

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

FICHA TÉCNICA

Título

CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL DE DISEÑO GRÁFICO
--

Programa Académico:	Diseño gráfico
---------------------	----------------

Marque con una X la Modalidad de Trabajo de Investigación

Proyecto de Investigación	x	
Monografía		
Participación en investigación		
Línea de investigación: Educativa		Código proyecto

Investigadores

Nombre	Cédula	Correo electrónico
1. Juan Carlos Franco Higueta	1216717325	Family.franco@hotmail.com
2. Dayan Stiven Moreno Torres	1017252861	Dayan.morenoto@amigo.edu.co

Co-investigadores

Nombre	Cédula	Correo electrónico
1.		
2.		
3.		

Estudiantes Auxiliares

Nombre	Cédula	Correo electrónico
1.		
2.		
3.		

Asesor

Nombre	Institución	Correo electrónico
John Jairo Yepes Londoño	FUNLAM	john.yepeslo@amigo.edu.co

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Contenido

1.	Resumen del proyecto	4
2.	Abstract.....	5
3.	Descripción del proyecto	7
3.1	Planteamiento del problema	7
3.2	Justificación	11
4.	Objetivos	13
4.1	General	13
4.2	Específicos	13
5.	Marco teórico	13
5.1	Definiciones	13
4.2	Marco conceptual	18
5.2	Las 5 fuerzas de Michael Porter.....	22
5.3	Cuadros comparativos entre la FUNLAM y otras universidades del mundo.....	28
5.4	Análisis de cuestionario para los diseñadores gráficos en el mundo laboral.....	31
6.	Propuesta	46
7.	Conclusión.....	51
8.	Metodología propuesta	55
9.	Cronograma de actividades.....	61
10.	Referencias bibliográficas	62
10.1	Cibergrafía	63

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 pregunta_1.....	31
Ilustración 2 pregunta_2.....	32
Ilustración 3 pregunta_3.....	33
Ilustración 4 pregunta_4.....	34
Ilustración 5 pregunta_5.....	35
Ilustración 6 pregunta_6.....	36
Ilustración 7 pregunta_7.....	37
Ilustración 8 pregunta_8.....	38
Ilustración 9 pregunta_9.....	39
Ilustración 10 pregunta_10.....	40
Ilustración 11 pregunta_11.....	41
Ilustración 12 pregunta_12.....	42
Ilustración 13 pregunta_13.....	43
Ilustración 14 pregunta_14.....	44
Ilustración 15 pregunta_15.....	45
Ilustración 16 pregunta_16.....	46
Ilustración 17 Relación de variables.....	59

Índice de tablas

Tabla 1 comparativo funlam_1.....	29
Tabla 2 comparativo funlam_2.....	30
Tabla 3 metodología.....	60
Tabla 4 Cronograma de actividades.....	61

1. Resumen del proyecto

El presente trabajo de investigación, consiste en elaborar diferentes perfiles laborales dirigido hacia los diseñadores gráficos, en especial los estudiantes universitarios, esto dentro de las diferentes áreas de trabajo en las que se necesitan de un diseñador gráfico.

El problema de investigación es la falta de comunicación que se tiene entre la comunidad educativa y la profesional, el proyecto se basa en analizar aspectos específicos y diferentes que se requieren para cada sector laboral que necesite de los servicios de un diseñador gráfico, y con base en esto crear los perfiles laborales para cada sector, dar una comunicación directa con el estudiante y así ahorrar tiempo en la carrera profesional de este eliminando el sentimiento de incertidumbre a la hora de entrar en el mundo laboral.

La investigación se realizará con base a la metodología desde el corte cuantitativo y se desarrollará una investigación correlacional entre los diferentes factores y/o características que describen el fenómeno en cuestión. La investigación correlacional que se desarrollará en el presente estudio permite medir el grado de asociación entre dos o más variables y cuantifica el grado de asociación estadística entre ellas.

Lo anterior favorece para la formulación de conclusiones, las cuales pretenden ayudar a los diseñadores gráficos a obtener una guía y una visión más profunda sobre el campo laboral de una forma más práctica, de manera que pueda tomar decisiones con más seguridad a la hora de buscar un empleo y desempeñarse mejor en su trabajo.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Palabras clave: Diseño gráfico, Perfil profesional, componente de enfoque, Pensum universidad, competencias diseño gráfico, áreas diseño gráfico.

2. Abstract

The present research work consists in developing different job profiles directed towards graphic designers, especially university students, this within the different work areas in which a graphic designer is needed.

The research problem is the lack of communication between the educational and professional community, the project is based on analyzing specific and different aspects that are required for each labor sector that needs the services of a graphic designer, and based in this, create job profiles for each sector, give direct communication with the student and thus save time in the professional career of this by eliminating the feeling of uncertainty when entering the world of work.

The investigation will be carried out based on the methodology from the quantitative cut and a correlational investigation will be developed between the different factors and / or characteristics that describe the phenomenon in question. The correlational research that will be developed in the present study allows to measure the degree of association between two or more variables and quantifies the degree of statistical association between them.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

This favors the formulation of conclusions, which are intended to help graphic designers obtain a more practical guide and insight into the labor field, so that they can make decisions with more security when seeking a job and perform better at work.

Keywords: Graphic design, Professional profile, focus component, University thinking, graphic design skills, graphic design areas.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

3. Descripción del proyecto

3.1 Planteamiento del problema

La constante evolución del paradigma tecnológico y las nuevas tendencias en diseño están cambiando el perfil tradicional del diseñador gráfico hacia un profesional multidisciplinar.

Identidad corporativa, artes gráficas, ilustración, diseño web o animación son, así, competencias que cada vez se aproximan más al perfil del diseñador gráfico. Repasamos algunas de las competencias que están redefiniendo este nuevo perfil. (graffica, s/f, p.1)

El diseño gráfico es una profesión de constante aprendizaje, que requiere de mucha dedicación y gusto por la materia dado que no es valorada como debe ser, por esto el diseñador gráfico debe conocer las áreas que más se están solicitando en el mercado de esta manera tendrá mayores oportunidades de trabajo, esto se traduce en profesionales enfocados en las necesidades y no diseñadores gráficos sin ningún tipo de enfoque, un diseñador multidisciplinar que esté en la capacidad de cumplir con la expectativas.

Es normal encontrar este tipo de opiniones de los egresados de diseño gráfico como la siguiente: Durante este tiempo he tratado de perfeccionarme, pero siempre el conocimiento adquirido queda muerto sin poder ponerlo en práctica. ¿Cuál debería ser el enfoque de los estudios para reclutar su personal, para perfeccionarlos, para acercarlos a un mercado real, donde

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

las exigencias no son las mismas que cuando uno estudia? ¿En algún momento cambiará la situación, o seguirá siempre todo igual?: muchos de ellos pagando sueldos muy bajos, pero eso sí, teniendo grandes cuentas o clientes. Yo no pretendo ser rico ni mucho menos, solo deseo vivir de lo que estudié. ¿Es eso mucho pedir?

Evidentemente existe una falta de comunicación entre la comunidad educativa y la profesional. Ambas partes deberían debatir sobre un futuro del joven profesional, para que este no vea frustrado su futuro y tenga que resignarse a vivir de otra ocupación. Alejandro.

Sin duda alguna es realmente perturbador ver cómo están sufriendo y rogando los egresados de diseño gráfico en el mercado laboral por una oportunidad que les permita obtener un poco más de experiencia; muchos quieren demostrar sus capacidades y sus virtudes para aprender. Las universidades tienen una parte de la responsabilidad en este ámbito dado que no preparan a los diseñadores según la necesidad del mercado en el que se encuentran, sino que los preparan de una manera genérica, un poquito de todo, pero no un enfoque claro que ayude al estudiante a fortalecerse en un área que fomente sus oportunidades laborales o sus capacidades.

Ahora ese es un tema más. Parece que el mercado y las grandes empresas apuestan por el marketing y campañas online porque son más fiables, medibles, cercanas y baratas. Es un mercado en expansión que parece que va teniendo cada vez más importancia. ¿Sería buena idea aprender a desarrollar aplicaciones para iPhone, iPad y páginas web porque hay una creciente demanda? ¿Será esta una buena vía de escape a la pesadilla que es ser diseñador gráfico?

Aprovechando los conocimientos que ya tengo solo tendría que aprender el 80% del proceso que

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

sería aprender a diseñar interfaces, saber cómo se diseña y estructura la arquitectura de información y algo de código suponiendo que encuentre a un programador que trabaje conmigo.

Supongo que será mejor que empezar de cero en cualquier otra profesión. También pensé "voy a subir en la cadena y ser account, pero para eso tengo que tener una carrera de ADE y Marketing. ¿Qué credibilidad tendría un diseñador gráfico que solo tenga un máster en Marketing y estrategia? Supongo que para que me contraten tendría que sacarme una licenciatura de 4 años en ADE y un máster en marketing. Pongamos 5 años (4+1). Ahora tengo 30, terminaría con 35 y empezando de cero, como becario, cobrando mal y solo posiblemente con 40 estaría cobrando lo que me parece justo. Pero quiero crear una familia, poder comprar una casa un día y tener derecho a lo que tienen compañeros que salen antes del trabajo, viven más tranquilos y se esfuerzan mucho menos gracias a que les hago el trabajo. No me parece justo. Solo digo que si yo hubiese tenido la orientación adecuada en su momento estaría ahora haciendo otro discurso. (alzado, s/f, p.1)

Como lo mencionado anteriormente de solo leerlo es decepcionante ver las dificultades por las cuales se pasa como profesional de diseño gráfico especialmente en los primeros años en el mercado luego de haber salido de la universidad. Las empresas no tienen esa área social que permita que egresados puedan aprender y demostrar sus capacidades, es entendible que las empresas deben generar sus ingresos pero también deben ser compañías que aporten al desarrollo social de un país, una de las formas es apoyando al talento joven que todos los años va surgiendo de las universidades, es aquí donde el gobierno de cada país debería tomar cartas en el asunto, pero no de manera simple o superficial, sino tomar el problema de raíz, creando nuevas políticas

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

sociales y labores que ayuden a los egresado a obtener un empleo en la relación con las empresas de manera que se genere un desarrollo, esto sin dejar de lado la gran responsabilidad que tiene las universidades en cuanto a la construcción del diseñador del futuro, aquel que realmente necesita el mercado.

Según el Ministerio de Educación Nacional (MEN) menos de un tercio de los recién graduados encuentran trabajo en los primeros seis meses, la principal causa se le atribuye a la falta de habilidad empresarial de los recién egresados. Por otro lado, Juan Luis Ángel Cardeno, profesional en economía y docente en la Universidad Católica Luis Amigó, agrega que el desempleo en jóvenes recién graduados puede depender también entre varios factores de ‘la carrera’. El desempleo no es el mismo para egresados de Ingeniería Mecatrónica que para los de Comunicación Social. Para los primeros, su número (cantidad de graduados) es bajo y su demanda va en aumento. Para los segundos, su número es elevado y la dinámica de demanda depende de muchos factores pasando por la valoración que se hace de su trabajo.

Aquí aparece el elemento que ahora prima más que la experiencia: que haya formación especializada, más no genérica.” Las universidades también tienen gran responsabilidad en cuanto a explorar necesidades de formación y actualización del profesional conforme tendencias del mercado. La gran mayoría de universidades no lo hace porque es costoso y los programas desde la perspectiva general son rentables. “A las universidades no las obliga nada a tener responsabilidad con el futuro de sus graduados, pero aprovechan cualquier titular, por ejemplo, Joven profesional de la universidad “...” trabaja en la multinacional “...”, para estimular el desarrollo (matrícula de su programa)”, añadió Luis Ángel Cárdeno. (funlam, 2017, p.1)

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

El enunciado anterior nos muestra una vez más la realidad de los egresados y la verdadera intención de las universidades, lo que nos permite decir que la universidades en el momento son un negocio más que no tiene ninguna responsabilidad con el estudiante una vez salga de sus instalaciones, la generación de dinero o ingresos es lo más importante para las instituciones, su responsabilidad social solo es publicidad dado que la realidad es otra; por esto la universidades deben replantear cómo están enseñando y cuál es su función en el desarrollo de una sociedad, cual es la imagen que están brindando y cuál es su futuro porque tarde o temprano puede llegar la competencia que realmente brinde a un país y a los estudiantes lo que realmente necesita. el mundo profesional es complejo y más para los recién egresados, sin duda alguna hay que cambiar los métodos de educación según la necesidad, además, orientar el perfil profesional y ocupacional de los estudiantes, lo que nos lleva a preguntarnos:

¿cuál es el perfil profesional que necesita un egresado de diseño gráfico para aumentar sus posibilidades de empleabilidad en Medellín según el sector económico de la empresa?

3.2 Justificación

El presente proyecto es con el fin de brindar información verídica y sustentada que nos permita ayudar a diseñadores gráficos a mejorar su perfil profesional para el mundo corporativo, por medio de la información adquirida de esta investigación y poder plantear una estructura de perfil profesional que guíe al estudiante.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

El estudiante o egresado de la carrera de diseño gráfico generalmente no sabe en donde trabajar exactamente, esto es incertidumbre en el campo laboral, hay diversas zonas en lo que se refiere al trabajo, como lo son la zona industrial, textil, mecánica, comercial, etc. Y en todas estas es necesaria las habilidades de un diseñador gráfico profesional para resolver problemas visuales y de comunicación, pero cada zona necesita de ciertas habilidades en específico. La cuestión es cómo el diseñador puede saber en qué zona se requieren cierto tipo de habilidades y así poder ir a la fija a la hora de buscar una empresa y ofrecerle sus servicios de diseñador.

Esto es un problema a la hora de buscar un buen trabajo, nunca sabes qué es lo que realmente puede pedir una empresa de determinada zona y solo estás preparado o tienes la idea de trabajar en una agencia de publicidad, pero ¿qué pasa con las otras zonas? La única forma de saber esto es lanzarse al medio a la suerte y depender de la experiencia que se adquiera, generando una carpeta de perfiles profesionales personales basados en las empresas donde haya trabajado la persona, lo cual lleva mucho tiempo realizar, pero nosotros vemos que es algo que se puede mejorar.

Ahí es donde está la importancia del presente proyecto, lo que buscamos es reducir esa incertidumbre, mostrarle al diseñador gráfico, desde que está estudiando, esas habilidades específicas en cada tipo de zona laboral que necesitará para resolver los problemas de una empresa que pertenezca a una zona en específico, tratamos de brindar un filtro y así generar una vía directa a un empleo que no se buscará a la deriva, recortar ese tiempo que le puede tomar al diseñador crear estos perfiles con la experiencia e ir directamente al grano.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

En conclusión, creemos que podemos aportar una mejor visión del mundo laboral a nuestros compañeros diseñadores, que se puedan desenvolver en este mundo no solo con los conocimientos y habilidades que nos brinda un pensum académico general, sino que entienda cuales son las habilidades que tendrá que potenciar para destacar en una empresa que se desarrolle en una zona específica.

4. Objetivos

4.1 General

Proponer un perfil profesional para los diseñadores gráficos que les permita el fortalecimiento de sus competencias en su quehacer laboral dentro de las organizaciones empresariales.

4.2 Específicos

- Generar un sistema para el fortalecimiento continuo del perfil profesional.
- Determinar las competencias necesarias de un diseñador gráfico para su desempeño en las organizaciones empresariales.
- Identificar las aptitudes que necesita un diseñador gráfico para las diferentes areas de desempeño en las organizaciones empresariales.

5. Marco teórico

5.1 Definiciones

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

-Diseño gráfico: El diseño gráfico es una profesión cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados.

Wikipedia.org, Diseño gráfico,

Recuperado de es.wikipedia.org/wiki/Diseño_gráfico

-Caracterización: Determinar los atributos peculiares de alguien o de algo, de modo que claramente se distinga de los demás.

Wikipedia.org, Caracterización,

Recuperado de es.wikipedia.org/wiki/Caracterización

-Perfil profesional: El perfil laboral o profesional es la descripción clara del conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona para encarar responsablemente las funciones y tareas de una determinada profesión o trabajo.

Ara.mil.ar, Perfil profesional,

Recuperado de www.ara.mil.ar/archivos/Docs/Perfil%20Profesional.pdf

-Paradigma: se utiliza en la vida cotidiana como sinónimo de “ejemplo” o para hacer referencia a algo que se toma como “modelo”.

Definición, Paradigma,

Recuperado de definicion.de/paradigma/

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

-Multidisciplinar: Que se compone de varias disciplinas científicas o culturales o está relacionado con ellas.

Wikipedia.org, Multidisciplinario,

Recuperado de es.wikipedia.org/wiki/Multidisciplinariedad

-Identidad corporativa: es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización.

Wikipedia.org, Identidad corporativa,

Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Identidad_corporativa

-Ilustración: El término permite nombrar al dibujo, estampa o grabado que adorna, documenta o decora un libro.

Definición.de Ilustración

Recuperado de <https://definicion.de/ilustracion/>

-Artes gráficas: El concepto de artes gráficas hace referencia a la elaboración de todo tipo de elementos visuales, fundamentalmente a técnicas de grabado y dibujo.

Wikipedia.org, Artes gráficas,

Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Artes_gráficas

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

-Diseño web: El diseño web es una actividad que consiste en la planificación, diseño, implementación y mantenimiento de sitios web.

Wikipedia.org, Diseño web,

Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Diseño_web

-Marketing: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Ififebelt.com, Marketing,

Recuperado de <https://ilifebelt.com/marketing-online/2010/09/>

-Interfaz: Se denomina interfaz al conjunto de elementos de la pantalla que permiten al usuario realizar acciones sobre el Sitio Web que está visitando.

Guiadigital.gob.cl, ¿Qué es una interfaz?

Recuperado de www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-una-interfaz.html

-Account: Gestor de cuentas.

Infoempleo.com, Manager gestor de cuentas

Recuperado de blog.infoempleo.com/a/empleo-account-manager-gestor-cuentas/

-ADE: Asociación Distrital de Trabajadores y Trabajadoras de la Educación.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Adebogota.org, ADE,

Recuperado de www.adebogota.org/

-Incertidumbre: Incertidumbre es una expresión que manifiesta el grado de desconocimiento acerca de una condición futura, pudiendo implicar una previsibilidad imperfecta de los hechos, es decir, un evento en el que no se conoce la probabilidad de que ocurra determina situación.

Quesignificado.com, Incertidumbre,

Recuperado de <https://quesignificado.com/incertidumbre/>

-Fuente tipográfica: Es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.

Diseniomaticaiset.blogspot.com, Fuentes tipográficas,

Recuperado de diseniomaticaiset.blogspot.com/2010/05/fuentes-tipograficas-y-fuentes.html

-Logotipo: es un signo gráfico que identifica a una empresa, un producto comercial, un proyecto, o en general, a cualquier entidad pública o privada.

Recuperado de es.wikipedia.org/wiki/Logotipo

-Matiz: Rasgo que da un carácter especial a algo.

Wordreference.com, Matiz,

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Recuperado de www.wordreference.com/definicion/matiz

-Mipymes: Pyme es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderado. También existe el término MiPyME (acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa"), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

Recuperado de definiciondemipymes.blogspot.com/

4.2 Marco conceptual

La importancia de un diseñador gráfico en una empresa es muy relevante dado que apoya en muchas áreas de la empresa y fomenta el progreso general de la empresa, así como su reconocimiento en el mercado, tal y como se explica en la siguiente teoría:

El diseño gráfico en las empresas presenta un gran valor, sin embargo, muchas veces este elemento puede quedar en el olvido dentro del tejido empresarial.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Un diseño gráfico profesional debe ser capaz de transmitir sensaciones de coherencia, equilibrio y personalidad, lo cual es posible gracias a una buena combinación de elementos que, por lo general, no son tomados en cuenta, pero que van formando un diseño sólido profesional.

Uno de los objetivos principales del diseño gráfico consiste en crear un producto gráfico que pueda transmitir el mensaje de la marca de la empresa. En este sentido, debes tener en cuenta que un buen diseñador gráfico conoce cuál es la fuente tipográfica correcta que podrá satisfacer las necesidades de sus clientes, asimismo, busca crear proporciones armónicas a través de la composición y la selección de los colores adecuados.

De este modo, todo diseño que abarque una marca (banner, cartel, folleto desplegable, memoria anual, etc.) debería ser capaz de aportar valor a los usuarios, los cuales, deberán sentirse atraídos por el mismo. En este sentido, hay que destacar que el diseño gráfico no hace referencia sólo a elementos decorativos, más bien, busca comunicar un mensaje. Esto se logra a través de un ritmo narrativo, una buena organización de la información (imágenes, textos) y la generación de un contexto que permita transmitir la esencia de la marca.

Un diseñador gráfico aporta a una empresa más que solo carteles publicitarios:

Construye la imagen de tu empresa. Es importante que selecciones los colores adecuados para el logotipo de tu empresa, los cuales te ayudarán a transmitir el mensaje que quieres ofrecer a tus posibles clientes. Debes tener en cuenta que cualquier cambio en los colores de tu diseño, conlleva un cambio en la percepción de tu público objetivo.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Capta la atención de tus potenciales clientes. Tener un buen diseño gráfico te permitirá captar la atención de tus potenciales clientes. Lo primero que verán tus posibles compradores es la imagen de tu empresa, la cual, viene representada por la marca. De modo que es recomendable que procures destacarte frente a la competencia.

Aumenta las ventas. Al captar la atención de las personas, estas comenzarán a visualizar tu compañía y al destacarte frente la competencia existe una mayor probabilidad de lograr más ventas. En este sentido, es recomendable que tu diseño sea sencillo y fácil de recordar haciendo tu marca mucho más memorable.

Mejora tu posicionamiento en el mercado. Esto está directamente relacionado con un aumento del número de ventas. Tener un buen diseño gráfico, te permitirá ser mejor valorado por tus posibles clientes, lo cual, podrá traducirse en éxitos financieros

Mejora la lealtad de tu personal. Un buen diseño gráfico no sólo te permitirá aumentar el número de ventas en tu empresa, también podrá mejorar la lealtad de tus trabajadores hacia la marca. En este sentido, es importante que cuides a las personas que trabajan contigo para que tengan los mejores intereses hacia la misma, garantizando así el éxito de tu organización.

(Galernaestudio, S/F, pag.1).

Del mismo modo la importancia del diseño gráfico tiene referentes empresariales que lo certifican como área y como oficio que genera valor a la empresa:

“El contexto de la necesidad de diseño.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Cada producto tiene detrás un diseño, matiz generador de la diferencia entre un producto y otro. En el estudio de la Fundación Cotec1 con el objetivo desensibilizar a las empresas (pymes), acerca de los beneficios de integrar el diseño a sus actividades, se citan ejemplos prácticos de empresas que recurriendo a esta disciplina han triunfado, como es el caso del grupo óptico Indo, el fabricante de material eléctrico Simón o la empresa de grifería Supergrif (esta empresa se reinventó en el 2002 para sobrevivir, después de que la británica Delta dejará de considerarla estratégica tras la compra por parte de sus directivos, y esto lo hizo gracias al diseño), y grandes firmas como Swatch. Todos estos casos ponen de manifiesto como gran parte de su éxito se debe a la integración del diseño”. (*Diseño estratégico, S/F, pag.15.*)

También el tener un diseñador gráfico en una empresa es factor que indica que la empresa está dispuesta aceptar nuevos retos y que aprovecha la economía naranja tal como se indica en el siguiente enunciado:

¿Quién iba a decir que, en las manos de los creativos, diseñadores, artistas y emprendedores podía estar parte de la respuesta a los desafíos de desarrollo de América Latina y el Caribe? La creatividad como motor de innovación puede contribuir a la diversificación como herramienta necesaria para contar con una economía competitiva a nivel mundial basada en el conocimiento. Una de estas áreas de desarrollo es la denominada economía naranja, es decir, el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios, y cuyo valor puede estar basado en la propiedad intelectual, según la definición del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

El universo naranja está compuesto por dos partes: 1) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales; y 2) las áreas de soporte para la creatividad.

Con la publicación del libro La economía naranja, el banco puso el foco en un fenómeno que despierta cada vez más interés en las agendas de desarrollo de los países de América Latina y el Caribe.

La razón: su práctica no solo impulsa el crecimiento económico a través de la creación de valor, sino que sus iniciativas se han convertido en sistemas de innovación en sectores prioritarios para la región.

Estos servicios basados en la creatividad generaron globalmente, en 2012, un total de 547.000 millones de dólares (Unctad) y 29,5 millones de empleos, equivalentes estos últimos a los de Gran Bretaña.¹ Para América Latina y el Caribe, la economía naranja significó 1,9 millones de puestos de trabajo en el 2015, comparables con los que genera toda la economía de Uruguay o Costa Rica. (*BID, economía naranja, 2017, pag.5.*)

5.2 Las 5 fuerzas de Michael Porter

El objetivo de una universidad es brindar conocimiento y preparación a los estudiantes mediante herramientas académicas y un plan de estudio, estos planes de estudio son llamados pensum, el cual se puede resumir como el producto que ofrece la universidad, este como todo

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

producto se mueve en un mercado en el cual participan las universidades, por lo tanto, este pensum

compite con otros. Esto hace necesario plantear una estrategia para comprender la estructura del sector en el cual compite y elaborar una posición que sea más rentable (Porter, 1979).

En Medellín hay un mercado amplio el cual se puede dividir en sectores, cada sector posee un nivel de competencia diferente al otro, afectando así a la rentabilidad del sector. Hay 5 fuerzas planteadas por Michael E Porter, las cuales ayudan a analizar este nivel de competencia. Porter (1979) afirma:

La comprensión de las fuerzas competitivas, y sus causas subyacentes, revela los orígenes de la rentabilidad actual de un sector y brinda un marco para anticiparse a la competencia e influir en ella (y en la rentabilidad) en el largo plazo. (p. 3).

Las 5 fuerzas son: Poder de negociación de los compradores o clientes, Poder de negociación de los proveedores o vendedores, amenaza de nuevos competidores entrantes, amenaza de productos sustitutos, rivalidad entre los competidores. Porter (1979) nos dice. “La configuración de las cinco fuerzas competitivas varía según el sector” (p. 3). Esto significa que dependiendo del sector al que nos refiramos, una fuerza puede tener más presencia que otras, habrá fuerzas más importantes y a las que hay que poner mayor atención ya que estas serán decisivas a la hora de analizar una estrategia. Porter (1979) explica que. “La fuerza competitiva o

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

las fuerzas competitivas más fuertes determinan la rentabilidad de un sector y se transforman en los elementos más importantes de la elaboración de la estrategia” (p. 3).

La primera fuerza nos habla sobre la amenaza de nuevos entrantes al sector, estos nuevos entrantes llegan a competir fuerte y esto hace que los competidores ya establecidos en el sector generen estrategias como bajar los precios para desalentar a la nueva amenaza y hacer que desista lo más pronto posible de continuar en el sector. Esta fuerza trae consigo las barreras de entrada, las cuales le dan beneficios a los que ya están establecidos en el sector.

La primera entrada es la llamada “Economías de escala por el lado de la oferta” que consiste en producir a gran escala utilizando tecnología más eficaz reduciendo costos, tecnología o métodos que los nuevos entrantes no tienen y que los obliga entrar con una desventaja en costos de producción.

La segunda entrada son los beneficios de escala por el lado de la demanda. Esta entrada se basa en el número de personas que confían en las empresas grandes ya establecidas en el sector, entre más gente le compre a esas empresas, más gente quiere comprar ahí.

La tercera barrera son los costos para los clientes por cambiar de proveedor.

Cuando los compradores cambian de proveedor, deben asumir ciertos costos fijos. Estos costos pueden surgir porque cuando un comprador cambia de proveedor, debe, por ejemplo, cambiar las especificaciones del producto, volver a capacitar a sus empleados respecto de cómo

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

usar un nuevo producto, o modificar los procesos o sistemas de información. Mientras más altos los costos por cambiar de proveedor, más difícil será para un recién llegado adquirir clientes.

(Porter, 1979, p.4)

El mercado cambia constantemente y las empresas deben ser conscientes de eso si quieren seguir aportando al mercado, esto a veces significa cambiar de proveedor para poder producir o generar un servicio renovado que atienda a las nuevas necesidades de los consumidores. En el caso de la universidad, esta barrera se refleja en la modificación del pensum de una carrera, esto puede generar muchos costos a la universidad y eso podría hacer difícil la elaboración de un pensum renovado y más eficaz.

La cuarta barrera son los requisitos de capital. Esta barrera se refiere al gran capital que se exige gastar en un sector para poder participar en él, sino se tiene el capital necesario para gastar por ejemplo en gastos irrecuperables, publicidad, instalaciones fijas, etc.

La quinta barrera es las ventajas de los actores establecidos independientemente del tamaño. Esta barrera se refiere a recursos y tecnología necesaria, para hacer o prestar el producto o servicio, a la cual solo las empresas establecidas en el sector, tienen acceso, sin importar si son grandes o pequeñas empresas.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

La sexta barrera es el acceso desigual a los canales de distribución. Esta barrera se refiere a los canales de distribución de los productos o servicios, Porter (1979) dice: “Mientras más limitados son los canales mayoristas o minoristas y mientras más copados los tienen los competidores existentes, más difícil será entrar en un sector” (p.4).

La séptima y última barrera son las políticas gubernamentales restrictivas.

Los gobiernos pueden impedir o limitar el ingreso a un sector por medio de leyes y restricciones, Porter (1979) menciona que: “Los gobiernos restringen directamente e incluso cierran la entrada a ciertos sectores mediante diversas medidas, tales como requerimientos de licencias y restricciones a las inversiones extranjeras” (p.4).

Continuando con las fuerzas, la que sigue es la fuerza del poder de los proveedores. Como su nombre lo indica, es el poder que tienen los proveedores sobre el manejo de los insumos y los precios a los que se venden al comprador, Porter (1979) explica: “Los proveedores poderosos capturan una mayor parte del valor para sí mismos cobrando precios más altos, restringiendo la calidad o los servicios, o transigiendo los costos a los participantes del sector” (p.4).

También Porter da algunos aspectos sobre los proveedores poderosos, los cuales son poderosos porque están más concentrados que el sector al cual le vende, los grupos de proveedores no dependen fuertemente del sector para sus ingresos, los participantes del sector deben asumir costos por cambiar de proveedor, los proveedores ofrecen productos que son diferenciados, no existe un sustituto para lo que ofrece el grupo proveedor, el grupo proveedor puede amenazar

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

creíblemente con integrarse en el sector de forma más avanzada. Todos estos son características que distinguen a un proveedor poderoso el cual puede tener facilidad para manejar la rentabilidad del sector.

La tercera fuerza habla del poder de los compradores. Los compradores tienen poder cuando tienen la capacidad de negociar con los participantes del sector, Porter habla sobre una sensibilidad que tienen estos a los precios lo que ocasiona que presionen al sector para que se obtenga una reducción de precios. Las características del sector que le pueden dar poder al comprador son: Hay pocos compradores o cada uno compra en volúmenes que son grandes en relación con el tamaño de un proveedor, los productos del sector son estandarizados o no se diferencian entre sí, los compradores deben asumir pocos costos por cambiar de proveedor, los compradores pueden amenazar creíblemente con integrarse hacia atrás en el sector, y fabricar los productos del sector por sí mismos si los proveedores generan demasiadas utilidades.

La cuarta fuerza habla sobre la manaza de los sustitutos. Un sustituto tiene la capacidad de sustituir a la competencia usando métodos diferentes pero que satisfacen la misma necesidad, como es el ejemplo del perro caliente como sustituto para la hamburguesa, no se parece en la forma, pero satisface la misma necesidad. Porter (1979) escribe en sus artículos: “La amenaza de un sustituto es alta si: Ofrece un atractivo trade-off de precio y desempeño respecto del producto del sector, el costo para el comprador por cambiar al sustituto es bajo” (p.7).

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

La quinta y última fuerza habla sobre la rivalidad entre los competidores existentes, las diferentes maneras que estos pueden competir, como los precios. También se puede considerar la suma de las otras cuatro fuerzas. Se pueden dar competencias fuertes con productos idénticos por parte de los competidores, también cuando los costos fijos son bajos y los costos marginales son bajos.

Aunque esto afecte a la rentabilidad de forma negativa, Porter (1979) da otro vistazo a este punto: “La rivalidad puede ser una suma positiva e incluso puede incrementar la rentabilidad promedio de un sector, cuando cada competidor busca satisfacer las necesidades de distintos segmentos de consumidores con distintas combinaciones de precios, productos, servicios, prestaciones, o identidades de marcas” (p.8). Esto significa que la competitividad puede llegar a ser positiva para el sector cuando hay una buena distribución del mercado y los competidores satisfacen a diferentes partes del sector.

Las 5 fuerzas de Porter son útiles a la hora de analizar un sector en cualquier ámbito ya sea comercial o institucional.

5.3 Cuadros comparativos entre la FUNLAM y otras universidades del mundo.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Tabla 1 comparativo funlam_1

	FUNLAM	UNIVERSITY OF FLORIDA	BOSTON UNIVERSITY	ESDESING
PAÍS	COLOMBIA	USA	USA	ESPAÑA
CARRERA	Diseño Gráfico	Licenciatura en Bellas Artes y Diseño Gráfico	BFA en Diseño Gráfico	Diseño Gráfico
NUMERO DE CREDITOS	160	120	132	240
TOTAL DE SEMESTRES	10	5	10	8
OBSERVACIONES	<p>Capacitar a un profesional en diseño gráfico en el campo investigativo, con un pensamiento crítico, abierto, reflexivo y ético, capaz de fortalecer la investigación del ámbito social al empresarial, de productos y servicios para ser reconocidos como marca y discernir los problemas humanos y sociales a los que se enfrentará.</p> <p>Sistema tradicional para el pensum, la universidad aplica las materias para toda la carrera, la única elección que tiene el estudiante son los cursos electivos aun que las opciones no son muy varias respecto a la carrera, aun no cuenta con especializaciones o maestrías para fortalecer el perfil laboral.</p>	<p>La universidad UFL tiene un sistema diferente para la Licenciatura en Bellas Artes en Diseño Gráfico, empezando por la cantidad de semestres para un total de cinco (5) semestres, por cada semestre hay varios cursos que el estudiante puede escoger y realizar para cumplir con los creditos, es decir, el estudiante escoge los cursos que el considere adecuados para su formacion según su área de enfoque, por ejemplo: fotografía, dibujo, grabado, entre otros, además, debe realizar un curso que es de manera obligatoria por semestre, tienen un calificación mínima para poder aprobar cada semestre.</p>	<p>El proceso de la carrera se divide en 3 secciones que son: fundamentos, requerimientos de mayor importancia y electivas. Los requisitos de BU Hub son flexibles y pueden satisfacerse de muchas maneras diferentes, a través de cursos dentro y más allá de la especialidad y en algunos casos, a través de actividades cocurriculares. Los estudiantes que se especializan en diseño gráfico ordinariamente, esto quiere decir que el primer año los estudiantes tiene un periodo de inducción donde aprenderán las bases necesarias como, escritura, investigación, historia, comunicación oral, entre otros. Luego lo requisitos restantes se cumplen mediante la elección que realiza el estudiante, los cursos que tiene la universidad sobre la carrera, el estudiante es quien decide su enfoque con los cursos.</p>	<p>IED Visual Communication forma profesionales capaces de desarrollar los aspectos estratégicos, creativos y artísticos de la comunicación audiovisual, un perfil denominado diseñador visual de acuerdo con la tendencia del sector. El diseño multimedia, la creación de experiencias visuales o el diseño de gaming estratégico son algunos de los conocimientos adquiridos por los alumnos para acceder con éxito al mercado laboral en los ámbitos de la comunicación y la creatividad visual, la publicidad y las nuevas plataformas digitales. Lo metodología de enseñanza puede ser similar a muchas universidad pero la diferencia esta en: colaboraciones con distintas empresas(+1000) e institutos, todos los docentes tienen que ver con la carrera y estan activos en su labor, multiples talleres en diferentes áreas y el enfoque es diseño estrategico y digital. Luego tiene sus Maestrías en diseño que fortalecen el perfil profesional de cara al mercado laboral, tales como diseño UX/UI, packing e identidad visual, diseño de apps, entre muchas otras maestrías.</p>
Link U:	https://www.funlam.edu.co/modules/ofertaacademica/item.php?itemid=240	https://catalog.ufl.edu/UGRD/colleges-schools/UGART/GRD_BFAG/#text	http://www.bu.edu/academics/cfa/programs/school-of-visual-arts/graphic-design/bfa/	https://iedbarcelona-3pqrwmp11wxumfurlwp.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2013/05/1819diseno_grafi

Fuente: Elaboración propia

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Tabla 2 comparativo funlam_2

	FUNLAM	IED Madrid	UBA
Pais	Colombia	España	Argentina
Carrera	Diseño Gráfico	Título superior Diseño gráfico	Diseño Gráfico
Número de créditos	160	240	No maneja sistema de créditos
Duración	5 años	4 años	5 años
Observaciones	<p>Capacitar a un profesional en diseño gráfico en el campo investigativo, con un pensamiento crítico, abierto, reflexivo y ético, capaz de fortalecer la investigación del ámbito social al empresarial de productos y servicios para ser reconocidos como marca y discernir los problemas humanos y sociales a los que se enfrentará.</p> <p>Sistema tradicional para el pensum, las universidades aplican las materias para toda la carrera, la única elección que tiene el estudiante son los cursos electivos aunque las opciones no son muy variadas respecto a la carrera, aun no cuenta con especializaciones o maestrías para fortalecer el perfil laboral.</p>	<p>Tiene un modelo académico innovador y único que forma profesionales del diseño capaces de adaptarse a una sociedad en constante cambio.</p> <p>Es una escuela de arte especializada en la didáctica del diseño y no una universidad generalista en la que se mezclan todo tipo de disciplinas. El primer año introduce al alumno en los fundamentos teóricos y prácticos del diseño y la comunicación visual. A partir del segundo año, elige entre cuatro áreas de especialización: Branding, Digital, Virtual y Publicidad</p>	<p>En el transcurso de los 5 años que dura la carrera, el pensum se divide en tres ciclos de formación los cuales son: inicial, general y orientado. El ciclo de formación orientado se ve en el quinto año. Este ciclo lo componen una materia de Diseño Gráfico, materias optativas, seminarios optativos y electivas orientadas.</p>
Links		https://visual.iedmadrid.com/wp-content/blogs.dir/13/files/Titulo_Superior_Diseño_Gráfico_IEDMadrid_WEB.pdf	http://www.fadu.uba.ar/categoria/246-nuevo-plan

Fuente: Elaboración propia

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

5.4 Análisis de cuestionario para los diseñadores gráficos en el mundo laboral.

La muestra de estudio estuvo conformada por 35 personas que tienen estudios en diseño gráfico profesional, además, cuentan con experiencia laboral en áreas relacionadas con el diseño gráfico, el estudio se realizó de forma abierta a nivel internacional y nacional.

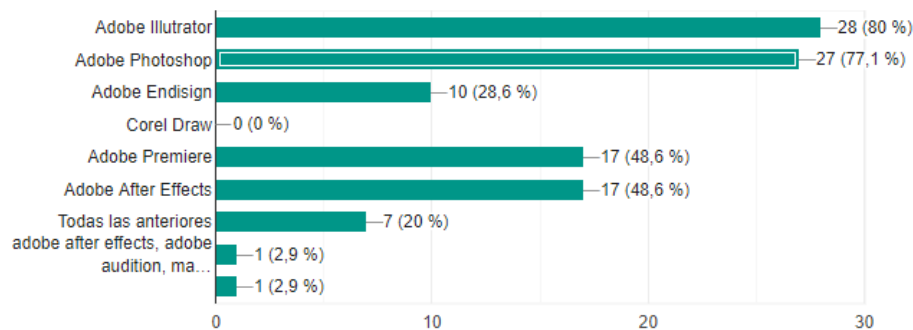
Los resultados del cuestionario fueron los siguientes:

Pregunta n°1

Ilustración 1 pregunta_1

¿Qué software de diseño considera usted son básicos para un diseñador gráfico? Seleccione una o varias opciones.

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

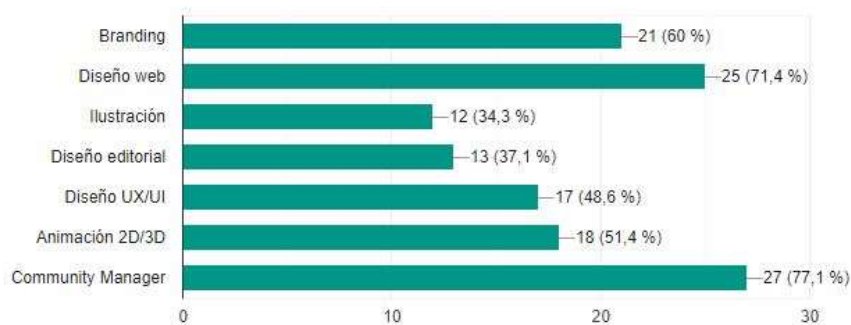
En gráfico anterior podemos identificar que programas básicos para un diseñador gráfico son: Adobe Illustrator 80%, Adobe Photoshop 77,1%, Adobe Premiere y Adobe After Effects ambos con un 48,6%.

Pregunta n°2

Ilustración 2 pregunta_2

En la actualidad y según su experiencia ¿qué áreas recomienda fortalecer para los estudiantes de diseño gráfico? Seleccione una o varias opciones.

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

Como se puede observar en el gráfico las áreas que se deben fortalecer en la carrera de diseño gráfico según la experiencia de los encuestados son: Community Manager 77,1%, Diseño web 71,4%, y Branding 60%.

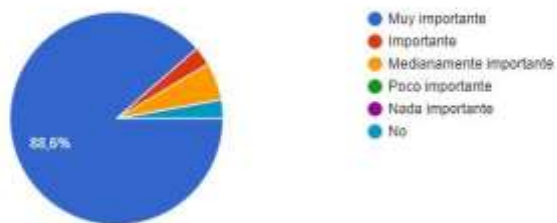
	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Pregunta n°3

Ilustración 3 pregunta_3

¿Qué tan importante es para usted la ortografía y la estructuración de textos para un diseñador gráfico?

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

Para el anterior gráfico podemos identificar que el 88,6% de los encuestados indicaron que la ortografía y la estructuración de textos es muy importante para los diseñadores gráficos.

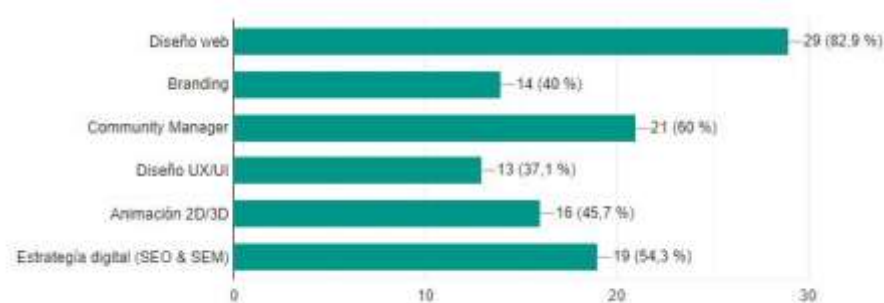
Pregunta n°4

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 4 pregunta_4

Según su experiencia, ¿Qué área del diseño genera mayor posibilidad de empleo y buen salario? Seleccione una o varias opciones.

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

Podemos indicar con el gráfico anterior que las áreas de diseño que se consideran con mayor posibilidad de empleo y buen salario fueron: Diseño web 82,9%, Community Manager 60%, Estrategia digital (SEO & SEM) 54,3%, seguidas por animación 2D/3D 45,7%, Branding 40% y Diseño UX/UI 37,1%.

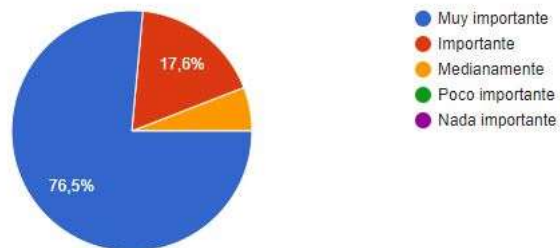
Pregunta n°5

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 5 pregunta_5

¿Qué tan importante es el conocimiento de las características de una tipografía y lo que transmite para el diseño de piezas gráficas o identidad de marca?

34 respuestas



Fuente: Google Forms.

Con el gráfico anterior podemos identificar que el conocimiento de las características de una tipografía es muy importante en un 76,5%, además, es importante para el 17,6%, el porcentaje restante es para medianamente importante, todo lo anterior para la creación de piezas gráficas o identidad de marca.

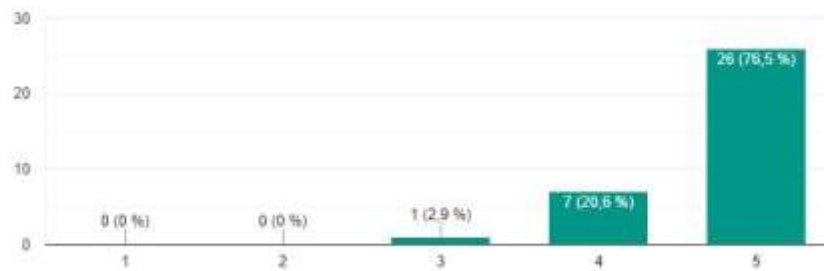
Pregunta n°6

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 6 pregunta_6

Que tan importante es saber conceptualizar en diseño gráfico? Cuando (1) es nada importante y (5) muy importante.

34 respuestas



Fuente: Google Forms.

Con gráfico anterior podemos afirmar que el 76,5% considera que es muy importante para un diseñador gráfico saber conceptualizar.

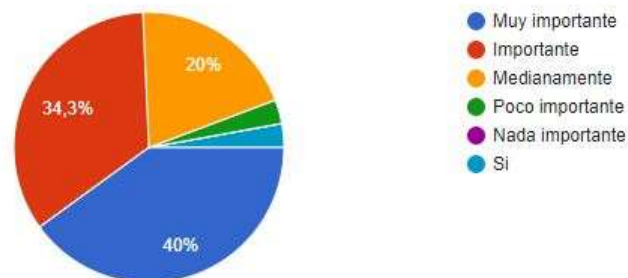
Pregunta n°7

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 7 pregunta_7

Según el nivel de importancia, ¿Considera usted que las universidades deben brindar una educación con un enfoque a un área específica del diseño gráfico?

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

El gráfico anterior nos permite afirmar que El 40% de los diseñadores gráficos considera muy importante que las universidades brinden una educación con un enfoque a un área específica del diseño gráfico, seguido por un 34,3% que solo lo considera importante, un 20% lo considera medianamente importante.

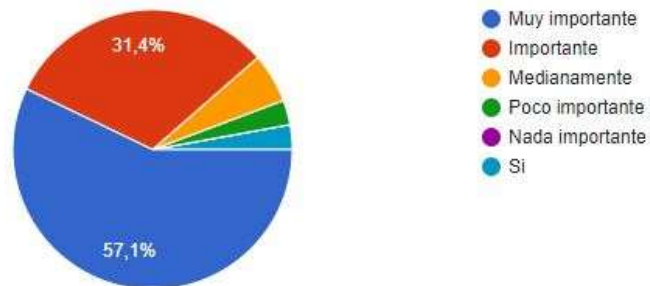
Pregunta n°8

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 8 pregunta_8

¿Qué tan importante es para usted que las universidades hagan seguimiento a sus egresados para mejorar la calidad de la educación?

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

Se deduce del gráfico anterior que para los diseñadores gráficos es muy importante con un 57,1% realizar el seguimiento de los egresados para mejorar la calidad de la educación, seguido de un 31,4% que considera que es importante.

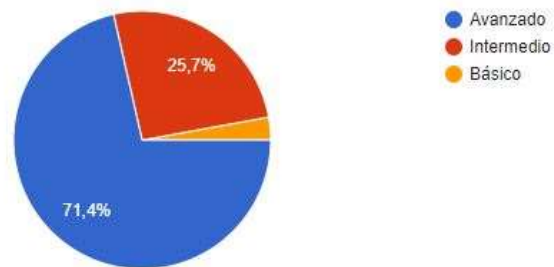
Pregunta n°9

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 9 pregunta_9

¿Qué nivel de inglés según su experiencia recomienda para los futuros egresados?

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

Según el gráfico anterior podemos afirmar que el 71,4% de los encuestados indicó que el nivel de inglés para los egresados debe ser avanzado y el 25,7% afirma que debe ser intermedio.

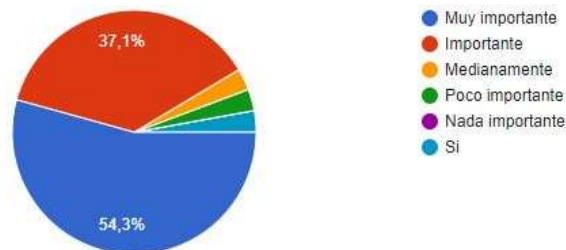
Pregunta n°10

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 10 pregunta_10

¿Qué tan importante cree usted que la educación profesional de un diseñador gráfico se divida en: fundamentos básicos de diseño, área de enfoque y práctica profesional?

35 respuestas.



Fuente: Google Forms.

Con el gráfico anterior podemos afirmar que la educación profesional del diseñador gráfico debe dividirse en fundamentos básicos, área de enfoque y práctica profesional, entendiendo que el 54,3% de los encuestados respondió que es muy importante esa estructura, y el 37,1% importante.

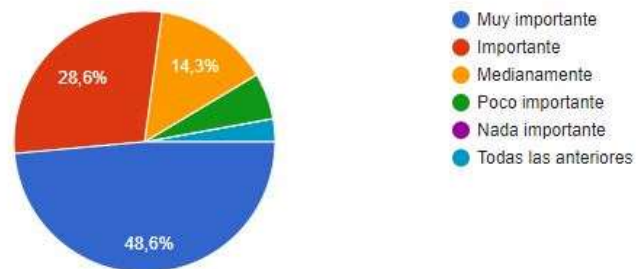
Pregunta n°11

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 11 pregunta_11

¿Qué tan importante es el componente de investigación para un diseñador gráfico?

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

Podemos deducir con el gráfico anterior que el 48,6% considera que es muy importante el componente de investigación para un diseñador gráfico, el 28,6% indicó que es importante, el 14,3% medianamente importante.

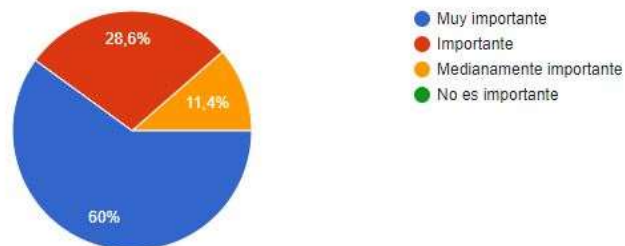
Pregunta n°12

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 12 pregunta_12

¿Qué nivel de importancia le concede usted a los cursos o asignaturas que fortalezcan la creación de proyectos de emprendimiento para un diseñador gráfico?

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

El gráfico anterior nos permite afirmar que el 60% de los diseñadores gráficos considera muy importante que las universidades realicen cursos para fortalecer los proyectos de emprendimiento, seguido por un 28,6% que solo lo considera importante, un 11,4% lo considera medianamente importante.

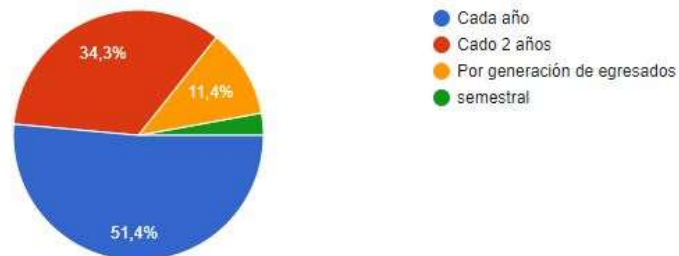
Pregunta n°13

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 13 pregunta_13

¿El estudio de mercado que realizan las universidades para determinar las materias o asignaturas debe realizarse en un lapso de tiempo de?

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

Con el gráfico anterior los diseñadores gráficos indicaron en un 51,4% que estudio para determinar nuevas materias y asignaturas debe realizarse cada año, seguido de 34,3% cada dos años y 11,4% por generación de egresados.

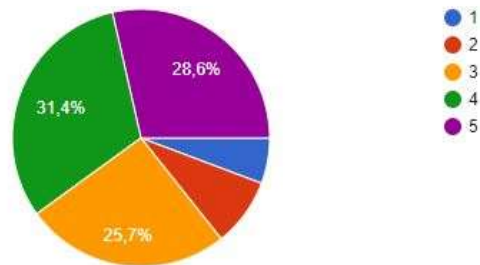
Pregunta n°14

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 14 pregunta_14

¿Qué nivel de importancia le brindaría usted al aprendizaje de legislación en diseño gráfico? Cuando (1) es nada importante y (5) muy importante.

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

Para el gráfico anterior el 31,4% de los diseñadores gráfico indicaron que es importante tener conocimiento en legislación con temas relacionados a la carrera, el 28,6% indicó muy importante y el 25,7 medianamente importante, el resto para poco importante y nada importante.

Pregunta n°15

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 15 pregunta_15

¿La elección de los docentes o profesores debe ser por? seleccione una o varias opciones.

35 respuestas



Fuente: Google Forms.

En el gráfico anterior el 88,6% de los diseñadores indicó que la elección de los docentes debe ser por su experiencia en diseño, el 85,7% indicó que debe ser por aptitudes para enseñar, el 48,6% por el portafolio, el 37,1% por títulos educativos y 5,7% por reconocimiento internacional o nacional.

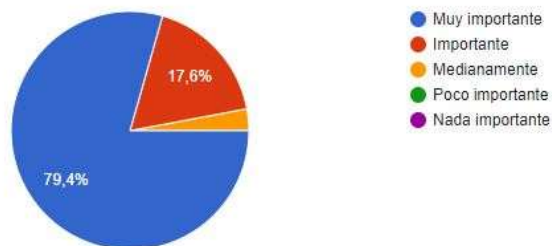
Pregunta n°16

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 16 pregunta_16

¿Qué nivel de importancia le darías a las universidades que realicen programas como diplomados o especializaciones en diseño gráfico para fortalecer el perfil profesional?

34 respuestas.



Fuente: Google Forms.

En el gráfico anterior el 79,4% indicó que es muy importante para que las universidades brinden diplomados o especializaciones en diseño gráfico, el 17,6% lo considera importante.

6. Propuesta

Nuestro planteamiento, consiste en proponer áreas y software del diseño gráfico divididas en dos fases durante la carrera que son fundamentos básicos y área de enfoque. estas áreas o aptitudes determinadas en esta propuesta son las que más se le están exigiendo en el mercado

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

laboral a los diseñadores gráficos con base a nuestro análisis del instrumento de investigación, se propone fortalecer estas áreas en la respectiva carrera profesional y poder formar diseñadores gráficos con aptitudes para vincularse en el mercado laboral con mayor facilidad.

A través del análisis de las respuestas del cuestionario que realizamos como instrumento de investigación, hemos identificado que los diseñadores gráficos consideran importante que exista un área de enfoque en el pensum de la carrera, entendiendo que el área de enfoque debe ser basada sobre las necesidades que tiene el mercado para que los estudiantes o egresados tengan las competencias necesarias a la hora de su inserción al mercado laboral, por lo anterior, proponemos que la entidad educativa tenga un área de enfoque teniendo en cuenta las siguientes áreas del diseño gráfico:

- Branding
- Community Manager
- Diseño web

Siendo diseño web una de las más recomendadas por los diseñadores gráficos que se encuentran laborando, además de ser la mejor pagada. Determinamos que estas tres áreas del diseño se deberían fortalecer o implementar para la próxima actualización del pensum de la universidad, considerando crear un componente de enfoque para la correcta profundización de

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

estas áreas o desarrollar especializaciones las cuales también, con base en la encuesta, observamos que poseen gran relevancia pues se le da más importancia a una universidad que posee especializaciones que a una que no las tenga.

Algunas entidades educativas no tienen suficientes materias electivas o opcionales para los estudiantes, lo que genera que escojan asignaturas que no tienen que ver con la carrera y que no le aportan a su perfil profesional, por lo anterior se deben tener en cuenta las siguientes áreas del diseño como asignaturas electivas o opcionales para los estudiantes, entendiéndose que son solicitadas en el mercado laboral y que permiten tener un perfil profesional multidisciplinar, además hay que tener en cuenta que hay áreas que trabajan en conjunto como lo es el diseño web con diseño UX/UI y también con las estrategias SEO Y SEM, entonces recomendamos las siguientes áreas:

- Diseño UX/UI
- Animación 2D/3D
- Diseño editorial
- Ilustración
- Estrategias SEO/SEM

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Se debe tener en cuenta como recomendación realizar una investigación sobre el mercado laboral para los diseñadores gráficos cada año y así poder tener las áreas o asignaturas acordes a las exigencias del mercado en ese momento, esto permitirá mantener actualizado los procesos de enfoque educativo. Para este aspecto también se recomienda tener un seguimiento con los egresados de la carrera, ya que estos pueden tener una visión más acertada sobre los cambios que se podrían realizar para futuras actualizaciones del pensum.

Otras áreas de gran importancia las cuales no pueden pasar desapercibidas son el tema de redacción y ortografía, conceptualización, el tema de tipografía y creación de proyectos de emprendimiento. Todas estas se recomienda hacerles seguimiento durante toda la carrera.

Redacción y ortografía es vital para la correcta creación de texto en piezas gráficas, por tanto, se debe profundizar o fortalecer para una mayor eficiencia en las respectivas labores evitando crear nuevamente, corregir o incluso pagar elementos gráficos por errores asociados a la ortografía y así poder aumentar la efectividad del trabajo del diseñador gráfico.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

La conceptualización es lo que le da cuerpo y es la base para todo trabajo de diseño, desde saber crear un concepto parte toda una idea para desarrollar y ejecutar un proyecto. Este aspecto se debe reforzar continuamente en el pensum.

La tipografía es un factor importante a profundizar, que le permite al egresado originar piezas gráficas diversas y acordes al concepto, por tanto, proponemos enfatizar en esta área para formar diseñadores gráficos con las aptitudes necesarias para enfrentar retos en el mundo laboral.

También proponemos que durante la fase de fundamentos de la carrera de diseño gráfico los siguientes softwares deben fortalecerse dentro del pensum educativo, para generar competencias adecuadas a los estudiantes. Estos son los que más se utilizan y por ende los que más exigen tener habilidades desarrolladas para usarlos de forma eficiente:

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe After Effects
- Adobe Premiere

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Respecto al cuerpo docente, proponemos que los profesores se deben escoger evaluando su experiencia en diseño y sus aptitudes para enseñar, se deben tener profesores de calidad que sepan transmitir el conocimiento a los estudiantes para lograr los objetivos planteados.

Desde la perspectiva laboral los diseñadores gráficos consideran que son muy importantes las asignaturas para la creación de proyectos de emprendimiento por eso proponemos tener en cuenta esta área para incentivar la creación de empresa desde la misma universidad.

Para finalizar, nuestra propuesta tiene el propósito de informar a la entidad educativa acerca de las áreas del diseño gráfico que se le están exigiendo a los diseñadores en el mercado actual. Pretendemos que esta información sea utilizada e implementada para reforzar y actualizar el pensum actual que lleva a cabo la Universidad Católica Luis Amigó.

7. Conclusión

En conclusión, la creación de un componente de enfoque en áreas, las cuales exige el mercado les permitirá a los estudiantes de diseño gráfico tener más seguridad y estar verdaderamente preparados para enfrentar el mundo laboral.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Los resultados de la investigación se obtuvieron por medio de una encuesta que se utilizó como instrumento de estudio. El cuestionario se dividía en tres partes: Aspectos demográficos, preguntas relacionadas al diseño y preguntas para mejorar la educación universitaria.

El sistema para el fortalecimiento continuo del perfil profesional está fundamentado en la constante actualización o investigación del mercado en un tiempo estimado de un año con el fin de recolectar información que le permita a la entidad educativa identificar las competencias adecuadas para fortalecer el perfil de los diseñadores gráficos, esto ligado a el seguimiento de los egresados que pueden aportar información de alto valor para identificar exigencias de parte de la empresas hacia los diseñadores gráficos, esto genera un sistema de información continua que facilitará la toma de decisiones, permitiendo consolidar una carrera que se adapta al mercado proporcionando diseñadores multidisciplinares.

identificamos que la buena redacción y ortografía, los conocimientos de tipografía, saber conceptualizar bien, los programas de adobe illustrator, Photoshop, Premiere, after effects, animación 3D/2D y diseño UX/UI son las características que deben ser reforzadas para los diseñadores gráficos y las áreas como el branding, community manager y diseño web son las asignaturas que mejor proyección tienen por lo cual se convierten en áreas de enfoque que

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

aumentan las posibilidades de empleabilidad y de calidad de vida de los futuros egresados de las universidades.

Las competencias necesarias de un diseñador gráfico para su desempeño en las organizaciones empresariales y determinadas por el mercado son: Branding, Diseño web y Community manager, estas áreas son fundamentales y pueden ser tomadas como asignaturas de enfoque, estas materias son las más exigidas en el momento para los diseñadores gráficos que se encuentran laborando, lo cual hace de estas áreas del diseño de gran importancia para fortalecer el perfil laboral de los diseñadores en formación, además, el diseñador gráfico debe tener conocimientos en áreas como: ilustración, animación 2D/3D, Diseño UX/UI, diseño editorial y estrategias SEO/SEM, cada una de estas áreas puede estar incluida como materia base o como electivas, importante radica en el conocimientos básicos de estas asignaturas, todo lo anterior sin dejar de lado elementos como la redacción y ortografía, también, el manejo de programas base como Photoshop, Illustrator, After Effects, Premiere Pro y agregando las asignaturas para la creación de proyectos de emprendimiento; con lo anterior la universidad podrá formar profesionales competentes en diseño gráfico, promoviendo así el avance profesional y personal de sus egresados.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

El aporte de la investigación es puramente académico, lo que busca es generar un pensum eficiente para los estudiantes y así generar diseñadores gráficos con competencia fuertes y con características que les ayuden a destacar en el mercado.

Se ha tomado la opinión de los diseñadores que trabajan en empresas, pero no hemos tenido en cuenta a las empresas en sí, esto lo consideramos un vacío en la investigación, puesto que las empresas tienen una perspectiva más cercana de lo que necesitan y esto puede enriquecer más los resultados de la investigación, lo cual consideramos que puede ser objeto de estudio para el futuro.

Hay muchos aspectos, los cuales ya hemos mencionado, que los diseñadores gráficos han resaltado y que consideran importante a la hora de pensar en un pensum para la carrera. Con todas estas competencias y características que hemos detectado, concluimos que si se puede generar un pensum académico de la carrera de diseño gráfico que les permita a los estudiantes entrar con seguridad al campo laboral, teniendo en cuenta que la carrera de diseño gráfico es muy dinámica y se debe actualizar constantemente, el futuro para la carrera es prometedor dado que el diseñador cada vez aporta más en los ambientes de trabajo y en países donde la economía naranja es su base, sin demeritar la revolución digital en la cual el diseñador puede aportar muchas de sus virtudes.

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

8. Metodología propuesta

Desde el corte cuantitativo se desarrollará una investigación correlacional entre los diferentes factores y/o características que describen el fenómeno en cuestión. Esta técnica se utiliza en las ciencias sociales para observar comportamientos sin que estos sean afectados de ninguna forma. Adicionalmente, es empleado por los investigadores para evaluar simbologías, discursos entre otros comportamientos. Esta técnica de corte cuantitativo

Marco Metodológico en las Investigaciones Científicas

comienza con una descripción de patrones permitiendo conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las características y/o variables, ya sean cualitativas o cuantitativas, que identifican a los individuos objeto de estudio. La recolección de los datos se realiza mediante un cuestionario como instrumento cuantitativo que permite definir claramente las características con sus categorías de medición para identificarlas posibles asociaciones entre dos o más variables significativas que contribuyan a la descripción del fenómeno. El individuo como unidad de análisis es observado en un entorno completamente invariable que no condicione o no presente sesgo a la hora de registrar las posibles respuestas.

El alcance de este estudio descriptivo es el circunscribirse a una población que se caracteriza por su homogeneidad en sus comportamientos. Así, los individuos seleccionados serán un subconjunto de una población objetivo que reflejan las características o variables objeto a describir. La información recopilada se refiere a un número de factores relacionados con el

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

fenómeno. Por lo tanto, las interpretaciones descriptivas que muestren la información obtenida se interpretan como porcentajes de participación de cada variable sobre todo el fenómeno. Esta técnica de interpretación se asocia a la probabilidad de ocurrencia de un evento el éxito que se desea describir. Así, la probabilidad de ocurrencia de un evento en la muestra seleccionada aleatoriamente es:

$$Pr[Exito_i] = \frac{\text{Frecuencia de Ocurrencia}}{\text{Tamaño de muestra}}$$

Donde,

1. $0 \leq Pr[Exito_i] \leq 1$
2. $\sum_{i=1}^n Pr[Exito_i] = 1$

Técnica de análisis Correlacional La investigación correlacional que se desarrollará en el presente estudio permite medir el grado de asociación entre dos o más variables y cuantifica el grado de asociación estadística entre ellas. Es así, como el presente estudio busca identificar y describir las relaciones que existen entre los factores identificados en los hechos y/o en la teoría fundamentada. Esta técnica permitirá hacer una comprensión del fenómeno a estudiar mediante un análisis multifactor. Este análisis correlacional también denominado análisis de correlación, **p**, se utiliza para determinar el grado en que en una variable o factor se mueve con respecto a otra u otras variables. El grado de asociación entre las variables puede ser muy alta o muy baja o

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

puede ser nula. Es por esto que se desea determinar grado de asociación y el tipo de asociación mediante el coeficiente de correlación, r . La fórmula para cuantificar el grado de asociación coeficiente de correlación que se identifica con el símbolo $\rho=rho=r$, es:

$$r = \frac{E[(X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})]}{E[(X_i - \bar{X})^2]^{1/2}E[(Y_i - \bar{Y})^2]^{1/2}}$$

Donde el coeficiente de correlación se mueve entre -1 y +1, es decir, $-1 \leq r \leq +1$.

Entonces,

Interpretación del coeficiente de correlación

Si $-1 \leq r < 0$: Existe una relación negativa. Es decir, que una variable X se mueve en forma contraria a otra variable Y. Por lo tanto, la variable Y se mueve inversamente al movimiento de la variable X.
Si $r = 0$: No existe relación entre las variables. Es decir, la variables se mueven en forma independiente.
Si $0 < r \leq +1$	Existe una relación positiva. Es decir, que una variable X se mueve en forma igual a otra variable Y. Por lo tanto, la variable Y se mueve directamente al movimiento de la variable X.

Las variables pueden hallarse estrecha o parcialmente relacionadas entre sí, pero también es posible que no exista entre ellas relación alguna. Puede decirse, en general, que la magnitud de una correlación depende de la medida en que los valores de dos variables aumenten o disminuyan en la misma o en diferente dirección. Si los valores de dos variables aumentan o disminuyen de la misma manera, existe una correlación positiva; si, en cambio, los valores de una variable aumentan en tanto que disminuyen los de la otra, se trata de una correlación

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

negativa; y si los valores de una variable aumentan, los de la otra pueden aumentar o disminuir, entonces hay poca o ninguna correlación. El coeficiente de correlación sólo permite expresar en términos cuantitativos el grado de asociación que dos variables guardan entre sí, no significa que tal relación sea de orden causal. Por lo tanto, se desarrolla la metodología de pruebas de hipótesis. Esta técnica estadística permite formular la hipótesis nula, H_0 , de que la relación entre las dos variables no existe contra la hipótesis alternativa, H_a , de la existencia de un grado de asociación entre las variables existe. Esta hipótesis se valida con una distribución estocástica t-Student. Para decidir se hace que la probabilidad de ocurrencia de las estadísticas t-Student es menor al 5% de significancia se podrá rechazar la H_0 .

El procedimiento de validación de la hipótesis nula, H_0 , se desarrolla en tres (3) pasos:

Paso 1: **H_0 : No existe relación entre las variables**
 H_a : Existe relación entre las variables

Paso 2: Estadística de prueba:

$$T = \frac{\hat{\rho}\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-\rho^2}} \sim t(n-2)$$

Regla de decisión

Paso 3: Si $\Pr(T) \leq 0,05$ se Rechaza H_0

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Ilustración 17 Relación de variables

Es decir;



Fuente: Chuke Yepes

Para estudio se tiene la siguiente información:

- a. La población objetivo son las Mipymes y estas serán el número de empresas registradas para Medellín en la cámara de comercio de Medellín que son 96.911.
- b. Método probabilístico El método probabilístico hace referencia que cada uno de los individuos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados como unidades de medición. En el proceso de selección de las unidades de medición es independiente de los otros individuos de la población.
- c. Muestra: En la selección de la muestra se aplica el muestreo probabilístico en la técnica de Muestreo Aleatorio Simple –MAS (Mendenhall, 2006). Esta técnica se basa en el supuesto de que todas las unidades de medición presentan una única característica común de observación y

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

que las identifica en su totalidad pertenecientes a la población. La muestra a seleccionar aleatoriamente será:

$$n = \frac{Z^2 P * Q / E^2}{1 + \frac{Z^2 P * Q / E^2}{N}}$$

Donde:

- N** : Población total de individuos
- Z** : Nivel de confianza del 95%, que equivale a 1,96
- E** : Error de estimación
Sugerencia: $1\% \leq E \leq 10\%$
- P** : Proporción de individuos que aplican el instrumentos
- Q** : $1 - P$

d. Unidades de Medición: Las unidades de medición son los individuos que se selecciona aleatoriamente, mediante un proceso de simulación de números aleatorios, que serán los encargados de dar la información en los cuestionarios que se apliquen en el trabajo de campo.

Tabla 3 metodología

Número de variable	Variable	Clase de variable a. Cualitativa b. Cuantitativa	Tipo: a. Nominal b. Ordinal c. Discreta d. Continua	Categorías/ valores	Escala Likert

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Fuente: Elaboración propia

10. Referencias bibliográficas

Luzardo. Jesús. Kenderish, Banco interamericano de desarrollo (BID), 2017, economía naranja, internacional: Agencia felicidad.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), S/F, diseño estratégico, España: fundación prodintec.

graffica.info, 2017, *7 competencias que definen el nuevo perfil del diseñador gráfico*, Recuperado de <https://graffica.info/perfil-disenador-grafico/>

foroalfa, s/f, *¿por qué es tan difícil conseguir trabajo como diseñador gráfico?* Recuperado de <https://foroalfa.org/articulos/por-que-es-tan-dificil-conseguir-trabajo-como-disenador>

Alzado, N. (2011). *¿Está muerto el diseño?*, España. Recuperado de https://www.alzado.org/articulo.php?id_art=922

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

Universidad católica Luis Amigó (FUNLAM), 26/10/2017, *Jóvenes Profesionales, Grandes Afectados Por El Desempleo*.

Recuperado de <http://www.funlam.edu.co/azulnaranja/?p=4250>

Galerna estudio, s/f, *¿Por qué es tan importante el diseño gráfico para una empresa?*,

Recuperado de <https://galernaestudio.com/importancia-del-diseno-grafico-dentro-de-tu-empresa/>

Deobold B. Dalen, Van y Meyer, William. (2006). *Manual de técnica de la investigación educacional Estrategia de la investigación descriptiva*.

Recuperado de: <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>.

Godet, Michel. (1996). *Manuel de Prospective Strategique*. Dunod. Paris.

Landeta, Jon. (1999). *El método Delphi. Una Técnica de previsión para la incertidumbre*. Ariel. Barcelona.

Recuperado de: http://prospectiva.eu/zaharra/Metodo_delphi.pdf.

Mella, Orlando. (2000). *Grupos Focales: "Focus Groups"*. Santiago de Chile.

Recuperado de: <http://files.palénque-de-egoya.webnode.es/2000000285-01b8502a79/Grupos%20Focales%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf>

Scheaffer, Richar y Mendenhall, Willian. (2006). *Elementos de muestreo*. Madrid.

10.1 Cibergrafía

- es.wikipedia.org/wiki/Diseño_gráfico
- es.wikipedia.org/wiki/Caracterización
- www.ara.mil.ar/archivos/Docs/Perfil%20Profesional.pdf
- definicion.de/paradigma/
- es.wikipedia.org/wiki/Multidisciplinariedad
- es.wikipedia.org/wiki/Identidad_corporativa
- definicion.de/ilustracion/
- es.wikipedia.org/wiki/Artes_gráficas
- es.wikipedia.org/wiki/Diseño_web
- ilifebelt.com/marketing-online/2010/09/
- www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-una-interfaz.html
- blog.infoempleo.com/a/empleo-account-manager-gestor-cuentas/

	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

www.adebogota.org/
quesignificado.com/incertidumbre/
diseniomaticaset.blogspot.com/2010/05/fuentes-tipograficas-y-fuentes.html
es.wikipedia.org/wiki/Logotipo
www.wordreference.com/definicion/matiz
definicion.de/pyme/

FIRMA de INVESTIGADORES



PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Código	
Versión	01
Fecha	23/08/2017

FIRMA ASESOR _____

FECHA ENTREGA: _____

FIRMA COMITÉ DE INVESTIGACIONES _____

RECHAZADO_ ACEPTADO____ ACEPTADO CON
MODIFICACIONES_____

ACTA NO. _____

FECHA ENTREGA: _____

FIRMA CONSEJO DE FACULTAD _____

ACTA NO. _____

 UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGO	PROPUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Código	
		Versión	01
		Fecha	23/08/2017

FECHA ENTREGA: _____