ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
TOULOUSE LAUTREC

El impacto de crear un espacio virtual que gestione información sobre el diseño gráfico para formar una comunidad entre los diseñadores peruanos.

Tesis para obtener el título profesional Licenciado
en Dirección y Diseño Gráfico

AUTORES:

ANDREA ALEJANDRA GRIMALDI MALAGA
(0000-0003-3625-4195)

RUTH ESTHER SORIANO SAAVEDRA
(0000-0002-1102-7642)

Asesor
JHONATAN ALEXIS ZAVALA CASTILLO
(0000-0003-2882-5074)

Lima-Perú
2021

4768 - TESIS - GRIMALDI Y SORIANO.docx

My Files

My Files

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:523085404

Fecha de entrega

4 nov 2025, 8:06 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

6 nov 2025, 9:55 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

4768 - TESIS - GRIMALDI Y SORIANO.docx

Tamaño del archivo

369.3 KB

23 páginas

4527 palabras

25.198 caracteres

14% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Exclusiones

- N.º de fuentes excluidas

Fuentes principales

9%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
11%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Tabla de contenido

Resumen 5**Abstract**
6**Capítulo I: El Problema**
7Planteamiento del Problema
7Preguntas de investigación
9Objetivos de Investigación
9**Capítulo II: Marco Teórico**
92.1. Mapa de Literat
102.2. Antecedentes de Investigac
102.3. Desarrollo de la Perspectiva Teórica
12**Capítulo III: Metodología**
143.1. Muestra, Unidad de Análisis y Muestreo
143.2. Diseño de Investigación
143.3. Operacionalización de Variables
143.4. Consentimiento Informado
153.5. Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos
15**Capítulo IV: Resultados**
164.1. Análisis de Resultados
164.2. Discusión de Resultados
194.3. Recomendaciones
20

Referencias 21

Lista de Tablas

Tabla 1 16

Tabla 2 18

Lista de Figuras

Figura 1 10

Figura 2 16

Figura 3 17

Figura 4 17

Figura 5 18

Resumen

Actualmente gracias a las redes sociales, los vídeos, podcasts, artículos, etc. que se pueden ver en el internet es muy sencillo encontrar tutoriales e información acerca del diseño gráfico y debido a que el internet vincula al mundo entero se puede encontrar información sobre el mismo tema, tales como tendencias, presupuestos o los clientes, pero que varía de acuerdo al país del que viene y su cultura. Debido a eso, es necesario tener un espacio en el cual solamente se tenga información de cómo es el diseño gráfico y su profesión en Perú.

Todavía en el país la carrera no es tan valorada como debería, pero esto no solamente parte desde cómo la perspectiva que la sociedad tiene hacia la profesión, sino también desde el mismo diseñador gráfico, que muchas veces por la falta de información acerca de su carrera no tiene los límites establecidos que debería de tener referente a los costos o funciones que se le otorgan como profesional, haciendo que en diferentes ocasiones realicen trabajos que no pertenecen al rubro del diseño gráfico a un bajo precio, no sepan relacionarse con otros diseñadores, tengan altercados con clientes, entre más. Es por eso, que es sumamente importante la existencia de una comunidad informada, para así lograr que la carrera tenga mayor credibilidad y se fortalezca ante la sociedad.

En la presente investigación se utilizó como muestra a 36 peruanos estudiantes o trabajadores en el sector del diseño gráfico para obtener información mediante encuestas en base a la variable que es la información sobre el diseño gráfico y teniendo como dimensiones la comunidad y el networking.

Se creó un espacio virtual dónde diseñadores gráficos pueden compartir información relevante de la carrera que han obtenido a través de la experiencia. Se obtuvieron resultados positivos permitiendo tener más claro la importancia de la información que deben de tener los profesionales referente a su carrera. De la misma forma, demuestra la conexión ideal entre los

diseñadores para formar una comunidad más unida y juntos fortalecer los estándares de la carrera.

Palabra clave: diseño gráfico, información, comunidad

Abstract

Currently thanks to social networking, videos, podcasts, articles, etc. that can be found on the internet it is very easy to come across tutorials and information about graphic design, and because the internet links the whole world you can find information on the same topic, such as trends, budgets or clients, but varies according to the country from which it comes from and its culture. Due to that, it is necessary to have a space in which you only have information about what graphic design and its profession are like in Peru.

In Perú the career is still not as valued as it should be, but this not only stems from the perspective that society has towards the profession, but also from the graphic designer himself, who many times due to the lack of information about his career, does not have the established limits that they should have regarding the costs or functions that are granted to them as a professional, causing them on different occasions to carry out work that does not belong to the field of graphic design at a low price, not know how to relate to other designers, have altercations with clients, among other things. That is why the existence of an informed community and ensuring that the profession has greater credibility and is strengthened before the country's society is extremely important.

In the present research, 36 Peruvian students or workers in the graphic design sector were used as a sample to obtain information through surveys based on the variable that is information on graphic design and having community and networking as dimensions.

A virtual space was created where graphic designers can share relevant information about the career that they have obtained through experience. Positive results were obtained

allowing the importance of the information that professionals should have regarding their career to be clearer. In the same way, it demonstrates the connection that should be had between designers to form a more united community and together strengthen the standards of the career.

Capítulo I: El Problema

Con esta presente investigación se plantea los problemas y objetivos que pueden tener muchos diseñadores gráficos de Lima partiendo desde la escasez de información que se pueda tener en diferentes aspectos de la carrera.

1.1.Planteamiento del Problema

La carrera del diseño gráfico se encuentra evolucionando constantemente, es por eso que es importante que entre los diseñadores se mantengan informados compartiendo los diferentes conocimientos que puedan tener. El objetivo de este proyecto es lograr conectar a los diseñadores gráficos a través de un espacio virtual para que puedan compartir y apoyarse entre sí.

Este estudio demuestra la falta de información que puede llegar a existir entre los diseñadores gráficos peruanos, debido a la desconexión que existe entre ellos, según Heller (2005) muchos estudiantes terminan su carrera con portafolios impresionantes que demuestran conocimientos formales, sin embargo, la desventaja de este éxito es la tendencia que llegan a tener estos graduados de considerar la educación como un proceso pasivo, en vez de un aprendizaje autoiniciado de por vida. ¿Dónde podrían encontrar los diseñadores gráficos esa información nueva y relevante si es que no están estudiando? Ahí es donde se origina un posible análisis al problema expuesto, que se basa en crear este espacio donde se brindará información y un lugar de interacción mediante publicaciones en diferentes medios virtuales sobre tendencias, networking, entre otras actividades. Con el objetivo de que puedan relacionarse, comunicarse y proveer información concisa de fácil acceso mediante una

plataforma virtual para generar el sentimiento de una comunidad y conciencia sobre la carrera del diseño gráfico.

El problema propuesto radica en la falta de información para cosas que no son netamente teóricas sobre el diseño gráfico como tarifas, networking, tratos con clientes, entre más temas.

Esto origina una desconfianza entre los diseñadores, lo cual llega a afectar diversos ámbitos de sus vidas profesionales debido a la falta de comunicación entre ellos. Visto claramente presente en esta anécdota de Ochoa (2020), se entrevistó a una estudiante de publicidad acerca de la diferencia entre la carrera del diseño gráfico y la publicitaria, obteniendo como respuesta que la diferencia que existía era que el publicista pensaba y el diseñador no. La justificación que dio el estudiante fue que el diseñador gráfico se limitaba en lo visual, cómo hacer formas o colocar gráficos, pero el publicitario pensaba en las estrategias. Según Poynor (2003) afirmó que los profesionales del diseño gráfico conviven con una percepción negativa producto de una mala interpretación de la carrera que es muchas veces provocado por los mismos diseñadores gráficos al no tener una visión clara, ni las limitaciones sobre su carrera. Debido a la desvalorización de la carrera de diseño, los profesionales podrían sentir confusión al no definir claramente su función (Llanos, 2016). Según Llanos (2016), afirma que muchos profesionales se sienten más realizados cuando la sociedad valora su trabajo. Al lograr este apoyo entre ellos, podrán fortalecerse como comunidad y dar a conocer la carrera de una mejor manera provocando una mayor valorización de parte de la sociedad hacia su trabajo.

Finalmente, demostrado el problema que produce la falta de información para diseñadores, expuesto por Ochoa (2020), Poynor (2003) y también habiendo demostrado el impacto que tiene sobre ellos presentados por los autores Acosta (2015), Heller (2005),

Llanos (2016) se generará un cambio positivo en la comunicación que tiene la comunidad de diseñadores gráficos mediante la información que se brindará a través de espacios virtuales.

1.2.Preguntas de investigación

¿La creación de un espacio virtual que gestione información sobre el diseño gráfico generará una comunidad entre los diseñadores peruanos?

¿La creación de un espacio virtual para promover la participación en dinámicas realizadas por diseñadores gráficos peruanos creará una comunidad entre ellos?

¿La creación de un espacio virtual donde se pueda realizar networking entre diseñadores gráficos peruanos podría afectar de manera positiva la relación que existe actualmente?

1.3.Objetivos de Investigación

Crear un espacio virtual para compartir información de interés relacionado al diseño gráfico en el Perú.

Crear un espacio virtual para promover la participación en dinámicas realizadas por diseñadores gráficos peruanos.

Crear un espacio virtual donde se pueda realizar networking entre diseñadores gráficos peruanos.

Capítulo II: Marco Teórico

A continuación, se presentará un mapa conceptual para profundizar en la revisión de la literatura, permitiendo visualizar los autores que han escrito relacionado a nuestra variable de estudio.

2.1. Mapa de Literatura

Figura 1

Mapa de la literatura con autores de los principales aspectos de espacios virtuales para gestionar información del diseño gráfico.



Nota. Este mapa permite profundizar en la revisión de la literatura y el desarrollo del marco teórico.

2.2. Antecedentes de Investigación

Vásquez (2018), diseñó dinámicas creativas para medir las capacidades de los estudiantes de educación superior técnica en diseño gráfico que enfrentan un mercado laboral altamente competitivo. Empleó 20 estudiantes entre segundo y sexto ciclo de la carrera de Diseño Gráfico y Publicidad Digital del Instituto Avansys para su estudio. Mediante el diseño de investigación descriptivo - exploratorio, llegó a la conclusión que los estudiantes requieren de información acerca de los problemas reales que podrían pasar en su experiencia laboral,

ellos necesitan comunicarse para poder analizar y juntos crear contenido de alto impacto; es por eso que deben de crear conexiones entre ellos para conocerse y expresarse con respecto a diferentes problemas que podrían afrontar en el futuro con respecto a su carrera. Este estudio permite conocer la importancia de la comunicación que debería de haber entre los diseñadores gráficos.

Díaz (2006), creó una comunidad virtual de diseñadores chilenos que contribuyó al avance de la disciplina de diseño gráfico en Chile. Empleó a 48 personas entre 20-26 años, profesionales egresados y titulados, académicos del diseño gráfico. Por medio de una investigación descriptiva - exploratoria demostró la importancia de un sitio web que funcione como punto de encuentro entre los diseñadores para poder compartir información e interactuar entre ellos. Esta investigación permite visualizar los resultados que podrían darse en Perú al lograr formar una comunidad que contribuya al avance de la carrera mediante el apoyo entre los mismos diseñadores.

Ramírez (2014), buscó mejorar los posibles alcances del trabajo de los diseñadores gráficos y aumentar el conocimiento de los referentes teóricos que aportan a dicha disciplina. Empleó cinco estudiantes y dos maestros de diseño gráfico de la Facultad de Artes Visuales de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Mediante una investigación cualitativa - etnográfica, se realizaron entrevistas para encontrar las ideas generales que tienen los diseñadores sobre la investigación en el diseño y su impacto en la formación profesional. Se pudo concluir que investigar abre el panorama de cualquier problemática a resolver, y así permite ver conceptos desde diversos puntos de vista, lo cual logra que el mensaje del diseñador sea no solo estético, sino funcional. esta conferencia permite conocer la importancia que juega el rol de investigar y estar informado en el desarrollo de un diseñador gráfico.

Gutiérrez (2015), diseñó una interfaz gráfica que dispone de herramientas y espacio para que los agentes creativos puedan colaborar y comunicarse sin intermediarios. Empleó 36 diseñadores profesionales como muestra de estudio. Utilizó un diseño descriptivo - exploratorio. Se realizaron entrevistas y encuestas a diseñadores, además se desarrolló una interfaz. Se concluyó que investigar, aprender, enseñar y trabajar en diseño no necesariamente deben ser acciones separadas, también podemos agregarlas en un proceso colaborativo, colectivo, abierto y libre. Este estudio permite conocer la importancia de tener un espacio dónde los diseñadores gráficos puedan formar una comunidad y compartir información.

2.3. Desarrollo de la Perspectiva Teórica

La creación de un espacio virtual busca generar una comunidad entre los diseñadores gráficos. Los diseñadores necesitan formar conexiones entre ellos por medio de experiencias extracurriculares para que logren conocerse, expresarse y cuestionar su rol como profesionales (Vásquez, 2018).

Según Díaz (2006) los diseñadores no vinculan conscientemente lo que hacen con trabajo, lo cual provoca que ellos mismos no sepan valorar su labor como se debe. Muchas veces esto es debido a la falta de información que puedan tener con respecto a su carrera causando que no tengan claro sus roles y limitaciones acerca de su profesión.

Llanos (2016) indicó que para lograr la valorización que una profesión merece, es primordial formar un organismo que junte a estos profesionales. Es por eso, que mediante la creación de un espacio virtual se tendrá como objetivo principal gestionar información por medio de la comunicación que habrá entre los diseñadores. La comunicación es el principio de la mayoría de las acciones sociales, esta determina el punto de encuentro de las personas en la cual pueden descubrirse y reconstruirse como sociedad (Gualdrón, 2018). A través de la

comunidad que crearán ellos mismos podrán compartir los conocimientos que tengan acerca de su experiencia laboral y lograr así, estar mejor informados con respecto a su profesión.

Las redes sociales tienen una estructura que facilita las interacciones entre las personas, permitiendo una comunicación a nivel global de manera inmediata, lo cual provoca que se sientan parte de una comunidad. (Garrigós et al., 2010), es por eso que el espacio creado es de manera virtual a través de las redes sociales para que la interacción entre los diseñadores sea más sencilla y rápida.

Dentro de las características de la variable se han considerado las siguientes:

2.3.1 Información. Investigar abre el panorama de cualquier problemática a resolver, y así permite ver conceptos desde diversos puntos de vista, lo cual logra que el mensaje del diseñador sea no solo estético, sino funcional. (Ramírez, 2014)

2.3.2 Comunidad. Los estudiantes, así como todo interesado en el diseño gráfico, necesitan crear conexiones y redes entre ellos a través de experiencias alternativas a las curriculares para conocer, expresar, sorprenderse y cuestionar su rol como futuros diseñadores (Vásquez, 2018)

2.3.3 Networking. Hoy en día las oportunidades aparecen a través de las redes, ya sea un empleo, trabajo, o proyección del trabajo; la capacidad de generar redes de intereses se considera tan importante como la experiencia o tener habilidades, las redes funcionan como una estrategia de desarrollo profesional. (Husted et al., 2018)

Estas características permiten demostrar la complejidad que tiene la variable y cómo cada una la llega a influir en si.

Es necesaria la creación de un espacio virtual para gestionar información del diseño gráfico, ya que este apoyará la creación de una comunidad, dónde se podrán poner en práctica tanto el aprendizaje como también el desarrollo de habilidades blandas. Para lograr alcanzar

algún reconocimiento o valoración en la profesión es necesario la creación de un organismo que reúna a estos profesionales. (Llanos, 2016)

Capítulo III: Metodología

Se revisará la muestra que cumple con ciertas características en común que potencialmente forman parte del estudio para luego presentar los procedimientos que se llevaron a cabo para la recolección de información.

3.1. Muestra, Unidad de Análisis y Muestreo

El tamaño de la muestra utilizada es 36 peruanos mayores de 18 años que hayan estudiado o trabajado en el rubro del diseño gráfico, utilizando un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia.

3.2. Diseño de Investigación

En la presente investigación se utilizó un diseño experimental con pre y post test, la información fue obtenida a través de documentos, entrevistas directas, observación de los participantes, y comparación de otros sitios web de diseño ya existentes. Todo esto ha permitido responder al planteamiento del problema, y alcanzar los objetivos midiendo y analizando las unidades de análisis involucradas en lo estudiado. (Yin, 1989)

3.3. Operacionalización de Variables

La variable en esta presente investigación es la Información sobre el diseño gráfico. Las escuelas de artes gráficas han tenido dificultades para mantenerse al día. Según Bessen (2014), gran parte de lo que enseñan se vuelve obsoleto rápidamente y la mayoría todavía están orientados al diseño de impresión en cualquier caso. Para la medición de dicha variable se tendrá el análisis de resultados en encuestas como herramienta de medición, para las cuales se realizará preguntas con variedad y exactitud por tratarse de un tema amplio.

Se tiene como dimensiones la información que se tiene acerca del diseño gráfico, las dinámicas que existen en la comunidad y el networking.

Entre los indicadores que se tienen están por el lado de información las cotizaciones, las habilidades blandas y el cómo lidiar con los clientes. Por el lado de las dinámicas en la comunidad está el tiempo de participación que se tiene y práctica que hay en la carrera. Por último se tiene la red de contactos con una buena comunicación para poder formar la comunidad y lograr la colaboración entre los profesionales.

Se utilizó la escala de medición de Likert para cuantificar estos aspectos.

3.4. Consentimiento Informado

Se elaboró un documento formal en el que los participantes del estudio autorizan y comunican su deseo de participar en la investigación de forma voluntaria.

3.5. Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos

La recolección de información se realizó a través de un instrumento de medición orientado a identificar la información que tienen los diseñadores gráficos con respecto a su carrera con un coeficiente de validez de 0.96. A través de este instrumento se midieron los siguientes componentes:

La información que se tiene en la carrera del diseño gráfico.

La interacción y colaboración que se tiene entre los diseñadores.

Las habilidades blandas de un diseñador gráfico.

Además, se utilizó la herramienta de Google Forms para hacer las encuestas correspondientes a los participantes del experimento y se recogió información testimonial mediante reacciones y respuestas que se tuvieron en nuestra plataforma virtual.

Por otro lado, para el análisis de la información se emplearon tablas estadísticas para conocer los niveles de interacción que se tuvo entre los diseñadores gráficos que participaron de la investigación.

Capítulo IV: Resultados

En esta sección se verá la recolección y tabulación de los datos previamente mencionados. Se mostrarán los resultados de las mediciones pre y post test de cada dimensión del estudio.

4.1. Análisis de Resultados

4.1.1 Presentación de resultados en tablas

Tabla 1

Caracterización de los participantes de la investigación, según su género

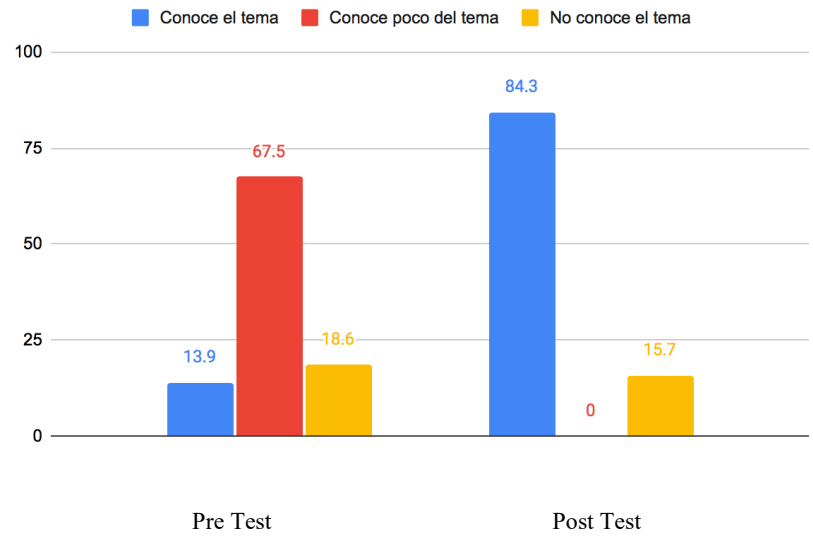
	n	%
Hombre	12	33.3%
Mujer	24	66.7%
Total	**36**	**100%**

Nota. Los participantes han estado compuestos en su mayoría por mujeres.

4.1.2 Presentación de resultados en en figuras

Figura 2

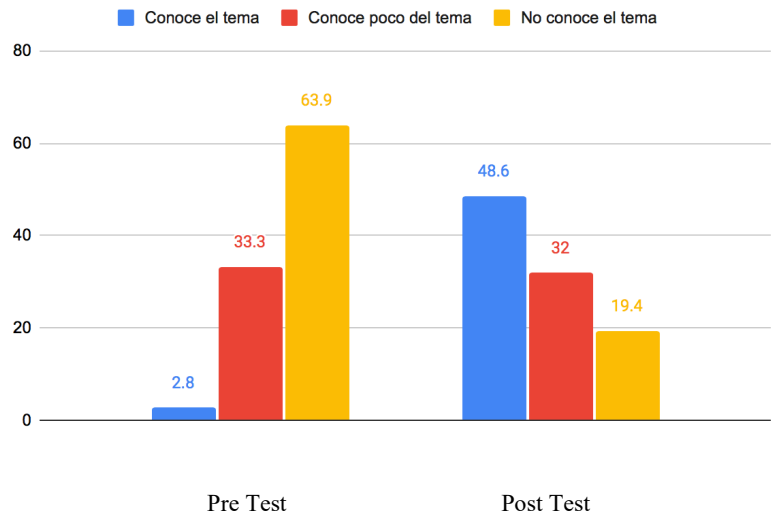
Resultados de los conocimientos que se tiene con respecto al diseño gráfico y habilidades blandas del pre y post test.



Nota. Como se puede observar en la Figura 1, el 84.3% de participantes en el post test tiene mayor información acerca de la carrera del diseño gráfico en comparación al pre test en donde solo el 13.9% de participantes tenía la información requerida.

Figura 3

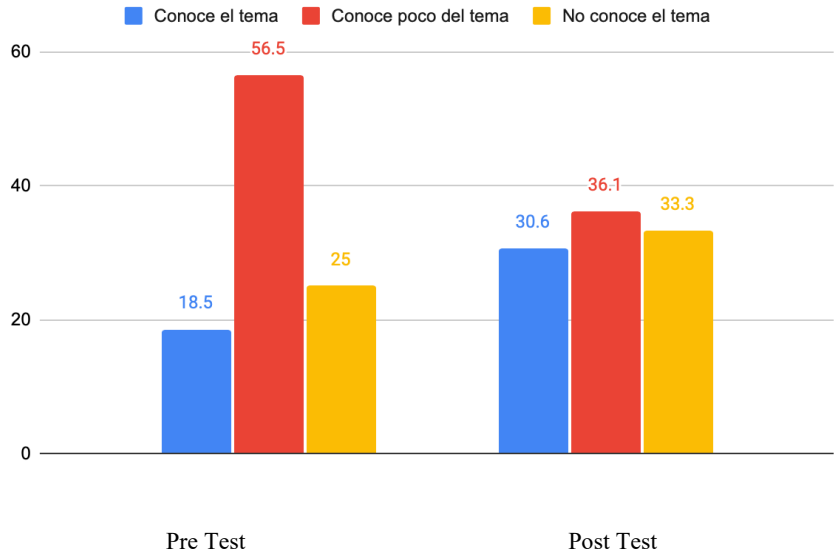
Resultados de los conocimientos que se tiene con respecto a la interacción entre diseñadores en el pre y post test.



Nota. El 48.6% de participantes en el post test tiene mayor información acerca de la importancia de la interacción entre los diseñadores en comparación al pre test en donde solo el 2.8% de participantes tenía la información requerida.

Figura 4

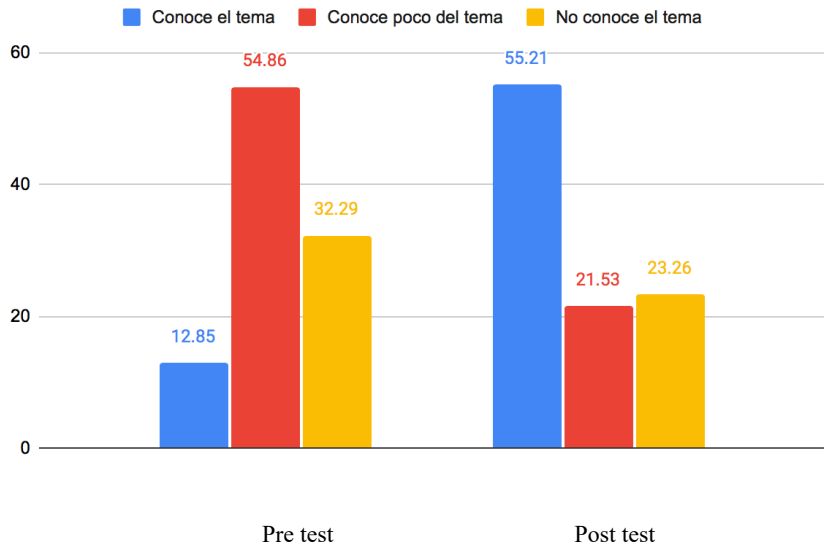
Resultados de los conocimientos que se tiene con respecto al networking del pre y post test.



Nota. El 30.6% de participantes en el post test tiene mayor información acerca del coworking en comparación al pre test en donde solo el 18.5% de participantes tenía la información requerida.

Figura 5

Resultados de las mediciones pre y post test de la información que se tiene acerca del diseño gráfico.



Nota. El 55.21% de participantes post test tiene mayor información acerca de la carrera del diseño gráfico en comparación al grupo pre test en donde solo el 12.75% de participantes tenía la información requerida.

Tabla 2

Resultados de la Prueba "t" de Student para muestra emparejada, pre y post test.

	Diferencias Relacionadas							
				95% Intervalo de confianza para la diferencia				
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Inferior	Superior	t	gl	Sig. (Bilateral)
PR Total Información & PS Total Información	-2.19	1.24	.21	-2.61	-1.78	-10.65	35	.000
PR Total Dinámicas & PS Total Dinámicas	-.97	1.78	.30	-1.57	-.37	-3.28	35	.002
PR Total Networking & PS Total Networking	-1.11	1.69	.28	-1.68	-. 54	-3.95	35	.0000

Nota. En esta tabla se puede apreciar la diferencia de valores en la pre y post test.

4.2. Discusión de Resultados

Se creó un instrumento de medición con un coeficiente de validez de 0.96 que permite medir los resultados en relación a cada uno de los objetivos de la presente investigación:

Objetivo 1, la creación de un espacio virtual para compartir información de interés relacionado al diseño gráfico en el Perú, se obtuvo resultados positivos basándose en la figura 2 en donde se muestra que antes de la creación del espacio virtual solo el 13.8% de los investigadores tenía la información adecuada de su carrera tales como desde el lado financiero hasta las habilidades blandas. Por otro lado, el resultado de las personas que ya pertenecían al espacio virtual creció, llegando así al 84.3%.

Objetivo 2, crear un espacio virtual para promover la participación en dinámicas realizadas por diseñadores gráficos peruanos, se llevó a cabo exitosamente demostrándose los resultados en la figura 3 en donde se observa que antes la creación del espacio virtual solo el 2.8% estaba familiarizado con el networking, mientras que después de la creación del espacio mediante diferentes publicaciones, el 48.6% de personas se relacionaron más entre ellos, formando así una mayor red de contactos entre ellos.

El Objetivo 3, la creación de un espacio virtual donde se pueda realizar networking entre diseñadores gráficos peruanos, en comparación a los otros objetivos, este no tuvo los resultados tan diferenciados entre el grupo control y experimental. Presentando primero un porcentaje de 18.5 y luego incrementando a 30.6%. Esta categoría desde un principio tuvo un porcentaje alto por lo que se logró reforzar un poco más en nuestro grupo experimental mediante estrategias que se tuvo en las redes sociales.

El abordaje del problema permitió entender mucho más la importancia de la información que deben de tener los diseñadores gráficos con su misma carrera, se obtuvieron resultados positivos que se pueden ver en la figura 5 con respecto a cuánto se mantienen informados después de la creación de un espacio virtual. Esto a su vez demuestra una conexión entre diseñadores para lograr obtener los estándares que se necesitan en la carrera, según Gutiérrez E. (2015) menciona que el apoyo en un grupo permite el desarrollo continuo de este, permite experimentar y explorar con la confianza que nos da la gente que asegura la realidad de nuestras creencias.

4.3. Recomendaciones

El objetivo principal del estudio fue crear un espacio virtual que gestione información sobre el diseño gráfico y que este forme una comunidad entre los diseñadores peruanos. A partir de los resultados encontrados y el proceso de investigación, se recomienda lo siguiente:

Primero, se recomienda aplicar el instrumento de medición a personas naturales diseñadores o estudiantes del diseño, así se podrá apreciar un cambio notable en los resultados.

Segundo, al momento de distribuir el post test al grupo de estudio, asegurarse de que la persona haya participado en la comunidad, y que preferiblemente deje un comentario sobre las mejoras que se podrían tener en cuenta para incentivar la participación, puesto que muchas personas deciden no participar, no por falta de información, sino por timidez o falta de confianza en la comunidad.

Tercero, se sugiere investigar métodos actualizados de publicidad y difusión de medios en estudios próximos, de esta manera siempre se podrá llegar al público objetivo.

Finalmente, se recomienda a la comunidad de diseñadores gráficos, para lograr fortalecer su carrera, mantenerse en constante comunicación y compartir la información que cada uno obtenga gracias a las experiencias obtenidas y esto por el fin de tener mayor reconocimiento y que la profesión pueda tener mayor valor para la sociedad.

Referencias

Bessen, J. (2014, 25 de Agosto). Los empleadores no están lloriqueando: la «brecha de habilidades» es real. Harvard Business Review https://hbr.org/2014/08/employers-arent-just-whining-the-skills-gap-is-real?language=es

Díaz, K. (2006). Creación de una comunidad virtual de diseñadores chilenos que contribuya al avance de la disciplina de diseño gráfico en Chile (Proyecto para optar al título de diseñador mención gráfico) Repositorio Académico de la Universidad de Chile. http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/100769/diaz_k.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Garrigós, I. [et al.]. (2010, 7 de Setiembre). La Influencia de las redes sociales en el aprendizaje colaborativo. [conferencia] *A: JENUI 2010. "XVI Jornadas de Enseñanza Universitaria de la Informática"*, A Coruña, España. https://upcommons.upc.edu/handle/2099/11859

Gualdrón, N. (2018). Diseño para el bienestar humano. El sentido y el contenido del discurso gráfico. *Luciérnaga Comunicación, 10(19),* 91-109. https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v10n19a7

Gutiérrez, G. (2015). Diseño conectado. Proyecto de una interfaz para la creación de redes de colaboración dentro de las comunidades creativas. El caso del diseño de packaging (Memoria para optar al título de Diseñador Gráfico) Repositorio Académico de la Universidad de Chile. http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/136572

Heller, S. (2005). *The Education of a Graphic Designer* (2.ª ed.). Allworth Press.

Husted, S., Rodríguez, G., & Álvarez, M. (2019). Las habilidades blandas: el perfil de diseñador gráfico con enfoque tecnológico digital / Soft skills: a graphic designer profile with technological focus. *Revista Electrónica Sobre Tecnología, Educación Y Sociedad, 5(9).* 2448 - 6493 https://www.ctes.org.mx/index.php/ctes/article/view/705

Llanos, A. (2016). Representación social del diseñador gráfico frente al mercado laboral: experiencias y necesidades para la creación del colegio profesional (Proyecto para optar el título profesional de licenciado en Artes & Diseño Gráfico Empresarial) Repositorio Académico de la Universidad Señor de Sipán. https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/3145

Ramírez, K. (2014, 6 a 7 de octubre). El impacto de la investigación científica en el diseñador

gráfico y el desarrollo de su branding personal. [conferencia] *XI Congreso Nacional y IV Congreso Internacional del COLPARMEX*, Puebla, Mexico. http://eprints.uanl.mx/11987/1/1269.pdf

Ochoa, S. (2020). ¿El publicista piensa y el diseñador gráfico no? *Diseño en Palermo. II Encuentro Latinoamericano de Diseño, 141(216),* 1850-2032. https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/3270

Poynor, R. (2003) *No Más Normas Diseño Gráfico Posmoderno.* Gustavo Gili.

Vásquez A. (2006). Diseño de dinámicas creativas para medir las capacidades de los estudiantes de educación superior técnica en diseño gráfico que enfrentan un mercado laboral altamente competitivo (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Arte y Diseño Empresarial) Repositorio institucional de la Universidad San Ignacio de Loyola. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3248/2/2018_Vasquez-Vivanco.pdf