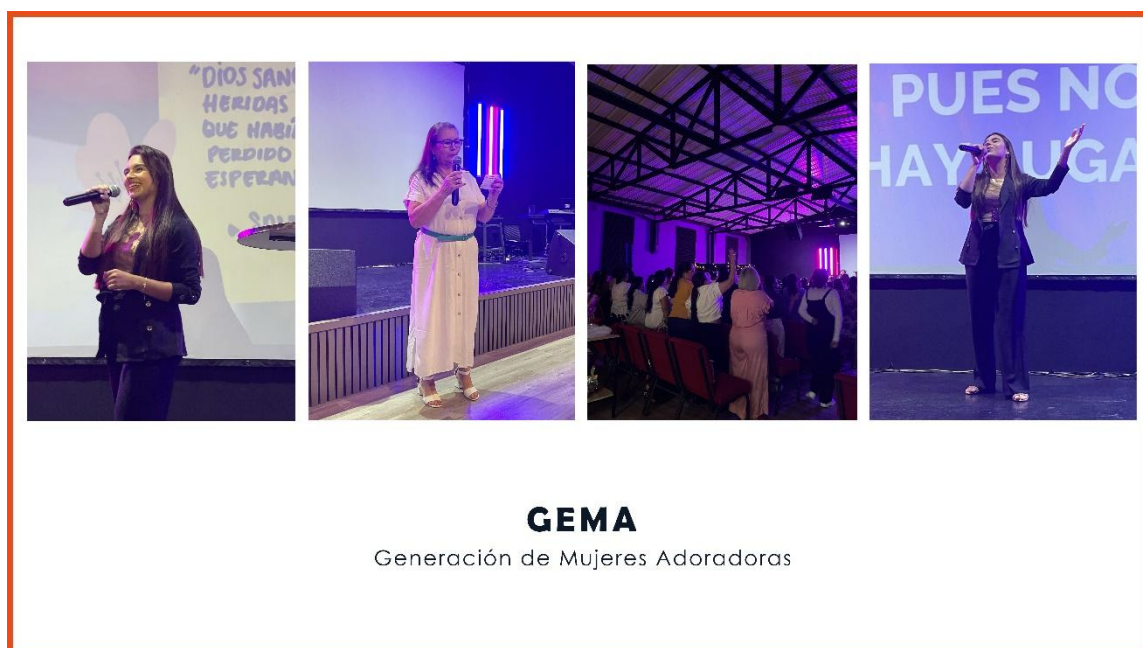


Figura 9. Contenido multimedia

Nota. Contenido multimedia detallado (véase [Anexo C](#))

Material de apoyo educativo

En esta parte del proyecto, donde el objetivo es instruir de una manera clara a la comunidad de MDS, se tuvieron en cuenta varios aspectos siendo el contenido o mensaje que se quiere enseñar y el tipo de público para el cual va dirigido los principales.

Teniendo en cuenta que el rango de edades y nivel educativo varían ampliamente, se diseñaron diapositivas que se ajustaran a las necesidades específicas de cada grupo dentro de la comunidad, considerando tipografías, colores e ilustraciones que debían ser claras, legibles y de

fácil interpretación. Todo esto debía estar alineado con el tema a socializar, y a su vez ser atractivas para el público.

Aprender con identidad visual



Figura 10. Material de apoyo educativo

Se dejó una carpeta de diapositivas diseñadas durante la pasantía, caracterizadas por una línea de diseño clara que, aunque se adapta a cada temática en particular, siga conservando la identidad gráfica que se creó durante el desarrollo de este proyecto. Dejándole a la organización una guía útil para la creación de nuevo material de apoyo educativo que continúe siendo de calidad y beneficio para su comunidad.

Aprender con identidad visual

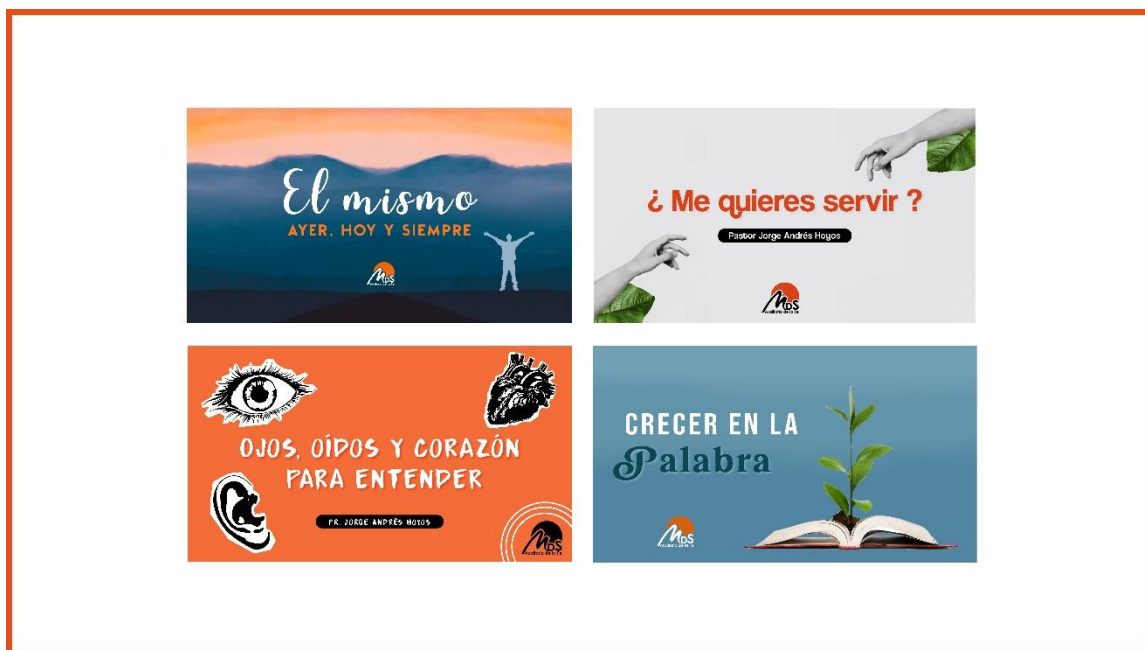


Figura 11. Material de apoyo educativo

Aprender con identidad visual

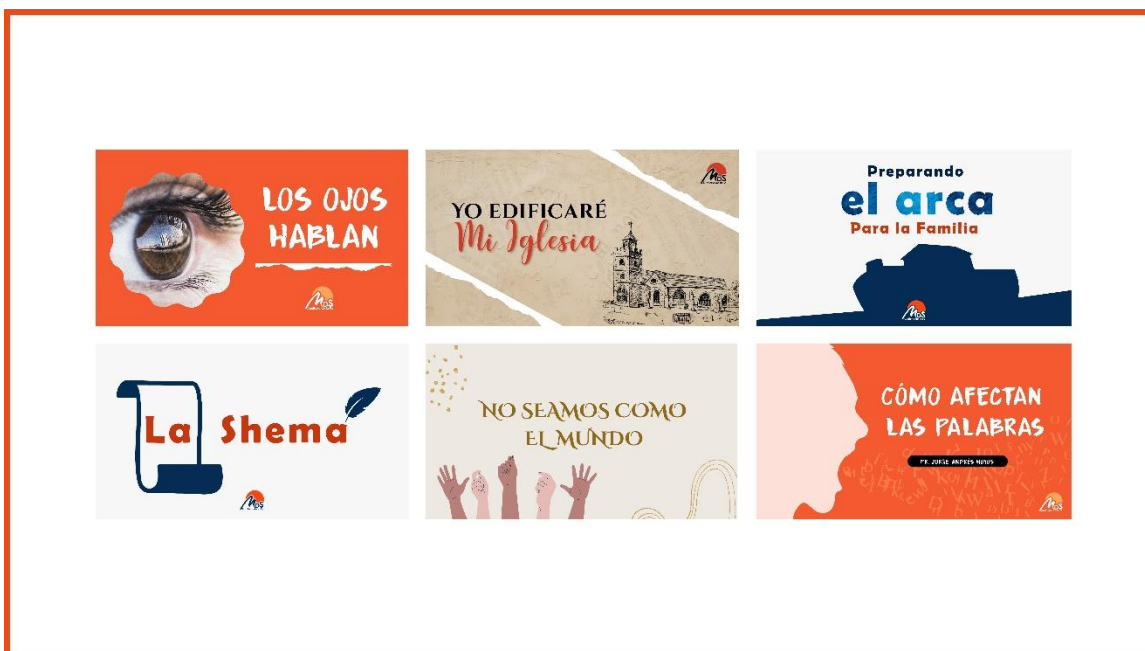


Figura 12. Material de apoyo educativo

Nota. Material de apoyo educativo detallado (véase [Anexo D](#))

Organización redes sociales

Una de las principales problemáticas de la organización era su falta de identidad en fotos de perfil, portadas y poco contenido visual en redes. Por esta razón, se desarrollaron distintas soluciones que permitieron fortalecer estas plataformas, las cuales actualmente tienen un gran poder de convocatoria, especialmente en el público joven siendo claves para desarrollar exitosamente esta pasantía.

Presencia sólida en redes

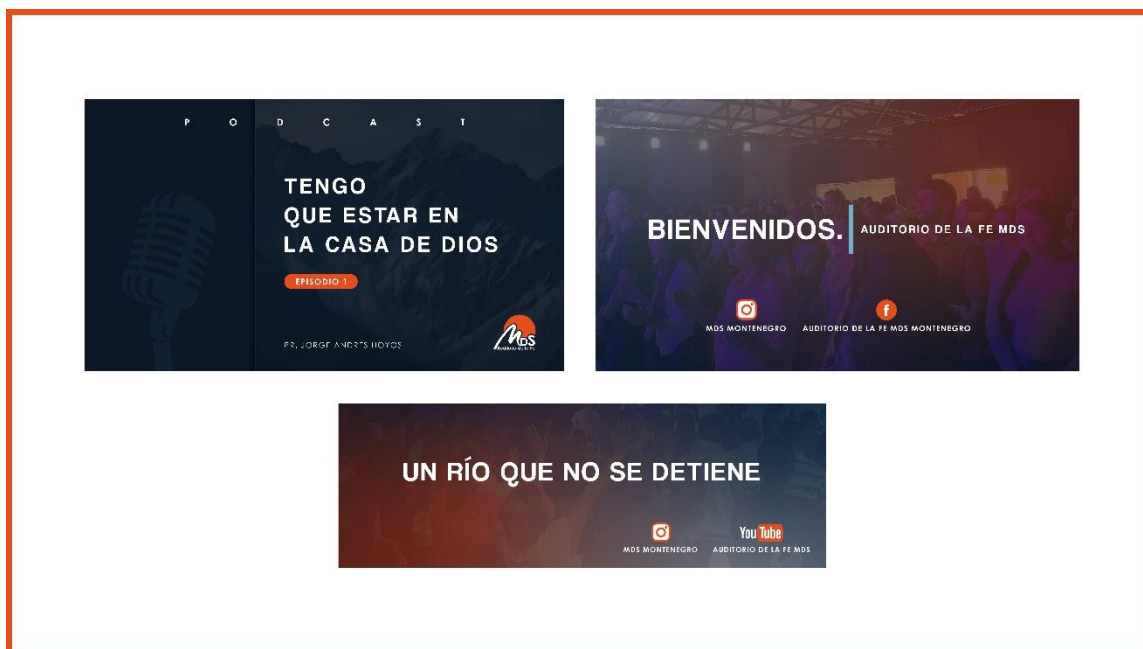


Figura 13. Organización redes sociales

Uno de los principales cambios que se lograron fue la renovación de las fotos de perfil de MDS en plataformas como Facebook, Instagram y YouTube, junto con la creación de fotografías y videos que muestran los eventos, actividades y grupos de trabajo que identifican a la organización, producidas y publicadas durante el desarrollo del proyecto.

Adicional a esto, se comenzó a trabajar en el proyecto de los podcasts y el diseño de sus portadas, siguiendo una línea gráfica definida, donde los colores y tipografía se mantienen en coherencia con los productos anteriormente diseñados.

Anexo a esto, se desarrolló un material digital compuesto de fotografías tomadas al representante legal de la organización quien es el encargado de crear los mensajes que conforman los podcasts. Estos serán publicados en YouTube con el objetivo de dar mayor visibilidad a la organización, difundiendo mensajes alineados a la visión y misión de MDS. Con los cuales se pretende llegar a un público más diverso con contenido de calidad, fortaleciendo los lazos con su comunidad y contribuyendo a cambios sociales positivos.

Presencia sólida en redes

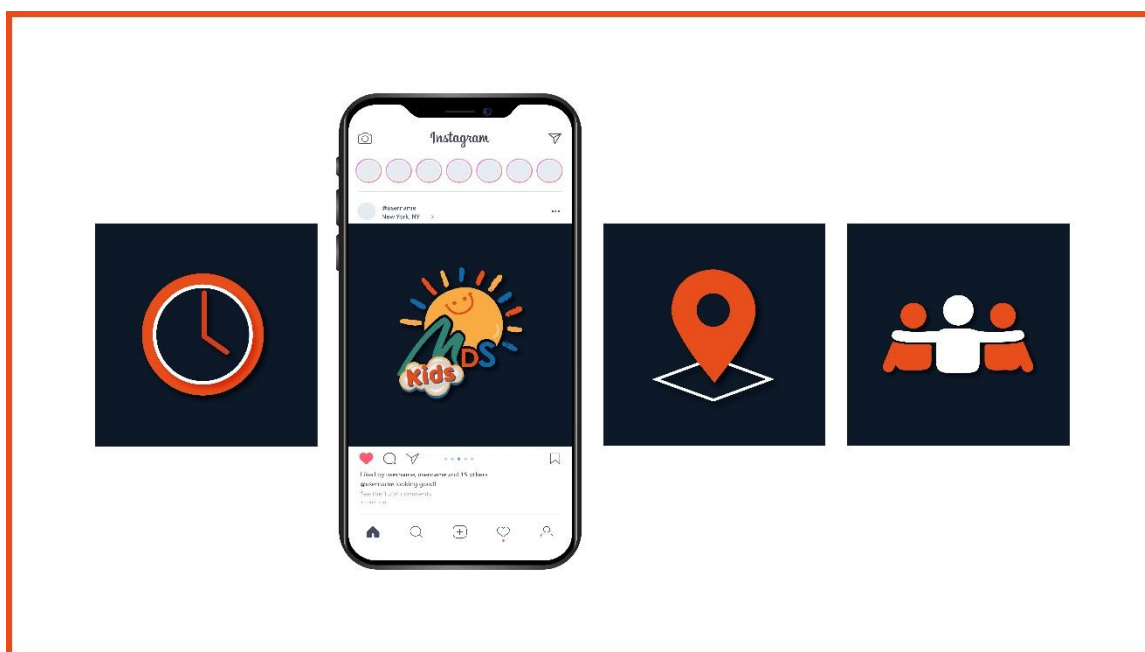


Figura 14. Organización redes sociales

Presencia sólida en redes



Figura 15. Organización redes sociales

Nota. Organización redes sociales detallado (véase [Anexo E](#))

Informe Final

Al culminar la pasantía, se realizó un informe final que contiene el material gráfico desarrollado durante el proyecto, junto con el que ya existía.

Después de haberse identificado la problemática de falta de identidad de la organización, se creó el manual de identidad, con el cual fue posible desarrollar piezas gráficas de calidad, con una identidad visual definida y un hilo conductor coherente entre las piezas.

Asimismo, se dejaron recomendaciones claras dirigidas al equipo de comunicaciones de la organización, recordando la importancia de ser constantes al momento de crear y publicar contenido en sus redes sociales, ya que la interacción con el público es fundamental para el crecimiento y fortalecimiento de la comunidad.

Resultados y recomendaciones

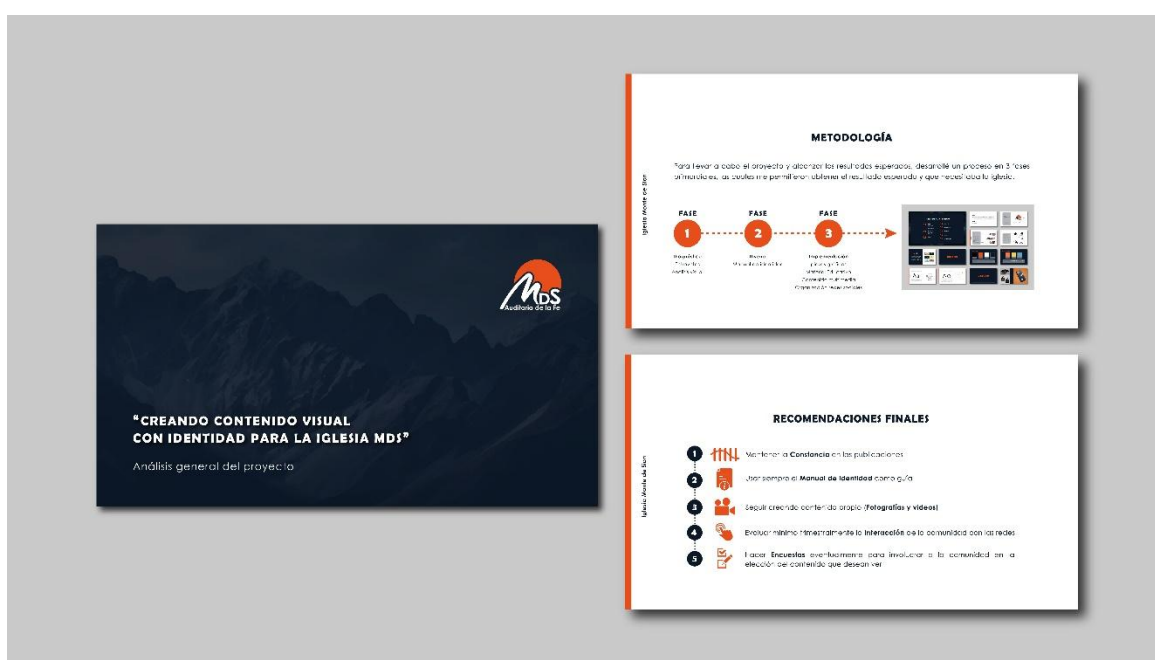


Figura 16. Informe final

Finalmente, se recomendó realizar encuestas de forma regular que permita conocer de manera más precisa sus opiniones y gustos.

Resultados y recomendaciones

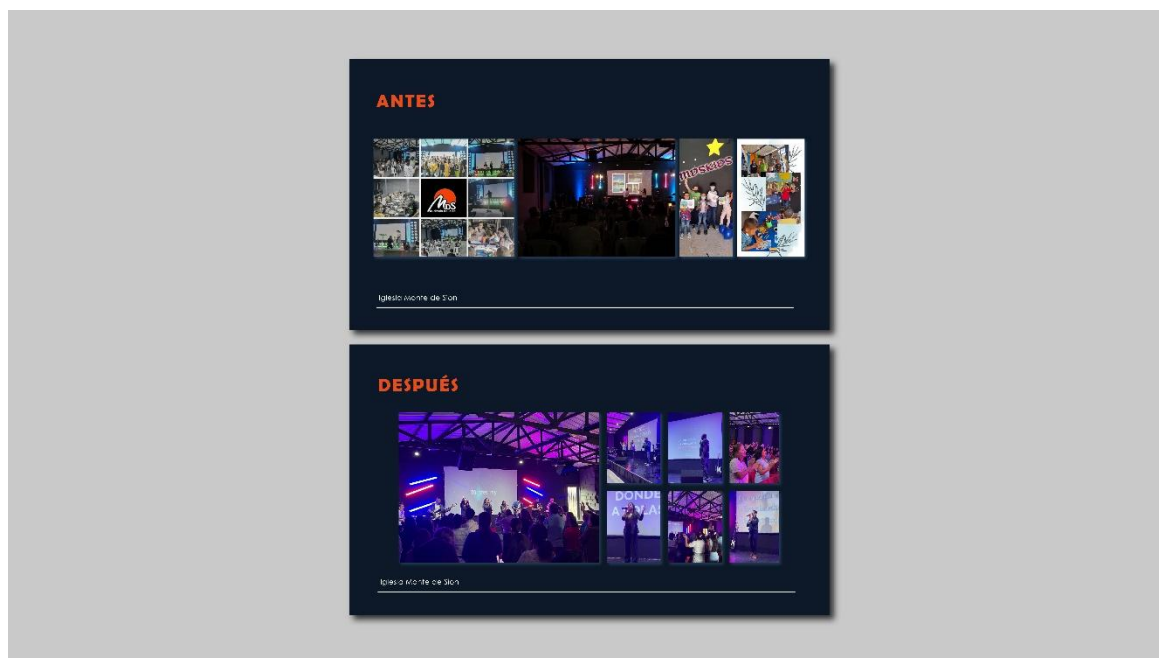


Figura 17. Informe final

Resultados y recomendaciones

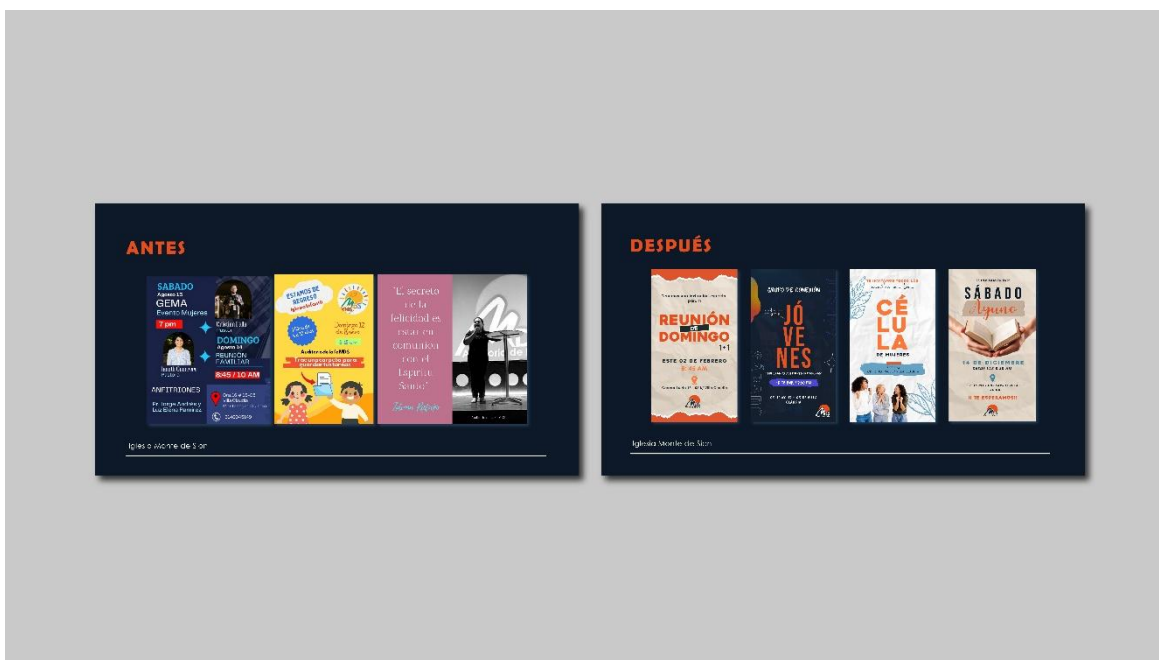


Figura 18. Informe final

Nota. Informe final detallado (véase [Anexo F](#))

Encuestas

Se realizaron dos encuestas. En una se involucró a la comunidad, lo que permitió conocer sus opiniones acerca del proyecto, los cambios que habían percibido, así como las mejoras y aspectos que consideraban importantes incluir y mejorar.

La siguiente fue dirigida al representante legal y el equipo de trabajo con el propósito de conocer si el proyecto había cumplido con sus expectativas, evaluar mi labor como pasante y escuchar qué mejoras y continuidad les gustaría incluir en el proyecto.

- *Ayúdanos a mejorar nuestras redes sociales*

Tabla 4. Edad

RANGO DE EDAD

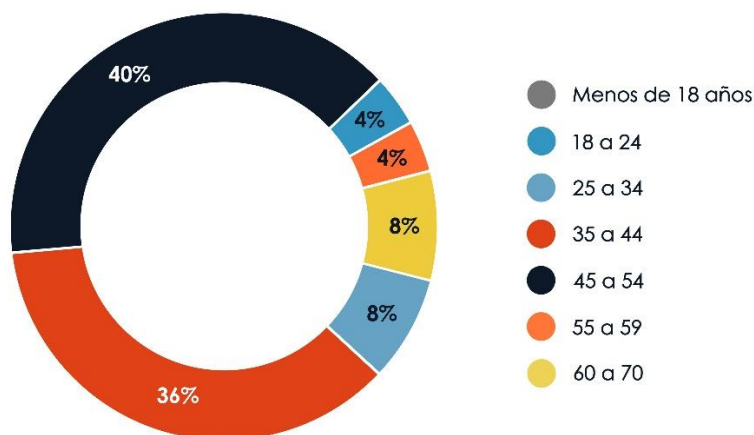


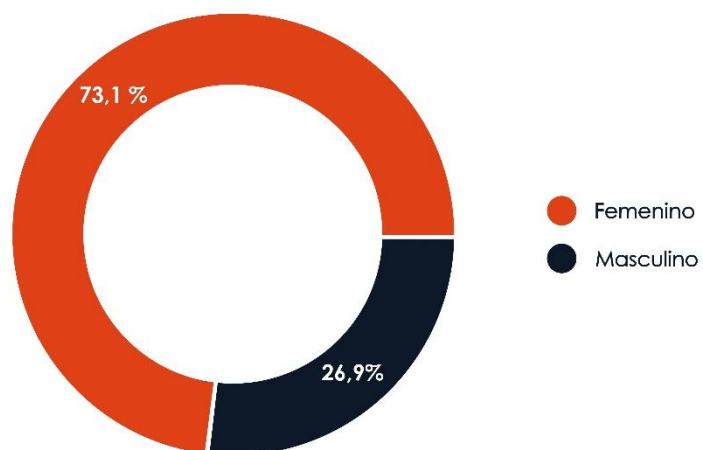
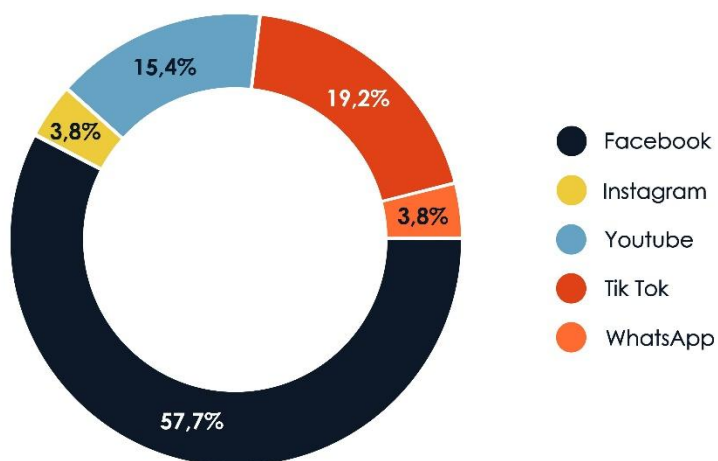
Tabla 5. Género**GÉNERO****Tabla 6. Frecuencia de uso redes sociales****¿QUÉ RED SOCIAL UTILIZAS MÁS FRECUENTEMENTE?**

Tabla 7. Dispositivo utilizado

¿DESDE QUÉ DISPOSITIVO USAS MÁS LAS REDES SOCIALES?

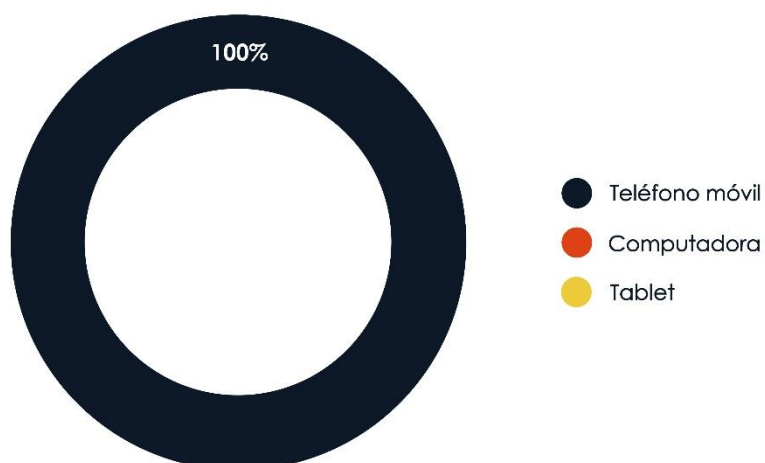


Tabla 8. Contenido de preferencia

¿QUÉ TIPO DE CONTENIDO PREFIERES?

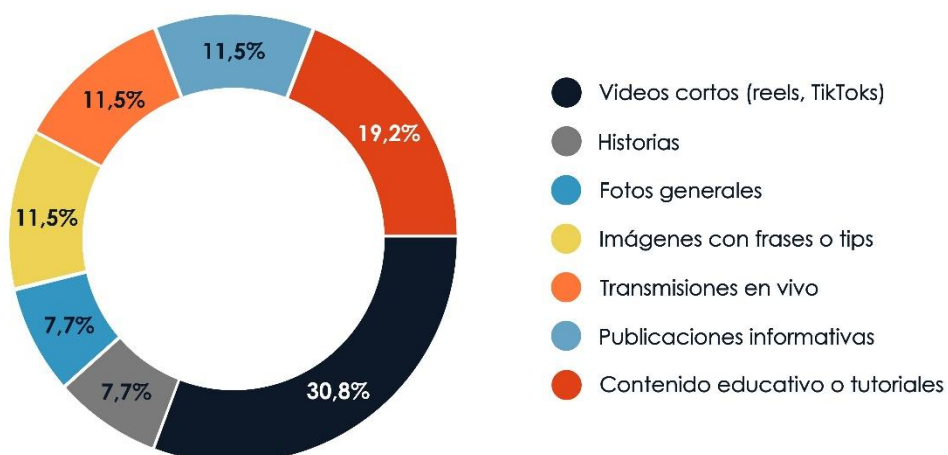


Tabla 9. *Frecuencia de interacción*

¿CON QUÉ FRECUENCIA VE O INTERACTÚA CON LAS PUBLICACIONES DE MDS EN REDES SOCIALES?

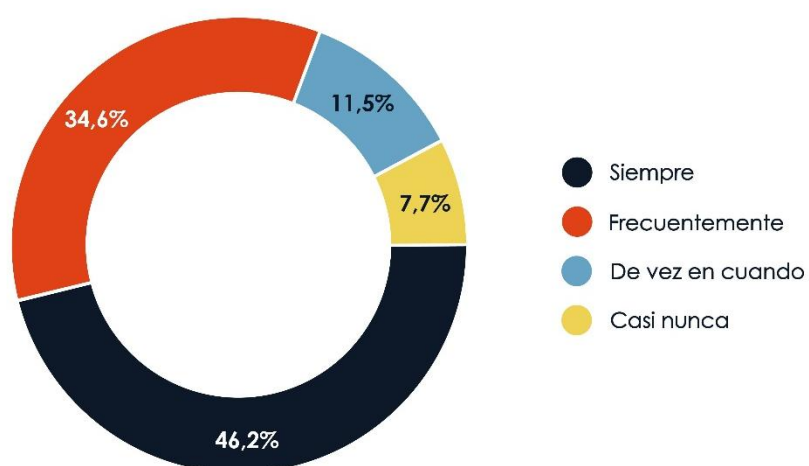


Tabla 10. *Mejoras de la imagen y comunicación*

¿CONSIDERAS QUE HA MEJORADO LA IMAGEN Y COMUNICACIÓN DE LA IGLESIA EN REDES SOCIALES?

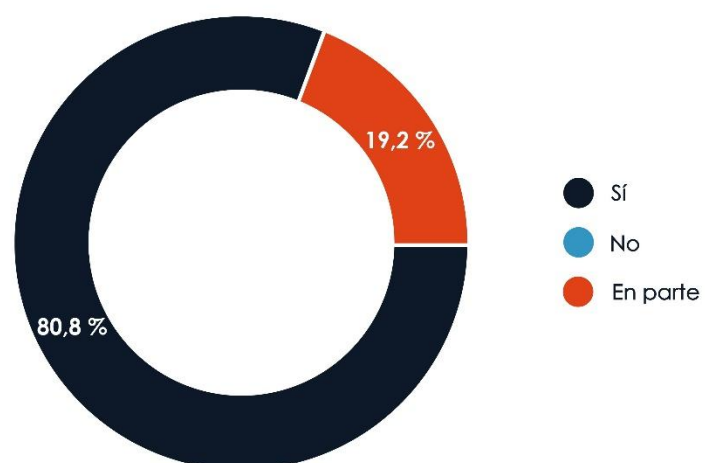


Tabla 11. Contenido

¿QUÉ CONTENIDO TE GUSTARÍA VER EN NUESTRAS REDES?	
Educativo	Ahora no se me ocurre nada, no sé
Más videos, las enseñanzas de los miércoles, y la alabanza	Películas cristianas
Un espacio para testimonios	Imágenes que pueda compartir con mis amigas
Videos cortos	Videos de la enseñanza de los miércoles y videos de la alabanza
Interacción de la Gente	Videos cortos para compartir y frases también
Videos para compartir con otros	Devocional
Mensaje que dejan una reflexión	Más transmisiones
Prédicas	Todo lo relacionado con los grupos de conexión, opino que es la manera de que conozcan más del trabajo en equipo y lo que somos como iglesia, que la gente conozca más del ministerio Kids y la importancia del mismo para nuestros niños
Reels cortos informativos sobre la iglesia o mensajes claves pero impactantes para todo tipo de edad	
Música, reflexiones, devocionales, material gratuito de estudio, recursos, enlaces, videos cortos que animen, exhorten, consuelen, motiven. Evangelismo, anuncios de capacitaciones... Todo lo que alimente el alma	
	Más fotos de MDS Kids
	Versículos explicados
Cómo son los discipulados, los horarios de las diferentes actividades, información y contenido de los diferentes ministerios	Para mi concepto, está muy buena la transmisión del día, sábado y domingo

Tabla 12. Mejoras

¿QUÉ MEJORARÍAS DEL CONTENIDO QUE HAS VISTO EN NUESTRA PÁGINA DE FACEBOOK?	
Nada	Está bien
Más interacción	Las imágenes más nítidas, más contenido edificante, no solo prédicas y fotos
Las fotos son muy buenas	No sé
Lo que veo me gusta, implementar otras cosas para mejorar la comunicación	Las fotos son muy buenas
Todo me parece muy bien	Más videos
Mensajes de 30 segundos a 1 minutos semanales de versículos, no solo por los pastores, sino por cualquier servidor, desde niños hasta adultos :)	Videos informativos que estén a cargo de los diferentes líderes invitando a las personas a participar y congregarse en nuestra iglesia para que conozcan del amor de Jesús
Todo está muy bien	Nada

- ***Evaluación de trabajo de pasantía – Iglesia MDS***

Tabla 13. Calificación del trabajo

¿CÓMO CALIFICARÍA EN GENERAL EL TRABAJO DE DISEÑO GRÁFICO REALIZADO DURANTE LA PASANTÍA?

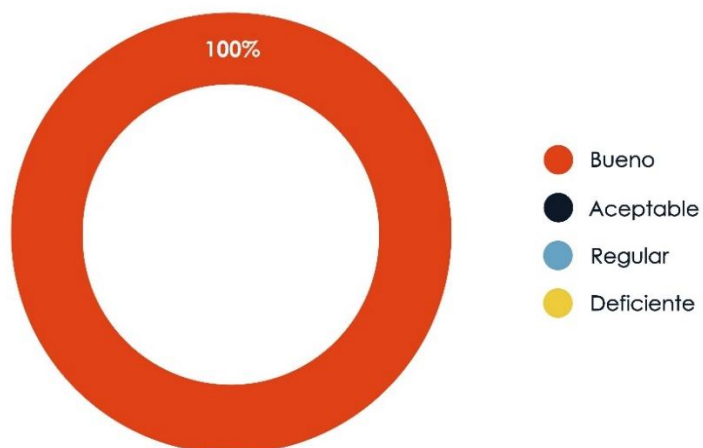


Tabla 14. Identidad visual de las piezas

¿CONSIDERA QUE LAS PIEZAS GENERADAS DURANTE LA PASANTÍA REFLEJAN DE MANERA CLARA LA IDENTIDAD VISUAL DE MDS?

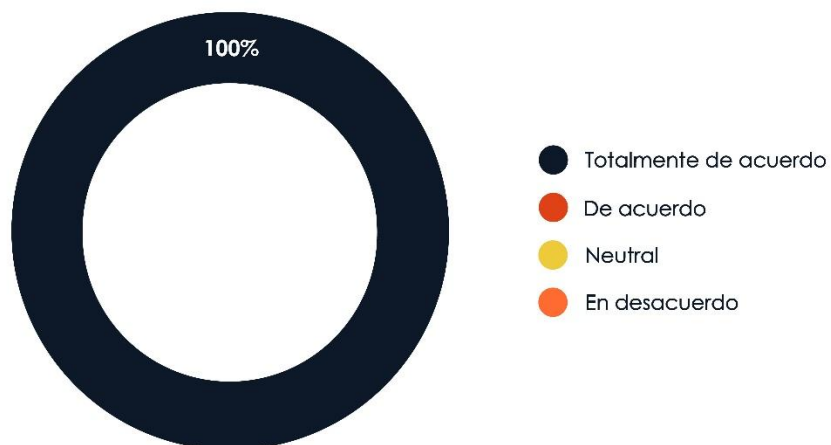


Tabla 15. Calidad estética

¿CÓMO EVALÚA LA CALIDAD ESTÉTICA Y EL NIVEL PROFESIONAL DE LAS PIEZAS GRÁFICAS ENTREGADAS?

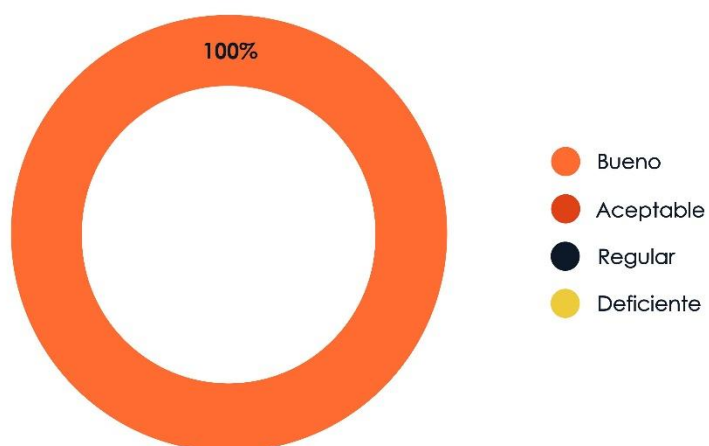


Tabla 16. Percepción

DESDE SU PERCEPCIÓN, ¿LAS PIEZAS GRÁFICAS CREADAS AYUDARON A MEJORAR LA PRESENCIA Y COHERENCIA DE MDS EN REDES SOCIALES?

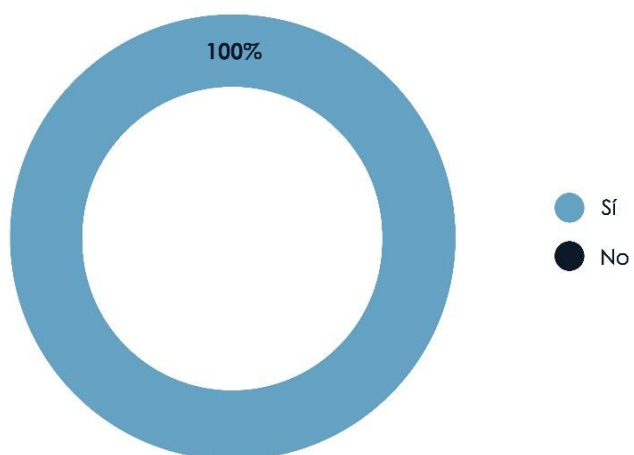


Tabla 17. Comunicación y disposición

¿CÓMO CALIFICARÍA LA COMUNICACIÓN Y DISPOSICIÓN DE LA PASANTE DURANTE EL DESARROLLO DE SU TRABAJO?

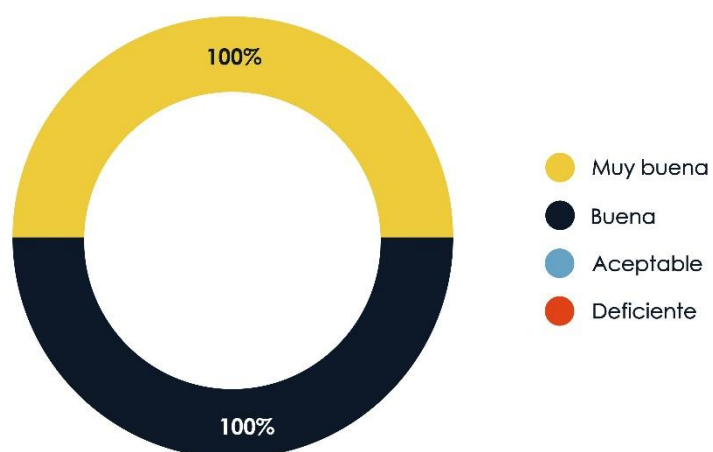


Tabla 18. Acompañamiento

¿CÓMO FUE EL ACOMPAÑAMIENTO DE LA PASANTE EN LOS EVENTOS REALIZADOS?

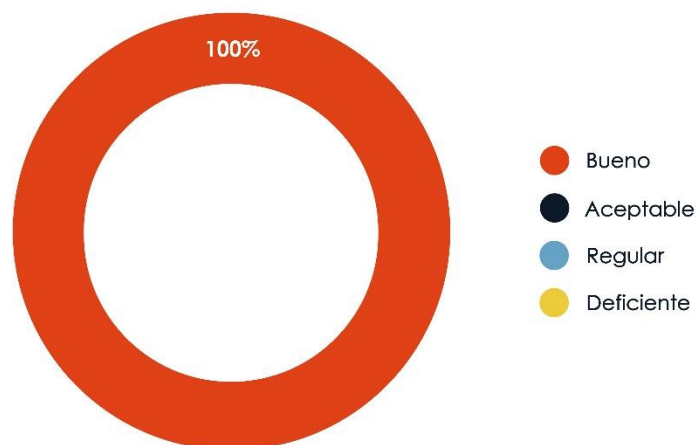


Tabla 19. Recomendación

¿CONSIDERARÍA RECOMENDABLE CONTAR NUEVAMENTE CON PASANTES DE DISEÑO GRÁFICO PARA ESTE TIPO DE PROCESOS?

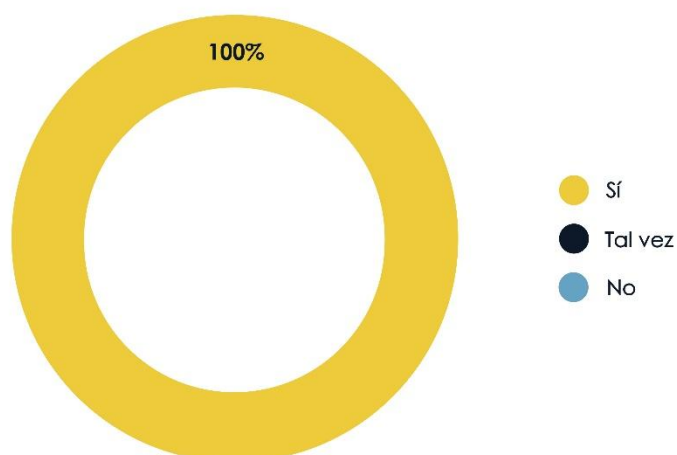


Tabla 20. Sugerencias adicionales

SUGERENCIAS O COMENTARIOS ADICIONALES

Durante el tiempo que duró el proceso con la pasante, la experiencia fue muy enriquecedora, ya que es la primera vez que tenemos esta clase de experiencia, fue muy interesante. También la pasante ayudó mucho para que la experiencia fuera buena

Por el momento no. Muy buen trabajo

Video evaluativo

En este video se realizó un recuento de todo lo desarrollado durante la pasantía, donde pude mostrar los objetivos alcanzados, los cambios y beneficios alcanzados en el proceso.

Al final del video se incluye la entrevista al representante legal, quien comparte su experiencia durante el tiempo de la pasantía y la labor desempeñada por mí como pasante, resaltando los aportes, aprendizajes y logros obtenidos.

Mi proceso

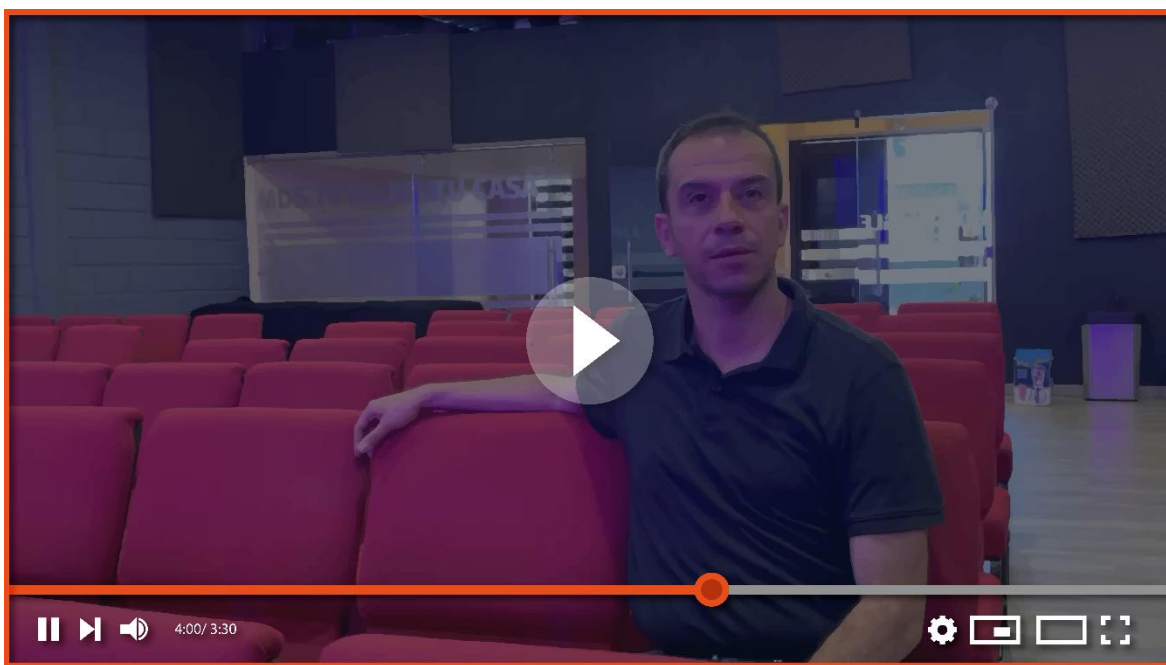


Figura 19. Video evaluativo

<https://youtu.be/j7TTaZxZTew>

Conclusiones

Al terminar la pasantía, puedo concluir que el objetivo principal se logró al llevar a cabo de forma eficiente la creación del manual de identidad, el cual ha permitido a la comunidad de MDS desarrollar contenido digital de calidad, contando actualmente con una identidad definida y un hilo conductor que se puede identificar en las características gráficas de sus piezas digitales y educativas.

Dejando pautas claras para que el equipo del área de comunicaciones pueda continuar elaborando piezas de calidad, manteniendo la identidad que se alcanzó durante el desarrollo del proyecto y, a su vez, seguir afianzando la relación de MDS con su público, logrando que se sientan atraídos por el estilo y la identidad de su contenido, con el cual se busca que sigan creciendo y evolucionando, generando así cada vez más cambios positivos que beneficien a la comunidad de la iglesia Monte de Sion.

Fortalezas

Durante el desarrollo del proyecto pude evidenciar que mis principales fortalezas fueron mi capacidad de comunicarme e interpretar de manera eficiente cada mensaje que la organización quería transmitir a su comunidad, de una forma dinámica, llamativa y con la identidad definida que logré desarrollar durante la pasantía. Asimismo, el manejo que le di al tiempo para llevar a cabo el desarrollo de cada pieza gráfica con anterioridad y de este modo poder exponerla al equipo

de trabajo para realizar cambios o mejoras de manera eficiente, cumpliendo así con los tiempos pactados.

También ser proactiva al proponer mejoras, alternativas e ideas en la creación de contenido digital y educativo, así como la paciencia y la empatía con la comunidad. Estas fortalezas me permitieron participar activamente en cada evento realizado, tendiendo un acercamiento con las personas que hizo de mi trabajo algo más humano, real y que conectara con la comunidad.

Finalmente, las encuestas realizadas y entrevista al representante legal al finalizar la pasantía confirmaron que el desarrollo del proyecto fue positivo, se alcanzaron los objetivos planteados al inicio y este pudo ser el punto de partida no solo para lograr cambios que beneficiaran a la comunidad actualmente, sino también a futuro.

Puedo concluir que, al culminar este proyecto, mi crecimiento profesional y personal son satisfactorios para mí, pues no solo me permitió poner en práctica todo lo aprendido durante mi carrera, sino también cómo, a través con los conocimientos que adquirí, puedo crear oportunidades para otras personas y entre todos aportar cambios positivos a la sociedad.

Logros

Al culminar esta pasantía, puedo evidenciar que los objetivos propuestos al inicio del proyecto se lograron.

Con la creación del manual de identidad logré diseñar contenido digital con una identidad visual definida, generando cambios notorios entre el material que se elaboraba y el que ahora se crea para sus redes sociales. De igual manera, todo el material educativo pudo mejorarse mediante la creación de diapositivas, tarjetas para eventos especiales y proyectos a desarrollar, como los mockups, aplicando mis conocimientos como diseñadora y logrando mejoras en cada producto.

También con la creación de contenido como fotografías y videos, se incluyó la participación de la comunidad, evidenciando una mejor calidad en estos y logrando una relación más cercana con la comunidad.

En general, puedo afirmar que tanto mi crecimiento profesional como humano se fortaleció durante esta pasantía, y para la organización representó la oportunidad de evolucionar, generando cambios positivos a partir de la implementación de los conocimientos profesionales de un diseñador gráfico. Este aporte contribuyó al crecimiento y mejora de la participación y contenido de la organización en redes sociales, permitiendo así afianzar su imagen, llegar a un público más amplio y difundir de una forma más eficiente y dinámica su mensaje. Con ello, no solo se logró fortalecer como organización, sino también aportar cambios sociales positivos y dejar la puerta abierta para que más proyectos como este se puedan desarrollar para beneficio de la comunidad.

Oportunidades

Después de culminar el tiempo establecido para la pasantía, la organización evidenció que este periodo había sido corto para desarrollar el proyecto en su totalidad. Por esta razón, se decidió continuar con mi labor como diseñadora en beneficio de la comunidad de MDS, lo cual me genera una gran satisfacción, ya que demuestra que el proyecto logró generar los cambios y beneficios esperados para la organización, y que mi desempeño fue satisfactorio para ellos.

Ahora, sin la limitante del tiempo, podré seguir con el desarrollo del proyecto, fortaleciendo los avances y creando nuevas oportunidades de aprendizaje y crecimiento para la organización como para mí como persona y profesional.

Retos (Dificultades)

Durante la pasantía me enfrenté a dos grandes retos que dificultaron en cierta medida el desarrollo del proyecto.

En primer lugar, la comunicación con el representante legal y equipo de trabajo fue limitada, ya que, por motivos de disponibilidad de tiempo, era complejo tener conversaciones fluidas, conocer sus requerimientos y realizar los ajustes necesarios. Esto generó una extensión en los plazos de entrega, pues sus respuestas tardaban, obstaculizando el desarrollo de mi trabajo de una forma eficiente.

El otro aspecto que me causó dificultad fue no tener acceso directo a las redes sociales, lo que hacía que la publicación del material elaborado dependiera completamente de ellos, aspecto en el cual eran muy inconstantes, causando así que se represara el material que yo elaboraba constantemente y que no era publicado del mismo modo.

Referencias

Revankar, S. (2025, Febrero). *Instagram Stories Statistics By Demographics, Rate By Media Type, Advertisement, Usage and Facts*. Coolest Gadgets. Recuperado de https://www.coolest-gadgets.com/instagram-stories-statistics/?utm_source=chatgpt.com

Quiroz, C. D., Gómez, L. M., & Martínez, J. A. (2023, Abril). *Estadísticas sobre el uso de redes sociales en Colombia del 2021 al 2023*. Corporación Universitaria Remington. Recuperado de <https://repositorio.uniremington.edu.co/server/api/core/bitstreams/f5420059-81a3-4bff-beed-d81519bab4ea/content>

Capriotti, P. (2009). Branding corporativo: *Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Colección de Libros de la Empresa. Recuperado de <https://www.cespi.unlp.edu.ar/wp-content/uploads/2023/06/Branding-corporativo-Capriotti.pdf>

Quecedo Lecanda, R., & Castaño Garrido, C. (2002). *Introducción a la metodología de investigación cualitativa*. Revista de Psicodidáctica, (14). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>

Terranova, M. P. (2023, 15 de febrero). *Diseño + Iglesia*. Risen Media. Recuperado de <https://risenmedia.io/es/nuestro-blog/iglesia-de-dise%C3%B1o/>

Caldevilla Domínguez, D. (2009). *La importancia de la identidad visual corporativa*. Vivat Academia, (103). Recuperado de <https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/297/247>

Quintero-González, J. D., Rangel-Luna, J. F., & Lesmes-Silva, A. K. (2020). *Influencia de las redes sociales en el consumidor*. Convicciones. Recuperado de <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/598/646>

Riascos Ocoró, A. L., & Tatalcha Ceballos, A. M. (2010). *Diseño de la identidad visual institucional del Centro Docente Emérita Salas de Buenaventura*. Repositorio Institucional UAO. Recuperado de <https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/b6a460bc-61a4-490d-ae65-157059c036b9/content>

Falcón, G. (s. f.). *¿Cuál es la importancia del uso de las redes sociales en la Iglesia?* Recuperado de <https://www.resourceumc.org/es/content/cual-es-la-importancia-del-uso-de-las-redes-sociales-en-la-iglesia>

Más Impulso Global. (s. f.). *7 razones por qué se deben usar redes sociales en la iglesia*. Recuperado de <https://www.masimpulsoglobal.com/redes-sociales-en-la-iglesia/>

Ramírez, M. P. (s. f.). *¿Cuáles son las redes sociales más populares en Colombia?* Xtresmedia. Recuperado de <https://inbound-marketing.xtresmedia.com/blog/cuales-son-las-redes-sociales-mas-populares-en-colombia>

Chaffey, D. (2025, 14 de febrero). *Global social media statistics research summary*. Smart Insights. Recuperado de <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>

Keutelian, M. (2025, 13 de octubre). *Best times to post on Instagram in 2025*. Sprout Social. Recuperado de <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-instagram/>

Rodríguez Pérez, J. (2021, 22 de febrero). *13 trucos de diseño gráfico para no diseñadores*. Hey Jaime. Recuperado de <https://heyjaime.com/blog/trucos-diseno-grafico/>

Arias García, U. (s. f.). *10 trucos de diseño que puedes aplicar aunque no seas diseñador*. Universo Meraki. Recuperado de <https://universomeraki.com/trucos-diseno/>

Benavides Casallas, L., & Rojas Rodríguez, V. (s. f.). *D&D bitácora*. Flipbook. Recuperado de <https://online.fliphtml5.com/rehng/ceye/#p=16>

Anexos

Anexo A. Manual de identidad Iglesia Monte de Sion



<https://heyzine.com/flip-book/a42bb8c1a1.html>

Anexo B. Piezas gráficas MDS



<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1o66Z5Ks5VEmeNKv67hELv9t7nNgcSOoi>

Anexo C. Contenido Multimedia MDS



<https://heyzine.com/flip-book/afbe48aecf.html>

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Xb9o9Z-a65P06Vg9kEPQHXCibKsY9Wdt>

Anexo D. Material de apoyo educativo



<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/16FSx0zhUt-CHXuW6l70kt2OfsRt4iZQQ>

Anexo E. Organización redes sociales

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/10pPkhflepZWATQEIfpFZuM4x561eVvCn>

Anexo F. Informe Final

<https://heyzine.com/flip-book/d87d78deee.html>

Anexo G. Resultado de encuestas

<https://drive.google.com/file/d/1AbKNBAmACIaz2w0RIUbwoZTsSyyLRXOM/view>

https://drive.google.com/file/d/1-j9ZRfbaRm7JeNfJk3qkB7N8k0ix_jhe/view?usp=sharing

Anexo H. Video evaluativo

<https://youtu.be/j7TTaZxZTew>

Anexo H. Cronograma del Proyecto

<https://drive.google.com/file/d/13dBNbjHHD9RY6-NMywmDX2tCY1Zm1wjg/view>