



Propuesta de metodología de enseñanza y creación de la identidad corporativa a través de ABP y Scrum

Teaching methodology proposal and corporative identity creation through PBL and Scrum.

Sandra Guadalupe Altamirano Galván

PRIMER AUTOR Y AUTOR DE CORRESPONDENCIA

CONCEPTUALIZACIÓN - ANÁLISIS FORMAL

INVESTIGACIÓN - VISUALIZACIÓN - REDACCIÓN

sandra.altamiranoglv@uanl.edu.mx

Universidad Autónoma de Nuevo León

Monterrey, Nuevo León, México

ORCID: 0000-0001-7498-8355

Recibido: 10 de septiembre de 2025

Aprobado: 15 de octubre de 2025

Publicado: 12 de mayo de 2026

Resumen

Esta investigación se centra en la enseñanza-aprendizaje del diseño de identidad corporativa mediante la integración del Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) y la metodología ágil Scrum. Su objetivo principal es explorar cómo estas metodologías pueden aplicarse de manera práctica en el ámbito educativo y profesional del diseño gráfico. Se busca identificar el proceso de Scrum, su utilidad en el entorno laboral, y proponer una metodología de enseñanza que combine ABP y Scrum para la clase de Identidad Corporativa. Además, se analiza la percepción de los estudiantes sobre su aprendizaje. El estudio se llevó a cabo en una clase de Identidad Corporativa de la licenciatura en Diseño Gráfico en una universidad pública de Monterrey, Nuevo León, México. Se utilizó un enfoque metodológico mixto con investigación-acción en el aula, incluyendo revisión bibliográfica, desarrollo de proyectos y aplicación de encuesta al inicio, así como encuesta y *focus group* al final del proyecto. Los resultados muestran que la combinación de ABP y Scrum permitió a los estudiantes trabajar en contextos más reales, logrando un aprendizaje significativo. También mejoraron su organización y comprensión de la gestión de proyectos, generando propuestas funcionales de identidad corporativa. La investigación concluye con una propuesta metodológica aplicable en el aula para fortalecer la formación profesional en diseño gráfico.

Palabras clave: Metodología, enseñanza, identidad visual, aprendizaje activo, diseño

Abstract

This research focuses on teaching and learning corporate identity design through the integration of Project-Based Learning (PBL) and the agile Scrum methodology. Its main objective is to explore how these methodologies can be applied in a practical way in the educational and professional fields of graphic design. It seeks to identify the Scrum process, its usefulness in the workplace, and propose a teaching methodology that combines PBL and Scrum for the Corporate Identity class. In addition, it analyzes students' perceptions of their learning. The study was conducted in a Corporate Identity class in the Graphic Design degree program at a public university in Monterrey, Nuevo León, Mexico. A mixed methodological approach was used with action research in the classroom, including a literature review, project development, and a survey at the beginning, as well as a survey and focus group at the end of the project. The results show that the combination of PBL and Scrum allowed students to work in more realistic contexts, achieving meaningful learning. They also improved their organization and understanding of project management, generating functional corporate identity proposals. The research concludes with a methodological proposal applicable in the classroom to strengthen professional training in graphic design.

Keywords: Methodology, teaching, visual identity, active learning, design

◆ Introducción

La identidad corporativa es un área del diseño gráfico de gran importancia y además es parte de la globalización a través de las marcas. La enseñanza de la identidad en las aulas es un aspecto fundamental en la licenciatura y en ocasiones no se utiliza una metodología en la cual se logre una conexión directa con las necesidades del mundo laboral, por lo cual, tanto la teoría como la práctica deben tomarse en cuenta dentro de las estrategias de enseñanza-aprendizaje. Es por ello, que se propone el Aprendizaje Basado en Proyectos o ABP unido a Scrum como una buena metodología para la enseñanza y la práctica de la identidad, esto a partir del uso de criterios de calidad específicos para la creación de identidad corporativa. Los objetivos son: identificar el proceso y la metodología de Scrum y su uso práctico en el mundo laboral del diseño gráfico, así como generar una propuesta de metodología de enseñanza y creación para la clase de Identidad Corporativa con el uso de Scrum y el ABP, y conocer la percepción de los estudiantes acerca de sus aprendizajes. La pregunta principal es: ¿Cuál sería una propuesta de metodología de enseñanza y creación para la clase de Identidad Corporativa, a partir del uso de Scrum y su unión con el Aprendizaje Basado en Proyectos?

◆ Fundamentación teórica

La enseñanza del diseño gráfico en la actualidad se enfrenta a grandes desafíos, puesto que las exigencias de la sociedad y el desarrollo tecnológico hacen cada vez más importante acercar a los estudiantes al mundo laboral. La rapidez con la que llega la información, los constantes estímulos visuales en los diversos medios digitales, así como las diferentes formas en que aprenden los estudiantes hacen imperativo el aplicar metodologías dentro del aula que estén realmente apegadas a la labor profesional.

En lo que respecta a la enseñanza de la identidad corporativa, es fundamental que la práctica se lleve a la clase, pero con un método conectado al mundo laboral, para que el desarrollo del proceso creativo se pueda entender desde esa perspectiva y se aprenda a partir de esos términos.

El Aprendizaje Basado en Proyectos puede definirse como una “modalidad de enseñanza y aprendizaje centrada en tareas, proceso compartido de negociación entre los participantes, cuyo objetivo principal es un producto final. Este método promueve el aprendizaje individual y autónomo

en un plan de trabajo definido por objetivos y procedimientos” (García-Varcácel y Basilotta, 2017, p. 114).

El organizar la clase a partir de proyectos puede definir el perfil del estudiante y guiarlo hacia una realidad más próxima a las situaciones que se viven día con día en un trabajo. “El ABP proporciona una gran cantidad de datos, los cuales permiten que tanto el discente como el profesor puedan, no sólo autoevaluarse o evaluar para calificar, sino también evaluar(se) para regular el aprendizaje” (Trujillo, 2017, en Botella y Ramos, 2019, p. 113).

Trujillo (2017, p. 44) menciona seis fases que se deben desarrollar en el ABP:

1- Entrada. Se presenta la situación de aprendizaje a los estudiantes con la intención de provocar su implicación y motivación.

2- Desafío. En esta fase se establece ¿cuál será la pregunta, el problema o el reto que se resolverá a lo largo del proyecto?

3- Búsqueda de información. Para afrontar el desafío, los estudiantes deben buscar información en distintas fuentes. En primer lugar, en sus propios conocimientos previos; en segundo lugar, en otras personas presentes en el centro o fuera de él; finalmente, en fuentes primarias y secundarias escritas, orales o audiovisuales.

4- Gestión de la información. La lectura multimodal y crítica de los textos (orales, escritos o audiovisuales) permite procesar la información para convertirla en conocimiento y para afrontar el desafío planteado.

5- Producción. En esta fase se genera un producto final que recoge los aprendizajes realizados a lo largo del proyecto y que permite resolver el desafío satisfactoriamente.

6- Difusión. En esta última fase se presenta el resultado del proyecto a la clase, a otros estudiantes, a las familias o a otras personas dentro y fuera del centro educativo, reforzando así la motivación de los estudiantes para participar en futuros proyectos.

Por otro lado, el ABP permite fomentar la colaboración entre los estudiantes y, con ello, acercarse a una cultura de trabajo similar a la del mundo laboral, desarrollando así en mayor medida las habilidades blandas y de socialización. “El ABP permite a los/as estudiantes adquirir las habilidades relacionadas con el pensamiento crítico: colaboración, comunicación, creatividad e innovación, autodirección, conexión local-global, y competencia digital” (Magraner y Valero, 2015, en Ruiz y Ortega, 2022, p. 9).

Además, la interacción con el docente le dará mayor apoyo, al obtener retroalimentación dirigida específicamente al proyecto que se está realizando. “A través de este acompañamiento, el docente descubrirá experiencias y aprendizajes significativos de sus estudiantes, que la propia actividad investigativa inherente al ABP genera en el proceso de enseñanza-aprendizaje” (Zambrano *et al.*, 2022, p. 177).

Por otro lado, las metodologías ágiles aplicadas en la educación superior constituyen una fuente de gran aprendizaje para los estudiantes al enfocarse en el ámbito profesional, lo cual permite una fusión positiva con el ABP. Como indica Onieva López (2018, en Feriz *et al.*, 2024, p. 131), “una de las características principales de Agile es su enfoque en la colaboración y la comunicación constante, el cual en el ámbito educativo se traduce en fomentar la interacción entre estudiantes y profesores, y entre los mismos estudiantes”.

Dentro de las metodologías ágiles se encuentra Scrum, que es una de las más utilizadas y que se aplica de manera óptima con el diseño gráfico, específicamente la identidad corporativa, por la manera en que se estructuran sus procesos. “La puesta en práctica de la estrategia ágil Scrum tiene muchas ventajas frente a los métodos tradicionales, además de permitir gestión del cambio rápida y flexible, permite priorizar tareas según necesidades, participación activa e inmediata del docente, quien retroalimenta los resultados” (Hinojosa *et al.*, 2022, p. 4).

Scrum brinda la oportunidad de que las actividades se tornen más eficientes y que la práctica se pueda llevar a cabo de una manera más organizada, creando conciencia en los estudiantes de la importancia de una buena gestión de los proyectos. “Se trata de una metodología que conforma un entorno de gestión de proyectos que permite, facilita y promueve la estructuración y el sentido práctico de una tarea” (Sotelo-Martín y Fandos-Igado, 2023, p. 3).

La metodología Scrum incluye varias figuras importantes (Schwaber y Sutherland, 2020):

- ❖ Scrum team: es el equipo de trabajo que tiene el fin de lograr los objetivos planteados dentro de un proyecto, apoyándose entre sí durante el *sprint* (periodo definido para realizar ciertas actividades). El *scrum team* consta de un *scrum master*, un *product owner* y *developers*. Dentro de un *scrum team* no hay subequipos ni jerarquías.
- ❖ *Developers*: son responsables de crear un plan de trabajo para lograr el objetivo del *sprint*, que es llamado *sprint backlog*. Las habilidades específicas que necesitan los *developers* suelen ser amplias: habilidades técnicas en cuanto a diseño y producción de proyectos, así como habilidades blandas de comunicación, colaboración, trabajo en equipo y adaptación según el ámbito de trabajo.

- ❖ *Product owner*: son responsables de la gestión efectiva del *product backlog* (lista ordenada de todos los requisitos para el desarrollo de un proyecto o producto), que incluye desarrollar y comunicar explícitamente el objetivo de dicho proyecto, ordenando claramente los elementos que lo componen para que sea visible y entendible.
- ❖ *Scrum master*: es responsable de ayudar a todos los integrantes del equipo a comprender el proceso de desarrollo de Scrum, tanto dentro del *scrum team* como de la organización. Su objetivo es lograr que el trabajo del *scrum team* sea efectivo, apoyándolo en la mejora de sus prácticas. Los *scrum masters* son verdaderos líderes que sirven al *scrum team* y a la organización en general.
- ❖ *Sprint*: periodo corto (1 a 2 semanas) en el que un equipo se enfoca para llevar a cabo un conjunto de tareas o metas específicas. En este tiempo se realiza todo el trabajo necesario para lograr el objetivo planteado, incluidos *sprint planning*, *daily scrums*, *sprint review* y *sprint retrospective*. Se pueden generar varios *sprints* dentro de un mismo proyecto. Un nuevo *sprint* comienza inmediatamente después de la conclusión del *sprint* anterior.
- ❖ *Sprint planning*: es el plan de trabajo diario que se realizará durante el *sprint*. El *scrum team* crea este plan mediante trabajo colaborativo, al conocer las necesidades del proyecto a realizar. Lo que no se concluye se añade al *sprint backlog*, para las siguientes tareas o *sprints*.
- ❖ *Daily scrum meeting*: es una reunión de aproximadamente 15 minutos que realizan los *developers* del *scrum team* y que se programa siempre a la misma hora y en el mismo lugar durante todos los días hábiles del *sprint*, y cuyo propósito es analizar el progreso hacia el objetivo del *sprint* y adaptar el *sprint backlog* según sea necesario, lo cual permite un avance más seguro y efectivo.
- ❖ *Sprint review*: es una revisión del resultado del *sprint* para determinar si se ha realizado correctamente o se requieren adaptaciones para el siguiente *sprint*. El *scrum team* presenta los resultados de su trabajo ante el *scrum master* y el *product owner* y se discute el progreso hacia el objetivo del producto o proyecto.
- ❖ *Sprint retrospective*: es el análisis que realiza el *scrum team* sobre el último *sprint* para inspeccionar que se haya llevado a cabo de manera adecuada, revisando el trabajo del equipo, los procesos, las herramientas y el resultado final del entregable. Se identifican las causas que pudieron generar errores, corrigiendo para el siguiente *sprint*, pues su propósito es planificar formas de aumentar la calidad y la efectividad del equipo.

◆ Diseño metodológico

La metodología de este estudio tiene un enfoque mixto unido a la investigación-acción dentro del aula. Se realizó un análisis bibliográfico sobre los temas de la enseñanza, las metodologías y los procesos de creación, especialmente el Aprendizaje Basado en Proyectos, así como también del método Scrum y su aplicación en contextos laborales y académicos. Se utilizaron y aplicaron 10 criterios de calidad para el desarrollo de proyectos de identidad corporativa propuestos por Altamirano (2024), que son *conceptualización, comunicación congruente, atemporalidad, construcción gráfica, calidad gráfica, originalidad, legibilidad, pregnancia, capacidad de reproducción, estética vocativa*. Se analizó la metodología Scrum, cuyo flujo se basa en ciclos de iteración denominados *sprint*, y se llevó a cabo el análisis del ABP como una metodología didáctica para acercar al estudiante al contexto en el cual se desarrolla el proceso real. Con ello, se elaboró una propuesta de metodología para la enseñanza de la identidad corporativa con la fusión de Scrum y el ABP, aplicando además los criterios de calidad específicos del área.

Se desarrolló durante la primera fase con duración de cinco semanas, del semestre agosto-diciembre de 2024. La autora puso en práctica la investigación en su clase de Identidad Corporativa, impartida en el tercer semestre de la licenciatura en Diseño Gráfico de una facultad perteneciente a una universidad pública, ubicada en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, México. El curso es teórico-práctico y se imparte de manera semestral. La población de estudio fue de 23 alumnos.

Además, se aplicaron dos encuestas: una al inicio y otra al final del proyecto. El primer instrumento contaba con tres ítems de escala Likert de cinco niveles, donde se podían elegir las opciones totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, mientras que el segundo instrumento contó con cuatro ítems de escala Likert con iguales opciones de respuesta, a excepción del cuarto ítem que especifica opciones de la metodología propuesta. Dichas encuestas están enfocadas en conocer la percepción de los estudiantes con respecto al uso de una metodología específica en la clase y a cómo percibieron su aprendizaje a partir de ello. Además, se llevó a cabo un *focus group* compuesto por cinco preguntas relacionadas con la encuesta, aplicado por estudiantes de estancia de investigación y registrado a través de notas de campo. Este ejercicio permitió obtener información cualitativa que complementó los resultados obtenidos en las encuestas.

Investigación-acción

La investigación-acción tiene como característica realizarse en el contexto en el cual se identifica la problemática o situación, “se parte de un diagnóstico inicial, de la consulta a diferentes actores sociales en búsqueda de apreciaciones, puntos de vista, opiniones, sobre un tema o problemática susceptible de cambiar” (Guevara *et al.*, 2020, p. 169), es por ello que en este estudio se realizó una encuesta inicial de diagnóstico y posteriormente

se planteó el proyecto a partir de la metodología Scrum, a través del diseño de *sprints*. Desde el primer día de clases se les explicó a los estudiantes la dinámica que se estaría llevando a cabo, mencionando que, además de la teoría, se realizarían prácticas que llevaran al resultado esperado en cuanto a su aprendizaje.

Por otro lado, se adaptan las seis fases del Aprendizaje Basado en Proyectos, a partir de las diversas actividades a desarrollar, logrando una organización y fusión entre ambas metodologías, para que el proceso sea óptimo al llegar al resultado final de los proyectos. La estructura de las fases del ABP en la dinámica del aula se puede observar en la tabla 1.

Tabla 1
Fases de ABP aplicadas a la dinámica de la clase

FASE ABP	ACTIVIDAD
Entrada	Durante la primera semana de clases se presenta a los estudiantes la actividad a desarrollar en la primera fase, es decir, la situación de aprendizaje, para iniciar con su implicación en la misma y, con ello, lograr su motivación.
Desafío	El problema o reto es que los estudiantes realicen el diseño de la identidad visual de una marca definida, a través de un <i>brief</i> , por otro estudiante del mismo grupo que toma el rol de cliente, pues se establecen los roles de cliente-diseñador en el aula. Esto entusiasma a los estudiantes al enfrentarlos a una problemática más cercana a lo que se experimenta en el mundo laboral. Dichos <i>brief</i> se reparten entre todos los estudiantes del aula, por lo que cada uno de ellos realiza su proyecto de manera individual y cuenta con un cliente.
Búsqueda de información	Durante la segunda semana los estudiantes comienzan a investigar información sobre la marca a la cual le desarrollarán la identidad visual, el primer paso es entrevistarse con su cliente (estudiante que realizó el <i>brief</i>), ejercicio que realizan en la misma clase, para obtener información directa sobre el proyecto. Por otro lado, deben investigar sobre la competencia, el mercado meta, el contexto de la marca, entre otros.
Gestión de la información	Durante la tercera semana, los estudiantes procesan la información y comienzan con el trabajo de conceptualización del proyecto, para continuar con el desarrollo de la producción.
Producción	En la cuarta semana, se genera la identidad visual, desde las ideas, el bocetaje, la experimentación, así como también la vectorización y entrega final. Todo desde la base de los criterios de calidad en la creación de la identidad corporativa.

Difusión	En la quinta semana, el proyecto se presenta ante la clase. Cada estudiante es escuchado, tanto por los demás estudiantes como por la docente, incluyendo también al estudiante-cliente en este ejercicio de roles, quien también aporta retroalimentación sobre el proyecto final.
----------	---

Nota: Elaboración propia.

Como se mencionó anteriormente, Scrum se aplicó también a partir de los *sprints* de cada fase y se estructuraron las figuras de la metodología dentro de la dinámica del aula, tal como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2
Figuras Scrum aplicadas al aula

Categoría	Elemento	Descripción
Scrum team	<i>Scrum team</i>	Conformado por la docente (<i>Scrum master</i>), un estudiante como cliente (<i>Product owner</i>) y un estudiante diseñador (<i>Developer</i>).
	<i>Developers</i>	Cada estudiante que actúa como diseñador de la identidad visual de la marca correspondiente al <i>brief</i> que se le entregó en la primera semana. Cada uno realiza el plan de trabajo individual para su proyecto.
	<i>Product owner</i>	Estudiante que actúa como cliente. Define y comunica el objetivo del proyecto y organiza los elementos del <i>brief</i> (equivalente al <i>product backlog</i>).
	<i>Scrum master</i>	La docente. Facilita la comprensión de la teoría y práctica de la clase y la metodología Scrum. Organiza y lidera el aula.

Eventos Scrum	<i>Sprint</i>	Cada fase (1 semana). Incluye planificación, reuniones, revisión y retroalimentación. Cada una inicia inmediatamente después de la anterior.
	<i>Sprint planning</i>	Plan de trabajo por fase. Lo crea principalmente la docente, pero se complementa con aportes de los estudiantes.
	<i>Daily Scrum meeting</i>	Reuniones diarias representadas por las clases en el aula. Se revisan los avances de los proyectos.
	<i>Sprint review</i>	Presentación de resultados del <i>sprint</i> (semana) ante el <i>scrum master</i> (docente) y <i>product owner</i> (estudiante cliente). Se evalúa el progreso hacia el objetivo.
	<i>Sprint retrospective</i>	Evaluación del <i>sprint</i> (proyecto semanal) para mejorar calidad y efectividad. Se analiza el proceso de creación de la identidad, herramientas creativas utilizadas, interacciones entre estudiante-cliente, estudiante-diseñador y aprendizajes.

Nota: Elaboración propia.

Como se puede observar en las tablas 1 y 2, tanto ABP como Scrum pueden adaptarse de manera óptima en las fases proyectuales de clase y, de la misma manera, las figuras de Scrum se representan adecuadamente con los actores principales del proceso. La fusión de ambas metodologías se realiza a partir de cada fase del ABP en la que se integran los *sprints* y las figuras de Scrum, por lo que de esta manera se genera la propuesta para la enseñanza y creación de la identidad corporativa desde el aula.

También se aplican los criterios de calidad para la creación de identidad corporativa propuestos por Altamirano (2024), que se indican a continuación:

- ❖ **Conceptualización:** Representa de manera abstracta y/o simplificada el concepto que la marca desea significar. Expresa los conceptos desde el punto de vista de las relaciones verbales con otros conceptos, es decir, los indicadores a tomar en cuenta son la abstracción del concepto de la marca, la síntesis del mismo y su simplificación.
- ❖ **Comunicación congruente:** Comunica el mensaje que la marca quiere dar, es directo y claro, y se entiende el rubro de la empresa, tanto en signos figurativos como en abstractos. Es decir, que la identidad visual sea coherente con el tipo de marca que está representando, que no exista confusión de un rubro por otro.

- ❖ **Atemporalidad:** Tiene una vigencia larga, es decir, no tiene una solución generada en la moda o en un tiempo específico. Se busca que la identidad visual perdure a través del tiempo y no requiera una actualización en un periodo corto posterior al diseño inicial.
- ❖ **Construcción gráfica:** Se determinan las necesidades de identificación, eligiendo los elementos sígnicos indispensables. Se presenta el logotipo como elemento obligatorio. Es decir, que exista una funcionalidad en forma, fondo, color, y que los elementos de identidad sean los adecuados, determinando si sólo se requiere un logotipo o también es indispensable un símbolo.
- ❖ **Calidad gráfica:** Tiene armonía formal o unidad estilística, resuelve el equilibrio, la proporción y se percibe una adecuada ejecución vectorial. Es decir, que exista un balance entre los elementos que la componen, así como una coherencia en el estilo visual del sistema de identidad visual.
- ❖ **Originalidad:** Es auténtica, original e innovadora, es creativa y se diferencia de otras. Es decir, que cuente con elementos gráficos diferenciables, que no se relacione con marcas existentes, y mantenga la protección de derecho de autor, que no exista plagio o uso de la inteligencia artificial.
- ❖ **Legibilidad:** Es fácil de leer y entender. Que exista legibilidad en el logotipo y la tipografía permita su lectura. Además, será importante la claridad del símbolo en sus trazos.
- ❖ **Pregnancia:** Es fácil de memorizar y de recordar por quienes la perciben. Que la identidad visual sea identificable, diferenciable, para lograr su presencia en la memoria de los consumidores.
- ❖ **Estética vocativa:** Tiene capacidad de llamar la atención de quien la percibe. Es decir, que sea atractivo para el consumidor, así como visible, para lograr un buen posicionamiento en el mercado.
- ❖ **Capacidad de reproducción:** Se puede reproducir en todos los soportes, tanto análogos como digitales. Resuelve la responsividad y la suficiencia de los elementos que la conforman. Que sea reproducible en tamaños mínimos, así como en los diferentes formatos de los dispositivos electrónicos.

Estos criterios se van integrando conforme el proyecto avanza en los diferentes *sprints*, pues cada uno tiene sus propios objetivos, logrando así los resultados esperados.

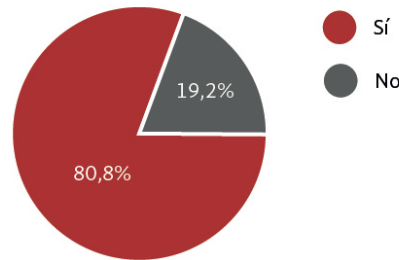
Resultados

Desde el inicio del semestre se realiza un diagnóstico sobre la percepción de los estudiantes en cuanto a la aplicación de metodologías de enseñanza-aprendizaje en las clases. El primer cuestionamiento fue para conocer si los estudiantes estaban familiarizados con el tema de las metodologías didácticas, por lo que se les preguntó: “¿Sabes lo que es una metodología de enseñanza-aprendizaje?”, a lo que 80.8% respondió que sí lo sabía, mientras que el otro 19.2% respondió que no (véase la figura 1).

Figura 1

Primera pregunta de encuesta inicial

¿Sabes lo que es una metodología de enseñanza-aprendizaje?



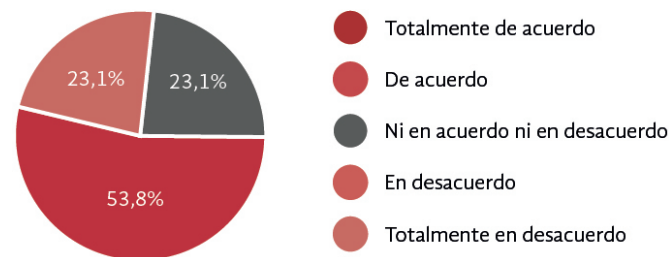
Nota: Elaboración propia.

La segunda pregunta se enfocó ya en el área del diseño gráfico, por lo que se presentó de la siguiente manera: “¿Crees que es importante el uso de una metodología específica para la enseñanza-aprendizaje del diseño?”, a lo que 53.8% respondió totalmente de acuerdo, un 23.1% dijo que estaba de acuerdo, mientras que otro 23.1% dijo no estar en acuerdo ni en desacuerdo. Con esto podemos observar que más de 70% considera que es importante contar con una metodología específica (véase la figura 2), puesto que la naturaleza de la profesión exige procesos particulares y estos pueden desarrollarse desde la enseñanza.

Figura 2

Segunda pregunta de encuesta inicial

¿Crees que es importante el uso de una metodología específica para la enseñanza-aprendizaje del diseño?

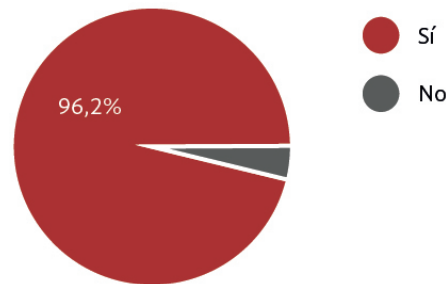


Nota: Elaboración propia.

En cuanto a la tercera pregunta, se les cuestionó: “¿Conoces la metodología Scrum?”, a lo que 96.2% respondió que no, mientras que 3.8% dijo que sí. Por lo que se puede comprobar que una mayoría desconocía de esta metodología (véase la figura 3).

Figura 3
Tercera pregunta de encuesta inicial

¿Conoces la metodología Scrum?



Nota: Elaboración propia.

En esta encuesta inicial de diagnóstico se obtuvo que los estudiantes saben lo que es una metodología de enseñanza-aprendizaje y consideran importante que exista una metodología específica para la enseñanza del diseño gráfico, lo cual es fundamental por la naturaleza de la profesión y sus particularidades al ponerla en práctica en un contexto laboral. Sin embargo, por otro lado, desconocen la metodología Scrum. Esto aportó hallazgos que permitieron continuar con la aplicación de la propuesta de metodología que fusiona ABP y Scrum, como una metodología específica para el proceso didáctico de la clase de Identidad Corporativa, iniciando desde la primera semana de clases. Dicha fusión puede verse en la tabla 3, en donde se observan cinco *sprints* de Scrum, implementados durante el desarrollo del primer proyecto de clase (cinco semanas), así como también se observan las seis fases de ABP, de las cuales dos se encuentran presentes durante el primer *sprint* (véase la tabla 3).

Tabla 2
Figuras Scrum aplicadas al aula

Scrum	ABP	Descripción de Fusión
<i>Sprint 1</i>	Entrada y desafío	Durante la primera semana de clases, la docente (<i>Scrum master</i>) presenta a los estudiantes la actividad, la cual es la creación de la identidad visual de una marca desarrollada a través de un <i>brief</i> (<i>product backlog</i>) por otro estudiante del mismo grupo, estableciendo el rol de cliente (<i>product owner</i>)-diseñador (<i>developer</i>). Por lo tanto, se reparte el <i>brief</i> de la marca a los estudiantes, mediante una rifa que se realiza entre todo el grupo. En este <i>sprint</i> hay un análisis del <i>brief</i> , un proceso de entendimiento y un planteamiento de preguntas. Se considera como entregable el reporte de análisis de dicho <i>brief</i> .

<p><i>Sprint 2</i></p>	<p>Búsqueda de información</p>	<p>A partir del reporte de análisis del <i>brief</i> realizado en el <i>sprint</i> anterior, inicia el <i>sprint 2</i> en la segunda semana, en la cual los estudiantes (<i>developers</i>) comienzan a investigar información sobre la marca a la que le desarrollarán la identidad visual.</p> <p>El primer paso es entrevistarse con su cliente (<i>product owner</i>) para obtener información directa sobre el proyecto, esto a partir del planteamiento de preguntas que se realizó en el <i>sprint 1</i>.</p> <p>El segundo paso, es la investigación sobre la competencia, el mercado meta, el contexto de la marca, entre otros puntos de interés alrededor del proyecto.</p> <p>En este <i>sprint</i> se realiza un análisis de la investigación. Se considera como entregable el reporte de resultados de dicha investigación.</p>
<p><i>Sprint 3</i></p>	<p>Gestión de la información</p>	<p>Con el reporte de resultados de la investigación inicia el <i>sprint 3</i> durante la tercera semana, en la cual, los estudiantes procesan la información y comienzan con el trabajo de conceptualización (criterio de calidad) del proyecto.</p> <p>El primer paso es un acercamiento de campo semántico, realizando un mapa mental con los conceptos más cercanos a la marca y la representación visual de dichos conceptos para una comunicación congruente (criterio de calidad). Todo esto a partir de bocetaje análogo, desde el cual se busca lograr atemporalidad y originalidad en las propuestas, y una óptima construcción gráfica (criterios de calidad), seleccionando los elementos adecuados para la identidad visual (logotipo, símbolo, color).</p> <p>En este <i>sprint</i> el entregable es dicha búsqueda visual con el bocetaje análogo realizado a partir del estudio conceptual.</p>
<p><i>Sprint 4</i></p>	<p>Producción</p>	<p>Con la búsqueda visual y el proceso de bocetaje análogo se inicia el <i>sprint 4</i>, el cual comienza con un análisis de dichos bocetos y un proceso de selección de las mejores propuestas.</p> <p>A partir de ello, se inicia la digitalización y el proceso de vectorización, en los cuales deben tomarse en cuenta los criterios de calidad gráfica, legibilidad, pregnancia, capacidad de reproducción y estética vocativa, para lograr los objetivos propuestos y que el proyecto sea funcional y atractivo.</p> <p>En este <i>sprint</i>, el entregable es la propuesta final de identidad visual de la marca.</p>
<p><i>Sprint 5</i></p>	<p>Difusión</p>	<p>La propuesta final de identidad visual de la marca se presenta ante la clase. Para ello, se debe realizar una presentación profesional que se proyecta en el aula e incluye la fundamentación de dicho proyecto, con todas las bases planteadas en el mismo.</p> <p>Cada estudiante debe pasar al frente y ser escuchado, tanto por los demás estudiantes como por la docente, así como también por el estudiante-cliente, en este ejercicio de roles, quien también aporta retroalimentación sobre el proyecto final.</p>

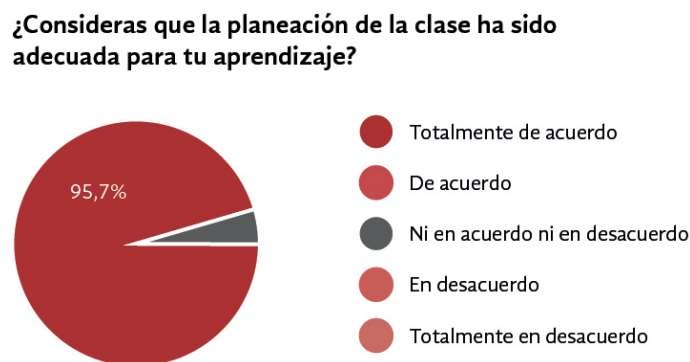
Nota: Elaboración propia.

Es importante aclarar que todos los estudiantes elaboran un *brief* y desarrollan una identidad visual. Sin embargo, no diseñan la identidad correspondiente al *brief* que ellos mismos crearon. Los *briefs* se sortean entre los participantes, de manera que cada estudiante trabaja con el *brief* de otro compañero. Así, todos asumen el rol tanto de diseñadores como de clientes. Cabe mencionar que, en cada *sprint*, es decir, cada inicio de la semana, se realiza el *sprint planning*, es decir, el plan de trabajo para la semana, el *daily scrum meeting* se realiza en cada clase semanal para saber el progreso de los estudiantes y, si existen dudas, se pueden resolver también diariamente a través de la plataforma Microsoft Teams. Al final de cada *sprint* hay un *sprint review*, en el cual se revisan los resultados de cada entregable y con ello es posible continuar con los siguientes *sprints*, así también se realiza un *sprint retrospective*, a través del cual, la docente (*scrum master*) ofrece una retroalimentación constante para la planificación, efectividad y calidad de los siguientes *sprints*. Dicha retroalimentación se realiza de manera respetuosa, constructiva y basada principalmente en los criterios de calidad de identidad corporativa, existiendo un enfoque centrado en el aprendizaje de esta rama del diseño.

La dinámica de la clase se realiza de manera óptima. Los estudiantes logran en cinco semanas (cinco *sprints*) adaptarse al proyecto y generar resultados de buena calidad, además de que se observan progresos significativos conforme avanzan los *sprints* del desafío a resolver. Se percibe también una motivación en cuanto al juego de roles cliente-diseñador, ya que se adentran a una experiencia más apegada a la realidad, por lo que van generando sus propuestas y entregables en los tiempos indicados.

En la encuesta final del proyecto con cuatro preguntas de escala Likert, se les preguntó: “¿Consideras que la planeación de la clase ha sido adecuada para tu aprendizaje?”, a lo que 95.7% respondió totalmente de acuerdo, lo que indica que una mayoría del grupo percibió el proceso de manera positiva (véase la figura 4).

Figura 4
Primera pregunta de encuesta final



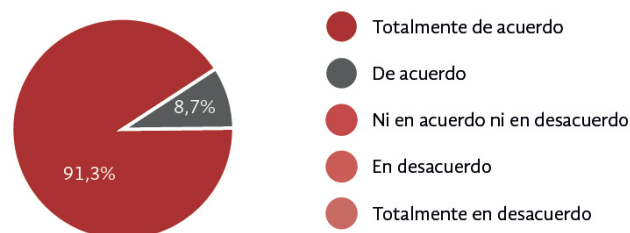
Nota: Elaboración propia.

Esto se complementa con el *focus group* registrado en notas de campo, en el cual los estudiantes pudieron mencionar el por qué lo consideraron así. Un estudiante comentó: “la clase no se limita a enseñar técnicas de diseño; también les brinda una comprensión integral del proceso de trabajo real en un entorno profesional, lo que les prepara para enfrentar el mundo laboral. A través de las actividades, los alumnos tienen la oportunidad de experimentar tanto el rol de diseñador como el de cliente, lo que les proporciona una visión completa y equilibrada. Esta dualidad de perspectivas les deja un aprendizaje significativo, ya que comprenden mejor los desafíos y expectativas de ambas partes en el proceso de diseño” (O. Villasana, notas de campo, 3 de octubre de 2024).

En la segunda pregunta de la encuesta final se les cuestionó: “¿Consideras que las actividades realizadas han permitido desarrollar de manera óptima tu aprendizaje en el área de la identidad corporativa?”, a lo que 91.3% respondió totalmente de acuerdo, mientras que 8.7% dijo estar de acuerdo. Esto comprueba que la totalidad de los estudiantes considera que las actividades fueron óptimas para su aprendizaje en el área específica de identidad corporativa (véase la figura 5).

Figura 5
Segunda pregunta de encuesta final

¿ Consideras que las actividades realizadas han permitido desarrollar de manera óptima tu aprendizaje en el área de la identidad corporativa?



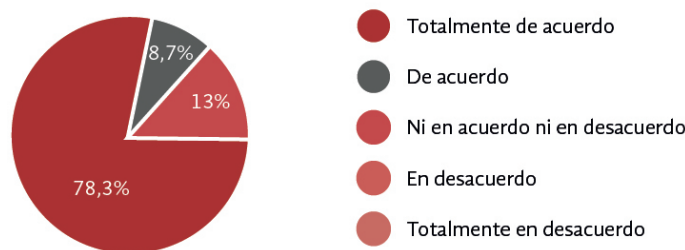
Nota: Elaboración propia.

Según las notas de campo de O. Villasana (3 de octubre de 2024), en el *focus group* “los alumnos consideran que las actividades propuestas en la materia son fundamentales para aplicar de manera efectiva lo aprendido en clase. Cada tarea tiene un propósito claro y está diseñada para reforzar los conceptos vistos, lo que les permite afianzar sus conocimientos y habilidades”. Esto se refuerza con la aseveración de que “han aprendido más practicando que sólo viendo teoría, esto incluso lo hace más dinámico. Sienten que se relacionan más con lo profesional y, además, en las retroalimentaciones se sienten más ágiles para hacer las cosas, el poder expresar cómo lo hicieron y por qué lo hicieron a la hora de exponer, desarrollando un ojo crítico con su trabajo y obteniendo seguridad para hablar delante de la clase (A. Zequeida, notas de campo, 3 de octubre de 2024).

En la tercera pregunta de esta encuesta de cierre del proyecto se les cuestionó: “¿Consideras que la metodología de enseñanza aplicada en esta UA ha sido óptima para tu aprendizaje?”, a lo que 78.3% mencionó estar totalmente de acuerdo, 8.7% dijo estar de acuerdo, mientras que 13% indicó no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo. Lo anterior permite comprobar que más de 80%, es decir, una mayoría de los estudiantes, consideran que la aplicación de dicha metodología fue óptima (véase la figura 6).

Figura 6
Tercera pregunta de encuesta final

¿Consideras que la metodología de enseñanza aplicada en esta UA ha sido óptima para tu aprendizaje?



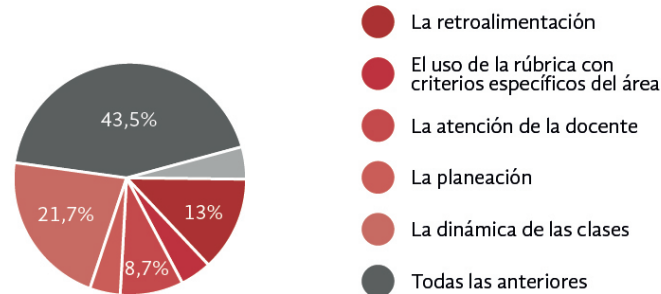
Nota: Elaboración propia.

En cuanto al focus group, “los estudiantes valoran la metodología de enseñanza debido a las dinámicas, porque las presentaciones son concretas y explicativas. Consideran que el curso está completo, ya que combina teoría y práctica, se ofrece retroalimentación individual y fomenta la competencia al pensar en diseños aplicables a la realidad, así también les permite organizarse y gestionar sus proyectos de una mejor manera” (D. Garza, notas de campo, 3 de octubre de 2024).

Para esta encuesta final, se realizó una cuarta pregunta en la que se les cuestionó: “Si percibes diferencia en esta metodología con respecto a otras, ¿cuál sería?”. Se les brindaron las siguientes opciones de respuesta: la retroalimentación, el uso de la rúbrica con criterios específicos del área, la atención de la docente, la planeación, la dinámica de las clases, todas las anteriores, ninguna de las anteriores. A esto, 43.5% respondió todas las anteriores, 21.7% contestó la dinámica de las clases, 13% dijo que la retroalimentación y 8.7% que la atención de la docente. Estas respuestas fueron las más recurrentes. Por lo que cabe destacar que un número significativo de estudiantes respondió que percibió diferencia en todas las opciones, así como también en cuanto a la dinámica de las clases. Lo anterior permite comprobar que la metodología es realmente una propuesta diferente a lo que los estudiantes habían experimentado de manera previa (véase la figura 7).

Figura 7
Cuarta pregunta de encuesta final

Si percibes diferencia en esta metodología con respecto a otras, ¿cuál sería?



Nota: Elaboración propia.

Según las notas de campo de O. Villasana (3 de octubre de 2024) en el focus group, se mencionó que “uno de los aspectos que más aprecian los alumnos es la interacción constante en las actividades grupales. Además, valoran que la docente se enfoque en múltiples aspectos del proceso de diseño, ayudándolos no sólo a mejorar sus capacidades técnicas, sino también a pulir sus habilidades creativas y a desarrollar un pensamiento crítico más profundo”.

Por otro lado, para D. Garza (notas de campo, 3 de octubre de 2024): “Los estudiantes destacan la experiencia cliente-diseñador como algo muy enriquecedor. Valoran la atención personalizada, tanto en clase como fuera de ella, ya que reciben diferentes puntos de vista para mejorar profesionalmente. Las dinámicas los sacan de su zona de confort y refuerzan la importancia de la práctica. Además, aprecian que la docente dedique tiempo a ofrecer retroalimentación detallada y respetuosa, lo que hace que el aprendizaje sea más completo”. La aplicación de esta metodología en el aula permite unir el ABP y el Scrum, logrando una dinámica óptima en clase, en la que los estudiantes se muestran con motivación para realizar los ejercicios durante cada *sprint*, obteniendo con ello resultados de aprendizaje muy positivos.

Conclusiones

La combinación de ABP y Scrum resultó ser una buena propuesta de metodología para la enseñanza-aprendizaje dentro del aula en el área de identidad corporativa, puesto que los estudiantes tuvieron una óptima percepción en cuanto a la experiencia del juego de roles, cliente-diseñador, al sentirse en un contexto más real, generando una experiencia con condiciones similares a las del ámbito laboral.

En este proceso, los estudiantes también mejoraron su organización en cuanto a la gestión del proyecto, puesto que cada semana se iban resolviendo los ejercicios por *sprint* y se lograban entregables que se

conectaban directamente con el proyecto principal, por lo que dicha organización los llevó al objetivo planteado desde el inicio, cumpliendo los tiempos establecidos.

A pesar de que en la encuesta diagnóstica los estudiantes no conocían la metodología ágil, esto no fue un impedimento para su adaptación a la misma desde el primer día, puesto que en la encuesta final la percepción fue óptima, considerando la diferencia con lo que habían visto en otras clases.

De esta manera, se muestra que la integración del Aprendizaje Basado en Proyectos con la metodología Scrum en la clase de Identidad Corporativa potencia el desarrollo de competencias clave, tales como la resolución de problemas en un contexto similar al laboral, pero además aporta las siguientes ventajas: organización, trabajo en equipo y agilidad en la gestión de las actividades en periodos cortos, lo que genera resultados óptimos e inmediatos.

Esta adaptación de las dos metodologías permite que los estudiantes asimilen sus responsabilidades con roles definidos, recibiendo retroalimentación constante y trabajando en procesos iterativos según las necesidades de cada proyecto para la corrección de propuestas, además al incluir criterios de calidad específicos del área de identidad corporativa. Así, la dinámica se percibe más real y no académica, simulando los mecanismos del contexto profesional. Con todo esto, se logra como resultado un aprendizaje significativo orientado a proyectos, enfocado en la práctica y acorde con los retos del mundo profesional.

En conclusión, el estudio muestra esta metodología como una buena opción no sólo para la enseñanza-aprendizaje de la identidad corporativa, sino, incluso, como una vía que podría adaptarse en procesos didácticos de la enseñanza de otras áreas creativas y del diseño gráfico.

Agradecimientos. Agradecimiento especial a los estudiantes de la estancia de investigación y a los estudiantes de la clase de Identidad Corporativa que son parte de este estudio y cuyas aportaciones fueron fundamentales para los resultados obtenidos. 📍

📍 Referencias

- Altamirano, S. (2024). Criterios de calidad para la creación de diseño de identidad. *Actas de Diseño*, 46, 177-182. Recuperado el 16 de junio de 2025 de <https://dSPACE.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/11764/20353>
- Botella, A. y Ramos, P. (2019). Investigación-acción y aprendizaje basado en proyectos: Una revisión bibliográfica. *Perfiles Educativos*, 41(163), 109-122. <https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2019.163.58923>

- Feriz, D., Cardozo, E., Valencia, N., Dueñas, G. y Cardozo, P. (2024). Agile Educación: Herramientas y beneficios de la aplicación de metodologías ágiles en la enseñanza universitaria. *ConCiencia*, 14, 128-145. Recuperado el 10 de junio de 2025 de https://www.researchgate.net/profile/Daniel-Feriz-2/publication/386871154_REVISTA_CONCIENCIA_VOL14/links/6759bc8a8a260162991847ca/REVISTA-CONCIENCIA-VOL14.pdf#page=127
- García-Varcácel, A. y Basilotta, V. (2017). Aprendizaje basado en proyectos (ABP): Evaluación desde la perspectiva de alumnos de Educación Primaria. *Revista de Investigación Educativa*, 35(1), 113-131. <https://doi.org/10.6018/rie.35.1.246811>
- Guevara, G., Verdesoto, A. y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas y de investigación-acción). *Recimundo: Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 163-173. Recuperado el 16 de junio de 2025 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf>
- Hinojosa, T., Huamanculí, S. y Altamirano, F. (2022). Efecto de aplicación de la estrategia ágil y Scrum para el aprendizaje basado en competencias en la educación universitaria. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 2807-2823. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3281
- Ruiz, D. y Ortega, D. (2022). El aprendizaje basado en proyectos: Una revisión sistemática de la literatura (2015-2022). *Revista Internacional de Humanidades*, 2-14. Recuperado el 2 de abril de 2025 de <https://biblioteca.isfodosu.edu.do/opac-tmpl/files/alertas/AprendizajeBasadoProyectosRevisionSistematicaLiteratura2015-2022.pdf>
- Schwaber, K. y Sutherland, J. (2020). *La guía Scrum: La guía definitiva de Scrum: Las reglas del juego*. Scrum Guides. Recuperado el 2 de abril de 2025 de <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2020/2020-Scrum-Guide-Spanish-European.pdf>
- Sotelo-Martín, J. y Fandos-Igado, M. (2023). Metodología Scrum con recursos educativos abiertos en educación superior universitaria: Revisión sistemática en lengua española. *Educación: Revista de la Facultad de Ciencias de la Educación*, 29(2). Recuperado el 8 de abril de 2025 de <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/educacion/article/view/3039>
- Trujillo, F. (2017). Aprendizaje basado en proyectos: Líneas de avance para una innovación centenaria. *Textos Didáctica de la Lengua y de la Literatura*, 78, 42-48. Recuperado el 8 de abril de 2025 de https://www.researchgate.net/publication/320961737_Aprendizaje_basado_en_proyectos_Lineas_de_avance_para_una_innovacion_centenaria_Textos_Didactica_de_la_Lengua_y_de_la_Literatura_num_78_pp_42-48_octubre_2017

Zambrano, M., Hernández, A. y Mendoza, K. (2022). El aprendizaje basado en proyectos como estrategia didáctica. *Conrado*, 18(84), 172-182. Recuperado el 12 de mayo de 2025 de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442022000100172&lng=es&tln g=es

Sobre la autora

Sandra Guadalupe Altamirano Galván

Doctora en Educación, maestra en Ciencias de la Comunicación y licenciada en Artes Visuales con acentuación en Artes Gráficas, egresada de la UANL. Es autora del libro *Identidad corporativa, una introducción*, de la Editorial Trillas, y profesora-investigadora de tiempo completo en la FAV UANL. Especialista en diversas áreas del diseño, tales como identidad corporativa y editorial, es también evaluadora y miembro de la Comisión Dictaminadora de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de los CIEES. Formó parte del Consejo Técnico EGEL-DISEG, Ceneval, y ha sido jurado en diversos certámenes de diseño a nivel local y nacional. Fue coordinadora del Departamento de Planeación y Proyectos Estratégicos, coordinadora de la licenciatura en Diseño Gráfico y coordinadora de Vinculación Interna. Imparte clases de Diseño Editorial y Diseño de Identidad en la licenciatura, así como de Administración de Proyectos y Diseño Sustentable en el posgrado. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1. Dirige el Departamento Editorial de la Facultad de Artes Visuales UANL y es creadora del Canal de Investigación: Hola! Todo es Diseño, en diversas plataformas digitales como Youtube e Instagram. Obtuvo el Reconocimiento Libros UANL 2024 por la creación, el desarrollo y la difusión de las áreas creativas en las Revistas Paradigma Creativo y Croma.



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional