



**TRABAJO DE GRADO**  
**Pasantía con Proyección Social**

**Fortalecimiento de la identidad corporativa de la Fundación TAAAI mediante el diseño de  
piezas gráficas para redes sociales, Monterrey Casanare 2025**

Leidy Paola Vega Solano

Tutor

Juan Manuel Bustamante

Pasantía con Proyección Social para optar al título de Diseñador Gráfico.

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Diseño.

Diseño Gráfico

Yopal

2026

El trabajo de grado “Fortalecimiento de la identidad corporativa de la Fundación TAAAI mediante el diseño de piezas gráficas para redes sociales, Monterrey Casanare 2025” 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**

**Leidy Paola Vega Solano**

[leidy.vega.2260@miremington.edu.co](mailto:leidy.vega.2260@miremington.edu.co)

**CVLAC:**

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0002172630](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002172630)

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**

**Juan Manuel Bustamante Zapata**

Magister

[juan.bustamante@uniremington.edu.co](mailto:juan.bustamante@uniremington.edu.co)

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001646490](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001646490)

## **Agradecimientos**

En primer lugar, agradezco profundamente a Dios, quien ha sido mi guía, fortaleza y fuente de sabiduría a lo largo de este proceso académico, sin su presencia y dirección, este logro no habría sido posible. De igual manera, expreso mi sincero agradecimiento a mis padres y hermanos, por su amor, comprensión y apoyo incondicional en cada etapa de mi formación profesional.

Su confianza en mí ha sido un motor constante para alcanzar mis metas. Agradezco también a mi universidad, por brindarme las herramientas, conocimientos y experiencias necesarias para mi crecimiento académico y personal, permitiéndome culminar con éxito esta etapa.

Este trabajo representa el fruto del esfuerzo, la perseverancia y la fe que me han acompañado durante todo mi proceso formativo, y constituye un paso más hacia la realización de mis propósitos personales y profesionales.

## Tabla de contenido

Resumen.....	7
Problemática Abordada En La Pasantía.....	9
Objetivos.....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos.....	11
Marco Teórico.....	12
Metodología.....	16
Desarrollo.....	20
1. Fase 1. Identificación del problema:.....	20
2. Fase 2. Investigación:.....	21
3. Fase 3. Definición del problema:.....	29
4. Fase 4. Bocetar:.....	31
5. Fase 5. Alternativas:.....	32
6. Fase 6. Evaluación y selección:.....	35
7. Fase 7. Materialización:.....	36
8. Fase 8. Presentación y feedback.....	37
Resultados.....	38
1. Diagnóstico inicial de la identidad visual y comunicación gráfica Fundación TAAAI ...	39
2. Diseño de piezas gráficas digitales para el fortalecimiento comunicacional de la Fundación TAAAI.....	41
3. Implementación de un sistema de piezas para difusión para los perfiles institucionales de la Fundación TAAAI.....	47
Conclusiones.....	51
Referencias.....	54
Anexos.....	58

## Lista de Figuras

Ilustración 1 Logotipo inicial TAAAI .....	21
Ilustración 2. Variaciones tipográficas y cromáticas en publicaciones de la Caring For Colombia Foundation .....	23
Ilustración 3. Publicaciones irregulares y composición inestable en el perfil de la Fundación Huellas Verdes (Colombia).....	23
Ilustración 4. Uso inconsistente del logotipo y saturación visual en el perfil de la Fundación Orca (Colombia). .....	24
Ilustración 5. Cambios frecuentes en estilo gráfico y tipografía en publicaciones de la Fundación Ángeles con Voz (Colombia).....	24
Ilustración 6. Uso coherente de paleta cromática y plantilla institucional en el perfil de la Fundación Pies Descalzos.....	25
Ilustración 7. Identidad visual profesional y uniforme en publicaciones de la Fundación Éxito .	25
Ilustración 8. Narrativa visual emocional y coherente en el perfil de la Fundación Isla Anima ..	26
Ilustración 9. Fotografía documental y diseño homogéneo en el perfil de Techo Colombia. ....	26
Ilustración 10. Paleta cromática y tono emocional constante en el perfil de la Fundación Te Abrazo (Colombia) .....	27
Ilustración 11. Bocetos.....	312
Ilustración 12 Exploración crómica .....	322
Ilustración 13 Alternativas de organización del contenido tipo carrusel .....	372
Ilustración 14 Propuesta de rediseño del logotipo .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b> 3
Ilustración 15 Comunicación Gráfica .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b> 6
Ilustración 16. Propuesta de rediseño del logotipo y manual de marca de la Fundación TAAAI.	41
Ilustración 17. Vista general de piezas gráficas para redes sociales de la Fundación TAAAI...	443
Ilustración 18. Vista general del portafolio institucional de la Fundación TAAAI.....	465
Ilustración 19. Perfil institucional de Instagram – vista general.....	48
Ilustración 20. Perfil institucional de Facebook – vista general .....	487
Ilustración 21. Publicaciones del perfil de Instagram de la Fundación TAAAI.....	498
Ilustración 22. Publicaciones del perfil de Facebook de la Fundación TAAAI .....	498
Ilustración 23. Fotografías de la Fundación TAAAI .....	509

**Lista de Tablas**

Tabla 1. Cronograma De Actividades.....	19
Tabla 2 Comparativo Técnico De Perfiles Visuales En Organizaciones Sociales .....	28
Tabla 3 Sistematización Del Diagnóstico Inicial De La Fundación TAAAI (Junio De 2025).....	39

## Resumen

El proyecto de pasantía con proyección social se desarrolló en la Fundación TAAAI, en el municipio de Monterrey, Casanare, con el propósito de fortalecer su identidad corporativa mediante la implementación de piezas gráficas y medios digitales orientados a optimizar su comunicación institucional. La organización, dedicada a la formación integral de personas y al acompañamiento social, presentaba limitaciones en la gestión de su imagen visual y carecía de presencia en plataformas digitales, lo que restringía su alcance y reconocimiento dentro de la comunidad.

El trabajo se estructuró bajo un enfoque cualitativo, de carácter descriptivo y proyectual-aplicado, propio del ejercicio profesional del diseño gráfico. La metodología incluyó las fases de diagnóstico de la identidad visual existente, análisis comparativo de referentes nacionales y latinoamericanos, formulación de lineamientos de diseño y desarrollo de estrategias gráficas enfocadas en la comunicación social. Este proceso permitió establecer parámetros técnicos de legibilidad, coherencia cromática y consistencia tipográfica que sirvieron de base para la creación de materiales institucionales.

Durante la ejecución se diseñaron piezas gráficas y recursos digitales que fortalecieron la visibilidad de la fundación en medios de comunicación, redes sociales y espacios de interacción comunitaria. Además, se elaboraron instrumentos visuales orientados a la estandarización de la identidad institucional, lo que contribuyó a consolidar una imagen más profesional, coherente y accesible para sus públicos de interés.

Los resultados evidencian que el diseño gráfico, aplicado desde un enfoque estratégico y social, constituye una herramienta esencial para la transformación comunicativa y el posicionamiento institucional de organizaciones del tercer sector. En consecuencia, la

implementación de piezas gráficas y medios digitales en la Fundación TAAAI se consolidó como un proceso de fortalecimiento comunicacional y visual, capaz de proyectar los valores y objetivos de la entidad con claridad, pertinencia y efectividad.

**Palabras Clave**

Identidad corporativa — diseño gráfico social — comunicación visual — medios digitales — fortalecimiento institucional

### **Problemática Abordada En La Pasantía**

La Fundación TAAAI, ubicada en el municipio de Monterrey, departamento de Casanare, es una entidad sin ánimo de lucro dedicada a la orientación integral de personas en la resolución de conflictos personales, familiares y sociales, promoviendo valores, principios y herramientas para la vida. No obstante, pese a la relevancia de su labor social y comunitaria, la organización presentaba debilidades significativas en su comunicación institucional y en la gestión de su identidad visual, lo cual limitaba su proyección, posicionamiento y reconocimiento en el contexto local y regional.

A partir de un diagnóstico inicial realizado durante el desarrollo de la pasantía, mediante observación directa y revisión de los recursos institucionales existentes, se evidenció que la fundación no contaba con una identidad visual estructurada ni con lineamientos gráficos definidos. Su comunicación se apoyaba únicamente en un logotipo sin normas de aplicación, sin un manual de identidad corporativa y sin piezas gráficas sistematizadas que garantizaran coherencia visual. Asimismo, se identificó la ausencia de presencia en redes sociales como Instagram y Facebook, así como la inexistencia de plantillas gráficas, material fotográfico de calidad y recursos visuales que permitieran comunicar de manera clara y consistente su misión, servicios y actividades.

Estas falencias comunicacionales trascendían lo estético y afectaban directamente en la visibilidad de la fundación, debilitando su capacidad para difundir su labor social, establecer recordación y vínculos con la comunidad, atraer potenciales aliados, voluntarios, donantes y consolidar una imagen institucional confiable. En este sentido, la

ausencia de una identidad visual coherente y presencia en redes sociales estructurada limitaba el impacto y visibilidad de la organización.

Desde el ámbito teórico del diseño gráfico, diversos estudios evidencian que las organizaciones sociales que carecen de una identidad visual clara y coherente presentan dificultades para proyectar profesionalismo y credibilidad ante sus públicos de interés. En este contexto, Montes Vozmediano, Vizcaíno Laorga y Gallego Gómez (2024) señalan que; la ausencia de criterios técnicos como la legibilidad, el equilibrio cromático y la adecuación cultural debilita la comunicación institucional y la percepción de confianza. De manera complementaria, González Flórez, Piñeros León y Rocha Jiménez (2024) afirman que cuando las aplicaciones gráficas y digitales no mantienen coherencia visual, se reduce la conexión emocional con la audiencia y se afecta negativamente la credibilidad de la organización.

En consecuencia, la problemática abordada en esta pasantía se centra en la debilidad de la identidad visual y comunicacional de la Fundación TAAAI, evidenciada tanto en el diagnóstico empírico o institucional como en los referentes teóricos del diseño gráfico social. Esta situación hizo necesaria la implementación de un proceso de fortalecimiento de la identidad corporativa mediante el diseño e implementación de piezas gráficas y el uso estratégico de redes sociales, orientado a mejorar la comunicación institucional, el reconocimiento social y la proyección de la fundación en el municipio de Monterrey y el departamento de Casanare.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Fortalecer la identidad visual y la comunicación institucional de la Fundación TAAAI mediante el diseño e implementación de un sistema de piezas gráficas para redes sociales, evidenciable a través de estructuras visuales coherentes y consistentes.

### **Objetivos específicos**

1. Diagnosticar el estado inicial de la identidad visual y la comunicación gráfica de la Fundación TAAAI; sistematizando los hallazgos e identificando debilidades y necesidades previas a la intervención gráfica.
2. Diseñar piezas gráficas digitales aplicando criterios de jerarquía visual, uso consistente de tipografías y organización del contenido; que comuniquen de manera clara la misión, las actividades y la labor social de la Fundación TAAAI.
3. Implementar un sistema de piezas para difusión acorde a los criterios de coherencia visual y continuidad gráfica de las piezas diseñadas para el uso en los perfiles institucionales de la Fundación TAAAI.

## Marco Teórico

El diseño gráfico contemporáneo se entiende como una disciplina proyectual que trasciende la producción estética para convertirse en un proceso estratégico de comunicación visual con impacto social. En el contexto colombiano, el diseño gráfico ha evolucionado hacia enfoques interdisciplinarios que integran investigación, pensamiento visual y compromiso con las realidades sociales. De acuerdo con Buitrago López, Morales Holguín, García Cordero y Muñoz Joven (2024), el diseño gráfico en Colombia se ha consolidado como un campo que articula la sensibilidad estética con la función social, permitiendo generar soluciones visuales pertinentes frente a contextos culturales, educativos y comunitarios específicos. Desde esta perspectiva, el diseñador gráfico asume un rol activo como mediador cultural y comunicador estratégico.

En el ámbito de la comunicación visual institucional, el diseño se configura como un sistema de construcción de significados donde intervienen elementos como la forma, el color, la tipografía y la composición. Estos componentes establecen relaciones simbólicas que influyen directamente en la interpretación de los mensajes por parte de los públicos. Estudios sobre identidad gráfica señalan que la efectividad de un sistema visual radica en su capacidad para traducir los valores y la misión de una organización en un lenguaje visual coherente, legible y consistente González Flórez, D. K., Piñeros León, J. D., & Rocha Jiménez, M. (2024). En este sentido, el diseño gráfico no solo cumple una función expresiva, sino que estructura la comunicación institucional y contribuye a la construcción de confianza y reconocimiento social.

La identidad visual corporativa constituye un eje central dentro del diseño gráfico institucional, especialmente en organizaciones sin ánimo de lucro. Montes et al., (2024) definen la identidad visual como un conjunto articulado de signos gráficos, logotipo, paleta cromática, tipografía y criterios compositivos que representan la esencia y personalidad de una institución. Cuando la coherencia gráfica se ve afectada por aplicaciones inconsistentes o por la ausencia de lineamientos visuales claros, se debilita la proyección institucional y se reduce la credibilidad del mensaje. En relación con este aspecto, González et al., (2024) evidencian que una identidad visual coherente influye de manera directa en la percepción y valoración que los públicos construyen sobre una organización y su labor social.

La identidad visual se encuentra estrechamente vinculada con la filosofía corporativa, dado que toda imagen institucional debe reflejar los valores, principios y objetivos de la organización. Parada Acosta y Vallejo Becerra (2024) sostienen que la identidad corporativa actúa como un puente entre la misión institucional y la comunicación visual, permitiendo proyectar autenticidad, coherencia y sentido de pertenencia. Desde este enfoque, el diseño gráfico adquiere una dimensión ética, al convertirse en un medio para representar de forma responsable la razón de ser de una organización ante la comunidad.

La coherencia y continuidad de la identidad visual se garantizan mediante la estandarización de los elementos gráficos, proceso que se materializa a través de manuales de identidad visual y piezas institucionales. Acosta Alturo (2023) describe estos como herramientas técnicas indispensables para regular el uso del logotipo, la tipografía,

el color y la composición gráfica, asegurando la unidad visual de la organización. En este sentido, Chávez Velásquez (2021) señala que el diseño de portafolios institucionales de servicios constituye una herramienta estratégica para organizar la oferta de una organización, fortalecer su identidad visual y facilitar los procesos de comunicación con aliados y públicos externos, especialmente en entidades sin ánimo de lucro.

En el contexto actual, las redes sociales se han consolidado como espacios estratégicos para la comunicación institucional y la proyección de la identidad visual. Plataformas como Facebook e Instagram no solo funcionan como canales de difusión, sino como escenarios simbólicos donde se construye la imagen pública de las organizaciones. Pérez Gaviria (2024) afirma que el uso estratégico de redes sociales, sustentado en un sistema gráfico coherente, contribuye al fortalecimiento de la reputación institucional y favorece la interacción con los públicos de interés. En este entorno digital, la planificación visual y la consistencia gráfica se convierten en factores clave para garantizar la claridad del mensaje y la apropiación social de los contenidos.

Desde una perspectiva social, el diseño gráfico adquiere un carácter transformador cuando se orienta al fortalecimiento institucional de organizaciones comunitarias y sin ánimo de lucro. Investigaciones recientes evidencian que una gestión visual coherente contribuye a mejorar la percepción pública, aumentar la participación comunitaria y consolidar la identidad institucional. Maldonado Apaza y Valencia Camacho (2022) destacan que el uso adecuado de herramientas digitales en organizaciones sociales fortalece los procesos comunicacionales y amplifica el impacto de su labor en los sectores menos favorecidos.

En síntesis, el diseño gráfico aplicado al fortalecimiento institucional en contextos sociales se sustenta en tres principios fundamentales:

1. Comprender el diseño como una práctica estratégica que traduce los valores organizacionales en lenguaje visual.
2. Construir sistemas de identidad visual mediante lineamientos y manuales de aplicación que aseguren coherencia, legibilidad y accesibilidad.
3. Gestionar la comunicación institucional en redes sociales a partir de criterios gráficos consistentes que fortalezcan la presencia digital y la relación con la comunidad.

Estos fundamentos teóricos orientan el desarrollo del presente proyecto de proyección social en la Fundación TAAAI, al sustentar conceptualmente las decisiones proyectuales relacionadas con el diseño de piezas gráficas, la estructuración de la identidad visual y la gestión de la comunicación institucional en redes sociales, desde un enfoque estratégico, ético y social del Diseño Gráfico.

## Metodología

Para el desarrollo de la Pasantía con Proyección Social en la Fundación TAAAI, se estructuró un proceso metodológico que orientó la consecución de soluciones efectivas para el fortalecimiento de la identidad visual de una institución sin ánimo de lucro; dicho proceso se desarrolló con enfoque cualitativo, el cual como lo explica Hernández, se centra en interpretar fenómenos complejos y los significados que las personas les puedan atribuir. Este enfoque permite captar la riqueza y profundidad de las experiencias, creencias y actitudes, mediante técnicas de obtención de información como la observación, entrevistas, y análisis de documentos. (2014, pág. 9).

Se adoptó también un método descriptivo, dado que este implica la observación sistemáticamente del objeto de estudio y la necesidad de catalogar la información que se observa para que pueda ser empleada y replicada por otros. Este método permitió comprender el estado inicial de la identidad visual de la fundación y formular una intervención gráfica aplicada a un contexto real y coherente con las necesidades institucionales, bajo criterios técnicos propios del diseño gráfico, como lo expone (Gaviria, 2024). El objeto de estudio fue la identidad corporativa de la Fundación TAAAI ubicada en el municipio de Monterrey, Casanare, durante el periodo comprendido entre junio y agosto de 2025.

La selección de la metodología Proyectual como guía para el desarrollo de este proyecto creativo parte de su naturaleza, dado que se encuentra orientada específicamente a la resolución de problemas de diseño mediante un proceso estructurado, lógico y funcional, sin dejar de lado la creatividad, tal como lo plantea Bruno Munari (2016, p.

16). A diferencia de otras metodologías de carácter más teórico o investigativo, la metodología proyectual permite desarrollar soluciones a partir del análisis de una necesidad concreta hasta llegar a una propuesta aplicada y evaluable.

Su implementación resulta pertinente en este proyecto, considerando que el diseño gráfico trabaja principalmente con procesos visuales y comunicativos, más que con variables cuantificables. En este sentido, el propósito no radica en medir impactos numéricos, sino en fortalecer aspectos como la coherencia visual y la identidad gráfica de las piezas desarrolladas. Entendiéndose, el diseño gráfico como una herramienta estratégica para organizar la comunicación visual de la identidad institucional, especialmente en entornos digitales, donde la sistematización visual es determinante para la construcción de una imagen clara y reconocible (Díaz-Mesa, 2025).

Para el desarrollo metodológico de este proyecto se tomará como base el esquema metodológico propuesto por Cairo, Curbelo y Ghiglione (Anexo 1), debido a que presenta de manera clara y organizada las etapas fundamentales del proceso de diseño, facilitando su comprensión y aplicación práctica. No obstante, dicho esquema se fundamenta en la metodología proyectual de Bruno Munari, quien plantea el diseño como un proceso lógico y sistemático orientado a la resolución de problemas.

Los pasos del esquema metodológico adaptado de la metodología proyectual de Bruno Munari y organizado por Cairo, Curbelo y Ghiglione son los siguientes:

1. *Identificación del problema*: Reconocer la necesidad o situación que requiere una solución de diseño.

2. *Investigación*: Recopilar y analizar información relevante sobre el contexto, usuarios, referentes y necesidades.
3. *Definición del problema*: Delimitar y establecer con claridad qué se debe resolver y cuáles son los objetivos del proyecto.
4. *Bocetar*: En este punto se realiza lluvia de ideas, todo tipo de maquetas o bocetos que nos ayuden a concretar el proyecto.
5. *Alternativas*: Generar ideas y propuestas visuales mediante bocetos y exploraciones creativas.
6. *Evaluación y selección*: Analizar las alternativas planteadas para escoger la que mejor responda a los objetivos del proyecto.
7. *Materialización*: Desarrollar y producir las propuestas seleccionadas, llevándolas a una versión más concreta o final.
8. *Presentación y feedback*: Exponer la propuesta final y recibir retroalimentación para validar o ajustar el resultado.

La evaluación del proceso se estructuró a partir de un análisis cualitativo de la coherencia, organización y consistencia del sistema gráfico implementado, estableciendo como criterio metodológico la comparación visual entre el estado inicial diagnosticado y el estado posterior a la intervención.

## Cronograma de Trabajo

El cronograma de trabajo que permitió organizar y distribuir temporalmente las actividades contempladas en el desarrollo del proyecto, facilitando el seguimiento y cumplimiento de los objetivos planteados el siguiente:

*Tabla 1. Cronograma De Actividades*

<b>Mes</b>	<b>Actividades principales</b>	<b>Productos obtenidos</b>
Junio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación directa del estado inicial de la identidad visual.</li> <li>• Reuniones institucionales para contextualización comunicacional.</li> <li>• Sistematización diagnóstica.</li> <li>• Análisis comparativo de referentes visuales.</li> <li>• Desarrollo exploratorio de propuesta de rediseño de logotipo (no implementada).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico</li> <li>• Propuesta gráfica exploratoria y manual de identidad (no implementado).</li> </ul>
Julio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de criterios gráficos aplicables al logotipo existente.</li> <li>• Creación de perfiles institucionales en Facebook e Instagram.</li> <li>• Diseño de piezas gráficas digitales (publicaciones individuales y carruseles)</li> <li>• Publicación progresiva del contenido institucional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfiles institucionales activos.</li> <li>• Sistema inicial de piezas gráficas implementadas.</li> </ul>
Agosto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuidad en la aplicación de criterios visuales en redes sociales.</li> <li>• Diseño del portafolio institucional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portafolio institucional.</li> <li>• Aplicación consistente del sistema gráfico.</li> <li>• Registro comparativo para evaluación cualitativa.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación cualitativa comparativa del sistema visual implementado.</li> </ul>	
--	---	--

## Desarrollo

### **Fase 1. Identificación del problema:**

*Reconocimiento de la necesidad o situación que requiere una solución de diseño.*

La primera fase consistió en la realización de un diagnóstico orientado a identificar el estado inicial de la identidad visual y la comunicación gráfica de la Fundación TAAAI. Este proceso se desarrolló durante el mes de junio de 2025 mediante la observación directa de los recursos institucionales existentes, la revisión de los materiales visuales utilizados por la organización y reuniones sostenidas con la representante legal y el delegado designado durante el periodo de pasantía. (Anexo 2)

Estas acciones permitieron comprender las dinámicas comunicacionales de la fundación, sus expectativas frente al proyecto y las limitaciones técnicas y humanas presentes al inicio del proceso. Asimismo, se evidenció la ausencia de lineamientos gráficos unificados, lo que generaba inconsistencias visuales en las piezas institucionales y dificultades en la consolidación de una identidad gráfica coherente.

La fundación contaba únicamente con un logotipo sin lineamientos de aplicación definidos, carecía de un manual de identidad corporativa y de piezas gráficas sistematizadas que garantizaran coherencia visual. Del mismo modo, se evidenció la ausencia de presencia institucional en redes sociales, así como la falta de plantillas gráficas, material fotográfico de calidad y recursos visuales que permitieran comunicar de manera clara y consistente su misión, servicios y actividades.

Este logo presentado originalmente por la Fundación TAAAI, el cual, pese a requerir ajustes en su composición visual y estructura gráfica, posee una importante carga emotiva y simbólica que refleja la apropiación identitaria construida por la fundación a lo



largo de su trayectoria, razón por la cual se toma como base referencial para el proceso de rediseño institucional.

*Ilustración 1 Logotipo inicial TAAAI*

*Fuente: Insumo aportado por la fundación. (2025)*

## **Fase 2. Investigación:**

*Recopilación y análisis de información relevante sobre el contexto, referentes y necesidades.*

El proceso de Investigación, parte desde el reconocimiento del contexto de la Fundación TAAAI, la cual es una entidad sin ánimo de lucro ubicada en Monterrey, Casanare, dedicada a la orientación integral en la resolución de conflictos personales, familiares y sociales. Sin embargo, pese a la importancia de su labor comunitaria, presenta debilidades en su comunicación institucional e identidad visual, afectando su posicionamiento y reconocimiento a nivel local y regional.

En el marco del proceso proyectual se realizó un análisis comparativo de perfiles de Instagram de organizaciones sociales y fundaciones con presencia digital activa, con el propósito de identificar estrategias visuales efectivas aplicables al contexto de la Fundación TAAAI. Este análisis se centró en observar criterios como coherencia gráfica, uso de la paleta cromática, tipografía, composición visual, frecuencia de publicación y claridad del mensaje institucional.

A partir de la observación directa de estos perfiles, se identificaron dos categorías principales: organizaciones con una gestión visual sólida y organizaciones con una gestión visual poco desarrollada. En los perfiles con una gestión visual sólida se evidenció el uso constante de plantillas gráficas, paletas cromáticas definidas, jerarquía visual clara y una narrativa visual coherente con la misión institucional. Por el contrario, los perfiles con una gestión visual débil presentaban variaciones tipográficas, cambios frecuentes de color, ausencia de lineamientos gráficos y falta de coherencia entre las publicaciones. A continuación, se exponen dichos ejemplos:

## Perfiles Con Gestión Visual Poco Desarrollada O Débil

- Caring For Colombia Foundation (@caringforcolombia) contenido institucional activo, pero con variaciones tipográficas y cromáticas que debilitan la coherencia de su identidad visual.

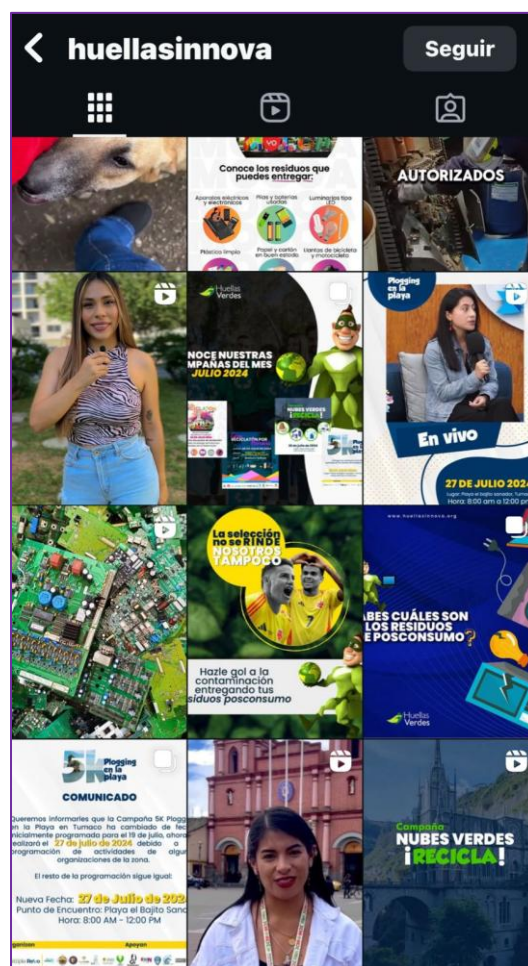
*Ilustración 2. Variaciones tipográficas y cromáticas en publicaciones de la Caring For Colombia Foundation*



Captura de pantalla tomada de Instagram de Caring For Colombia Foundation (2025)  
<https://www.instagram.com/caringforcolombia/>

- Fundación Huellas Verdes (@fundacionhuellasverdes) publicaciones irregulares y variaciones de color y tipografía sin una estructura gráfica definida.

*Ilustración 3. Publicaciones irregulares y composición inestable en el perfil de la Fundación Huellas Verdes (Colombia).*



Captura de pantalla tomada de Instagram de Fundación Huellas Verdes (2025)  
<https://www.instagram.com/fundacionhuellasverdes/>

- Fundación Orca (@fundacionorca) uso inconsistente del logotipo, fotografías sin tratamiento gráfico y diseños que no comunican.

*Ilustración 4. Uso inconsistente del logotipo y saturación visual en el perfil de la Fundación Orca (Colombia).*



Captura de pantalla tomada de Instagram de Fundación Orca (2025)  
<https://www.instagram.com/fundacionorca/>

- Fundación Ángeles con Voz (@angelesconvoz.tamesis) cambios frecuentes en tipografía, paleta cromática y disposición visual, lo que afecta la coherencia gráfica.

*Ilustración 5. Cambios frecuentes en estilo gráfico y tipografía en publicaciones de la Fundación Ángeles con Voz (Colombia).*



Captura de pantalla tomada de Instagram de Fundación Ángeles con Voz (2025)  
<https://www.instagram.com/angelesconvoz.tamesis/>

### Perfiles Con Gestión Visual Sólida

- Fundación Pies Descalzados (@fpiesdescalzados) paleta cromática coherente, uso de plantillas gráficas y narrativa visual alineada con su misión educativa

*Ilustración 6. Uso coherente de paleta cromática y plantilla institucional en el perfil de la Fundación Pies Descalzados.*



Captura de pantalla tomada de: Instagram de Fundación Pies Descalzados (2025)  
<https://www.instagram.com/fpiesdescalzados/>

- Fundación Éxito (@fundacionexito) identidad visual coherente y profesional, con paleta cromática institucional, uniformidad tipográfica y publicaciones centradas en la infancia y la nutrición

*Ilustración 7. Identidad visual profesional y uniforme en publicaciones de la Fundación Éxito*



Captura de pantalla tomada de Instagram de Fundación Éxito (2025)  
<https://www.instagram.com/fundacionexito/>

- Fundación Isla Animal (@isla.animal) presencia digital constante y narrativa visual emocional enfocada en la adopción y protección animal, con composición fotográfica uniforme.

*Ilustración 8. Narrativa visual emocional y coherente en el perfil de la Fundación Isla Anima*

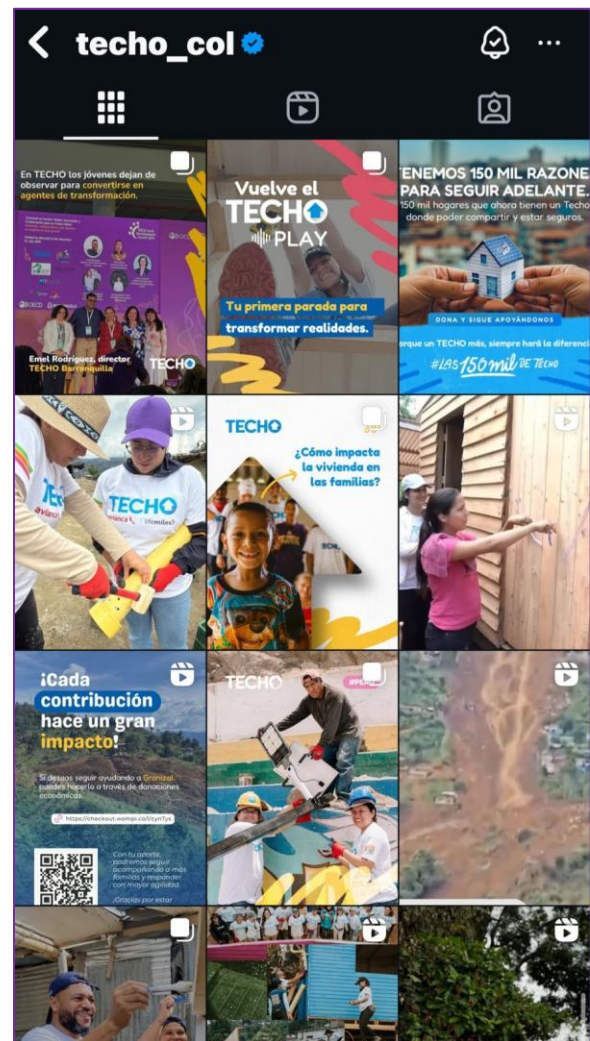


Captura de pantalla tomada de Instagram de Fundación Isla Animal (2025)

<https://www.instagram.com/isla.animal/>

- Techo Colombia (@techo\_col) uso de fotografía documental y recursos gráficos uniformes que refuerzan la identidad visual institucional.

*Ilustración 9. Fotografía documental y diseño homogéneo en el perfil de Techo Colombia.*

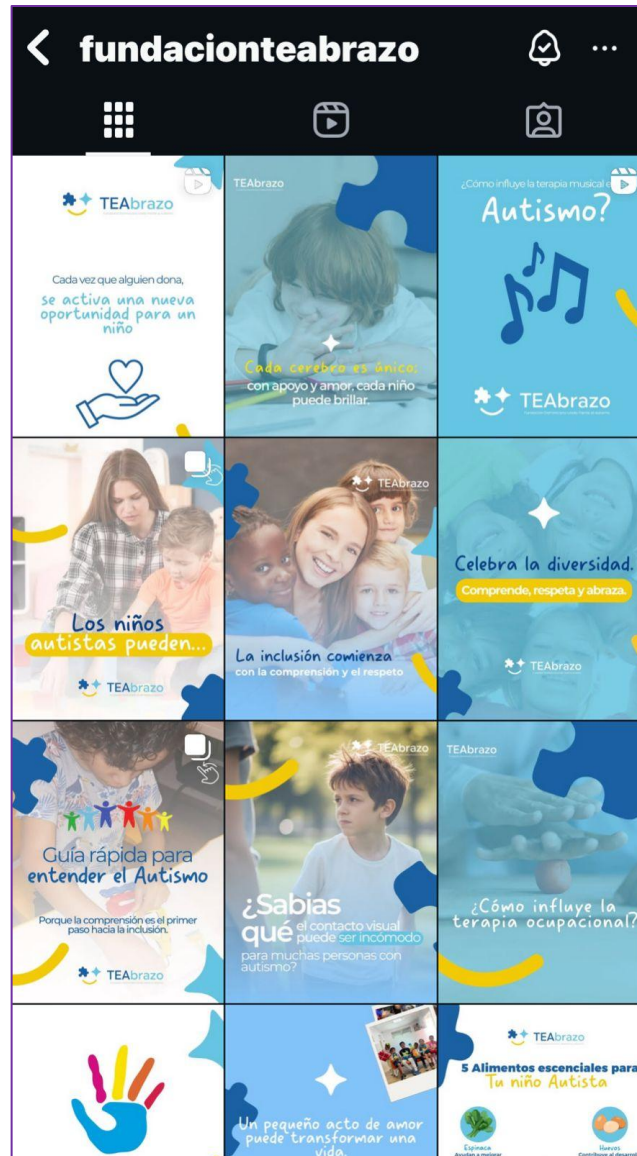


Captura de pantalla tomada de Instagram de Techo Colombia (2025)

[https://www.instagram.com/techo\\_col/](https://www.instagram.com/techo_col/)

- Fundación Te Abrazo (@fundacionteabrazo) paleta cromática coherente, tono emocional uniforme y estructura visual armónica.

*Ilustración 2. Paleta cromática y tono emocional constante en el perfil de la Fundación Te Abrazo (Colombia)*



Captura de pantalla tomada del perfil de Instagram de Fundación Te Abrazo (2025)  
<https://www.instagram.com/fundacionteabrazo/>

Este análisis permitió reconocer la importancia de la consistencia visual como factor clave para la construcción de una identidad institucional reconocible en redes sociales. Asimismo, evidenció que la planificación visual y el uso de recursos gráficos sistematizados facilitan la comprensión del mensaje, fortalecen la credibilidad institucional y mejoran la interacción con la comunidad.

Los resultados de este análisis sirvieron como base para definir criterios gráficos aplicables al diseño de las piezas de la Fundación TAAAI, como la necesidad de mantener coherencia cromática, legibilidad tipográfica, jerarquía visual clara y un tono comunicativo acorde con el enfoque social de la organización. Las evidencias visuales de este análisis se presentan en los anexos del documento, mediante figuras y una tabla comparativa que sintetiza los hallazgos observados.

*Tabla 2 Comparativo Técnico De Perfiles Visuales En Organizaciones Sociales*

Organización	Nivel de gestión	Características visuales	Lecciones aplicables a la Fundación TAAAI
Fundación Pies Descalzos	Alta	Paleta coherente, uso de plantillas y narrativa visual educativa.	Mantener uniformidad visual y narrativa institucional.
Fundación Éxito	Alta	Identidad gráfica institucional, coherencia cromática y tipográfica.	Consolidar manual de marca y aplicar consistencia en todos los medios.
Fundación Isla Animal	Alta	Fotografía emocional y línea visual empática en protección animal.	Integrar lenguaje visual humanizado y narrativas emocionales.
Techo Colombia	Alta	Fotografía documental y diseño homogéneo.	Implementar narrativa visual basada en transparencia y acción social.

Fundación Te Abrazo	Alta	Paleta y estructura coherentes, publicaciones constantes.	Reforzar storytelling visual y diversificación de formatos.
Caring For Colombia Foundation	Media	Contenido institucional activo, pero con variaciones cromáticas y tipográficas.	Estandarizar paleta y tipografía para fortalecer recordación visual.
Fundación Huellas Verdes	Baja	Inconsistencia cromática y compositiva.	Crear guía visual básica y estructura tipográfica.
Fundación Orca	Baja	Falta de jerarquía visual y saturación de color.	Reducir elementos visuales y normalizar uso del logotipo.
Fundación Ángeles con Voz	Baja	Cambios frecuentes de estilo gráfico.	Consolidar paleta cromática y tipografía fija.

Fuente: Elaboración Propia.

El análisis se orientó a criterios como coherencia cromática, legibilidad tipográfica, composición visual, consistencia gráfica y tono comunicativo, como lo determinan estudios recientes en el campo de la identidad visual digital los cuales señalan que el análisis sistemático de contenidos en redes sociales permite establecer criterios técnicos que orientan la construcción de sistemas visuales coherentes y favorecen una comunicación institucional más clara y estructurada (Guijarro Vinuesa & Cueva Marcillo, 2024; Escobar Rodríguez & Campo Quillones, 2024). Los resultados obtenidos en esta fase fueron insumos para la definición de criterios gráficos aplicables a la identidad digital de la Fundación TAAAI.

### **Fase 3. Definición del problema:**

*Delimitación y establecimiento de los puntos a resolver y los objetivos del proyecto*

La problemática abordada en esta pasantía se centró en las debilidades de la identidad visual y comunicacional de la Fundación TAAAI, evidenciadas en el diagnóstico institucional. Por ello, se establece la necesidad de desarrollar un proceso de fortalecimiento de la identidad corporativa mediante el diseño de piezas gráficas y el uso estratégico de redes sociales, con el propósito de mejorar la comunicación institucional y el reconocimiento de la Fundación TAAAI en Monterrey y Casanare; esta creación debe orientarse al impulso de tres dimensiones principales:

- Identidad visual institucional, entendida como el conjunto de elementos gráficos que representan a la organización (logotipo, tipografía, paleta cromática y aplicaciones visuales).
- Presencia digital institucional, relacionada con la existencia y gestión de perfiles oficiales en redes sociales como Instagram y Facebook.
- Recursos gráficos disponibles, incluyendo piezas digitales, plantillas institucionales y material fotográfico.

La definición de estas dimensiones se fundamentó en aportes académicos recientes que destacan la importancia de la coherencia visual y la sistematización gráfica como factores determinantes en la construcción de identidad institucional en entornos digitales (Díaz-Mesa, 2025; Guijarro Vinueza & Cueva Marcillo, 2024). De igual manera, se consideró la evaluación de la disponibilidad de recursos visuales como un elemento clave para estructurar una comunicación gráfica organizada y sostenible (Escobar Rodríguez & Campo Quillones, 2024).

**Fase 4. Bocetar:**

*En este punto se realizó lluvia de ideas y bocetos para concretar el proyecto.*

Tomando como referencia el logotipo existente de la Fundación TAAAI, se dio inicio al proceso de diseño y desarrollo de propuestas gráficas orientadas al fortalecimiento de su identidad visual, en este caso el logotipo.

*Ilustración 11. Bocetos*



*Fuente: Elaboración Propia.*

## Fase 5. Alternativas:

*Generación de ideas y propuestas visuales mediante bocetos y exploraciones creativas.*

*Ilustración 32 Exploración cromática*



Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 13 Alternativas de organización del contenido tipo carrusel

**5 Pilares**

- Identidad
- Transformación
- Productividad con los dones
- Buen uso del tiempo libre
- De lo que tenemos, damos

TAAAI

---

**Identidad**

**"Cuando sabes quién eres, eliges mejor a dónde vas."**

Enseñamos a los niños y jóvenes a descubrir quiénes son realmente: valiosos, únicos, amados por Dios y con un propósito en esta vida.

La identidad firme les da raíces para crecer sin miedo y resistir presiones sociales.

ID CARD

ED: 110964-20110416/20

NOMBRE: Juan Carlos Pineda

ESTADO: Marketing

FECHA: 21/11/2020

---

**Transformación**

**"Una vida puede cambiar cuando alguien cree en ella."**

No solo acompañamos, también creemos en el cambio. Trabajamos por transformar mentalidades, hábitos, emociones y entornos desde el amor, la fe y la acción.

---

**Productividad con los dones**

**"Tus dones no son para esconderlos, son para multiplicarlos."**

Cada persona tiene talentos únicos. En TAAAI fomentamos el descubrimiento y uso de esos dones, para que los niños y jóvenes sean creativos, emprendedores y aporten valor a su comunidad.

Fuente: Elaboración Propia.


### Ilustración 14 Propuesta de rediseño del logotipo


## Construcción


El imagotipo de la Fundación Trabajo, Aprendo, Ayudo, Ahorro e Invierto está compuesto por un isotipo y un logotipo que, en conjunto, representan visualmente la esencia y propósito de la Fundación.

El isotipo está conformado por una cruz que se ubica en el lateral izquierdo y se extiende hasta el lateral derecho, cubriendo como un techo protector a las tres letras "A", dispuestas una sobre otra. Estas letras no solo simplifican visualmente las siglas de la fundación, sino que también representan las tres dimensiones fundamentales del ser humano en las que se enfoca su labor: cuerpo, alma y espíritu.

El logotipo está compuesto por las letras TAAAI, siglas que condensan el nombre completo de la fundación y que, junto al isotipo, conforman una identidad gráfica coherente, moderna y cargada de significado.

Isotipo


Logotipo


Imagotipo


*Fuente: Elaboración Propia.*

Con el propósito de explorar soluciones gráficas acordes con las necesidades comunicacionales identificadas durante el diagnóstico, se desarrollaron diferentes alternativas visuales orientadas a definir criterios compositivos, cromáticos y tipográficos aplicables a la identidad digital de la Fundación TAAAI.

Las exploraciones realizadas permitieron analizar distintas posibilidades de organización del contenido, jerarquización de la información y coherencia visual en piezas destinadas a redes sociales. Este proceso incluyó pruebas cromáticas, variaciones compositivas para publicaciones tipo carrusel y una propuesta exploratoria de rediseño del logotipo

institucional, concebida como ejercicio de análisis visual y construcción de alternativas gráficas.

La generación de estas alternativas facilitó la evaluación de diferentes soluciones proyectuales y la materialización de las piezas finales, fortaleciendo la estructuración del sistema gráfico desarrollado para la fundación.

### **Fase 6. Evaluación y selección:**

*Análisis de las alternativas planteadas para escoger la más apta según los objetivos del proyecto*

Para la evaluación del proceso se planteó un análisis cualitativo basado en la comparación visual entre el estado inicial diagnosticado y el estado posterior a la intervención gráfica. Para ello, se establecieron como criterios de valoración la coherencia visual, la legibilidad, la claridad del mensaje y la consistencia en la aplicación de los elementos institucionales. Este procedimiento estuvo guiado desde la valoración de criterios como el nivel de organización, sistematización y aplicación del sistema gráfico implementado, en correspondencia con el objetivo general del proyecto como lo propone (Díaz-Mesa, 2025).

La propuesta de rediseño fue presentada a la Fundación TAAAI; sin embargo, por decisión institucional, se optó por mantener el logotipo existente, razón por la cual el rediseño no fue implementado. A pesar de ello, el desarrollo de esta propuesta constituyó un ejercicio relevante dentro del proceso de diseño, al facilitar el análisis crítico de la identidad visual institucional y su posible evolución.

Dado el carácter descriptivo del presente proceso, se permite y favorece la selección y conservación de elementos preexistentes, como el logo institucional, debido a

que este constituye un componente significativo dentro de la imagen e identidad de la Fundación TAAAI. Su permanencia responde no solo a criterios visuales y de reconocimiento institucional, sino también al valor simbólico y emocional que representa para la organización, reflejando aspectos que caracterizan su funcionamiento, trayectoria y sentido social frente a la comunidad.

### **Fase 7. Materialización:**

*Se desarrollan y producen las propuestas seleccionadas, llevándolas a una versión concreta.*

La materialización del diseño priorizó la coherencia visual, la legibilidad del contenido y la claridad del mensaje, con el fin de facilitar su comprensión en los entornos digitales y el fomento de una comunicación gráfica organizada y consistente según los criterios de Díaz-Mesa, (2025). A partir de dichos criterios, se desarrollaron piezas gráficas digitales destinadas a redes sociales, específicamente para las plataformas Facebook e Instagram. Estas piezas incluyeron publicaciones individuales y carruseles informativos orientados a comunicar la misión, los valores, las actividades y el impacto social de la Fundación TAAAI.

De la misma manera en el proceso de materialización de la identidad visual de la Fundación TAAAI, se consolidaron diversos elementos gráficos y comunicacionales, entre ellos una propuesta de rediseño del logotipo institucional y la elaboración del manual de marca, cuyo propósito fue establecer lineamientos visuales coherentes para el uso adecuado de la identidad corporativa.

Asimismo, se desarrolló el portafolio institucional visual de la Fundación TAAAI, el cual expone de manera organizada los pilares misionales, servicios y procesos que se ofrecen desde la fundación; estas piezas graficas responden de igual manera a los

principios de coherencia cromática, consistencia tipográfica, repetición de elementos gráficos y claridad jerárquica en las piezas requeridos en el ejercicio profesional del diseño gráfico.

### **Fase 8. Presentación y feedback**

*En esta fase se expone la propuesta final y se recibe la retroalimentación que valida el resultado.*

En esta fase se llevó a cabo la socialización del diseño final y de las piezas gráficas elaboradas para su difusión institucional, permitiendo presentar de manera integral la propuesta visual desarrollada para la Fundación TAAAI. Durante este proceso se recibieron comentarios positivos frente a la pertinencia en las reuniones sostenidas, claridad y fortalecimiento de la identidad institucional reflejada en las piezas diseñadas, motivo por el cual se aprobó su difusión y publicación en los diferentes espacios y medios de comunicación utilizados por la fundación.

*Ilustración 15 Comunicación Gráfica*



*Fuente: Elaboración Propia*

En esta fase se proyectó la implementación de las piezas gráficas diseñadas en los perfiles institucionales de Facebook e Instagram creados para la fundación, con el propósito de aplicar en un entorno real los criterios visuales previamente definidos en las fases anteriores.

La implementación se estructuró bajo los principios de coherencia visual, sistematización gráfica y consistencia en la aplicación de los elementos institucionales, entendidos como factores determinantes en la consolidación de una identidad visual organizada en entornos digitales (Guijarro Vinuesa & Cueva Marcillo, 2024). De este modo, se estableció un procedimiento orientado a garantizar el uso uniforme del logotipo, la paleta cromática y la tipografía institucional en cada publicación digital, conforme a los criterios sugeridos en el análisis de referentes.

### **Resultados.**

Esta sección recoge los resultados derivados del proceso desarrollado durante la pasantía con proyección social en la Fundación TAAAI, organizados en correspondencia directa con los objetivos específicos del proyecto.

Los resultados describen el diagnóstico inicial de la identidad visual, la definición de criterios gráficos y el diseño e implementación de piezas digitales orientadas a estructurar la comunicación institucional en redes sociales. De este modo, se evidencia la transición desde una situación inicial caracterizada por la ausencia de lineamientos visuales y presencia digital institucional, hacia la aplicación consistente de un lenguaje gráfico definido en los perfiles oficiales de Facebook e Instagram.

## **1. Diagnóstico inicial de la identidad visual y comunicación gráfica de la Fundación TAAAI**

El desarrollo de este objetivo permitió establecer de manera estructurada y verificable el estado inicial de la identidad visual y la comunicación gráfica institucional de la Fundación TAAAI antes del inicio de la intervención proyectual.

El diagnóstico se llevó a cabo durante el mes de junio de 2025 mediante observación directa de los recursos institucionales existentes, revisión de materiales gráficos utilizados por la fundación y reuniones sostenidas con la representante legal y el delegado designado durante el periodo de la pasantía.

La información recopilada fue organizada mediante un proceso de sistematización cualitativa, clasificando los hallazgos en tres categorías de análisis, Identidad visual institucional, Presencia digital institucional y recursos gráficos disponibles. Esta organización permitió transformar la observación inicial en una estructura analítica clara, delimitando con precisión las debilidades y necesidades comunicacionales previas a la intervención; la cual se expone a continuación:

*Tabla 3 Sistematización Del Diagnóstico Inicial De La Fundación TAAAI (Junio De 2025)*

<b>Categoría de análisis</b>	<b>Situación observada</b>	<b>Necesidad identificada</b>
<b>Identidad visual institucional</b>	Existencia de logotipo institucional sin manual de uso ni lineamientos formales. Aplicaciones variables en documentos internos.	Establecer criterios claros de uso y fortalecer la coherencia gráfica institucional.

<b>Presencia digital</b>	Inexistencia de perfiles institucionales activos en Facebook e Instagram al inicio del proyecto.	Crear y estructurar una presencia digital institucional organizada.
<b>Recursos gráficos disponibles</b>	Ausencia de piezas gráficas digitales, plantillas institucionales y material fotográfico sistematizado.	Diseñar un sistema básico de piezas gráficas y orientar criterios visuales para la producción de contenido.

La sistematización permitió evidenciar que la fundación presentaba una identidad visual no estructurada, sin lineamientos formales que garantizaran coherencia gráfica, y carecía de una presencia digital institucional organizada. Asimismo, se identificó una ausencia de recursos gráficos que dificultaba la comunicación visual constante y clara de su labor social. Estas condiciones determinaron la necesidad de una intervención proyectual desde el diseño gráfico orientada a fortalecer la coherencia visual, la organización gráfica y la comunicación institucional en entornos digitales. En este sentido, los resultados obtenidos en este objetivo fundamentan técnicamente el objetivo general del proyecto, al demostrar que el fortalecimiento de la identidad visual parte de un diagnóstico cualitativo estructurado que identificó debilidades concretas previas a la intervención.

## **2. Diseño de piezas gráficas digitales para el fortalecimiento comunicacional de la Fundación TAAAI**

El desarrollo de este objetivo se orientó al diseño de piezas gráficas digitales para las redes sociales institucionales de la Fundación TAAAI, tomando como base los resultados del diagnóstico inicial y un análisis comparativo de referentes visuales en redes sociales. Este proceso permitió sustentar las decisiones de diseño desde un enfoque proyectual propio del Diseño Gráfico, orientado a fortalecer la identidad visual y la comunicación institucional de la fundación.

### **2.1 Propuesta De Rediseño De Identidad Visual**

Como parte inicial del proceso proyectual, durante el desarrollo del proyecto se elaboró una propuesta de rediseño del logotipo institucional, concebida como un ejercicio exploratorio orientado a analizar alternativas gráficas que fortalecieran la identidad visual de la Fundación TAAAI. Esta propuesta permitió reflexionar sobre los elementos formales del logotipo, su legibilidad, coherencia y adecuación al contexto social de la organización.



## 2.2 Diseño de las piezas gráficas digitales

Teniendo en cuenta los criterios definidos a partir del diagnóstico y del análisis comparativo de perfiles en redes sociales, se procedió al diseño de piezas gráficas digitales destinadas a las redes sociales institucionales Facebook e Instagram. Las piezas fueron concebidas para comunicar de manera clara la misión, las actividades y la labor social de la Fundación TAAAI, manteniendo un lenguaje visual coherente, cercano y alineado con los valores institucionales.

Durante el proceso de diseño se aplicaron criterios básicos de identidad visual, tales como el uso consistente del logotipo institucional, la tipografía y la paleta cromática existente, así como una adecuada jerarquización de la información. En relación con la jerarquía visual, los elementos gráficos fueron organizados de manera que los mensajes principales destacaran sobre la información secundaria, utilizando variaciones de tamaño, peso y distribución espacial para facilitar la lectura y comprensión del contenido.

Respecto al uso tipográfico, se mantuvo una aplicación uniforme de las fuentes seleccionadas, evitando variaciones que afectaran la continuidad visual entre publicaciones. Asimismo, la paleta cromática institucional fue aplicada de manera consistente mediante el uso recurrente de los tonos predominantes en fondos, textos y elementos de apoyo visual. Esto permitió fortalecer la coherencia gráfica del sistema diseñado y favorecer el reconocimiento de la identidad institucional en los perfiles digitales de la fundación.

En cuanto a la composición y organización del contenido, las piezas fueron estructuradas mediante distribuciones equilibradas entre texto, imagen y elementos

gráficos, priorizando la claridad del mensaje y la armonía visual. Esta organización fue aplicada especialmente en publicaciones tipo carrusel, donde la secuencia visual permitió presentar la información de forma progresiva y comprensible.

La aplicación de estos criterios permitió establecer una diferencia visual entre el estado inicial diagnosticado, caracterizado por la ausencia de lineamientos gráficos y recursos visuales organizados, y el sistema gráfico desarrollado durante el proyecto. Esta comparación se evidencia mediante las piezas diseñadas, las capturas de los perfiles institucionales y el portafolio gráfico construido como parte del proceso proyectual.

*Ilustración 17. Vista general de piezas gráficas para redes sociales de la Fundación TAAAI*



Fuente: Elaboración propia (2025).

Se diseñaron diferentes tipos de piezas gráficas, entre ellas publicaciones individuales y carruseles informativos, adaptadas a los formatos propios de cada red social. Los carruseles permitieron estructurar la información en secuencias visuales que facilitan la comprensión del contenido y fortalecen la narrativa institucional, mientras que las publicaciones individuales se orientaron a mensajes institucionales, informativos y de sensibilización social.

### **2.3 Diseño del portafolio institucional**

Como parte de los productos gráficos desarrollados, se diseñó un portafolio institucional con el propósito de organizar y presentar de manera clara la misión, los valores y las actividades desarrolladas por la Fundación TAAAI. Este portafolio fue concebido como una herramienta de comunicación visual de apoyo, útil para procesos de socialización institucional, presentación ante aliados y difusión de la labor social de la fundación.

El diseño del portafolio se estructuró a partir de criterios de claridad informativa, coherencia visual y adecuación al contexto social de la organización, manteniendo una línea gráfica consistente con las piezas diseñadas para redes sociales. La evidencia visual del portafolio institucional diseñado se presenta en los anexos del documento.

*Todos los productos y piezas gráficas mencionadas a lo largo del presente documento se encuentran adjuntos en la sección de anexos, con el fin de evidenciar el desarrollo, proceso y resultados obtenidos durante la ejecución de la propuesta de fortalecimiento de la identidad visual de la Fundación TAAAI.*

Ilustración 18. Vista general del portafolio institucional visual de la Fundación TAAAI

**TAAAI**

En la Fundación TAAAI (Trabajo, Aprendizaje, Ayuda, Ahorro e Inversión) creemos que el verdadero cambio social comienza con la transformación personal. Nuestra labor se centra en acompañar a niños y jóvenes en su proceso de crecimiento integral, ayudándolos a descubrir su propósito, fortalecer sus valores y desarrollar habilidades para la vida.

A través de estrategias educativas, creativas y deportivas, impulsamos el aprovechamiento del tiempo libre, la formación en hábitos saludables, la responsabilidad social y la proyección de un futuro con propósito. Nuestro compromiso es sentir en cada generación principios que permitan construir comunidades más justas, solidarias y sostenibles.

**Misión**  
Formar integralmente a niños y jóvenes, fortaleciendo su Identidad y Habilidades a través de procesos educativos que abarcan cuerpo, alma y espíritu.

**Visión**  
Ser una fundación referente en la transformación educativa y personal de niños y jóvenes en Colombia, reconocida por su enfoque integral en el desarrollo del cuerpo, alma y espíritu.

Desarrollamos proyectos prácticos y creativos que promueven el autocuidado, la alimentación saludable, el descanso consciente, el servicio, la inclusión, el ahorro y el emprendimiento.

Nuestra misión es acompañarlos en su crecimiento personal y social, enseñándoles a trabajar, aprender, ayudar, ahorrar e invertir, para que construyan un proyecto de vida con propósito, responsabilidad y visión de futuro.

**Nuestros valores**  
AMOR, SERVICIO, SOLIDARIDAD, RESPETO, COMPROMISO.

**Nuestros pilares**  
Identidad, Aprovechamiento del tiempo libre, Generosidad y servicio, Transformación, Productividad.

**Amor**  
Todo lo que hacemos nace del amor con Dios y por el prójimo, reflejando una oportunidad de transformar vidas.

**Servicio**  
Actuamos con disposición y alegría para ayudar a los demás, viendo en cada acción una oportunidad de transformar vidas.

**Solidaridad**  
Caminamos juntos a quienes más lo necesitan, compartiendo nuestro tiempo, talentos y recursos con generosidad.

**Compromiso**  
Cumplimos con responsabilidad y conservamos las cosas que fortalecen nuestra labor y benefician a la comunidad.

**Respeto**  
Reconocemos el valor de cada persona, promoviendo relaciones basadas en la tolerancia, la empatía y la dignidad.

**Tú también puedes ser TAAAI**  
Creemos que el cambio nace del trabajo en equipo: líderes, voluntarios, familias y aliados que comparten la visión de formar generaciones con propósito. Nuestra estructura no solo se compone de cargos, sino de personas que viven con pasión los valores de TAAAI: trabajar, aprender, ayudar, ahorrar e invertir con amor por los demás. Tú también puedes ser parte de esta historia. Únete a nosotros, comparte tus talentos y forma parte del movimiento TAAAI que transformamos desde el corazón.

**Servicios y actividades destacadas**  
La Fundación TAAAI desarrolla programas y actividades que promueven el crecimiento integral, el servicio comunitario y la construcción de propósito. Cada una de ellas está alineada con los valores de identidad, transformación y productividad que guían nuestra labor.

**Comedor comunitario**  
Espacio de encuentro y solidaridad donde se brinda alimentación equilibrada a niños, jóvenes y familias en situación de vulnerabilidad. Más que ofrecer alimento físico, es un lugar para fortalecer un lazo para recibir el amor, fortalecer el espíritu y fomentar el sentido de comunidad y gratitud.

**Refuerzos escolares**  
Acompañamos el proceso educativo de niños y jóvenes a través de tutorías y talleres académicos que fortalecen el aprendizaje, la lectura, la memoria y las competencias básicas. Este programa brinda insumos educativos, estimula la creatividad y promueve el aprovechamiento positivo del tiempo libre.

**Productos de aseo para aprender**  
Iniciativa que impulsa el emprendimiento social mediante la elaboración y comercialización de productos de aseo. A través de esta línea de acción se impulsa la cultura del ahorro, permitiendo que las participantes adquieran habilidades prácticas y visión empresarial.

**Programas de emprendimiento juvenil y ahorro responsable**

**Talleres de desarrollo personal y espiritual**  
Actividades orientadas al fortalecimiento de la reflexión, el crecimiento emocional y la formación de valores.

**Acompañamiento familiar y comunitario**  
Proceso de orientación y apoyo integral a familias, fomentando la unión, la comunicación y el desarrollo comunitario.

Monterrey - Casanare, Colombia  
Fundación@taai@gmail.com  
Fun\_taaai  
Fundación TAAAI  
3163967850

Fuente: Elaboración propia (2025).

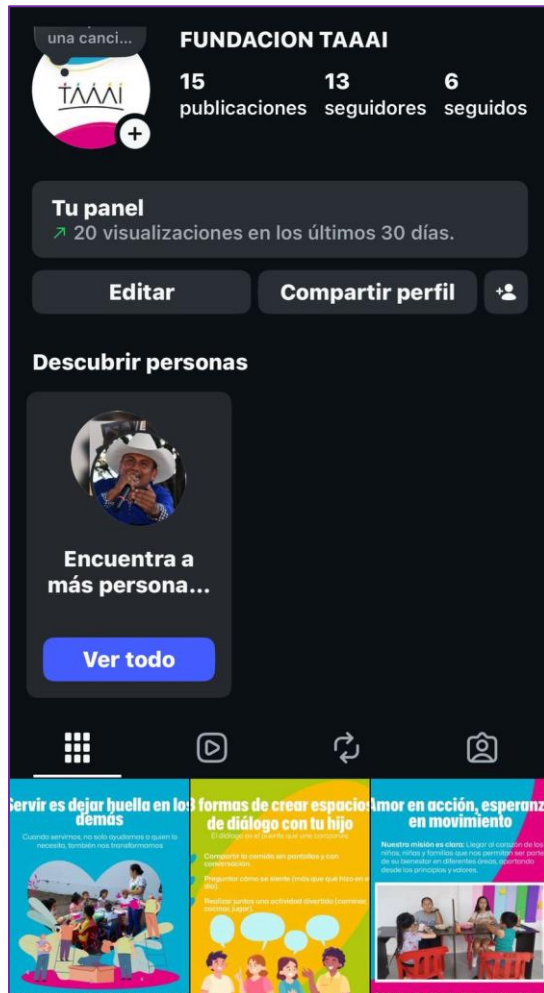
En conjunto, el desarrollo de este objetivo permitió consolidar un conjunto de productos gráficos diseñados de manera coherente y fundamentada, que fortalecen la identidad visual y la comunicación institucional de la Fundación TAAAI, y que sirvieron como base para la posterior implementación de los recursos gráficos en redes sociales, abordada en el siguiente objetivo específico.

### **3. Implementación de un sistema de piezas para difusión para los perfiles institucionales de la Fundación TAAAI**

El desarrollo de este objetivo se centró en la implementación efectiva de las piezas gráficas diseñadas en los perfiles oficiales de Facebook e Instagram de la Fundación TAAAI, con el propósito de consolidar una presencia digital institucional coherente y funcional. Esta fase permitió trasladar el trabajo proyectual desarrollado previamente a un entorno real de comunicación, evidenciando la aplicación práctica del diseño gráfico en el contexto institucional de la fundación.

Como parte del proceso de implementación, se crearon y configuraron los perfiles institucionales de la Fundación TAAAI en las redes sociales Facebook e Instagram, estableciendo canales formales de comunicación digital con la comunidad. En estos perfiles se aplicaron de manera consistente los criterios de identidad visual definidos, garantizando uniformidad gráfica en el uso del logotipo, la paleta cromática, la tipografía y la disposición visual de las publicaciones

Ilustración 19. Perfil institucional de Instagram – vista general



Fuente: Captura de pantalla, elaboración propia (2025).

Ilustración 20. Perfil institucional de Facebook – vista general



Fuente: Captura de pantalla, elaboración propia (2025).

La publicación progresiva de las piezas gráficas en los perfiles institucionales permitió organizar la comunicación visual de la fundación y dotarla de una estructura gráfica clara y reconocible. Esta implementación evidenció el paso de una ausencia de presencia digital a la consolidación de perfiles institucionales estructurados, con una línea visual definida que facilitó la identificación de la Fundación TAAAI y la comprensión de sus mensajes por parte del público.

Ilustración 51. Publicaciones del perfil de Instagram de la Fundación TAAAI



Fuente: Captura de pantalla, elaboración propia (2025).

Ilustración 62. Publicaciones del perfil de Facebook de la Fundación TAAAI



Fuente: Captura de pantalla, elaboración propia (2025).

Asimismo, la implementación contribuyó a fortalecer la imagen institucional de la Fundación TAAAI en entornos digitales, al proyectar una comunicación más ordenada, coherente y alineada con su misión social. La aplicación sistemática de los recursos gráficos permitió mejorar la claridad del mensaje institucional y sentó las bases para una comunicación visual sostenible en el tiempo.

Dentro del proceso de pasantía con proyección social desarrollado en la Fundación TAAAI, se realizó un acompañamiento integral orientado al fortalecimiento de la identidad visual y comunicacional de la institución. Este proceso no se limitó únicamente a la orientación en imagen institucional mediante el rediseño del logotipo, el diseño de piezas gráficas para redes sociales, la creación de los perfiles institucionales digitales, el desarrollo del portafolio institucional visual y la elaboración del manual de marca, sino que además incluyó espacios de orientación por medios virtuales, dirigidos a los participantes de la fundación sobre la toma de fotografías con criterios estéticos y compositivos acordes al diseño gráfico. Lo anterior con el propósito de que el material visual utilizado en las plataformas institucionales respondiera a principios de coherencia visual, calidad comunicativa y fortalecimiento de la identidad corporativa de la fundación.

*Ilustración 23. Fotografías de la Fundación TAAAI*





Fuente: Fundación TAAAI

### **Conclusiones.**

El desarrollo de este proyecto de pasantía por proyección social permitió reconocer, desde la práctica del Diseño Gráfico, las principales necesidades comunicacionales de la Fundación TAAAI. A partir del diagnóstico inicial se evidenció que la fundación no contaba con una comunicación visual estructurada ni con una presencia digital definida, situación que limitaba la visibilidad de su labor social y la claridad de sus mensajes institucionales.

El análisis comparativo de referentes en redes sociales fue un insumo clave dentro del proceso proyectual, ya que permitió identificar criterios gráficos aplicables al contexto de la fundación. La observación de otras organizaciones sin ánimo de lucro evidenció la importancia de la coherencia visual, la planificación gráfica y la constancia en la comunicación como factores que fortalecen la identidad institucional y facilitan el reconocimiento por parte de la comunidad.

El diseño de las piezas gráficas digitales representó un avance frente al estado inicial de la comunicación visual de la Fundación TAAAI. A través de la construcción de una línea gráfica coherente y adaptada a redes sociales, se logró organizar visualmente la información institucional y comunicar de manera más clara la misión y las actividades de la fundación. Este proceso permitió evidenciar cómo el diseño gráfico, incluso con recursos limitados, puede aportar orden, claridad y coherencia a la comunicación institucional.

La propuesta de rediseño del logotipo institucional, aunque no fue implementada por decisión de la fundación, constituyó un ejercicio relevante dentro del proceso de diseño. Su desarrollo permitió analizar críticamente la identidad visual existente y reflexionar sobre posibles mejoras, reafirmando que el diseño no se limita únicamente a la ejecución final, sino que también cumple una función analítica y propositiva.

Asimismo, el diseño del portafolio institucional de servicios permitió organizar de manera visual la información relacionada con la fundación, consolidándose como una herramienta de apoyo para la comunicación institucional. Aunque su implementación queda proyectada a futuro, el portafolio aporta una base gráfica que puede facilitar la presentación de la fundación ante aliados, comunidad y posibles colaboradores.

La implementación de las piezas gráficas diseñadas en los perfiles oficiales de Facebook e Instagram permitió evidenciar el impacto práctico del diseño gráfico en la construcción de una presencia digital institucional. Esta etapa demostró que la aplicación sistemática de criterios gráficos contribuye a una comunicación más ordenada y

coherente, fortaleciendo la imagen institucional de la Fundación TAAAI en entornos digitales.

Desde una perspectiva académica y social, este proyecto permitió integrar conocimientos teóricos y prácticos del Diseño Gráfico en un contexto real, reafirmando el rol del diseñador como un profesional capaz de aportar soluciones visuales pertinentes en organizaciones sociales. La experiencia desarrollada evidencia que el diseño gráfico puede convertirse en una herramienta estratégica de apoyo para el fortalecimiento institucional cuando se fundamenta en un diagnóstico claro, un proceso metodológico estructurado y una comprensión ética de la comunicación visual.

Finalmente, el proyecto deja como resultado una base gráfica y conceptual que puede ser retomada y fortalecida por la Fundación TAAAI en el futuro, así como una experiencia formativa significativa que aporta a la comprensión del diseño gráfico como disciplina comprometida con el contexto social y comunitario.

## Referencias

- Acosta Alturo, B. (2023). Propuesta de rebranding y Manual de Identidad Visual Corporativa para el Centro de Conciliación y Arbitraje FUNDAFAS, de la ciudad de Santiago de Cali – Colombia. Institución Universitaria Antonio José Camacho. Disponible en: <https://repositorio.uniajc.edu.co/handle/uniajc/1742>
- Buitrago López, Y. C., Morales Holguín, A., García Cordero, M. S., y Muñoz Joven, L. A. (2024). La disciplina del diseño gráfico en Colombia: objetivos, enfoques pedagógicos y tendencias. *Kepes*, 21(30), 11–49.  
<https://doi.org/10.17151/kepes.2024.21.30.2>
- Chávez, A. A. (2021). Diseño de un Portafolio de Servicios para la Sostenibilidad de la Asociación Cristiana de Jóvenes Santander por sus siglas YMCA Santander. [Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB. Pregrado Negocios Internacionales]. Repositorio Institucional UNAB  
<http://hdl.handle.net/20.500.12749/15079>
- Díaz-Mesa, H. (2025). Principles of Good Design: A Guide for Developing Visual Identities. *Ardin. Arte, Diseño E Ingeniería*, 14, 142-180. <https://doi.org/10.20868/ardin.2025.14.5429>
- Escobar Rodríguez, V. G., & Campo Quillones, A. K. (2024). *Explorando el impacto visual: La influencia del diseño gráfico en el mundo de las redes sociales*. Universidad CUN.  
<https://repositorio.cun.edu.co/bitstreams/0338056c-4a56-48a1-8a41-cdb5b8ec8922/download>

- Gaviria, M. P. (2024). *Identidad corporativa a través de redes sociales* (Trabajo de grado, Universidad Minuto de Dios). Repositorio Institucional UNIMINUTO. <https://repository.uniminuto.edu/bitstreams/b6c9ea4d-b22f-4e8f-80da-595c8769968c/download>
- González Flórez, D. K., Piñeros León, J. D., & Rocha Jiménez, M. (2024). Análisis del impacto de la identidad visual corporativa en la percepción de marca [Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional USTA. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/59645>
- Guijarro Vinuesa , M. J. ., & Cueva Marcillo , E. M. . (2024). El impacto del diseño gráfico en las estrategias de redes sociales: Una revisión bibliográfica. *Revista Social Fronteriza*, 4(6), e46544. [https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4\(6\)544](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(6)544)
- Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C; Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación (6° ed.). México: McGraw Hill Interamericana Editores S.A. DOI: 978-1-4562-2396-0. <https://www.esup.edu.pe/wcontent/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20BaptistaMetodología%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Jiménez Gómez, I., Bonales Daimiel, G., y Suárez Carballo, F. (2024). Estrategias creativas en el diseño de marcas gráficas basadas en una paradoja comunicativa. *Kepes*, 21(30), 117–144. <https://doi.org/10.17151/kepes.2024.21.30.5>

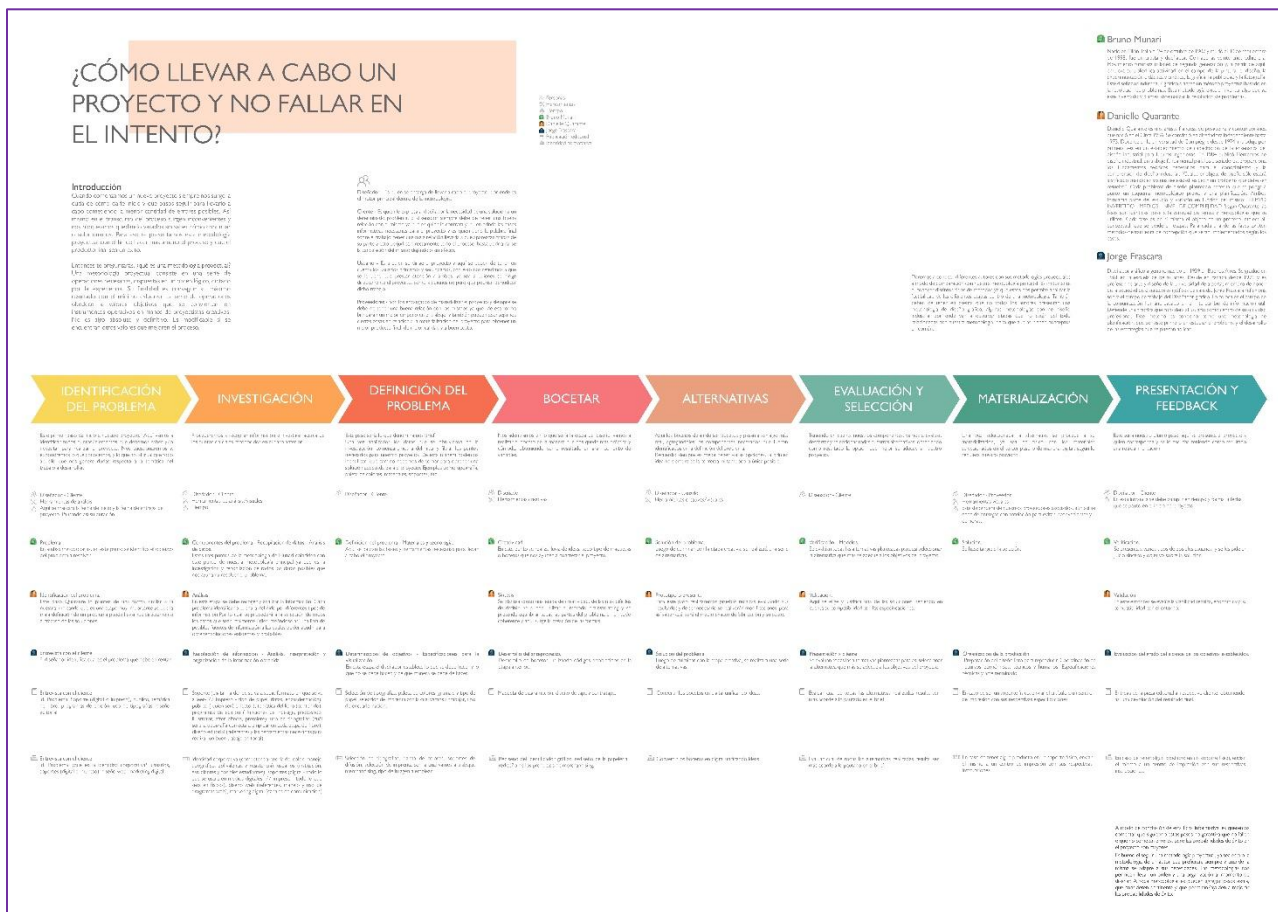
- Maldonado Apaza, Gabriela, & Valencia Camacho, Shirley Carolina. (2022). Impacto de las herramientas digitales en el sector de las organizaciones sin fines de lucro que ayudan a sectores menos favorecido de la sociedad. *Revista Perspectivas*, (50), 31-58. Epub 31 de noviembre de 2022. Recuperado en 05 de febrero de 2026, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332022000200031&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332022000200031&lng=es&tlng=es).
- Montes Vozmediano, M., Vizcaíno Laorga, R., y Gallego Gómez, J. D. (2024). Identificación de rasgos básicos en el diseño de logotipos: el caso de las entidades de la Federación de ONG Caldas. *Kepes*, 21(30), 85–115. <https://doi.org/10.17151/kepes.2024.21.30.4>
- Munari, B. (2016). *¿Cómo nacen los objetos? : [apuntes para una metodología proyectual]* ([2da ed.]). [https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425228650\\_inside.pdf](https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425228650_inside.pdf)
- Parada Acosta, R. M., & Vallejo Becerra, J. J. (2024). La vinculación de la filosofía corporativa con la identidad visual. Universidad Libre – Cúcuta. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/30205/ARTICULO%20FINAL%20JESSICA%20Y%20ROBERT.pdf>
- Pérez Gaviria, M. P. (2024). Identidad corporativa a través de redes sociales para Confecciones Createx S.A.S. Universidad Minuto de Dios – UNIMINUTO. <https://repository.uniminuto.edu/items/dcaacd24-c9db-40b8-9072-ffe4796333e3>

Tigridia, R (2026, March 8). *Bruno Munari y su metodología: una forma clara de empezar cualquier proyecto*. Romina Tigridia.

<https://rominatigridia.com/2026/03/08/metodologia-bruno-munari/>

# Anexos

## Anexo 1. Esquema Metodológico Adaptado De La Metodología Projectual De Bruno Munari Y Organizado Por Cairo, Curbelo Y Ghiglione:



Fuente: <https://ude.edu.uy/wp-content/uploads/2020/07/Metodolog%C3%ADa-Cairo-Curbelo-Ghiglione.pdf>

## Anexo 2. Actas de Reunión, comunicación con la Fundación TAAAI:

ACTA 002



## ACTA DE REUNIÓN

DE-FR-03

Versión. 05

Fecha. 12-07-2018

<b>Propósito de la reunión</b>	Segundo encuentro de socialización pasante y fundación		
<b>Fecha</b>	viernes, 20 de junio de 2025		
<b>Hora</b>	07:00pm	<b>Acta N°</b>	002
<b>Lugar</b>	Plataforma Teams		

Tipo de reunión: Extraordinaria

ASISTENTES		
N°	Nombre	Cargo
1	Leidy Paola Vega Solano	Estudiante
2	Nestor cubides	Delegado TAAAI

AUSENTES		
N°	Nombre	Cargo
1		
2		
3		

VERIFICACION DE CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS ACTA ANTERIOR						
N°	Actividades	Responsables	Cumplimiento			
			Si	No	Fecha Cumplimiento	Observaciones
1	Enviar el acta de reunión	Estudiante	x		20 mayo	
2	Enviar carta de aceptación de la estudiante de la pasantía por proyección social como opción de grado	Estudiante	x		20 mayo	
3	Cronograma de actividades/productos a los 3 meses	Estudiante	x		27 mayo	
4	Carta donde el representante legal de la fundación delega de forma oficial a persona para el seguimiento	Nestor (delegado fundación)		x		
5	Enviar plantilla del documento escrito y el formato de actas	Docente	x		20 mayo	



## ACTA DE REUNIÓN

DE-FR-03

Versión. 05

Fecha. 12-07-2018

### ORDEN DEL DÍA

Orden del día y Temas a tratar:

- Presentación propuestas de logo

### DESARROLLO DE LA REUNIÓN

La estudiante presenta su primer propuesta de logo, con 3 opciones, explica el concepto y la idea que tiene en mente, El delegado de la fundación hace sus comentarios y opiniones al respecto, se programa nueva reunión para ver el logo con los ajustes realizados

### COMPROMISOS

No.	Programación de actividades	Responsables	Fecha de Propuesta
1	Envío de fotos y videos de actividades de la fundación	Nestor cubides	24-06-25
3	Envío propuesta logo con ajustes dados en reunión	Estudiante	28-06-25
4	Envío manual de marca fundación	Estudiante	05-07-25
5			

### CONVOCATORIA PRÓXIMA REUNIÓN

<b>Fecha</b>	30-06-25
<b>Hora</b>	07:00pm
<b>Lugar</b>	Plataforma Teams
<b>Transcriptor</b>	

## ACTA 003



## ACTA DE REUNIÓN

DE-FR-03

Versión. 05

Fecha. 12-07-2018

<b>Propósito de la reunión</b>	Tercer encuentro de socialización pasante y fundación		
<b>Fecha</b>	viernes, 20 de julio de 2025		
<b>Hora</b>	07:00pm	<b>Acta N°</b>	003
<b>Lugar</b>	Plataforma Teams		

Tipo de reunión: Extraordinaria

ASISTENTES		
N°	Nombre	Cargo
1	Leidy Paola Vega Solano	Estudiante
2	Nestor cubides	Delegado TAAAI
3	Neila Garzon	Miembro fundación

AUSENTES		
N°	Nombre	Cargo
1		
2		
3		

VERIFICACION DE CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS ACTA ANTERIOR						
N°	Actividades	Responsables	Cumplimiento			
			Si	No	Fecha Cumplimiento	Observaciones
1	Envío de fotos y videos de actividades de la fundación	Delegado fundación	x		24 junio	
2	envío propuesta logo con ajustes dados en reunión	estudiante	x		30 junio	
	envío manual de marca fundación	Estudiante	x		7 julio	



## ACTA DE REUNIÓN

DE-FR-03

Versión. 05

Fecha. 12-07-2018

### ORDEN DEL DÍA

Orden del día y Temas a tratar:

### DESARROLLO DE LA REUNIÓN

La estudiante presenta la propuesta de logo con los ajustes hechos en la reunión anterior, explica el concepto y la idea que tiene en mente, También presenta el manual de marca final, El delegado de la fundación hace sus comentarios y opiniones al respecto, se hacen recomendaciones de ajustes al manual, la estudiante solicita información para empezar a mover redes sociales y se programa nueva reunión ,

### COMPROMISOS

No.	Programación de actividades	Responsables	Fecha de Propuesta
1	Enviar manual de marca con los ajustes comentados en la reunión	Estudiante	27-07-25
2	Envío de información histórica de la fundación, correos y contraseñas para crear las páginas de la fundación	Nestor cubides	30-07-25
3			
4			
5			

### CONVOCATORIA PRÓXIMA REUNIÓN

<b>Fecha</b>	30-06-25
<b>Hora</b>	07:00pm
<b>Lugar</b>	Plataforma Teams
<b>Transcriptor</b>	

ACTA 004



## ACTA DE REUNIÓN

DE-FR-03

Versión. 05

Fecha. 12-07-2018

<b>Propósito de la reunión</b>	Encuentro final de socialización pasante, fundación y coordinadora		
<b>Fecha</b>	viernes, 26 de Septiembre de 2025		
<b>Hora</b>	08:00am	<b>Acta N°</b>	004
<b>Lugar</b>	Plataforma Teams		

Tipo de reunión: Extraordinaria

ASISTENTES		
N°	Nombre	Cargo
1	Leidy Paola Vega Solano	Estudiante
2	Nestor cubides	Delegado TAAAI
3	Billy Johanna Osorio Rios	Coordinadora pasantia

AUSENTES		
N°	Nombre	Cargo
1		
2		
3		

VERIFICACION DE CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS ACTA ANTERIOR						
N°	Actividades	Responsables	Cumplimiento			
			Si	No	Fecha Cumplimiento	Observaciones
1	Enviar manual de marca con los ajustes comentados en la reunión	estudiante	x		27-07-25	
2	Envío de información histórica de la fundación, correos y contraseñas para crear las páginas de la fundación	Nestor Cubides (delegado taaai)	x		30-07-25	



## ACTA DE REUNIÓN

DE-FR-03

Versión. 05

Fecha. 12-07-2018

### ORDEN DEL DÍA

Orden del día y Temas a tratar:

### DESARROLLO DE LA REUNIÓN

La docente Johanna Osorio inicia la reunión explicando el orden de la misma, de la siguiente manera:

1. Pasante comenta su experiencia durante su pasantía.
2. El delegado de la fundación comenta la experiencia de la fundación durante el proceso.

Seguido la pasante toma la palabra siguiendo las indicaciones dadas, continúa el delegado de la fundación y seguido de esto la Coordinadora de la pasantía realiza sus apuntes respecto a lo que comentan los otros vinculados a el proceso de pasantía,

Seguido la Docente menciona las fechas límites de la presentación del proyecto escrito y extiende la invitación a la fundación a continuar vinculada a las pasantías para que otros estudiantes en proceso de opción de grado puedan realizar su proceso académico dentro de TAAAI

Se finaliza por parte de la docente solicitando envió de Acta final y material gráfico realizado para cargar a CvLAC

### COMPROMISOS

No.	Programación de actividades	Responsables	Fecha de Propuesta
1	Enviar acta final	Estudiante	30-09-25
2			
3			
4			
5			

### CONVOCATORIA PRÓXIMA REUNIÓN

<b>Fecha</b>	Por definir
<b>Hora</b>	
<b>Lugar</b>	Plataforma Teams
<b>Transcriptor</b>	