



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE

Escuela de Diseño Gráfico

Inteligencia Artificial aplicada en el proceso creativo del diseño gráfico

Creación de imágenes publicitarias

Trabajo de Graduación previo a la obtención
del título de: Licenciada en Diseño Gráfico

Autoras:

María Dolores Carrasco Loyola
Natalia Andrade Crespo

Director:

Paúl Carrión

Cuenca, Ecuador, 2026

Creditos

Autoras:

María Dolores Carrasco
Natalia Andrade

Director:

Paúl Carrión

Tutores:

Ana Tripaldi, Oscar Vintimilla

Cuenca, Ecuador

2026

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo, con mucho cariño, a todos quienes me acompañaron en este camino. A Jesús y María Madre Guardiania de la Fe, por ayudarme a cumplir mis sueños, acompañarme y levantarme siempre. Por ser mi mayor apoyo y motivación cada día, y enseñarme la importancia del esfuerzo, el servicio y la perseverancia.

A mi familia: Mis padres, Sebastián y Paulina, por todo lo que me han enseñado. Gracias por su apoyo incondicional, sus consejos y por motivarme desde el primer día a seguir adelante y dar siempre lo mejor de mí. Gracias por acompañarme durante toda mi carrera; les dedico este trabajo y cada una de las metas que llegue a cumplir. A mis hermanos, Juliana y Juan Sebastián, por su compañía y cariño. Por siempre estar ahí para escucharme, acompañarme y sacarme una sonrisa en los momentos que más necesitaba. Gracias por su paciencia y por estar siempre junto a mí.

A Joaquín, porque comenzamos y cerramos juntos esta etapa. Por siempre estar ahí, por enseñarme a confiar en mí y motivarme siempre. A quien admiro por su apoyo, dedicación y por enseñarme que todo esfuerzo es recompensado. Por seguir creciendo y cumpliendo metas juntos.

A mis abuelitos, Pachi y Oswaldo, por ser las personas que más admiro. Por siempre estar pendientes de mí, acompañarme y recordarme lo más importante. Gracias por sus enseñanzas y por el amor con el que han guiado mi vida.

Natalia Andrade Crespo

Dedico este trabajo especialmente a Dios, quien me ha acompañado durante toda esta etapa de mi vida, por darme la fortaleza, la sabiduría y la oportunidad de llegar hasta este momento tan importante. Gracias por guiar mis pasos, por sostenerme en los momentos difíciles y por nunca dejarme perder la fe en mí misma ni en todo lo que soy capaz de lograr.

A mis padres, Dorian y Susy, y a mi hermano Esteban, quienes han sido una parte fundamental en esta etapa. Gracias por acompañarme siempre, por apoyarme en los momentos difíciles, por escucharme, guiarme y recordarme cada día que los sueños sí se pueden cumplir con esfuerzo, responsabilidad y dedicación. Gracias por creer en mí, por darme fuerzas para seguir adelante y por celebrar conmigo cada pequeño logro en este camino. Este logro también es de ustedes, porque sin su amor, paciencia y apoyo incondicional, nada de esto habría sido igual. Gracias por ser mi hogar, mi apoyo y mi mayor motivación para nunca rendirme. Todo lo que soy hoy también lleva una parte de ustedes.

A mi novio, Abraham, quien estuvo presente desde el comienzo de este trabajo hasta el final, por acompañarme durante todo este proceso, por motivarme, escucharme y darme fuerzas para seguir adelante incluso en los días más difíciles. Gracias por enseñarme a no rendirme, por estar conmigo en cada avance, en cada momento, siempre brindándome su apoyo incondicional y confianza.

Y a mis queridas abuelitas, especialmente a mi abue Chabe, por su amor, sus enseñanzas y por siempre desear lo mejor para mí. Gracias por estar pendiente de cada cosa que hago, por sus consejos y por enseñarme que con amor, dedicación y esfuerzo todo se puede lograr. Su cariño y apoyo han sido una inspiración muy importante en mi vida y en este camino.

Maria Dolores Carrasco Loyola

Agradecimientos

Queremos agradecer a todas las personas que hicieron posible la realización de esta tesis.

A nuestros profesores, quienes nos acompañaron y guiaron durante todo este proceso. En especial, a nuestro director, Paúl Carrión, por su apoyo, por creer en nosotras y por estar desde el inicio acompañando este proyecto.

También agradecemos a los diseñadores que participaron en nuestra investigación y nos brindaron su tiempo, aportando de manera clave al desarrollo de nuestro trabajo.

Finalmente, gracias a nuestras amigas, por su apoyo constante y por estar presentes en cada momento desde el comienzo.

Índice de contenidos

Contenido

Índice de contenidos	9
Resumen/abstract	13
Objetivos	14
Introducción	15
Capítulo 1: Contextualización	16
1.1 Introducción	18
1.2 Antecedentes y Problemática	19
1.3 Estado del Arte	22
1.4 Marco teórico	24
1.5 Investigación de campo	37
1.6 Conclusión del capítulo	41
Capítulo 2: Programación	42
2.1 Diseño de la investigación	44
2.2 Fases de la investigación	46
Capítulo 3: Desarrollo	68
3.1 Fase 1: Planificación Metodológica	70
3.2 Fase 2: Observación y registro del proceso creativo mediado por IA	81
3.3 Fase 3: Análisis	102
3.4 Fase 4: Evaluación del resultado final y del proceso	113
3.5 Fase 5: Triangulación y sistematización de aprendizajes	114
3.6 Fase 6: Construcción metodológica	121
3.7 Conclusión del capítulo	125
Capítulo 4: Presentación de resultados	126
4.1 Propuesta metodológica para el uso de IA en procesos de diseño gráfico	129
4.2 Síntesis metodológica en tabla	144
4.3 Guía Metodológica	146
4.4 Conclusión del capítulo	147
4.5 Discusión	148
Conclusión	150
Recomendaciones	151
Bibliografía	152
Anexos	154

Índice de figuras

Figura 1. Etapas del Design Thinking.....	34
Figura 2. Fotografía de Francisco Ramírez.....	38
Figura 3. Fotografía de Juan Pablo Fernández.....	39
Figura 4. Fotografía de Daniel Ordóñez.....	40
Figura 5. Identificación profesional de los participantes.....	50
Figura 6. Delimitación del caso de estudio.....	51
Figura 7. Validación del caso de estudio.....	53
Figura 8. Matriz de registro y análisis.....	58
Figura 9. Indicadores de evaluación del resultado visual.....	61
Figura 10. Rúbrica de evaluación aplicada a las piezas visuales de- sarrolladas.....	64
Figura 11. Identificación profesional de Gabriel Morejón.....	70
Figura 12. Identificación profesional de Daniel Ordóñez.....	71
Figura 13. Identificación profesional de Camila Calle.....	72
Figura 14. Identificación profesional de Fernando Caldas.....	73
Figura 15. Identificación profesional de Quentin Levy.....	74
Figura 16. Delimitación del caso de estudio para el desarrollo de la pieza publicitaria.....	75
Figura 17. Moodboard de referencias visuales utilizado para el de- sarrollo del caso de estudio.....	77
Figura 18. Validación del caso de estudio de Gabriel Morejón.....	78
Figura 19. Validación del caso de estudio de Daniel Ordóñez.....	78
Figura 20. Validación del caso de estudio de Camila Calle.....	79
Figura 21. Validación del caso de estudio de Fernando Caldas.....	79
Figura 22. Validación del caso de estudio de Quentin Levy.....	80
Figura 23. Fotografía de Gabriel Morejón.....	82
Figura 24. Referencias visuales para exploración conceptual.....	83
Figura 25. Referencia visual para construcción del personaje.....	83
Figura 26. Combinación de referencias visuales para nuevas ite- raciones.....	84
Figura 27. Imagen generada mediante ChatGPT.....	84
Figura 28. Pieza publicitaria final desarrollada por Gabriel Morejón.....	85
Figura 29. Fotografía de Daniel Ordóñez.....	86
Figura 30. Imagen generada mediante ChatGPT para representar el concepto creativo.....	87
Figura 31. Variación de ángulo de la propuesta visual generada me- diante ChatGPT.....	88

Figura 32. Imagen final generada mediante ChatGPT.....	88
Figura 33. Pieza publicitaria final desarrollada por Daniel Ordóñez.	89
Figura 34. Fotografía de Camila Calle.....	90
Figura 35. Referencias visuales utilizadas para la exploración conceptual.....	91
Figura 36. Referencias visuales utilizadas para definir la dirección de arte de la pieza publicitaria.	91
Figura 37. Referencia visual utilizada para la construcción y modificación del personaje.....	92
Figura 38. Pieza publicitaria final desarrollada por Camila Calle.....	93
Figura 39. Fotografía de Fernando Caldas.....	94
Figura 40. Referencia visual utilizada para la exploración conceptual de la campaña.	95
Figura 41. Primer resultado de la pieza publicitaria desarrollada por Fernando Caldas.....	95
Figura 42. Imagen final generada mediante ChatGPT para el segundo concepto de la campaña.....	96
Figura 43. Pieza publicitaria final desarrollada por Fernando Caldas.....	97
Figura 44. Fotografía de Quentin Levy.....	98
Figura 45. Referencia visual utilizada para guiar el concepto de la pieza publicitaria.....	99
Figura 46. Referencia visual utilizada para explorar el segundo concepto de la campaña.....	100
Figura 47. Pieza publicitaria final desarrollada por Quentin Levy.	101
Figura 48. Evaluación del resultado final y del proceso creativo de los participantes.....	113
Figura 49. Niveles de especificidad en la construcción de prompts.	116
Figura 50. Usos de la Inteligencia Artificial dentro del proceso creativo.....	119
Figura 51. Tabla resumen de hallazgos identificados durante el análisis de la investigación.....	120
Figura 52. Estructura general de las fases metodológicas propuestas para el proceso creativo asistido por IA.	122
Figura 53. Estructura general y flujo de las fases metodológicas propuestas para el proceso creativo asistido por IA.....	129
Figura 54. Síntesis general de la metodología propuesta para el proceso creativo asistido por IA.....	145

Resumen

La investigación abordó la necesidad de estructurar el uso de herramientas de Inteligencia Artificial dentro del proceso creativo del diseño gráfico, debido a la ausencia de metodologías que orienten su integración de manera estratégica. El estudio se enfocó en la creación de imágenes publicitarias mediante la observación de procesos reales de diseñadores gráficos trabajando con herramientas de IA. A partir del análisis de acciones recurrentes relacionadas con conceptualización, construcción de prompts, generación, iteración y edición de imágenes, se desarrolló una metodología organizada en siete fases y una guía metodológica práctica orientada a apoyar a diseñadores y estudiantes en sus flujos de trabajo creativos mediador por inteligencia artificial.

Abstract

This research addressed the need to structure the use of Artificial Intelligence tools within the creative process of graphic design due to the lack of methodologies that guide their strategic integration. The study focused on the creation of advertising images through the observation of real design processes carried out by graphic designers using AI tools. Based on the analysis of recurring actions related to conceptualization, prompt construction, image generation, iteration, and image editing, a seven-phase methodology and a practical methodological guide were developed to support designers and students in their AI-mediated creative workflows .