



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**

**RECOPIACIÓN, ANÁLISIS Y DOCUMENTACIÓN
DE LA GESTIÓN EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL DEL
DISEÑO GRÁFICO, CAMBIOS Y ADAPTACIONES
A RAÍZ DEL COVID-19 PARA LA**

**ELABORACIÓN DE UNA NUEVA METODOLOGÍA DE
TRABAJO**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
DISEÑADORA GRÁFICA**

AUTORA: MARÍA ISABEL OCHOA HERMIDA

DIRECTOR: EDGAR REYES

Dedicatoria

A mis padres, que son y serán el pilar fundamental de mi vida, que siempre me enseñaron a seguir adelante a pesar de lo difícil que sea el camino y que me han sabido guiar en cada etapa de mi vida.

Agradecimientos

A mi familia, que con cada broma saben sacarme una sonrisa en cada paso del camino y darme el apoyo necesario. A mis amigos, aquellos que se cuentan con los cinco dedos de la mano, a pesar de que no les nombre, ellos saben quienes son, gracias por estar ahí cuando les necesitaba y por habernos dado fuerza mutuamente en cada momento duro; a mis profesores, que guiaron este proyecto y mi camino con su sabiduría, y por último, pero no menos importante, a mi pareja, por estar ahí siempre, por no dejar que me rinda, por darme ánimo y conseguir que valore cada paso que doy por más pequeño que sea. Son muy importantes, les quiero a todos.

Autora:

María Isabel Ochoa Hermida

Director:

Edgar Reyes

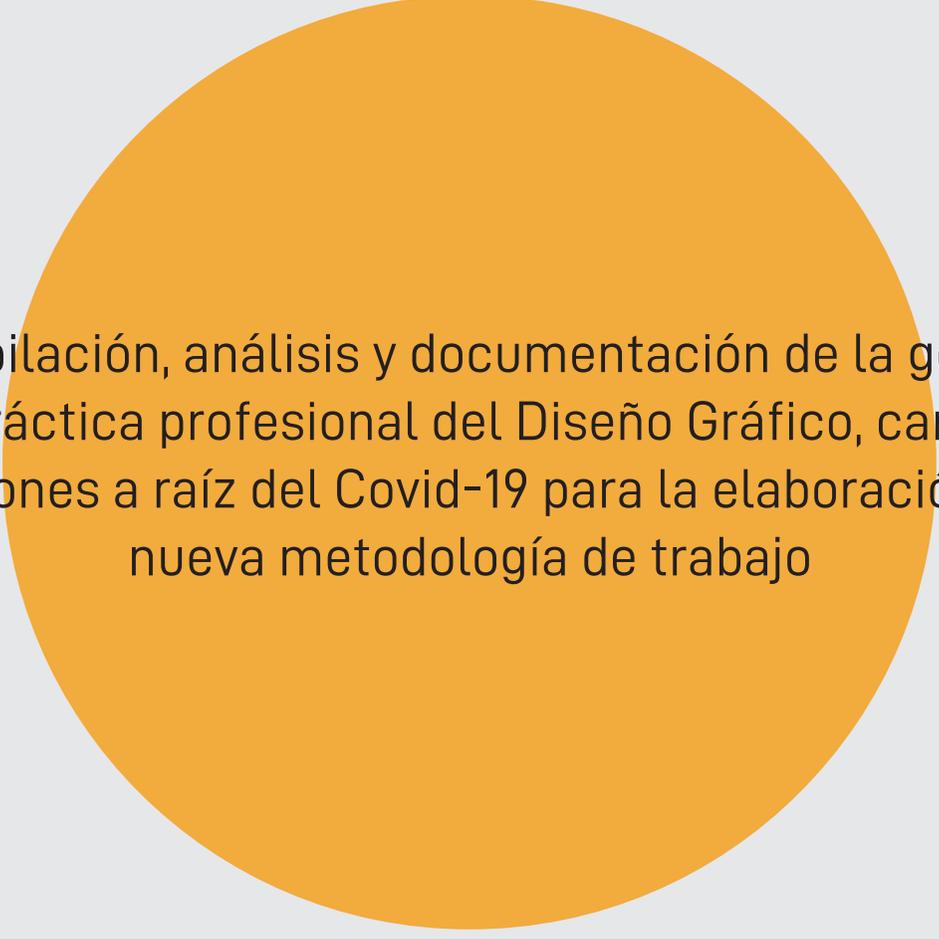
Imágenes:

Las imágenes fueron realizadas por la autora, a excepción de aquellas que cuentan con su respectiva cita

Diseño y diagramación:

Autora

Cuenca - Ecuador 2021



Recopilación, análisis y documentación de la gestión
en la práctica profesional del Diseño Gráfico, cambios y
adaptaciones a raíz del Covid-19 para la elaboración de una
nueva metodología de trabajo

Índice

Dedicatoria	2	CAPÍTULO TRES	39
Agradecimientos	3	1. Perfil de la profesión	40
Resumen	8	2. Diseñadores y su metodología	44
Abstract	9	Conclusiones:	61
Objetivo General	10	CAPÍTULO CUATRO	62
Objetivos Específicos	10	Análisis de Datos	63
Introducción	11	Diseñadores Semi Senior	65
CAPÍTULO UNO	12	Diseñadores Senior	67
Contextualización	13	Diseñadores Semi Senior y Senior	69
Marco Teórico	14	Palabras clave	71
1. Problemática	14	Recolección de datos	72
2. Investigación	22	Entrevista a clientes	83
Trabajo de campo	23	Conclusiones:	84
1. Entrevista a expertos	23	CAPÍTULO CINCO	85
1. Pedro Ochoa	24	Desenlace	86
2. Cristina Moreno	25	Blueprint	88
3. Pablo Iturralde	26	Conclusiones	98
Homólogos	27	Recomendaciones	99
Conclusiones:	28	Anexos	100
CAPÍTULO DOS	29	Bibliografía	101
1. Técnicas utilizadas	31		
2. Universo	33		
3. Metodología de trabajo	34		
4. Instrumentos de medición	35		
Blueprint o Costumer Journal	36		
5. Matriz de datos	37		
Conclusiones:	38		

Índice de imágenes

1.

[trabajo-en-casa-1-1024x682.jpg](https://www.qualli.com/trabajo-en-casa-1-1024x682.jpg) (1024×682) (qualli-consulting.com)

2.

[bgpage-small-diseno-grafico-general.jpg](https://www.idegrafico.com/bgpage-small-diseno-grafico-general.jpg) (1920×708) (idegrafico.com)

3.

https://www.google.com/search?q=econom%C3%ADa+naranja&safe=active&rlz=1C1SQJL_enE-C902EC902&sxsrf=ALeKk03jmbarkKTgd7o8PN0yYyziQ9BgMQQ:1619281657088&source=lnms&tbs=isch&sa=X&ved=2ahUKEwje2difppfwAhUhRDABHT_IDbYQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1396&bih=686#imgsrc=THkIPWTbpESF2M

4.

https://www.google.com/search?q=econom%C3%ADa+naranja&safe=active&rlz=1C1SQJL_enE-C902EC902&sxsrf=ALeKk03jmbarkKTgd7o8PN0yYyziQ9BgMQQ:1619281657088&source=lnms&tbs=isch&sa=X&ved=2ahUKEwje2difppfwAhUhRDABHT_IDbYQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1396&bih=686#imgsrc=aVmuTjmrBJ2TIM&imgdii=EpC0085yvtzXBM

5.

[please-5020052_1920.jpg](https://www.ucuenca.edu.ec/please-5020052_1920.jpg) (1920×1280) (ucuenca.edu.ec)

6.

https://www.google.com/search?q=trabajo%20en%20casa&tbs=isch&hl=es&safe=active&tbs=ic:gray%2Cisz:l&rlz=1C1SQJL_enEC902EC902&sa=X&ved=0CAEQpwVqFwoTCMCTo900L_ACFQAAAAAdAAAAABAC&biw=1381&bih=634#imgsrc=_eobqt03cZ5FaM

7.

https://www.google.com/search?q=nuevas%20tecnolog%C3%ADas&tbs=isch&hl=es&safe=active&tbs=ic:gray%2Cisz:l&rlz=1C1SQJL_enEC902EC902&sa=X&ved=0CAEQpwVqFwoTCKir0a62L_ACFQAAAAAdAAAAABAC&biw=1381&bih=634#imgsrc=HCra0ETq5idINM

8.

https://www.google.com/search?q=investigacion&tbs=isch&hl=es&safe=active&tbs=ic:gray%2Cisz:l&rlz=1C1SQJL_enEC902EC902&sa=X&ved=0CAEQpwVqFwoTCJFztTIL_ACFQAAAAAdAAAAABAC&biw=1381&bih=634#imgsrc=JXkXBMKIk7buM

9.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10219054568229219&set=pb.1655906492.-2207520000.&type=3>

10.

https://www.instagram.com/p/CHxmfMnIA1o/?utm_source=ig_web_copy_link

11.

<http://radiococoa.com/RC/wp-content/uploads/Pablo-Iturralde1.jpg>

12.

<https://www.instagram.com/p/CJehFQJJtah/>

13.

<https://web.whatsapp.com/>

14.

<https://web.whatsapp.com/>

15.

<https://www.instagram.com/p/B4JXlBwLYPLjVoukViHMzAMESAmF5W09DusQ80/>

16.

<https://www.instagram.com/p/CNRZKbKLnEH/>

17.

<https://www.instagram.com/p/CEX3f1DF5eiejmipR33p2P1prTX7FSkXMgX600/>

Resumen

Recopilación, análisis y documentación de la gestión en la práctica profesional del diseño gráfico, cambios y adaptaciones a raíz del covid-19 para la elaboración de una nueva metodología de trabajo

El Diseñador Gráfico, al igual que muchos otros profesionales, se ha visto afectado de alguna manera por la pandemia mundial que inició en el año 2020, sin embargo, es importante reconocer que es necesario seguir adelante. Para ello, a través de la investigación de fundamentos teóricos y del análisis de diferentes procesos de trabajo de varios profesionales de esta disciplina no solo a nivel local, sino también en diferentes partes del mundo, se pudo definir una metodología valiedera que cumple con cada uno de los pasos necesarios y significativos para el mismo.

Palabras clave: Proceso de trabajo, profesionales, pandemia mundial, conocimientos, adaptación.

Abstract

Compilation, analysis and documentation of the management in the professional practice of Graphic Design, changes and adaptations as a result of COVID 19 for the development of a new work methodology

Graphic Designers, like many other professionals, have been affected in some way by the global pandemic that began in 2020. However, it is important to recognize that it is necessary to move forward. For that purpose, through the research of theoretical foundations and the analysis of different work processes of various professionals in this discipline not only locally, but also in different parts of the world, it was possible to define a valid methodology that met each of the necessary and significant steps for it.

Keywords: Work process, professionals, global pandemic, knowledge, adaptation.

Objetivo General

Procura obtener una visión amplia de la gestión en la práctica profesional del diseño gráfico a raíz de la pandemia mundial por Covid-19, para así, desarrollar una nueva metodología de trabajo teniendo en cuenta puntos de comparación de esta profesión, no solo a nivel local, sino en diferentes partes del mundo.

Objetivos Específicos

- Aportar a la disciplina del diseño gráfico, recopilando, sistematizando, analizando y documentando información relacionada con el cambio en los procesos de diseño a raíz de la pandemia por Covid-19
- Documentar sistemáticamente la información recopilada, con el fin de elaborar una nueva metodología de trabajo útil para el diseño gráfico.

Introducción

Cuando surge un problema, el Diseño Gráfico es parte de la solución, es por eso que siempre intentamos seguirnos superando como profesionales.

El Covid 19, arrebató con la vida de más de tres millones de personas, y afectó también al mundo entero, no solo de manera física sino también económicamente, dejando a personas y negocios sin empleo; sin embargo, eso es lo que los empujó a mirar la otra cara de la moneda, y los llevó a emprender con negocios pequeños desde sus hogares, lo que significó un incremento con nuevos retos para el trabajo de los Diseñadores Gráficos.

Este proyecto propone, además de aportar a la disciplina, crear una nueva metodología de trabajo para Diseñadores Gráficos que mejore la negociación, ejecución y fidelización con el cliente durante todo el proceso.

UNO

Capítulo

CONTEXTUALIZACIÓN

En el mes de diciembre de 2019, se confirmó la presencia de un virus ahora llamado Covid-19 en la ciudad de Wuhan - China, el mismo que se expandió rápidamente hacia otros continentes durante el año 2020, haciendo así, que la Organización Mundial de la Salud lo declarase pandemia mundial el 11 de marzo del 2020 (Días y Toro, 2020) y fue desde entonces hasta la fecha en donde comenzarían a establecerse distintas normas de seguridad para evitar la expansión del nuevo virus, provocando que los empleos de todo el mundo se vieran afectados de alguna manera, sin dejar de lado al diseño gráfico.

Para la elaboración del marco teórico, se tomó en cuenta una investigación bibliográfica, de campo y análisis de homólogos que profundizarán los temas necesarios para abordar el proyecto planteado y así reforzar la idea del resultado al que se quiere llegar a través del mismo, de igual manera se necesitan definir algunos conceptos que promuevan el apoyo para entender hacia dónde y hacia quienes está dirigida esta investigación, por esto es importante recaudar saberes de distintos profesionales que explicarán el contenido del cual se basará esta documentación.

Marco Teórico

1. Problemática

1.1 Diseño gráfico

El diseño gráfico transmite mensajes y proyecta comunicaciones visuales, está claro que a través de la historia el diseño gráfico ha sido fundamental dentro de las diferentes sociedades, y que el mismo, cambia y varía de acuerdo a las necesidades de los usuarios, ya sean previstas o imprevistas. Para adentrarnos en la contextualización, es importante tener claro cómo los conceptos de esta disciplina son distintos dependiendo de cada autor y enfocarnos principalmente en él, ya que será el primordial elemento estudiado de este proyecto. Según Veneranda (2014) "El diseño es un medio fundamental para el desarrollo de la innovación" (p.4), como señala el autor, el diseño es un medio indispensable para la creatividad, resuelve problemas a través de la comunicación, crece junto con la evolución de las personas y por ende con la tecnología. El diseño ha ido evolucionando con los años junto a empresas que necesitan de esta disciplina, que evidentemente cada vez ocupa un lugar más importante dentro de la sociedad, haciéndose responsable del éxito de muchas empresas. (Veneranda, 2014) La definición de Veneranda, toma al diseño gráfico como una dis-

ciplina evolutiva, que crece junto con las necesidades de las personas, una necesidad de innovar; se trata de una profesión sin una definición clara, ya que puede significar diferentes cosas en la mente de las personas; antes, el diseño gráfico estaba demasiado generalizado, sin embargo, actualmente eso ha cambiado, aunque se lo sigue ubicando más con la palabra "publicidad" (Goldfarb, 2001), Roz Goldfarb afirma que "Los diseñadores crean la imagen y las sensaciones de nuestro mundo" eso sin lugar a duda es mucho más que simple publicidad en el campo comercial, el diseñador facilita la tarea de comunicarse entre productos y personas, el diseñador es el "árbitro del buen gusto". En la definición de estos dos autores, es difícil encontrar un concepto específico de lo que el diseño gráfico significa, existen muchas opiniones y conceptos, tanto científicos como personales, pero se puede afirmar que para los autores citados no existe una definición técnica de lo que realmente es el diseño gráfico, el diseño abarca muchas cosas, es comunicación, innovación y sensación; es aquello que se necesita para expresar y hacer funcional una idea.



Imagen 1. Trabajo en casa

1.1.1 Rol del diseñador gráfico dentro de la sociedad y la industria

La profesión del diseño gráfico se ha encontrado muchas veces escondida y ha sido una lucha larga para que pueda ser reconocido dentro de los negocios actuales, pero en realidad, el diseño siempre ha sido indispensable dentro de sucesos históricos, desde la antigüedad la necesidad de expresarse y de comunicarse a través de imágenes ha sido imprescindible, nos basaremos en el pensamiento de algunos autores para defender el rol de un diseñador gráfico actualmente. El diseñador gráfico dentro de una sociedad agrega valor profesional a la producción, eleva la competitividad de las empresas y mejora la calidad de los productos, es decir, permite elaborar productos y fortalecer la identidad de una empresa; el diseño gráfico se vincula fuertemente con la industria, estos dos van de la mano y son necesarios el uno para el otro. (Ramírez et al., 2012) La llegada de la

tecnología junto con el diseño gráfico han dado como resultados medios interactivos como el diseño de páginas web, que han logrado centrar la atención de las personas y trabajos sobre el diseño gráfico, el valor del "branding" para generar una imagen de una empresa, ha llevado a evaluar la capacidad del diseñador gráfico para producir información organizativa y así generar un proceso tanto estético como funcional. (Goldfarb, 2001) Para estos dos autores, el rol del diseñador es multifacético en la sociedad, existen diseñadores que trabajan dentro de empresas, mientras que otros trabajan de una manera individual; sin embargo, en ambos casos el diseñador gráfico cumple funciones importantes que logran resolver problemas de los usuarios y organizan las ideas de una manera necesaria para que el producto final tenga un sentido.

1.1.2. Gestión del diseñador gráfico

Como ya se ha dicho antes, un diseñador gráfico ocupa herramientas y técnicas como cualquier otro trabajador, organiza un trabajo y mantiene una estrategia junto con el cliente; al hablar de gestión como palabra por sí sola, nos referimos a un proceso de organizar, planificar, y coordinar recursos para realizar una actividad determinada; es por esto, que la gestión de un diseñador gráfico es fundamental, ya que cualquier proceso de creación requiere de procesos específicos, estrategias y tácticas. El proyecto necesita como primer lugar, establecer sus objetivos y metas, teniendo en cuenta un calendario que abarque los tiempos necesarios para cuando deberá estar listo, seguido de esto, será necesario administrar los recursos, es decir, saber qué recursos se necesitarán y cuánto costará el proyecto; la organización que se tendrá para realizar el proyecto también es parte de la gestión, en donde el diseñador tendrá que comunicarse con el cliente y entre los dos llegar a un acuerdo. (Guzmán, 2012) Es importante tener en cuenta que la gestión de un diseñador gráfico no siempre será la misma, pues dependerá si trabaja dentro de una agencia o lo hace de una manera individual, al igual que es necesario recalcar que estos procesos no siempre serán lineales porque dependerá del tipo de proyecto que se realice; según Ortiz (2020) los proyectos de un diseñador gráfico se llevan a cabo en diferentes etapas de un proceso; la primera de estas,

será recopilar la información necesaria del cliente o la empresa por la que se va a trabajar, creando una lista de preguntas que serán útiles para la resolución del proyecto; crear un contrato y un plan de trabajo junto con el cliente, esta etapa es importante para hacer valer el trabajo de un diseñador y para tener en cuenta que el cliente deberá aceptar el costo del trabajo; como tercera etapa, se encontraría el proceso creativo, en donde netamente el diseñador será el que trabaje en el bocetaje, lluvia de ideas, inspiración, etc. Una de las fases que ningún diseñador se salta dentro del proceso de creación, es en la cual se muestran las propuestas al cliente, para saber si estas necesitarán cambios y de ser así realizarlos antes de continuar con el proyecto. Una de las partes esenciales dentro de la gestión del diseño es la comunicación, saber escuchar, involucrarse activamente en la conversación junto con el cliente, comprender lo que está diciendo y ofrecerle soluciones. (González, s.f) Se puede decir que estos autores combinan estrategias de varias formas, es decir, no existe un proceso estándar a seguir; estas estrategias y procesos, no siempre serán lo mismo, sin embargo, todas las etapas tienen cosas en común y, sobre todo, la más trascendental que es trabajar junto con el cliente, saber escuchar sus ideas y guiarle dentro del conocimiento mismo para poder solucionar su problema.



Imagen 2. Diseño gráfico general

1.2 Industrias naranjas

Según la Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura, en el libro "La economía naranja" de Felipe Buitrago e Iván Duque, las industrias naranjas son aquellas que combinan la creación de contenidos creativos intangibles y de naturaleza cultural, normalmente todos estos contenidos están protegidos por derechos de autor y pueden transformarse en un bien o un servicio. (Buitrago y Duque, 2013) El autor basándose en otro concepto, define a las Industrias naranjas como el foco y el centro de la economía creativa, que juntan conocimientos funcionales de tecnologías y medios que tengan que ver con la cultura, la producción

artística y la publicidad. Se conoce a esta economía con el color naranja porque normalmente se lo asocia con la cultura, esta economía implica convertir las ideas en acciones productivas, fomentando la creatividad y las habilidades de los emprendedores. (Cruz, 2019) La economía naranja se compone de dos elementos:

- La economía cultural y las industrias creativas
- Las áreas de soporte para la creatividad

Básicamente estos dos componentes conforman las industrias culturales y contienen actividades cuya base es principalmente la creatividad y la diferenciación entre otras industrias.

1.2.1 Industrias naranjas y la comunicación visual

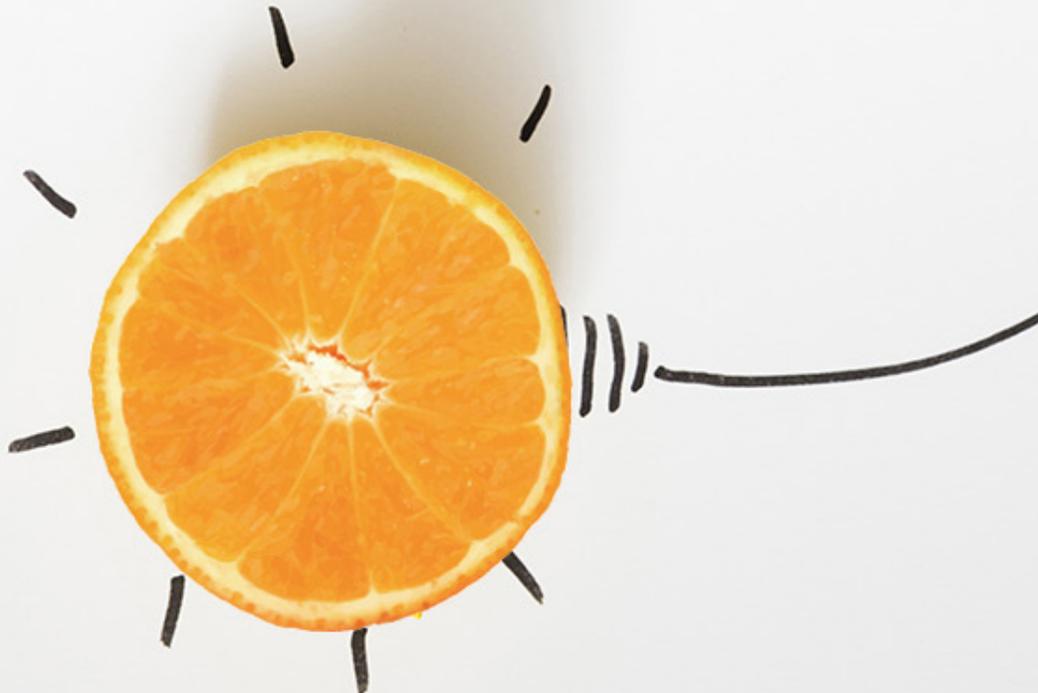
La importancia de la economía naranja, reside en que si se ponen actividades en donde las ideas tengan un papel fundamental, se podrían lograr muy buenos resultados, la influencia de esta economía dentro de la comunicación, aporta no solamente en el ámbito académico, sino también podría aportar en el desarrollo de la identidad de cada cultura a través de la comunicación interna. (Gutiérrez, 2017) De acuerdo con lo revisado, las industrias naranjas al tratarse de industrias que apoyan las ideas y fundamentos creativos, tendrían una relación directa con la comunicación visual, ya que la misma, es la transmisión de ideas e información que se pueden percibir con la vista, la comunicación visual también se manifiesta mediante el arte, un elemento muy ligado a las características de estas

industrias. Hoy en día las industrias naranjas están relacionadas con la comunicación y no trabajan solas, sino que cada vez están integrando a diferentes talentos y habilidades que generan el equipo de trabajo; todo esto es una colaboración creativa, para que las ideas que son imaginarias, dejen de serlo y se conviertan en una realidad sin dejar de lado a la economía tradicional. (Noreña y Osorio, 2019) Se explica dentro del texto que, las industrias naranjas abarcan muchísimos talentos de emprendedores que forman una coordinación en una industria, por ende, la comunicación visual está dentro de ellas, para convertir ideas en bienes y servicios, sin embargo, esta gran industria por más que llegue a crecer, no reemplazará a la economía tradicional.



ECONOMÍA NARANJA

“ES HORA DE CREAR”



1.2.2 Industrias naranjas y su relación con el diseño gráfico

El diseño gráfico es considerado como una herramienta dentro de la economía naranja, hacen parte junto con él, las artes visuales, artes escénicas, el turismo, la fotografía, la educación, etc. Las industrias naranjas trabajan mediante la reunión de diferentes conocimientos creativos, entre ellos, el diseño gráfico, que es un pilar más dentro de esta economía, aunque muchos diseñadores no lo vean directamente enlazado con la misma. Dentro de la entrevista a Pablo Iturralde, director del estudio *Ánima* en Quito-Ecuador como un referente del diseño gráfico para este proyecto, se pudo tomar su reflexión personal dentro de este campo; en donde nos supo explicar que a pesar de que el diseño gráfico se encuentre relacionado con esta economía naranja, para él, es solamente una simple manera de minimizar el valor del mismo y de meterlo dentro de muchas políticas; su opinión perso-

nal es bastante determinante sobre este punto de vista. Sin embargo, en teorías de muchos autores sobre las famosas industrias naranjas simplemente lo toman como un pilar fundamental de las mismas, ya que, al tratarse de industrias de contenido creativo, el diseño gráfico contaría como uno sin pesar dos veces.

Dentro de las industrias naranjas se encuentra el grupo de industrias culturales, dentro de las cuales están algunas categorías pertenecientes al diseño gráfico, tales como: la edición de libros, periódicos y revistas; así como también en el grupo perteneciente a medios digitales y softwares de contenido en donde se encuentra la animación y creación de plataformas: por último, se encuentra el grupo que como tal se llama diseño, en donde abarca todas las artes gráficas e ilustración dentro de muchas otras. (Gobierno de Colombia, s.f)

1.3 COVID-19, qué es una pandemia, cómo y cuándo inició

Para entender nuevas metodologías en la gestión del diseñador gráfico a raíz de una pandemia mundial, se requiere información valiosa que explique desde el inicio cómo es que estos procesos han afectado al mundo y lo han ido cambiando en varios aspectos. Según Ryan (2020) llamar a un suceso "pandemia" quiere decir que este posiblemente afecte a toda la población del mundo entero, infectando potencialmente a una porción del mismo; pandemia es una epidemia que se extiende rápidamente a través del mundo afectando a la mayoría de los países. Existen varios significados de una pandemia, que dependerá de cada persona, no existe realmente una definición científica y específica de esta palabra. (Fauci, 2020). A lo largo de la historia, el mundo ha sufrido varias pandemias; una de las primeras, por ejemplo, fue la temida influenza española de 1918 que infectó al tercio de la población en dieciocho meses y mató entre 50 y 100 millones de personas. (Malaquías et al., 2010). Después de muchas otras pandemias, llegó el coronavirus en el 2019, así mismo afectando de varias formas la vida cotidiana en el mundo entero, el Covid-19 inició en el mes de diciembre del 2019 en la ciudad de Wuhan, China; virus que se expandió rápidamente hacia otros continentes, haciendo así que la Organiza-

ción Mundial de la Salud lo declarase pandemia mundial el 11 de marzo del 2020 (Días y Toro, 2020) en donde comenzarían a establecerse distintas normas de seguridad para evitar la expansión del nuevo virus. Existen varias teorías sobre cómo llegó a establecerse en la raza humana este virus tan potente, hasta la fecha, los orígenes reales de la enfermedad no han sido comprobados con exactitud y el número de personas infectadas sigue elevándose cada día. Existen ideas que afirman que el virus fue creado dentro de un laboratorio por la industria farmacéutica con el simple objetivo de crear dinero a través de la venta de la vacuna, otro, en donde se dice que fue diseminado por el gobierno de China y EEUU, entre otras; la única solución dentro del hecho de creer o no todas estas teorías es la llamada "inoculación" que consiste simplemente en estar conscientes que con todo esto es lógico que se crearán teorías, de las cuales ninguna de ellas estará científicamente comprobada. (Plitt, 2020) Muy aparte de las teorías elaboradas, hay que tener en cuenta que, de todas maneras, esta situación está ocurriendo ahora, y antes que estar buscando cómo sucedió, se debe tener en cuenta los efectos negativos y tal vez positivos que esta enfermedad trae y ha traído consigo.

1.3.1 Impacto social y económico a raíz de una pandemia mundial

Gracias al impacto del coronavirus, el mundo entero ha tenido que regirse por nuevas normas de seguridad para controlar el brote y evitar muertes; la cuarentena y el distanciamiento físico como medidas necesarias para controlar la situación han acabado en el fin de muchos trabajos o reducción de ingresos de los mismos, afectando más aún a los estratos sociales bajos que están más expuestos a recortes salariales o despidos. La pérdida de empleo gracias al efecto del coronavirus es diferente dependiendo de los países, al igual entonces, que el incremento de la pobreza proyectada a futuro; dada esa incertidumbre se puede deducir que los escenarios serán entre bajos, medios y altos en cuanto a la economía. (Cepal, 2020) El brote de coronavirus no es en el mismo porcentaje en todos los países, es por esto que en él informa de la Cepal, se afirma que la pobre dependerá de la ubicación geográfica de este impacto; Las medidas de distanciamiento social, están suponiendo un costo económico y social desproporcionado a través del mundo, todas las medidas tomadas para evitar brotes nuevos de la enfermedad implican una reducción de la producción y consumo sobre un periodo de tiempo totalmente incierto, que puede llevar a un cierre de empresas, teniendo como consecuencia a nuevos millones de desempleados. (Azúa y Gosis, 2020)



Imagen 5. Covid - 19 Universidad de Cuenca

1.3.2 Actividades laborales afectadas

Las repercusiones por coronavirus en el ámbito laboral han llevado a grandes pérdidas de ingreso para los trabajadores. En cuanto a las áreas, la enfermedad ha involucrado afección tanto en la oferta como en la demanda, todo esto se ha ido desarrollando como una cadena a través de los diferentes países del mundo; todas las empresas han sufrido graves problemas, sin embargo, las más afectadas son las empresas de aviación, turismo y hostelería. (Organización Internacional del Trabajo, 2020) Si bien el Covid-19, preocupa en cuanto a la salud de las personas, lo consiguiente a lo que afecta es la economía, que se verá repercutida en el mundo del trabajo dentro de tres grandes aspectos:

1. La cantidad de empleo, existirá dentro de los trabajos más afectados el despido de muchos de sus empleados.
2. La calidad del trabajo, el salario disminuirá por obvias razones
3. Los efectos de salud en grupos específicos de empleados más vulnerables

Para todos los trabajadores, la falta de ingresos, equivale a problemas verdaderos, como la falta de alimentos, seguridad y de un futuro exhaustivo; millones de empresas en estos momentos están al borde del colapso, carecen de ahorros y de acceso a créditos (ONU, 2020)

1.1.1 Actividades laborales impulsadas a través de la pandemia

A pesar de que el coronavirus tuvo un impacto bastante negativo, por no decir de la mayoría de empleos al momento de seguir trabajando de una manera virtual, también existieron negocios que han sido resultantes de esta situación, los sectores comerciales se han visto incrementados durante los primeros meses de la pandemia, propietarios de bares y discotecas que tuvieron que ser cerrados por un largo tiempo, han visto la manera de seguir adelante abriendo sus propios mini mercados hacia la ciudad. (El Comercio, 2020) La pandemia mundial, trajo consigo una manera diferente de ver las cosas, ya no desde una perspectiva en la que siempre se han visto, sino que ha hecho que las personas encuentren distintas habilidades por necesidad, que los llevaron a tener un trabajo para poder subsistir frente a la difícil situación. La informalidad laboral creció en 2019 con trabajadores independientes que no son obligatorios y son de reciente creación. (CEPAL, 2020) en el documento de la CEPAL que informa sobre los porcentajes de trabajos independientes que han incrementado en el 2019, se puede afirmar que esta porción de trabaja-

dores independientes son creados de una manera informal por necesidad, es decir, posiblemente por emprendimientos en los hogares de las personas, o por simple búsqueda de trabajo en negocios pequeños; aquí se puede evidenciar cómo es que las personas han buscado una manera de sobrevivir y de llevar el alimento a sus hogares después de haber cerrado sus negocios por la enfermedad del coronavirus. Esta crisis también ha llevado al incremento del trabajo digital en línea que ha llevado a cambiar la forma de trabajar y la idea de la organización dentro del trabajo, el Covid-19 podría ser el detonante de una evolución a nivel laboral, mejorando así las oportunidades de trabajar de las personas desde una manera productiva en casa. (Mexi, 2020) Durante estas situaciones de crisis, mucha gente ve la otra cara de la moneda y aprovecha esta digitalización para avanzar en el trabajo, después de esta pandemia, la virtualidad no se va a desvanecer, posiblemente vayamos a adoptar maneras de trabajar efectivas de esta forma en casa, formas que sean valideras y nos ayuden a optimizar el tiempo.



Imagen 6. Trabajo en casa

1.3.4 Bienestar laboral dentro del teletrabajo

Gracias al cambio que todos hemos vivido por la pandemia del 2019, hemos tenido que optar por trabajar desde casa de una manera virtual, lo que ahora es comúnmente conocido como "teletrabajo"; el teletrabajo es ahora una realidad, pero una realidad que no se puede dejar pasar por alto como una situación sumamente normal, gracias al tiempo que expendemos al frente de un computador podríamos sufrir diferentes molestias que son importantes conocer para poder evitarlas, y que el trabajo en casa sea responsable y no de una manera negativa para nuestro estado de salud, es por esto, que es importante conocer sobre el bienestar laboral que se debería obtener y conocer para esta nueva realidad. Enfrentar cambios frente a una crisis mundial, implica aceptar las dificultades y realizar cambios para un bienestar

general mientras esto sucede, en el entorno laboral se enfrentan diferentes retos de competencia en la calidad de precios y productos que se ofrecen al mercado, todo esto puede generar presión organizacional que se traslada a los trabajadores, estrés y malestar psicológico que pueden afectar la calidad de vida de los mismos. (Durán, 2010) La competitividad de una empresa y su desempeño en el trabajo van completamente enlazados a la situación psicológica que enfrenten los trabajadores de la misma, lidiar con nuevos problemas por el hecho de estar frente a un computador todo el día, la poca productividad e incluso las molestias físicas; es importante integrar estos enfoques que son punto clave para una buena organización y una buena calidad de vida frente a la realidad que enfrentamos a día de hoy.

1.4 Rol del diseñador gráfico dentro de una agencia y de forma independiente en tiempos de pandemia

Para este apartado tomaremos las palabras de Gui Bonsiepe (2011) en su artículo "Diseño y crisis", en el que presenta algunas reflexiones que nos hacen analizar cómo es que el diseño no es nada ajeno al contexto en el que vivimos. Vivir una crisis, siempre nos hace dar una vuelta al pasado, saber cómo empezamos y el porqué de en donde estamos estos momentos, el diseño, tiene una función imprescindible, que es la de juntar la tecnología con la ciencia en la vida cotidiana de una sociedad que nos permite avanzar junto a diferentes contextos que ocurran en el tiempo. (Bonsiepe, 2011) Contribuir en el mensaje que se debe entregar a la sociedad, mediante infografías, carteles o redes sociales, sobre la emergencia sanitaria y cómo actuar en ella, es el papel clave y el más importante que el diseñador gráfico está tomando estos momentos. "Actualmente todo es diseño" en medio de una crisis es en donde más actúa el papel de un diseñador gráfico, ya sea en cómo organizar los contenidos, como hacer que estos sean visibles y más que nada receptados de la manera en la que se desea por la sociedad. (Arros, 2020) Alejandro Arros en su artículo "El diseño gráfico

y su rol creativo en tiempos de crisis" habla sobre la importancia que tiene el rol de un diseñador gráfico cuando se viven emergencias como las actuales, ya que el diseñador cumple la función de ser comunicador de los mensajes que se quieren transmitir, sin duda, el diseñador gráfico actúa incluso más que cuando no se vive ningún tipo de crisis. Ya sea un diseñador individual como en una agencia también se ha observado como el diseño y otros elementos del mismo influyen en pacientes de hospitales, mediante colores y formas, el diseño puede calmar la situación de pacientes enfermos en recuperación dentro de hospitales, "Desde lo cotidiano, un buen diseño no se nota, pasa desapercibido, no genera molestias, pero sí sensaciones agradables", precisa Arros. Por otro lado, varios diseñadores actualmente, como respuesta a la pandemia han plasmado sus ideas en carteles, pinturas y posters, estas artes digitales tienen la finalidad de alentar, educar y animar a la gente que los vea, en situaciones difíciles, inclusive el papel de un diseñador gráfico puede ser el de levantar ánimos. (Catalá, 2020)

1.5 Nuevas tecnologías de trabajo, comunicación, metodologías y herramientas complementarias dentro de la emergencia sanitaria

Gracias al brote de coronavirus a través del mundo, la sociedad se ha visto obligada a realizar sus tareas cotidianas desde casa, el teletrabajo ha sido uno de los métodos optados por la mayoría de los sectores, por no decir de todos; Alison Angus en su Informe "How is Covid-19 affecting the top ten global consumers" analiza cómo es que la tecnología se ha vuelto el primer recurso para mejorar nuestra vida actualmente, de la misma manera, muchas empresas han optado por un servicio "delivery" ya que por el aislamiento la gente empieza a preferir no salir de casa. Antes de la propagación del virus, los hogares de las personas actuaban como un descanso y estaba separadas completamente del trabajo, ahora, nuestro hogar es la nueva oficina, y no solo eso, ahora incluso, el medio de socialización será a través de una computadora. (Angus, 2020) El hogar es el centro de todo, y los negocios pronto han empezado a adaptarse, nuevas formas de publicitar productos y servicios, metodologías adoptadas por empresas que han sabido encaminar su función a lo que la gente requiere. La relación de las empresas con sus clientes también ha cambiado como respuesta ante el coronavirus, se puede observar el uso de plataformas

de videoconferencia, que ofrecen algunas ventajas; el internet también ha propiciado nuevas experiencias durante esta época, como la formación online, webinars, conferencias web y clases online. (Rodal, 2020) Debemos tener en cuenta que esta necesidad de la tecnología para atender las insuficiencias que existen hoy por hoy, precisa del uso de herramientas digitales, en especial para las empresas que no pueden dejar de trabajar y que realmente enfrentan el desafío que representa este nuevo contexto; sin embargo, este reto trae consigo los altos costos que puede implicar la transformación de equipos y esto supone un cambio cultural en las diferentes organizaciones; hay que tener en cuenta que las herramientas tecnológicas deben brindar una buena conectividad y facilitar la gestión. (Álvarez, 2021) Las nuevas tecnologías tendrán también un papel importante en la época post-coronavirus, estas tecnologías probablemente controlarán el límite de aforos en centros de trabajo, supervisarán el distanciamiento social e incluso se podrían optar por cámaras termográficas que detecten el padecimiento de algún tipo de enfermedad.



2. Investigación

2.1 Investigación cualitativa y cuantitativa

Para la elaboración de este proyecto se necesita utilizar métodos calificados que permitan obtener los resultados esperados; es por esto que es importante basarnos en el saber de autores sobre definiciones importantes para el mismo. La investigación cualitativa, es en la cual se recogen y se analizan datos numéricos sobre variables, estudia la relación entre variables cuantificadas; mientras que, la investigación cualitativa hace registros de fenómenos estudiados mediante técnicas de observación y entrevistas, en donde se evitan los datos cuantificados, si no que estudia un contexto profundo de una realidad. (Días y Fernández, 2002) La investigación cuantitativa es aquella que se encargará de recoger valores numéricos o cantidades y su relación entre sí, este método gira entorno a datos lógicos y estadísticos, lo que la diferencia de la investigación cualitativa, la misma que se enfoca en datos subjetivos como palabras o imágenes para tratar de comprender las cualidades de un grupo específico de indagación. (Visocky, 2018) Este tipo de investigaciones son de gran importancia dentro de un proyecto, ya que de esta manera se tratará de identificar a profundidad las realidades, relaciones o estructuras de una manera descriptiva y amplia, así mismo, para hacerlo de una manera específica se necesitarán valores que aporten las correlaciones entre variables, haciendo así que se obtengan datos más certeros que ayuden a cumplir con los objetivos del proyecto planteado.

2.2 Investigación etnográfica

Es el método cualitativo de la antropología cultural que se basa en el trabajo de campo y es un método de análisis de primera mano de los datos, es decir, en donde las cosas suceden, su tipo de análisis es una descripción densa que no es simple, sino que se analiza a fondo. (Eljuri, 2020) Un estudio etnográfico recoge información a nivel global de un ámbito social en específico, además, que estudia y compara los datos investigados obtenidos de parte del grupo a investigar seleccionado y las conclusiones del propio investigador; es una estrategia de investigación elaborada por etnógrafos que buscan una relación entre el comportamiento humano y lo que se desea investigar, para este método es aconsejable realizar entrevistas individuales a los sujetos de estudio, y centrarse en comprender los datos internos que se investigan. (Visocky, 2018) La etnografía como método de investigación, es importante puesto que, trata de describir y comprender la realidad de las personas que decidimos estudiar, nos permite entender las diferentes perspectivas de las mismas y obtener datos de suma importancia dentro de la investigación para poder resolver un problema o generar material nuevo.

2.3 Método de observación y entrevista

La observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. (Díaz, 2010) Este método se utiliza como guía de análisis para una situación específica, con el propósito de identificar información como resultado de la misma. La entrevista, una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador. (Troncoso y Amaya, 2016) Este método, consiste en el diálogo intercambiado entre 2 o más personas, el investigador, quien hará preguntas que aporten con sus objetivos de investigación y los sujetos de estudio, que serán los que respondan estas preguntas de manera abierta y con sus propias palabras; es una técnica empleada para varios motivos.



Investigation

Trabajo de campo

1. Entrevista a expertos

La investigación de campo en este proyecto, tiene la finalidad de analizar los diferentes puntos de vista acerca de los temas que se han abarcado dentro del marco teórico; asimismo, permite enfocar el proyecto respecto a la problemática abarcada para así llegar a diferentes conclusiones y resultados más adelante. Las entrevistas realizadas han sido elaboradas de una manera semi-estructurada hacia diseñadores gráficos que trabajan tanto de manera individual (freelance) como también dentro de una agencia, con el objetivo de que puedan realizar sus propias reflexiones acerca de los temas tratados y nos puedan dar a conocer como están viviendo su actividad laboral actualmente.

Cuestionario

- ¿Cómo se introdujo en el mundo del diseño gráfico y por qué?
- ¿Qué es el para usted el diseño gráfico?
- ¿Cuál es el rol del diseñador gráfico dentro de una sociedad?
- ¿Cuál es su rol como un diseñador gráfico en donde usted trabaja? (Cómo trabaja, ya sea siendo freelance o trabajando en una agencia)
- ¿Cuál ha sido el impacto económico en su trabajo que ha vivido a raíz de la pandemia por Covid-19?
- ¿Se ha visto de alguna manera incrementada o disminuida su actividad laboral a lo largo de la pandemia mundial?
- ¿Considera que es importante el bienestar laboral dentro del teletrabajo? ¿Porqué?
- ¿Cómo ha cambiado su gestión en cuanto a metodología o procesos dentro de su trabajo?
- ¿Cuáles considera que han sido las herramientas complementarias utilizadas para ayudar al flujo de trabajo en forma virtual? (Aplicaciones, programas como pomodoro tracker, trello, etc.) ¿Cuáles utilizaba antes y ahora?
- ¿Puede mencionar estrategias y metodologías nuevas que están adaptándose en su trabajo actual?
- ¿Se siente conforme en cuanto a la remuneración y satisfacción laboral en estos momentos?
- Nos podría explicar por pasos ¿Cuál es su proceso de trabajo que utiliza actualmente?
- ¿Cómo crees que se podrían mejorar estos procesos de diseño para optimizar el tiempo y facilitar el trabajo?



Imagen 9. Pedro Ochoa

1. Pedro Ochoa

Pedro Ochoa trabaja como diseñador gráfico en Cuenca, en planta y en el área de comunicación dentro de la empresa Emov, también ejerce su profesión de manera freelance.

Desde que era niño ha recibido influencias de su familia para seguir la profesión de diseño gráfico. Pedro es relevante para mi proyecto porque es importante tener en cuenta la opinión un diseñador gráfico trabajando en situaciones de emergencia sanitaria dentro de una empresa pública.

Para él dentro de la pandemia, su actividad laboral se vió incrementada, es por esto que actualmente no está satisfecho con su remuneración económica; dentro de su empresa se adquirió una nueva herramienta de trabajo que facilita el proceso de conferencias vía digital, esta herramienta es "Cisco Webex" la cual, Pedro afirma que es muy importante dentro de su trabajo porque llega a medir a través del micrófono si la persona está atenta; considera que para mejorar estos procesos de trabajo en situaciones de emergencia sanitaria, el cambiaría la manera de comunicarse con los proveedores y clientes, porque el contacto físico era realmente importante dentro de su trabajo.



Imagen 10. Cristina Moreno

2. Cristina Moreno

Cristina trabaja como freelance y es la dueña de una marca de agendas ya posicionada en el mercado llamada Ananda, ella desde que era pequeña se enamoró de todo lo que tenía que ver con artes y su familia influyó en eso. Cristina es importante para mi proyecto, porque me interesa conocer las reflexiones personales de una diseñadora que ya tiene una marca establecida, y analizar cómo sus procesos han cambiado durante la pandemia; para ella, en este tiempo, le fue un poco complicado movilizarse y llevar su trabajo como normalmente lo hacía, sin embargo, supo ver las necesidades de las personas y sacar adelante nuevos productos, su actividad laboral se vio incrementada porque mucha gente sacó nuevos emprendimientos y estos, necesitaron logos del trabajo de un profesional. Para Cristina, la comunicación con sus clientes de manera virtual se le complicó bastante, entonces, empleó una nueva estrategia, que fue la de hacer un brief para enviar siempre a sus clientes y así cerciorarse de saber exactamente lo que ellos buscan.



Imagen 11. Pablo Iturralde

3. Pablo Iturralde

Pablo Iturralde, diseñador gráfico reconocido, director del estudio *Ánima* en Quito. Empezó estudiando leyes, se dio cuenta que no era lo que quería, entendió acerca del diseño gráfico y se fue por ese camino, Pablo es muy importante para mi proyecto, porque al ser un diseñador reconocido, cuenta con mucha experiencia y sus reflexiones personales me pueden ayudar a entender mejor su gestión en momentos de crisis como un referente. El trabajo de Pablo se ha visto afectado de manera económica, ya que a pesar de que su trabajo no ha disminuido, ha cambiado mucho y ha tenido que despedir a sus colegas de trabajo; no le gusta relacionar al diseño gráfico con la economía naranja porque afirma que se opaca la verdadera funcionalidad del diseño gráfico. En cuanto a herramientas complementarias, a pesar de ser un diseñador experto, no conoce de las mismas, sin embargo, le encantaría saber más sobre eso; considera que una buena estrategia en su metodología de trabajo es la llamada "método" en la cual da una pequeña charla a sus clientes sobre lo que verdaderamente es el diseño, explica la diferencia entre que algo sea bello y funcional, para él, el diseño gráfico se trata de solucionar problemas, si no es funcional, no puede llamarse diseño.

Homólogos

Las investigaciones encontradas dentro de este apartado, lograrán un mejor alcance y entendimiento de los temas abarcados dentro del marco teórico. Se presentará una breve descripción de cada homólogo acompañado de una reflexión personal sobre cómo es que este documento ha aportado dentro de la investigación de este proyecto.

1. “El diseño gráfico y su rol creativo en tiempos de crisis” Alejandro Arros Aravena

Resumen:

En el informe escrito por Alejandro Arros, director de la Escuela de Diseño Gráfico en la Universidad de Bío Bío, habla sobre cómo es que el papel de los diseñadores gráficos se resalta en tiempo de crisis, puntualmente la crisis por pandemia gracias al brote de coronavirus; Arros, afirma que las actividades impulsadas por el diseño gráfico han logrado llevar los mensajes necesarios informativos respecto a la emergencia sanitaria, de una manera clara y llamativa; asimismo, los diseñadores gráficos mediante el uso de elementos conocidos en la disciplina como los colores, las figuras y geometría han logrado llegar a alentar a la lucha a enfermos en recuperación por covid en diferentes hospitales; el informe describe claramente la importancia de los diseñadores gráficos cuando la sociedad más lo necesita.

Reflexión:

Este informe es de mucha ayuda en cuanto a información actual sobre cómo es que se ha desarrollado el papel del diseñador gráfico en esta crisis sanitaria, me provee de información valiosa para enfocarme en la actualidad conjuntamente con mi objeto de estudio que es el diseño gráfico en esta situación de emergencia sanitaria.

2. “Diseño y crisis” Gui Bonsiepe

Resumen:

Gui Bonsiepe, habla sobre cómo el diseño no es ajeno a las crisis; es decir, que al igual que una sociedad experimenta cambios dentro de su contexto, sean negativos o positivos, el diseño acompaña esos procesos y de igual manera se reivindica en los mismos, el diseño busca soluciones y enfrenta las situaciones que la sociedad esté pasando; Bonsiepe habla también a través de otros autores cómo el hecho de resignarse no es una opción para el diseño, y como el mismo sale adelante mediante la innovación y la necesidad de sus usuarios.

Reflexión:

Hablar directamente de una relación entre el diseño y crisis, me enfoca completamente para comparar cómo es que todas estas teorías son funcionales en la actualidad a través de lo que el mundo está viviendo ahora, y también para entrelazar la información de cómo el diseño gráfico se comporta dentro de un contexto determinado que sufre la sociedad.

3. “La Escuela de Diseño analizó el mundo gráfico en la nueva normalidad” Artículo por Álvaro Cevallos, Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Resumen:

El artículo habla sobre una charla Webinar en Ibarra titulada “El diseño gráfico en la nueva normalidad” en donde participaron expertos que proponían nuevas estrategias para mejorar el trabajo del diseñador durante esta época de pandemia, así como también el efecto de todo esto a futuro en el que se tengan nuevas oportunidades dentro de la profesión del diseño gráfico ya que somos un recurso importante a la hora de la innovación dentro del mercado para generar nuevos clientes.

Reflexión:

Este artículo se relaciona directamente con el proyecto a realizar, ya que habla sobre cómo el diseñador gráfico deberá emplear nuevas estrategias y metodologías durante esta época de crisis sanitaria, como mejorar esos procesos y aprovechar la situación para innovar y generar nuevos clientes en el mercado.

Conclusiones:

Al haber investigado, términos e indagar situaciones actuales a través de las palabras de autores específicos, se pudo recolectar información valiosa que aporta comprender mejor la problemática para resolver los objetivos de este proyecto.

A través de las entrevistas realizadas a diseñadores profesionales de la disciplina, se logró rescatar situaciones en común que han llegado a suceder gracias a la pandemia por Covid-19, así como también reconocer que existen procesos y metodologías en común entre diseñadores que facilitan el trabajo.

Como diseñadores gráficos se pueden reunir un montón de técnicas y estrategias, apoyarnos de la tecnología en estos tiempos y poder mejorar la comunicación con el cliente, que finalmente es la herramienta principal para lograr un buen diseño.

DOSS

Capítulo

PROGRAMACIÓN

Para profundizar dentro de la problemática planteada a inicios del proyecto, se utilizarán diferentes técnicas de investigación, como la etnografía y los instrumentos que acompañen en el mismo para determinar una metodología nueva en el trabajo de los diseñadores gráficos, tanto de manera individual como dentro de una agencia a raíz de la pandemia mundial, los mismos que han tenido que salir adelante con su trabajo a pesar de las dificultades.

Durante el proceso de programación, se abordarán técnicas que permitan la sistematización, documentación y análisis de la información que se irá recopilando durante el recorrido del proyecto, para así generar un proceso metodológico que sea útil en el trabajo de los diseñadores gráficos en la actualidad. Es importante de la misma manera, tener en claro cuál será el objeto de estudio, para así tener un enfoque más claro dentro de los objetivos planteados.

1. Técnicas utilizadas





Entrevista

2. Universo

2.1 ¿Qué o a quién investigar?

Para el objetivo de esta investigación será necesario investigar delimitando el campo para extraer información específica; los datos obtenidos serán a partir de diseñadores gráficos de diferentes partes del mundo, como Ecuador, España, Alemania, Chile y Estados Unidos; que ejerzan su profesión actualmente, ya sea de una manera individual (freelance) o dentro de una agencia de trabajo.

El motivo de seleccionar una muestra no solo a nivel local si no en diferentes partes del mundo, es el hecho de lograr conseguir métodos de trabajo distintos que pueden surgir en otros países, y así ampliar la posibilidad de utilizar nuevas plataformas o herramientas que pueden no ser conocidas dentro del diseño gráfico en el Ecuador.



3. Metodología de trabajo

Durante el proceso de investigación para la obtención de datos, se utilizará una metodología mixta; es decir, que abarque tanto una investigación cualitativa, como cuantitativa, ya que se busca encontrar cualidades que demuestren cómo la gestión del diseñador gráfico ha cambiado gracias al factor de la pandemia por Covid-19; así como también porcentajes aproximados que coincidan o no, entre diseñadores a la hora de seguir un proceso metodológico de trabajo.

- Investigación mixta: la investigación cuantitativa, trata de medir conjuntos de variables o cantidades y su relación entre sí, este método gira entorno a números, y datos estadísticos; la investigación cualitativa maneja palabras e imágenes y trata de comprender las cualidades en un ámbito específico. (Visocky, 2018)



Dentro del proyecto a realizar, la **investigación cuantitativa** servirá para obtener solo una percepción dentro de los objetivos de estudio, **no será una muestra representativa** ya que existirán limitaciones dentro de la misma.

4. Instrumentos de medición

Se plantea utilizar instrumentos que permitan recoger información para la metodología a aplicar, estos serán; entrevista, ficha de observación y blueprint o customer journal.

Entrevista

La herramienta de la entrevista, es uno de los instrumentos más utilizados en la investigación cualitativa de recolección de datos, consta de la interacción oral del entrevistado con el investigador, presenta la percepción de factores sociales o personales que condicionan una determinada realidad; de esta manera, es más sencillo para el investigador comprender lo vivido por el sujeto de estudio. (Troncoso y Amaya, 2016)

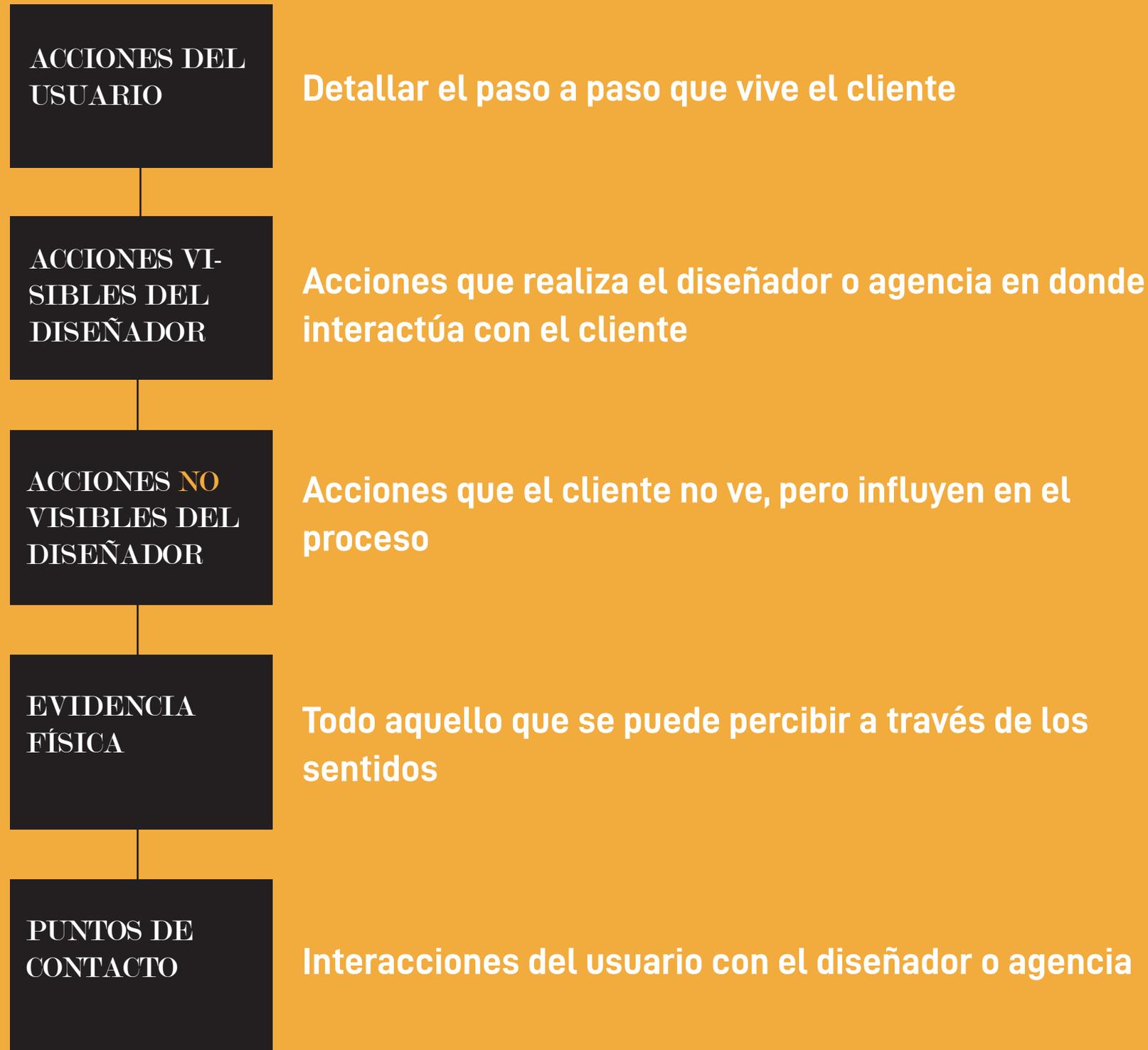
Ficha de observación

La herramienta de la entrevista, es uno de los instrumentos más utilizados en la investigación cualitativa de recolección de datos, consta de la interacción oral del entrevistado con el investigador, presenta la percepción de factores sociales o personales que condicionan una determinada realidad; de esta manera, es más sencillo para el investigador comprender lo vivido por el sujeto de estudio. (Troncoso y Amaya, 2016)

Blueprint o Customer Journal

Blueprint o Customer journal, es una herramienta que permite visualizar de una manera clara los procesos que se deben seguir, identificando paso a paso las interacciones que existen entre clientes y las personas que ofrecen el servicio; esta técnica contribuye a la innovación y aporta mayor facilidad de comprensión. (Pérez y Quiñones, s.f)

~~Blueprint o Customer Journal~~



5. Matriz de datos

Objetivos Específicos	Unidad de Análisis	Variable	Indicador	Valor del indicador
<p>Aportar a la disciplina del diseño gráfico, recopilando, sistematizando, analizando y documentando información relacionada con el cambio en la gestión de la misma a raíz de la pandemia por Covid-19</p> <p>Documentar sistemáticamente la información recopilada, con el fin de elaborar una nueva metodología de trabajo útil para el diseño gráfico.</p>	<p>Diseñadores gráficos que trabajan de manera individual o dentro de una agencia</p>	<p>Metodología de trabajo</p>	<p>Comunicación con el cliente</p>	<p>Plataformas utilizadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Email - Llamada telefónica - Aplicación específica
			<p>Recursos que utiliza</p>	<p>Diferentes softwares:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asana - Trello - Cisco Webex - Zoom - Pomodoro Tracker
			<p>Procesos de trabajo</p>	<p>Técnicas empleadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un Brief - Método (Valor del diseño) - Cobrar antes el 50% del valor total

Conclusiones:

Dentro del proceso de programación, se pudieron concretar las diferentes metodologías que serán las principales a seguir para lograr los objetivos del proyecto, las mismas que serán: la entrevista y ficha de observación dentro de la obtención de datos, mientras que, para la organización y desarrollo de los mismos, la técnica a emplear será la elaboración de un mapa blueprint, mismo que tendrá como objetivo crear el proceso que sigue un diseñador o agencia de diseño dentro de su trabajo, sus diferentes metodologías aplicadas y su relación con el usuario durante todo el proceso.

TRIPS

Capítulo

1. Perfil de la profesión

Se investigó los tres diferentes perfiles de la profesión con el fin de obtener resultados más reales a la hora de compararlos entre sí.

Es importante recordar que los perfiles varían de acuerdo al entorno de trabajo en el que se encuentren, sin embargo, se tomaron en cuenta los principales que aportarían dentro de este proyecto. (Montana, s.f)

Diseñador Junior

Aquel diseñador que
tiene menos de 2 años de
experiencia laboral

Necesita
supervisión

Su trabajo
es guiado

Su nivel de calidad y
productividad es medio-bajo

Diseñador Semi Senior

Aquel diseñador que tiene de 2 a 6 años de experiencia laboral

Es completamente autónomo en su trabajo, pero puede cometer errores

Su nivel de calidad y productividad es medio.

Conoce gran parte de los procesos

Diseñador Senior



Para la recolección de datos obtenidos en el proceso del anterior capítulo, se elaboró un cuadro comparativo entre los diferentes procesos de diseño de cada diseñador entrevistado

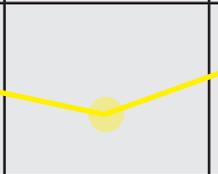
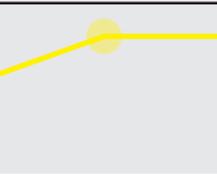
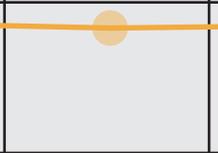
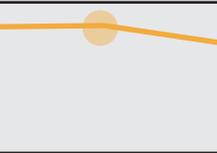
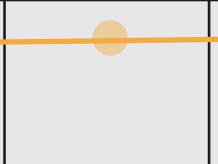
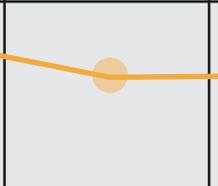
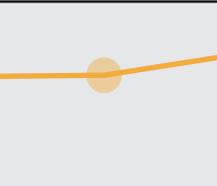
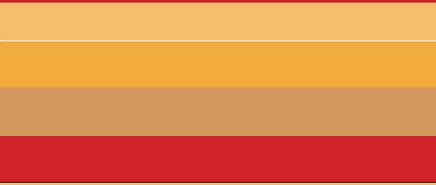
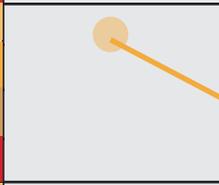
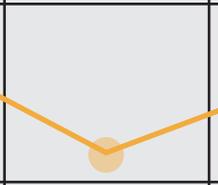
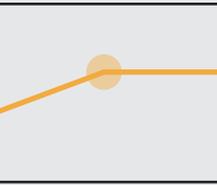
2. Diseñadores y su metodología

Diseñadores y su metodología	Técnica o herramienta empleada	Nivel de satisfacción			
Cristina Moreno (Ananda)	Elaboración de un brief para el cliente	Excelente	1. Contacto con el cliente	2. Tener una idea clara de lo que quiere el cliente	3. Negociación con el cliente (negociación) Base de precios
		Bueno			
		Regular			
		Malo			
Pedro Ochoa (Freelance)	Cisco Webex para reuniones virtuales	Excelente	1. Recibir un correo del cliente	2. Analizar el requerimiento del cliente	3. Plantearse objetivos y analizar el soporte en el que se necesitará el diseño
		Bueno			
		Regular			
		Malo			
Johnny Gavilanes (GBrand Design)	Administrar el tiempo Apartar el trabajo por secciones Preguntar muy bien los deadlines al cliente	Excelente	1. Contacto del cliente	2. Reunión con el cliente a través de una entrevista	3. Envío de un brief al cliente
		Bueno			
		Regular			
		Malo			
Paola Ochoa (Organización Cristiana Misionera)	Slack, Asana y One Drive Facilitan el proceso, el respaldo y el sistema de comunicación	Excelente	1. Revisar las tareas pendientes del programa	2. Abrir uno de los proyectos asignados	3. Leo toda la información detallada por el cliente para la elaboración del arte
		Bueno			
		Regular			
		Malo			
Gabriela Corral (Diseño ux/ui)	Manejarse de manera digital en su totalidad, trabajar con el cliente, realizar una cotización específica Mirror Workshop, Asana, Trello, Google keep, Google Calendar y Click up Toggl Tracker	Excelente	1. Contacto del cliente	2. Tener una primera reunión con el cliente	3. Proponerle desde el punto de vista de un diseñador lo que el cliente necesita
		Bueno			
		Regular			
		Malo			
Brush Willis (Diseñador Gráfico e Ilustrador)	Hacer conocida la marca para que los clientes sepan de que se trata y no busquen algo diferente	Excelente	1. Contacto del cliente	2. Pensar en la idea del diseño	3. Comentar esa idea con el cliente
		Bueno			
		Regular			
		Malo			
Pablo Iturralde (Ánima Estudio)	Método: Dar una pequeña clase al cliente sobre lo que es el diseño gráfico	Excelente	1. Contacto del cliente	2. Preparación de material (videos y presentaciones) para informar al cliente	3. Reunión con el cliente para saber sus necesidades, preguntas claves
		Bueno			
		Regular			
		Malo			
Fernando Sifuentes (Jkrcolor)	Siempre investigar muy bien y mirar la competencia que existe	Excelente	1. Recibir el requerimiento de diseño o ilustración	2. Elaboración de un presupuesto	3. Si se valida el presupuesto, empieza a trabajar
		Bueno			
		Regular			
		Malo			

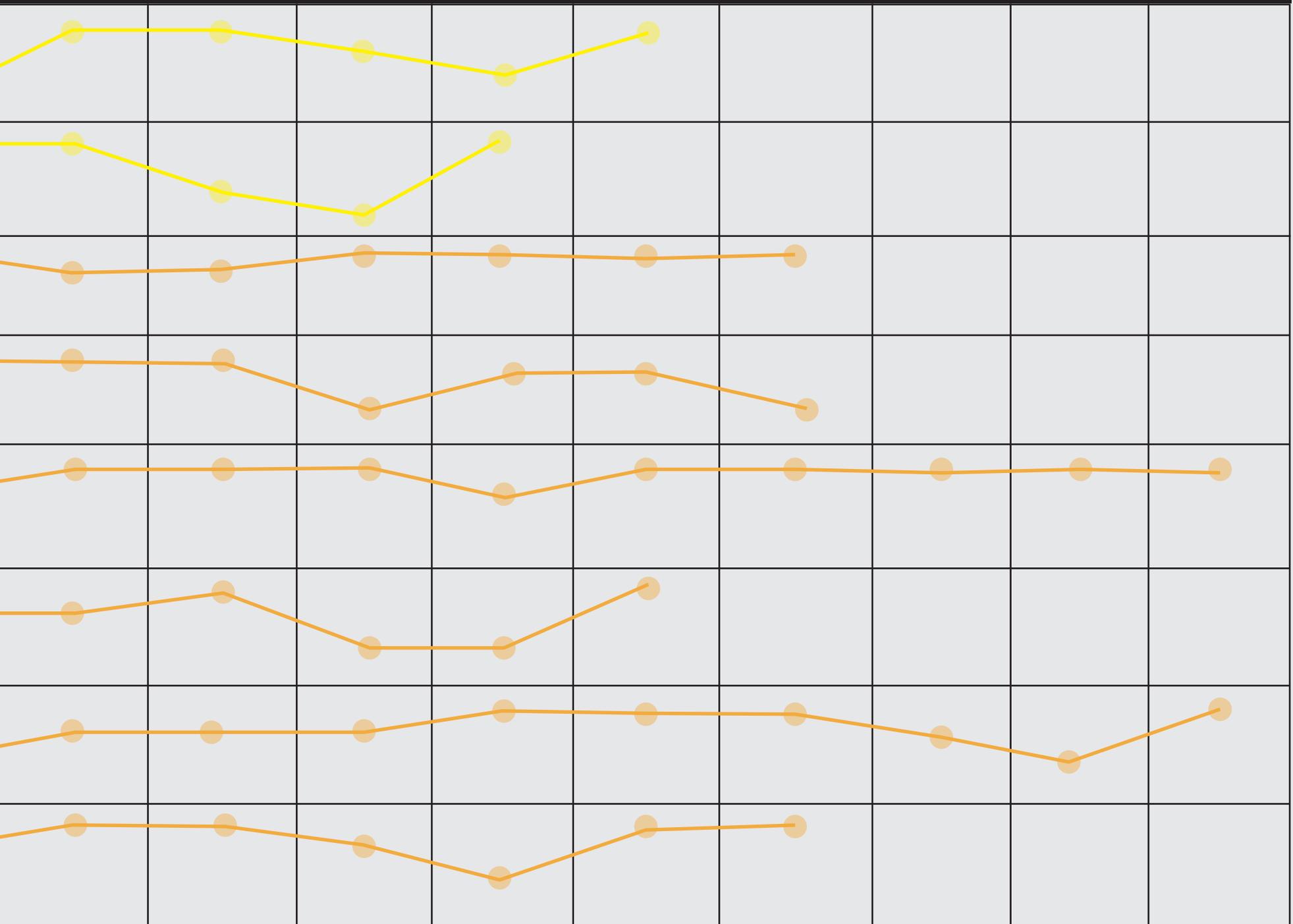
● Diseñadores Semi Senior ● Diseñadores Senior

Metodología de trabajo

4. Envío del brief al cliente, en donde cuenta con la información necesaria	5. Cobrar el 50% del precio final por adelantado para tener constancia	6. Proceso de diseño y envío de propuestas	7. Mediante reuniones virtuales, se llega al diseño final	8. Envío de diseño final mediante el correo electrónico				
4. Empezar el proceso de diseño	5. Preparar 3 propuestas	6. Realizar cambios si es que el cliente lo requiere junto con él	7. Envío del diseño final					
4. Cotizar el trabajo	5. Si el cliente está de acuerdo, se empieza a trabajar	6. Bocetar ideas a cualquier hora del día en donde caiga la idea para mantenerla	7. Pulir esas ideas con más conocimientos	8. Comparar el trabajo con la competencia para alinear y ser mejores	9. Envío del diseño final dependiendo del proyecto			
4. Descarga de todo el material necesario subido en el programa	5. Envío de la primera versión para revisión antes de pasar al cliente	6. Realizar cambios si es que el cliente lo requiere, a veces son varias rondas	7. Con los cambios requeridos se manda a un filtro final	8. El diseño listo se envía al cliente para su revisión	9. Si el diseño se aprueba, finaliza el proceso y se envía a impresión; si no, vuelve a los pasos anteriores			
4. Enviar cotización específica, terminos y condiciones	5. Si el cliente está de acuerdo, se empieza a trabajar	6. Cobrar 50% por adelantado en la mayoría de los casos	7. Organizar los días de reunión con el cliente	8. Realizar un moodboard que será mostrado al cliente	9. Con el feedback, empezar a diseñar los primeros bocetos	10. Nueva reunión con el cliente	11. Con el feedback, se hace el diseño final	12. Entrega de artes y pago final
4. Si el cliente está de acuerdo se empieza a bocetar la ilustración	5. Si el cliente se encuentra muy convencido, se pasa directamente al arte final	6. Pasar el arte a revisión de textos	7. Corregir los errores que puedan existir	8. Enviar o publicar el arte final				
4. De la información recopilada, investigar aún más por cuenta propia	5. Simplificar la investigación realizada para definirla	6. Redactar carta formal al cliente únicamente con las ideas necesarias	7. El cliente firma el documento para que quede constancia	8. Cobrar el 50% del precio final por adelantado	9. Proceso de diseño	10. Presentación del diseño como un mini manual	11. Se realizan cambios si es necesario	12. Envío del diseño final y entrega del pago total.
4. Investigar, ver referencias y competencia	5. Empezar a trabajar bocetos	6. Presentar los bocetos al cliente	7. Realizar los cambios que pida el cliente	8. Con la validación del boceto se digitaliza el arte	9. Entrega del arte final			

Diseñadores y su metodología	Técnica o herramienta empleada	Nivel de satisfacción			
Cristina Moreno (Ananda)	Elaboración de un brief para el cliente				
Pedro Ochoa (Freelance)	Cisco Webex para reuniones virtuales				
Johnny Gavilanes (GBrand Design)	Administrar el tiempo Apartar el trabajo por secciones Preguntar muy bien los deadlines al cliente				
Paola Ochoa (Organización Cristiana Misionera)	Slack, Asana y One Drive Facilitan el proceso, el respaldo y el sistema de comunicación				
Gabriela Corral (Diseño ux/ui)	Manejarse de manera digital en su totalidad, trabajar con el cliente, realizar una cotización específica Mirror Workshop, Asana, Trello, Google keep, Google Calendar y Click up Toggl Tracker				
Brush Willis (Diseñador Gráfico e Ilustrador)	Hacer conocida la marca para que los clientes sepan de que se trata y no busquen algo diferente				
Pablo Iturralde (Ánima Estudio)	Método: Dar una pequeña clase al cliente sobre lo que es el diseño gráfico				
Fernando Sifuentes (Jkrcolor)	Siempre investigar muy bien y mirar la competencia que existe				

Metodología de trabajo

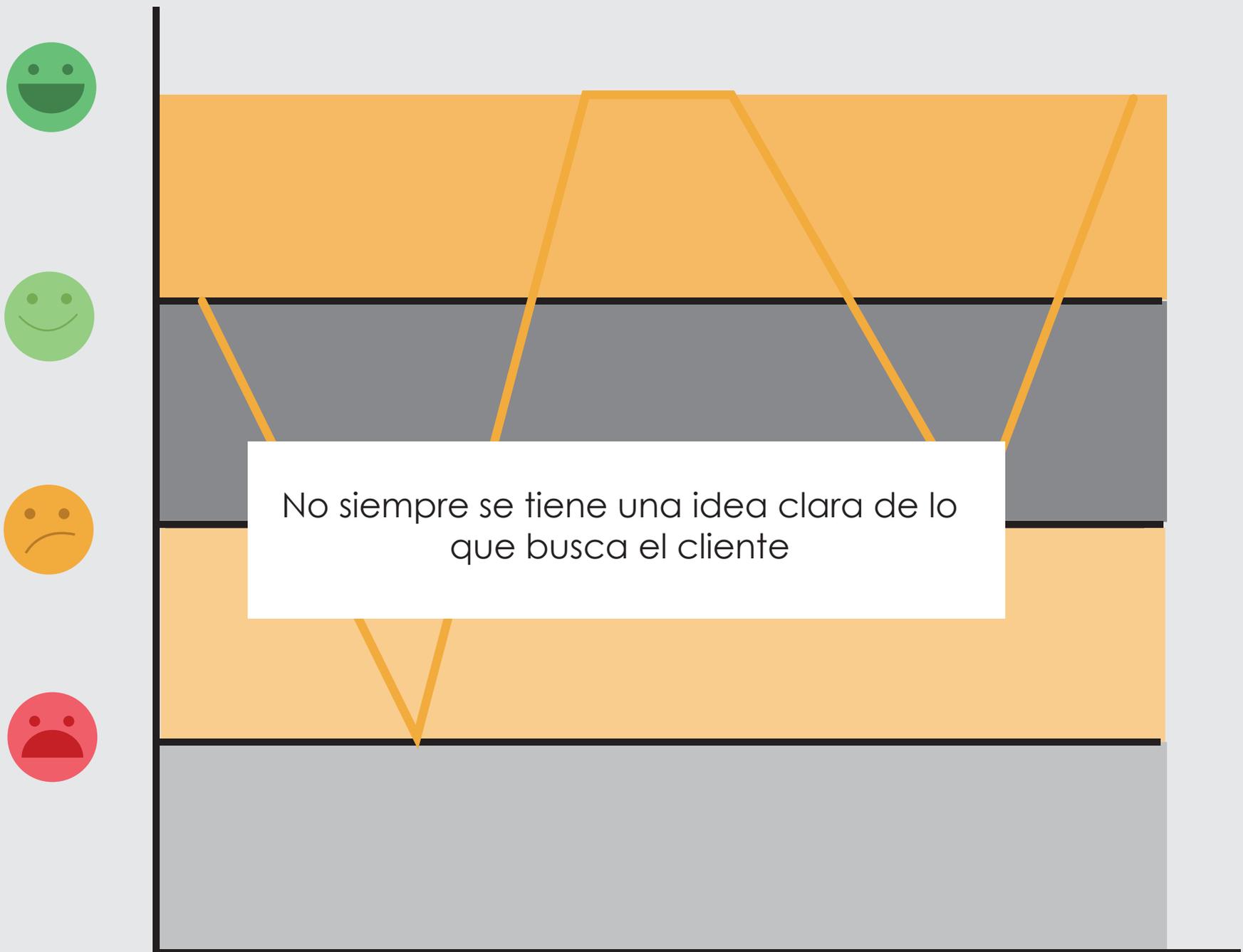


**Niveles bajos de
satisfacción
Diseñadores
Semi Senior**

De acuerdo a pasos en común podemos identificar en cuales existe un nivel bajo de satisfacción generalizado

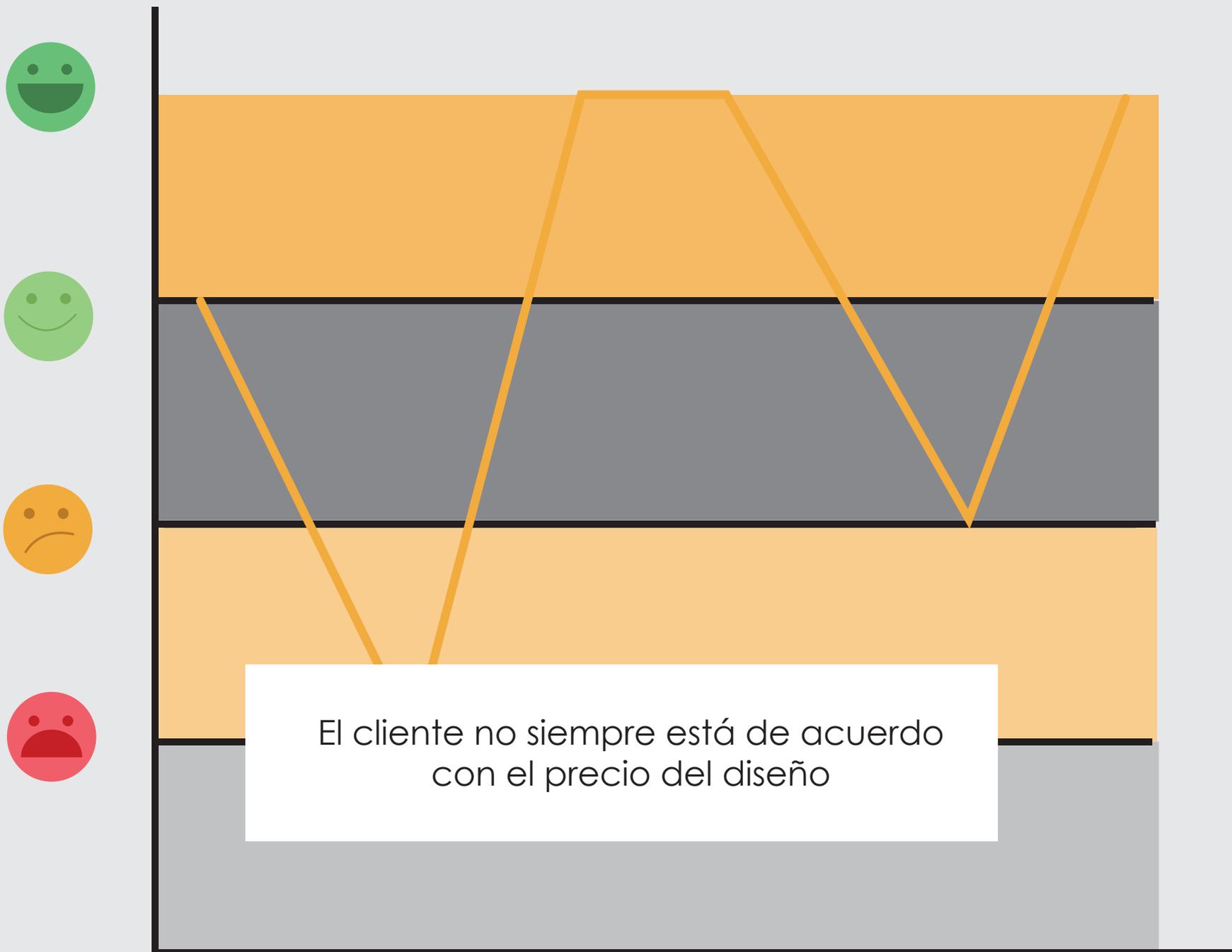
2

Saber qué quiere el cliente



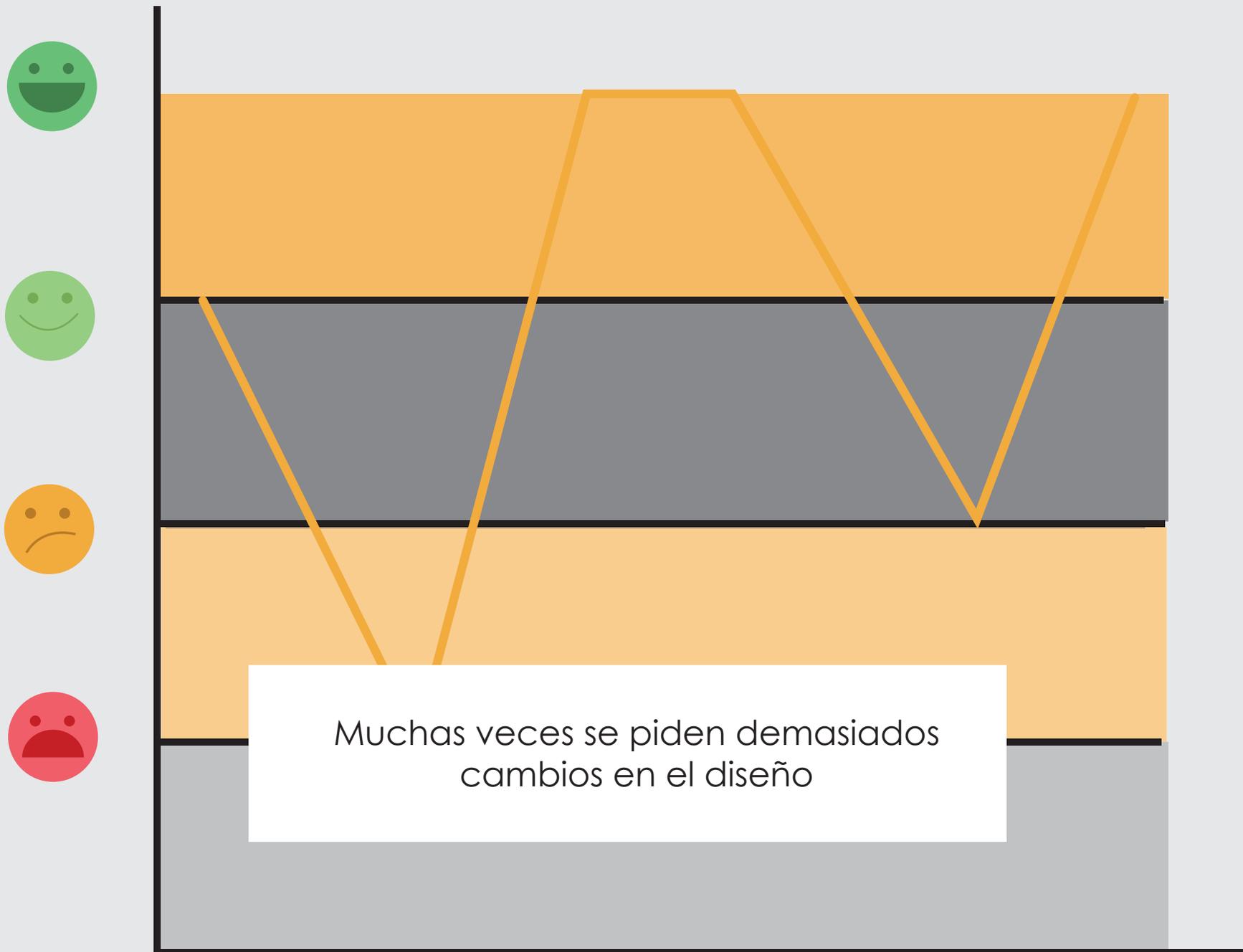
3

Negociación de precios



7

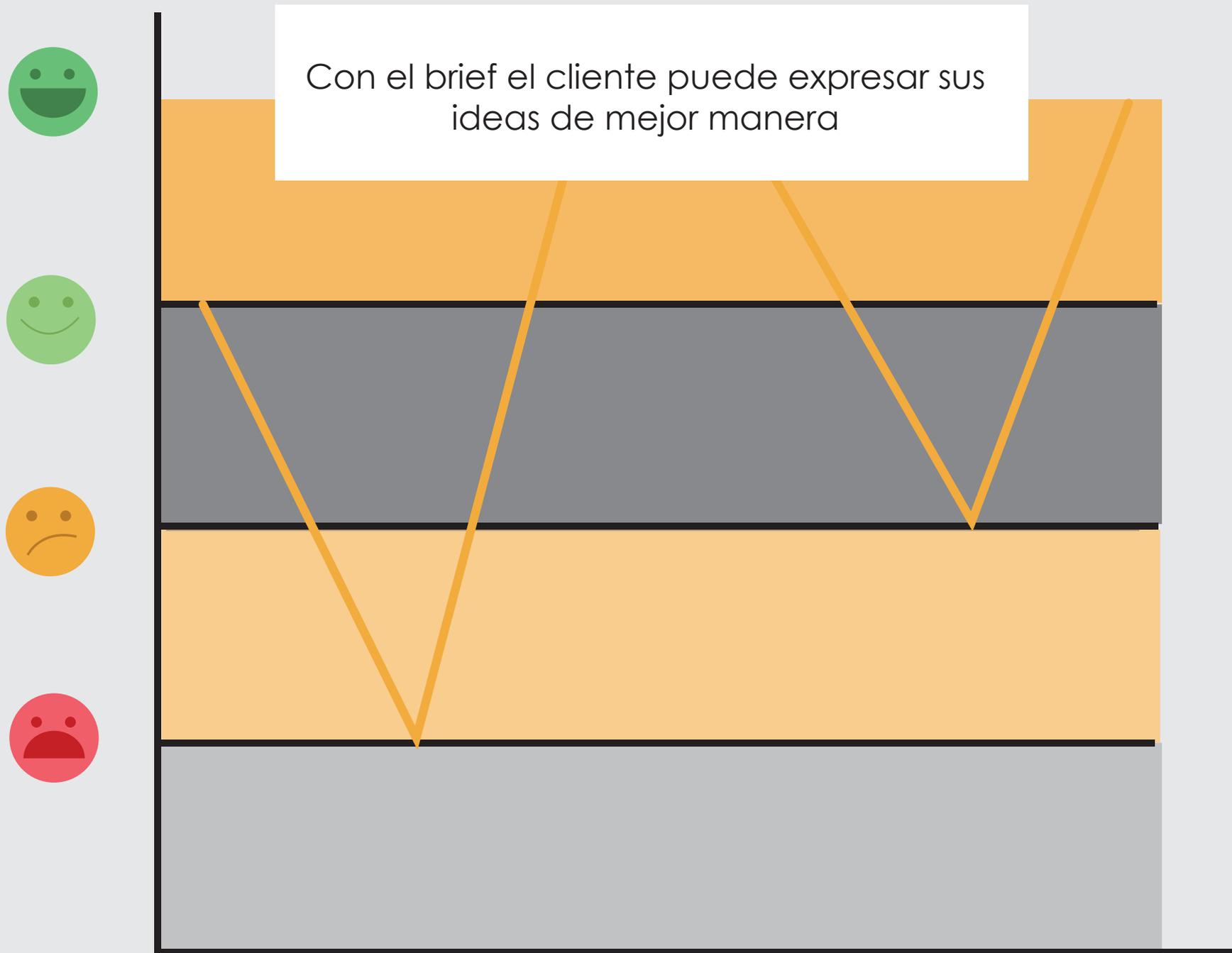
Realizar cambios en el diseño



**Niveles altos de
satisfacción
Diseñadores
Semi Senior**

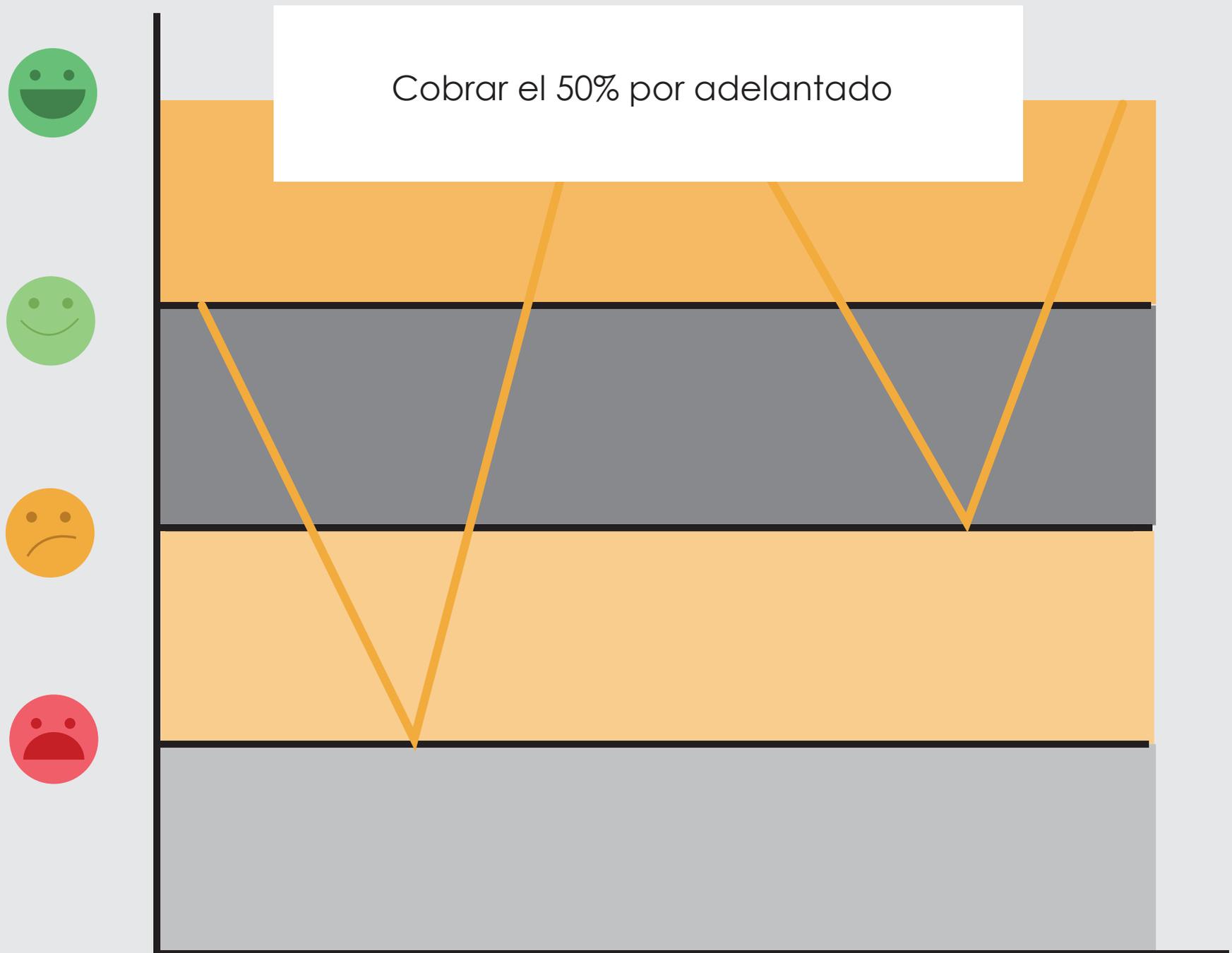
4

Envío de un Brief



5

Cobrar el diseño

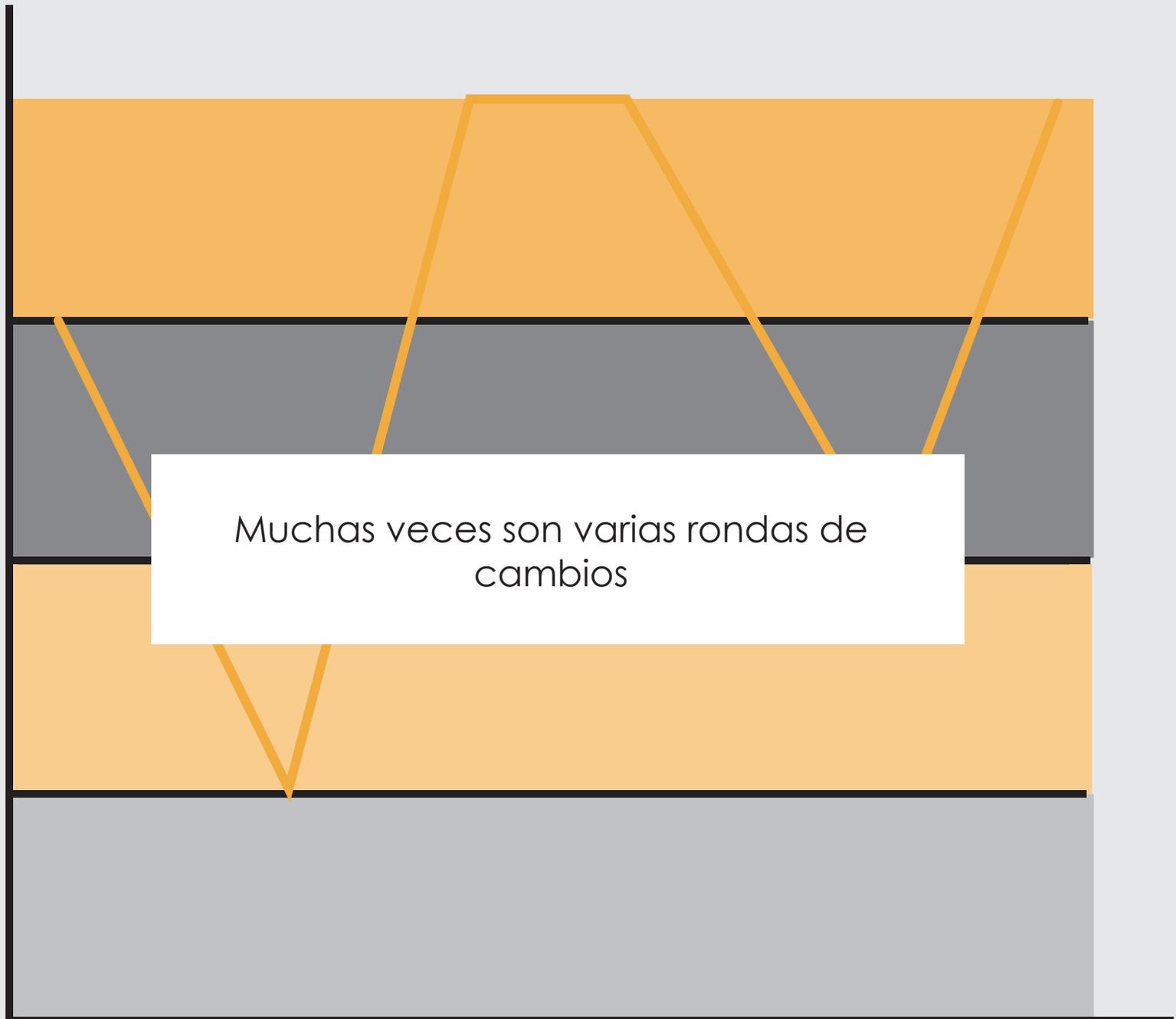


**Niveles bajos de
satisfacción
Diseñadores
Senior**

Se muestran simplemente los niveles bajos de satisfacción de los Diseñadores Senior, ya que los niveles altos son la mayoría

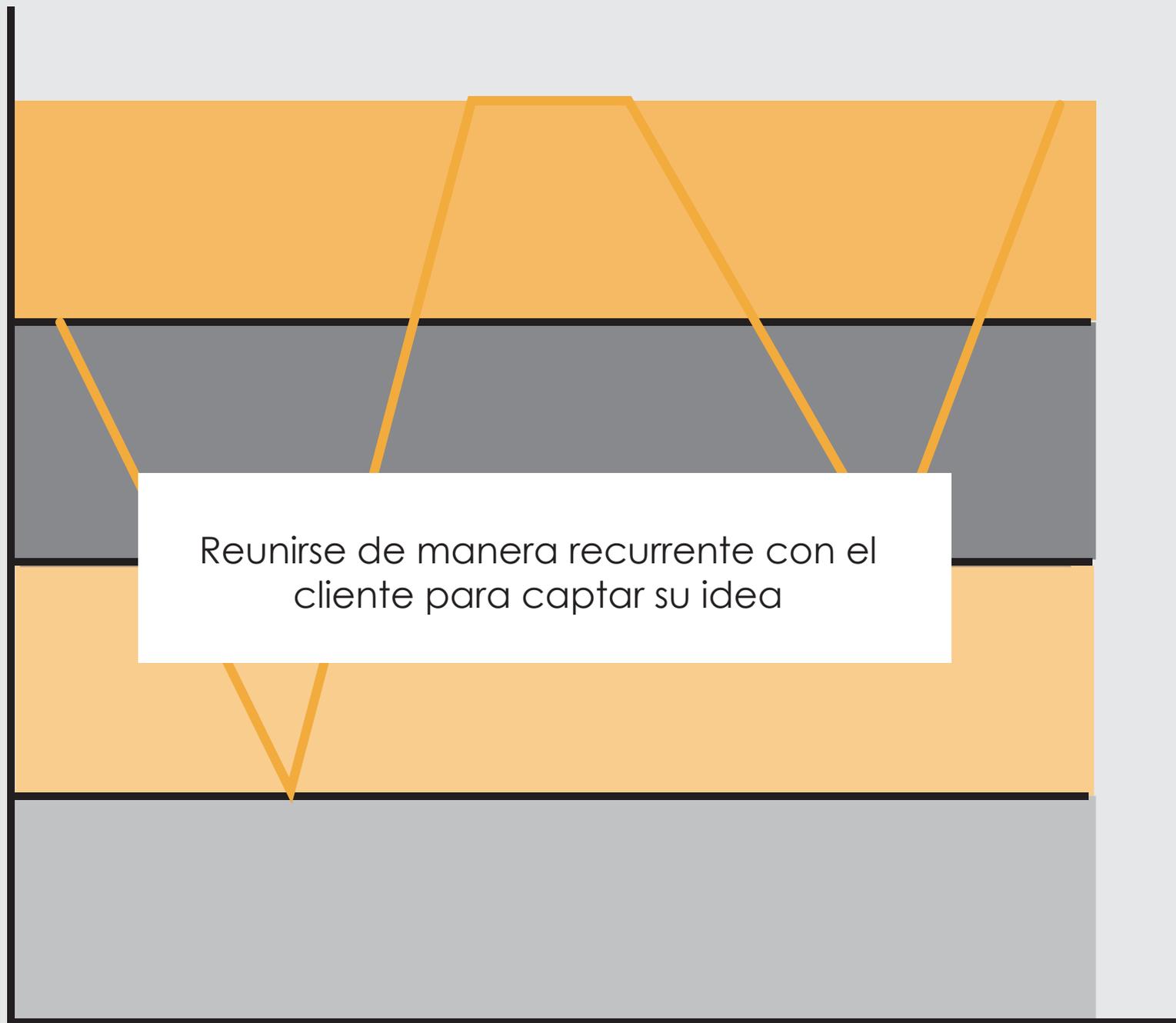
6

Realizar cambios



3

Comunicación con el cliente



Conclusiones:

Desarrollando el capítulo de recolección de datos, se pudo observar que los diseñadores gráficos semi senior presentan un mayor nivel de dificultad dentro de su proceso metodológico, por lo mismo que no tienen tanta experiencia como los diseñadores senior; los diseñadores internacionales, se organizan de una mejor manera apoyándose de herramientas digitales que les permiten desarrollar mejores estrategias dentro de su proceso. Es importante tomar en cuenta las similitudes dentro de cada uno de los pasos del proceso de cada diseñador, para así, poder recolectar lo que funciona y lo que no, con el objetivo de llegar a los alcances esperados.

CUARTO

Capítulo

ANÁLISIS DE DATOS

El capítulo cuatro, se enfoca en el análisis de los datos cuantitativos y cualitativos recolectados en el proceso anterior, todo esto mediante el programa excel, que es una herramienta indispensable a la hora de aplicar el proceso metodológico del análisis de los datos numéricos, los mismos que se basarán en el porcentaje de pasos calificados con los diferentes niveles de satisfacción (excelente, bueno, regular y malo); por otro lado, los datos cualitativos serán manejados a través de una lluvia de ideas, recolectando y organizando los diferentes pasos metodológicos recolectados por los ocho Diseñadores profesionales entrevistados, todo esto con la finalidad de organizar la información obtenida y de esta manera poder llegar a conclusiones válidas que sean útiles para el desarrollo del objetivo final del proyecto.

Análisis Cuantitativo

Diseñadores Semi Senior

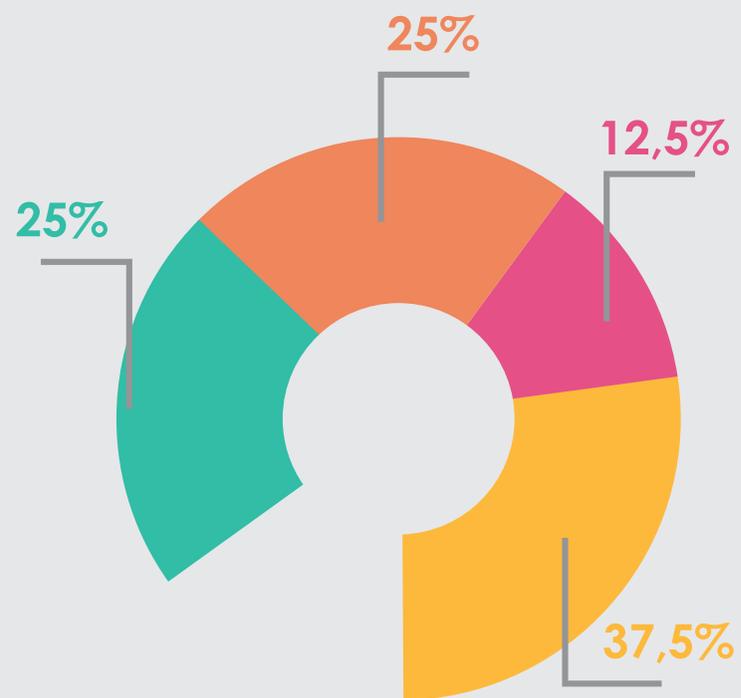
Frecuencia del nivel de satisfacción



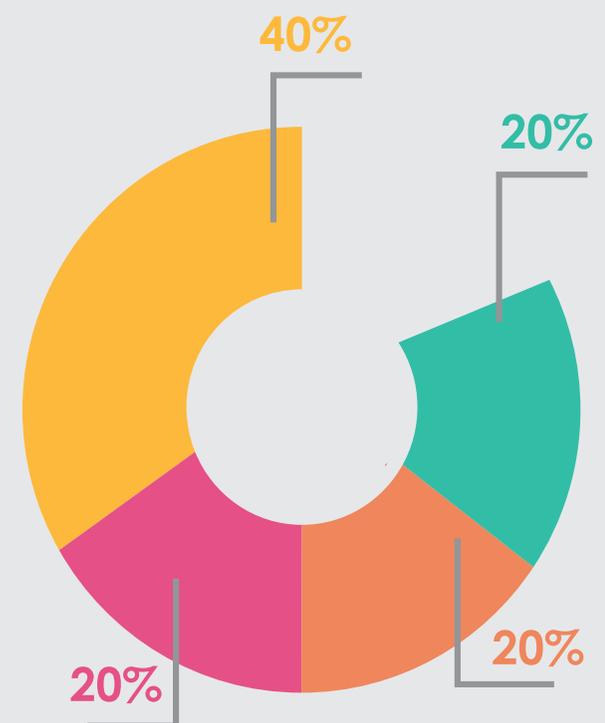
Como se puede observar en los gráficos, la frecuencia del nivel de satisfacción calificado como "Excelente" se repite con más frecuencia dentro del proceso metodológico de cada Diseñador Semi Senior; sin embargo, existen también niveles de satisfacción calificados como "Regular" y "Malo" que poseen un nivel de frecuencia con poca diferencia del nivel de satisfacción "Regular".

Porcentaje del nivel de satisfacción

Cristina Moreno



Pedro Ochoa



Como se puede observar en los gráficos de pastel, el porcentaje del nivel de satisfacción calificado como "Excelente" se repite en ambos casos con un porcentaje promedio del 40% y 37,5% dentro del proceso metodológico de cada Diseñador Semi Senior; sin embargo, existen también niveles de satisfacción calificados como "Regular" y "Malo" que poseen un porcentaje con poca diferencia del nivel de satisfacción calificado como "Regular".

Diseñadores Senior

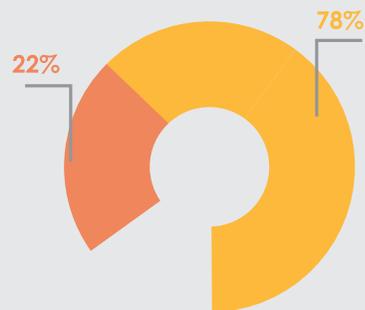
Frecuencia del nivel de satisfacción



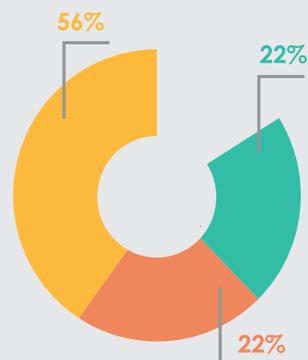
Al tratarse de Diseñadores Senior, podemos observar que la frecuencia de los niveles de satisfacción calificados como "Excelente" son más repetitivos dentro del proceso metodológico de trabajo de cada Diseñador, así como también se observa que la frecuencia de los niveles de satisfacción calificados como "Regular" y "Malo", es nula o casi nula.

Porcentaje del nivel de satisfacción

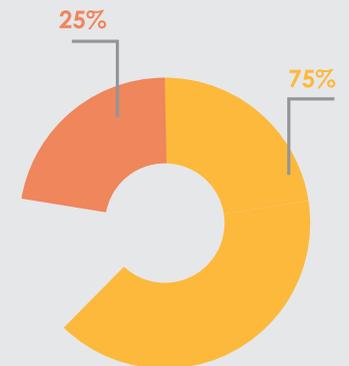
Johnny Gavilanes



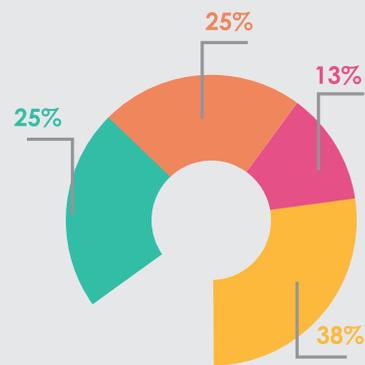
Paola Ochoa



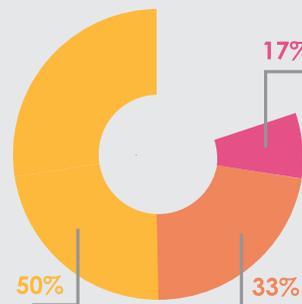
Gabriela Corral



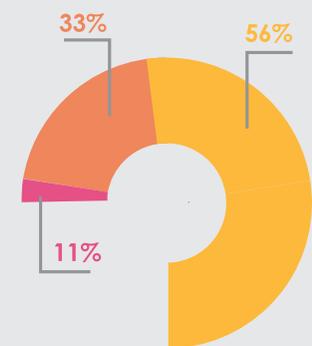
Brush Willis



Pablo Iturralde

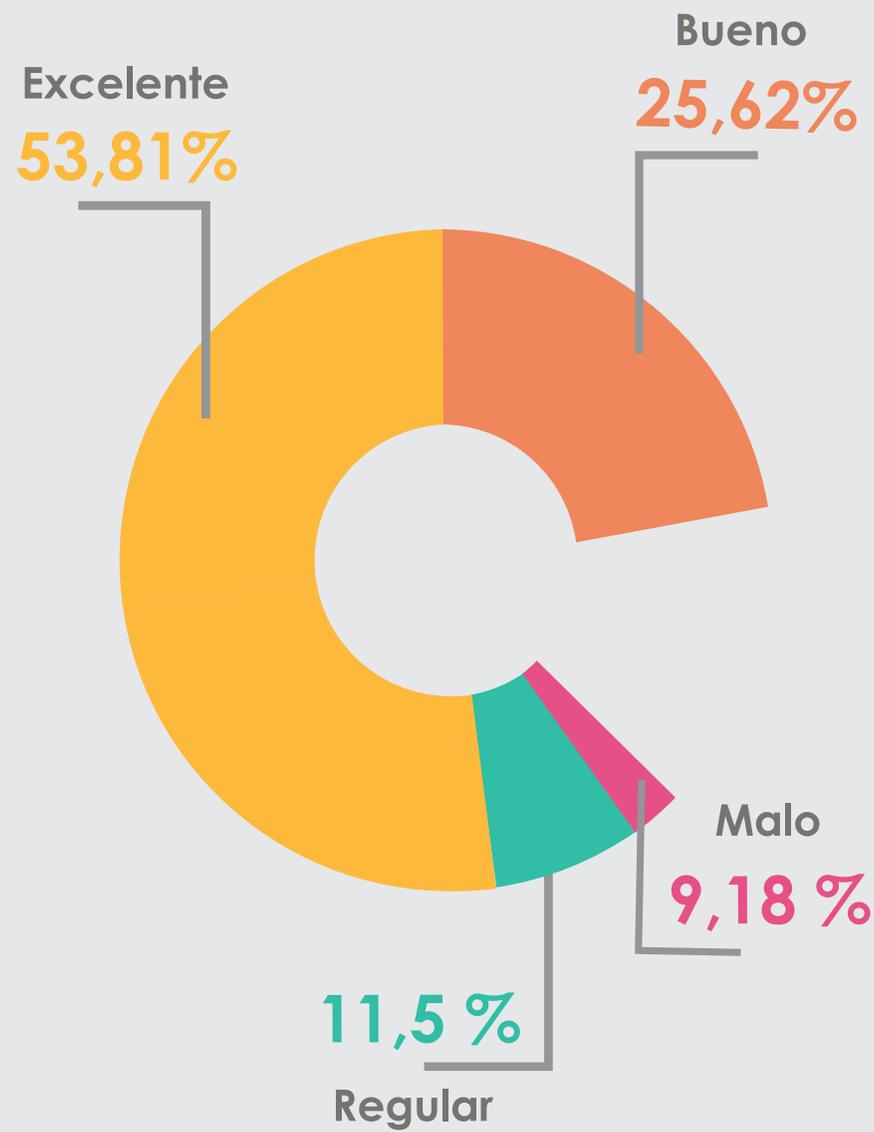


Jkr Color



En los gráficos de pastel, podemos observar que el porcentaje de los niveles de satisfacción calificados como "Excelente" son más altos dentro del proceso metodológico de trabajo de cada Diseñador, así como también se observa que el porcentaje de los niveles de satisfacción calificados como "Regular" y "Malo", es nulo o casi nulo.

Diseñadores Semi Senior y Senior



En el gráfico de pastel, en el que se muestra el porcentaje de cada nivel de satisfacción de cada uno de los pasos del proceso metodológico de los ocho Diseñadores, tanto Semi Senior, como Senior, se puede observar que el nivel calificado como "Excelente" es el predominante entre los demás, mientras que el nivel de satisfacción calificado como "Malo" tiene un porcentaje de 9,18%, sin embargo, no deja de ser existente.

Análisis
Cualitativo

04

Palabras clave

Las palabras clave dentro de la investigación, son aquellos términos que se han repetido más dentro de la recolección de datos de las entrevistas realizadas, en este caso se ha graficado cada una de ellas, de tal manera en la que su mayor repetición sea directamente proporcional al tamaño que posee en el gráfico.



Recolección de datos

Como parte del análisis cualitativo, se creó una recolección de datos más relevantes dentro de la investigación anterior, en este caso, los procesos calificados con el nivel de satisfacción más alto de los Diseñadores entrevistados y las herramientas complementarias que cada uno de ellos utiliza y les funciona optimizando su tiempo de trabajo, todo esto con el fin de crear un proceso metodológico recolectado.



Asana

Trello

Herramientas más utilizadas

Clickup

PROCESO METODOLÓGICO RECOLECTADO

Este proceso metodológico, fue creado con el objetivo de mejorar la negociación, ejecución y fidelización con el cliente durante el proceso de diseño, el mismo, está redactado a manera de pasos, desde el momento en el que el cliente se contacta con el diseñador, hasta el envío del diseño final. Contiene pasos aplicados por diferentes diseñadores entrevistados, no solo a nivel local, sino en diferentes partes del mundo, tales como Pablo Iturralde, Gabriela Corral, Brush Willis, Jkr Color, etc.

1

Contacto con el cliente



2

Primera reunión con el cliente

Conocer lo que necesita resolver

Material para explicar el trabajo, mediante una pequeña charla explicar cuál es el trabajo de un diseñador

A través de una entrevista personal o a través de medios virtuales

Pablo Iturralde



4

Envío de Brief al cliente

Definir límites de tiempo (deadlines) para que no existan problemas durante el proceso



Indicar que la información proporcionada es propiedad de la empresa; de esta manera se podría evitar cualquier tipo de plagio

Recomendación

Reunión o envío, esto dependerá de la empresa

Presentar la cotización al cliente

Se mostrarán los terminos y condiciones que manejará el diseñador o la empresa



Este paso es importante para asegurar y tener constancia

Cobrar un porcentaje del pago por adelantado

El porcentaje dependerá de la empresa y del cliente con el que se trabaje

5%

Jkr Color
Brush Willis

Analizar la competencia; este paso es recomendado por diseñadores como Brush Willis y Jkr Color

Constar el proceso

Buscar más información por cuenta propia a pesar de tener ya la información del cliente

Facturación



Presentación de primeras propuestas a manera de bocetos o ideas

Mediante una reunión

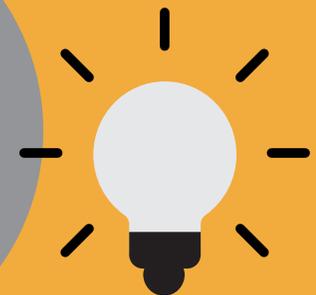
Proponerle desde el punto de vista del diseñador lo que el cliente necesita, según Gabriela Corral, este proceso ayuda a manejar de una mejor manera la comunicación entre el cliente y el diseñador; así como también a entender sus ideas y acelerar el proceso

Firma de constancia por parte del cliente, que indique que acepta los primeros bocetos, esto evitará retraso en el proceso

Gabriela Corral

Empezar el proceso de diseño

Bocetar, juntar ideas y elaborar un Moodboard que nos servirá para mejorar la comunicación con el cliente



Con el
feedback
seguir
diseñando

Pulir y
definir
ideas

Idea
final del
diseño

Una nueva reunión
con el cliente, para
que las ideas finales
del diseño sean
claras y el proceso
de diseño sea en
conjunto con el
mismo

11

10



12

Preparar el manual del diseño para presentar al cliente

No más cambios

Pablo Iturralde, aconseja siempre presentar el diseño o las artes de una manera pulcra e interesante hacia el cliente, para que así, tenga interés en lo que trabajamos y el proceso sea de manera profesional

Mediante una firma del cliente y una prueba de impresión, para corregir errores que en pantalla posiblemente no se logren apreciar

Este paso es importante para exonerar de cualquier error al diseñador y evitar problemas con el cliente

13

Validación del diseño final por parte del cliente



El medio de entrega dependerá del proyecto y de la empresa



Entrega de artes finales en formatos definidos por el cliente

14

15

Generar una base de datos de los clientes que se tengan; esto, puede brindar oportunidades de negocio en el futuro, mantener relación con los mismos y organizar la información obtenida

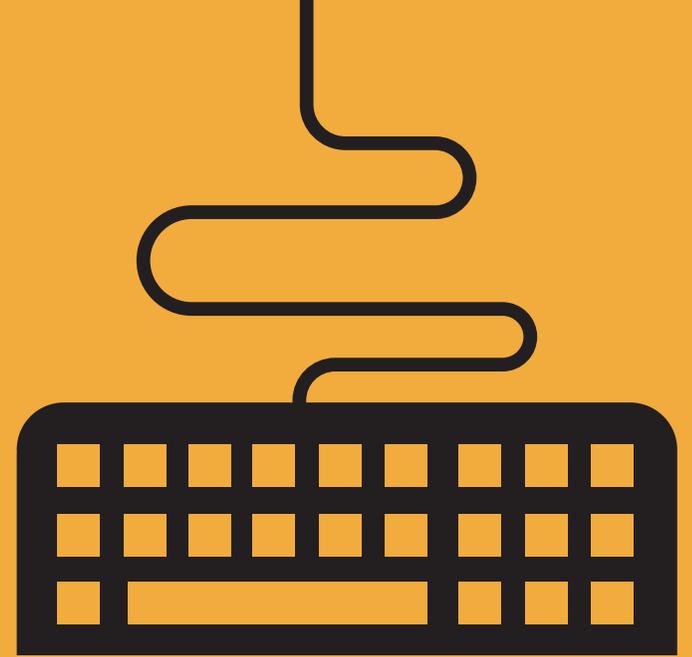


Facturación

16

Pago final



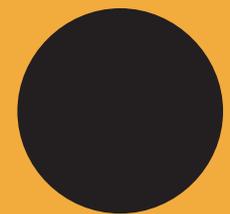


17

Mantener contacto con los clientes y demostrar interés, podría generar un nuevo contrato

Contacto con el cliente pasado un tiempo prudencial

Proponer ideas nuevas a nuestro cliente sobre algo que posiblemente ya trabajamos para innovarlo



Entrevista a clientes

Se generó un banco de preguntas a 3 clientes que han necesitado de un Diseñador Gráfico para que resuelva una necesidad de manera profesional, y de esta manera recopilar los datos más importantes del proceso de comunicación y trabajo con ambas partes.

Lo que busca un cliente cuando contrata a un diseñador o a una agencia, es generar un vínculo de comprensión entre ambas partes, la comunicación en general, así como también lo profesional dentro del trabajo, que el diseñador sepa lo que se hace y que propongan cosas nuevas útiles para el usuario.

Conclusiones:

Después de analizar los datos de la información recolectada en el anterior capítulo, se puede llegar a la conclusión de que el nivel de satisfacción calificado como "excelente" llega a ser el más alto entre todos los procesos de cada diseñador, sin embargo, el nivel de satisfacción calificado como "malo" aunque es bajo, existe, por lo que para llegar al objetivo final de este proyecto se debe tener en cuenta; así como también el hecho de implementar procesos que muchos de los diseñadores no toman en cuenta, como por ejemplo, la facturación o la elaboración de una base de datos de sus clientes, así mismo, la comunicación con los mismos y el profesionalismo dentro del trabajo de un diseñador son una herramienta fundamental para que el proceso sea eficiente, los cuales también se tomarán en cuenta en el paso final que será la elaboración de un Blueprint o Customer Journal.

QUINTO

Capítulo

DESENLACE

En el capítulo cinco, se evidencia la metodología creada dentro de un diseño Blueprint, cabe recalcar que cada uno de los pasos elaborados han sido recopilados a lo largo del proyecto por al menos ocho Diseñadores profesionales tanto a nivel local como en diferentes partes del mundo; dentro de este capítulo también se desarrollarán las primeras validaciones de la metodología creada y se llegará a las conclusiones finales del proyecto.

Diseño Blueprint

El diseño Blueprint es una técnica que nos permite observar cómo se organiza un servicio de una manera doble, es decir, que no solamente nos mostrará las acciones que realiza en este caso el Diseñador Gráfico, sino también las acciones que realiza el cliente, todo esto antes, durante y después del servicio; así como también los diferentes puntos de contacto, en donde se mostrará la interacción que tienen estas dos partes dentro del proceso e incluso las evidencias físicas que se tienen en cuenta para obtener constancia. Esta técnica es importante porque mediante ella podemos detectar errores que pueden suceder en el proceso metodológico de trabajo y lograr una mayor fidelización con el cliente.

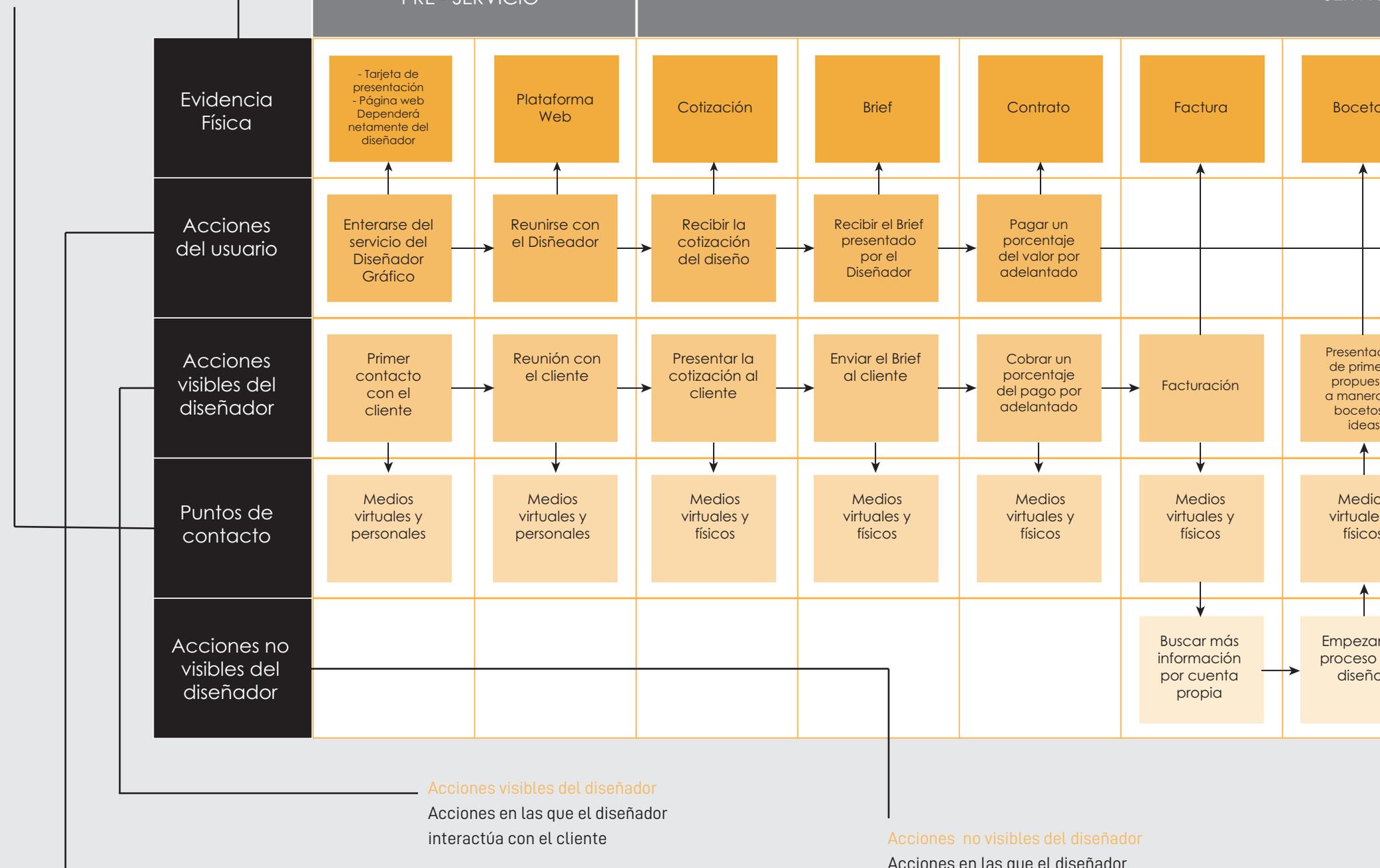
Blueprint

Evidencia Física

Todo aquello que se puede percibir a través de los sentidos y que sirven como constancia dentro del proceso

Puntos de contacto

Momentos en donde el diseñador y el cliente interactúan

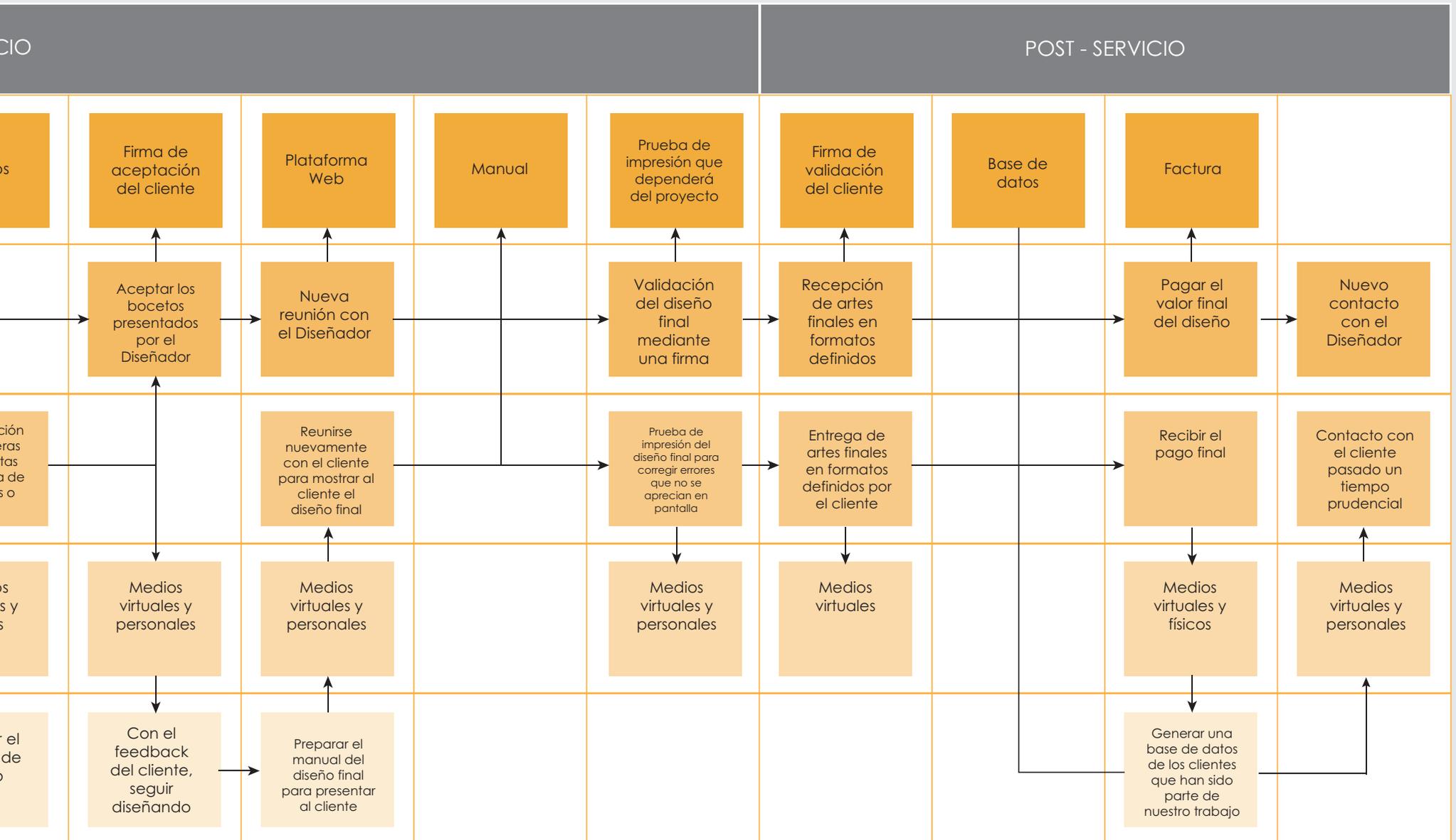


Acciones visibles del diseñador
Acciones en las que el diseñador interactúa con el cliente

Acciones no visibles del diseñador
Acciones en las que el diseñador realiza procesos del servicio sin interactuar con el cliente

Acciones del usuario

Toda actividad que realizan los clientes o usuarios durante el servicio



Validaciones

Banco de preguntas

¿Considera que utilizar estos pasos planteados en la metodología mejora la negociación, ejecución y fidelización con el cliente durante el proceso? ¿Porqué?

¿Considera que los pasos planteados en la metodología van de acuerdo a lo que un diseñador necesita utilizar en su trabajo? ¿Porqué?

Como Diseñador Gráfico ¿Utilizaría esta metodología en cada uno de los proyectos que se le presente? ¿Porqué?

¿Cuánto tiempo considera que le optimizaría seguir este proceso si lo llegara a utilizar dentro de su trabajo?

¿Qué mejoraría dentro de esta metodología de trabajo?

¿Recomendaría utilizar esta metodología a otros diseñadores? ¿Porqué?



Imagen 12. Fernando Cifuentes

Fernando Cifuentes
(Jkr Color)
Diseñador Gráfico
Senior
Chile

Fernando, considera que en la práctica, el proceso no funciona tan metodológicamente, afirma que este siempre es más automatizado, y que se debe considerar los tiempos de cada uno, pero que en general sería como el proceso correcto; Jkr color, ya utiliza muchos de estos pasos dentro de su metodología de trabajo, mismos que le ayudan a optimizar totalmente el tiempo; sin embargo, plantea que hace falta hablar sobre un número determinado de correcciones y de propuestas para que existan límites, pero recomendaría esta metodología a todos los Diseñadores Gráficos

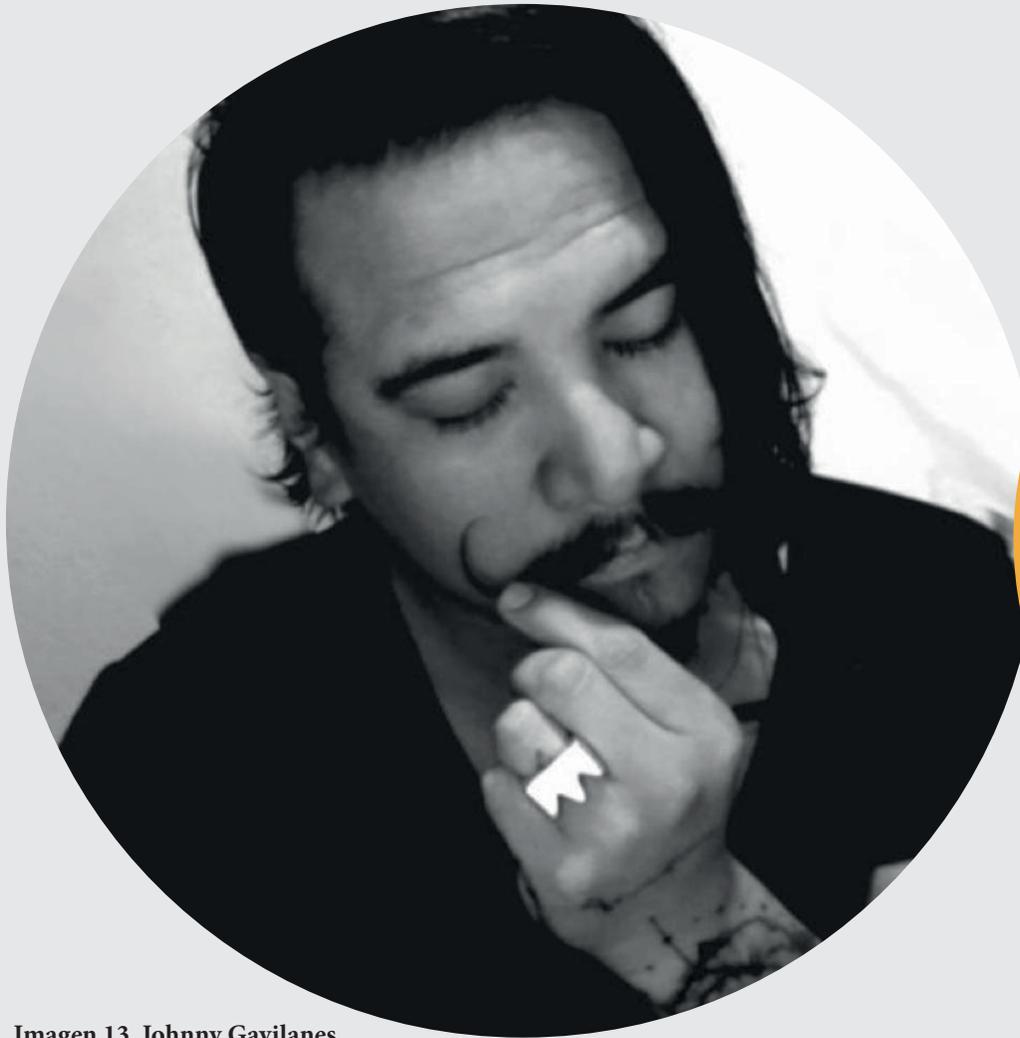


Imagen 13. Johnny Gavilanes

**Johnny
Gavilanes**
Diseñador Gráfico
GBrand Design
Senior
Ecuador

Johnny Gavilanes manifiesta que tener en cuenta situaciones como las planteadas en la metodología elaborada son propicias para mantener ese respeto hacia la profesión, nos cuenta que él ya utiliza muchos de estos pasos dentro de su proceso y que le han funcionado de alguna manera para educar al cliente y hacerlo bien. Menciona que mejoraría el seguimiento de este proceso diagramándolo para que se pueda visualizar en estudios o centros; Johnny recomienda enteramente esta metodología tanto a nuevas generaciones como a antiguas que todavía no siguen un proceso lineal.



Cristina Vanegas
Diseñadora Gráfica
Universidad
Católica de
Cuenca
Senior

Imagen 14. Cristina Vanegas

María Cristina Vanegas, aplica la mayoría de estos pasos en su trabajo como Diseñadora Gráfica, considera que algunos son bastante importantes, como el último de elaborar una base de datos de los clientes y asegura que de ahora en adelante los pondrá en práctica, afirma también, que es muy importante hacer valer nuestro trabajo y que esta metodología creada cumpliría con ese objetivo. Cristina **mejoraría simplemente la visualización de la misma para otros diseñadores y en cuanto a los pasos considera que todos están de acuerdo a lo que un Diseñador Gráfico necesita saber a la hora de empezar un proyecto con un cliente**



Imagen 15. Paola Ochoa

Paola Ochoa
Diseñadora
Gráfica
Senior
Estados Unidos

Paola Ochoa, considera que el proceso redactado en la metodología está claro, sin embargo, afirma que se debería referir a que es un proceso válido para diseñadores que trabajan en modalidad freelance, ya que en su experiencia trabajando en una agencia, existen varios filtros de personas que se encargan de el proceso de comunicarse con el cliente; pero al tratarse de un diseñador que tiene contacto directo con el cliente está perfecto el proceso detallado.



Imagen 16. Gabriela Corral

Gabriela Corral
Diseñadora
Gráfica
Senior
Alemania

Gabriela Corral, utiliza ya muchos de los pasos de esta metodología elaborada en su trabajo diario, Gabriela mejoraría la parte tecnológica, utilizar diferentes herramientas que funcionan para optimizar proceso de feedback y workshops. Afirma que recomendaría enteramente esta metodología a otros diseñadores.



Cristina Moreno
Diseñadora
Gráfica
Semi Senior
“Ananda”
Ecuador

Imagen 17. Cristina Moreno

Cristina piensa que todos estos pasos planteados demuestran profesionalismo y organización al momento de concretar un contrato con el cliente, ya que le dará más seguridad y confianza, y a nosotros como diseñadores nos dará más orientación al momento de realizar el diseño, **afirma que la metodología es muy completa, que esta muy bien planteada, explicada y tiene todos los pasos necesarios.**

Cristina sí recomendaría esta metodología, ya que muchos diseñadores no siguen un proceso determinado al momento de realizar un trabajo y por este motivo muchas veces existen desacuerdos con el cliente, pérdidas de tiempo e inconformidad con el diseño realizado.

Al inicio del proyecto, se buscaba poder obtener la mayor información posible sobre cómo la gestión de los Diseñadores Gráficos había cambiado desde el inicio del virus. Al tener un acercamiento con diferentes expertos, se recolectaron datos que afirmaban que todo se manejaba de manera virtual y que efectivamente su trabajo había incrementado, ya que muchas personas que se quedaron sin empleo, tuvieron que salir adelante y emprender desde sus hogares, generando la necesidad de publicitar sus negocios, crear marcas, logos, etc. Se confirmó que la comunicación con los clientes era incluso más complicada que antes, porque siempre se ha buscado tener un acercamiento personal para resolver una necesidad, comprender lo que los clientes buscan y optimizar el trabajo. Es así como el proyecto fue tomando forma y se enfocó en el objetivo de crear una metodología que mejore la ejecución, negociación y fidelización con los clientes, y que a su vez, aporte a la disciplina; a partir de la recolección de datos, el análisis cualitativo y cuantitativo, se logró elaborar una metodología nueva para el proceso de trabajo para los Diseñadores Gráficos, que reúne diferentes pasos implementados por expertos dentro de su trabajo. Finalmente, se puede decir que un proyecto de investigación siempre genera datos interesantes que podrían seguir aportando a la disciplina, y aún más después de haber afrontado un virus mortal, que logró que la tecnología sea nuestro único medio de comunicación y que posiblemente marque un antes y un después en la manera de trabajar de las personas, incluyendo a los diseñadores gráficos

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

Dentro de este proyecto, existen temas tan diversos que se combinan con todo lo tocado dentro de una metodología de Diseño, las herramientas implementadas por la pandemia mundial que inició en 2019 tendrán la posibilidad de iniciar una nueva etapa en la forma de trabajar de todos los negocios y profesiones, sin dejar de lado al Diseñador Gráfico. Trabajar en un proyecto de investigación, deja millones de puertas abiertas por explorar, tantos datos que profundizar y experiencias enriquecedoras que observar; haber mantenido un proceso totalmente virtual durante el proyecto, solo demostró que la tecnología es un medio que traspasa fronteras, y que, con el ánimo y el entusiasmo de aprender cosas nuevas, conectamos con Chile, Alemania, Estados Unidos y España; y por supuesto con cada uno de los profesores que nos alientan a ser mejores, un proyecto elaborado durante una crisis sanitaria requiere de mucho esfuerzo por comunicarnos entre nosotros pero más que nada, de muchas ganas de seguir adelante.

Anexos...

Bibliografía

- al., R. R. (2012). Guía de buenas prácticas de diseño . Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Industrial .
- Álvarez, H. (2021). USMP Digital . Obtenido de El Rol de la Tecnología en el nuevo contexto de COVID-19: <https://www.administracion.usmp.edu.pe/revista-digital/numero-4/el-rol-de-la-tecnologia-en-el-nuevo-contexto-de-covid-19/>
- Amaya, A. y Troncoso, C. (2016). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. Chile: Universidad Católica de la Santísima Concepción .
- Angus, A. (2020). How is Covid-19 affecting the top ten global consumers. Euromonitos Internacional.
- Arros, A. (2020). El diseño gráfico y su rol creativo en momentos de crisis. Bío Bío: Universidad de Bío Bío .
- Bonsiepe, G. (2011). Diseño y crisis. México: Gui Bonsiepe.
- Catalá, J. (02 de 08 de 2020). Tendencias hoy . Obtenido de Tendencias hoy : <https://www.tendencias hoy.com/arte/disenio/instagram-la-respuesta-del-dise-no-grafico-ante-el-coronavirus.html>
- CEPAL . (2020). El trabajo en tiempos de pandemia: desafíos frente a la enfermedad por coronavirus (Covid-19). Santiago: Naciones Unidas .
- Cepal, N. (2020). El desafío social en tiempos de Covid-19. Naciones Unidas.
- Cevallos, Á. (13 de 08 de 2020). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de La Escuela de Diseño analizó el mundo gráfico en la nueva normalidad: <https://www.pucesi.edu.ec/webs/?p=13999>
- Cruz, F. (14 de 11 de 2019). Rankia. Obtenido de Economía naranja: definición, ejemplos y cifras: <https://www.rankia.co/blog/mejores-opiniones-colombia/3940907-economia-naranja-definicion-ejemplos-cifras>
- Díaz, L. (2010). La observación . México: Universidad Autónoma de México.
- Díaz, P. F. (2002). Investigación cualitativa y cuantitativa. Coruña: Unidad de Epidemiología Clínica y Bioestadística.
- Duque, F. B. (2013). La economía naranja . Washington D. C: Puntos aparte .
- Durán, M. (2010). Bienestar psicológico: El estrés y la calidad de vida en el contexto laboral . Costa Rica : Universidad Estatal a distancia .
- El Comercio. (07 de 06 de 2020). La emergencia sanitaria en Ecuador sirvió para emprender y reacondicionar. Obtenido de El comercio : <https://www.elcomercio.com/actualidad/emergencia-sanitaria-ecuador-empresarios-negocios.html>
- Fauci, A. (11 de 03 de 2020). CNN. Obtenido de CNN: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/03/11/que-es-una-pandemia/>
- Flores, G. (1994). Los Datos (concepto). Murcia : Universidad de Murcia.
- Gobierno de Colombia . (s.f). ABC de la Economía naranja . Bogotá: Mincultura.
- Goldfarb, R. (2001). Carreras para diseñadores. Guía de negocios para diseñadores gráficos . Barcelona: Divine egg.
- González, M. (s.f). Gestión del Diseño gráfico . Londres : Universidad de Londres .
- Gosis, L. A. (2020). Impacto Social y Económico de la Covid-19 y opciones de política en Argentina. Nueva York: PNUD.
- Gutiérrez, M. (2017). Influencia de la economía naranja en el desarrollo cultural y comunicativo. Caso Universidad Espíritu Santo. San Borondón : Universidad Espíritu Santo .
- Guzmán, I. (01 de 20 de 2012). BMS Marketing solutions . Obtenido de El proceso de gestión en el diseño gráfico : <https://benvivemkt.wordpress.com/2012/01/20/el-proceso-de-gestion-en-el-dise-no-grafico/#:~:text=Gesti%C3%B3n%20por%20s%C3%AD%20solo%20se,a%20tiempo%2C%20presupuesto%20y%20alcance.>
- Malaquías. (2010). La Influenza A/H1N1 2009. Una crónica de la primera pandemia del siglo XXI. México: UNAM.
- Mexi, M. (s.f de 04 de 2020). Nueva Sociedad. Obtenido de El trabajo después del coronavirus: <https://nuso.org/articulo/digitalizacion-trabajo-coronavirus-futuro-capitalismo/>
- Noreña, J. O. (2019). La economía naranja en las agencias de comunicación de Ibagué. Ibagué: Universidad de Ibagué.
- ONU. (29 de 04 de 2020). Noticias ONU. Obtenido de La crisis laboral ocasionada por el coronavirus puede alcanzar a la mitad de los trabajadores: <https://news.un.org/es/story/2020/04/1473582>
- Organización Internacional del Trabajo . (200). El COVID-19 y el mundo del trabajo: Repercusiones y respuestas . OIT.
- Ortiz, R. (20 de 02 de 2020). Roc21. Obtenido de ¿Qué es y cómo es la Gestión del Diseño gráfico?: <https://www.roc21.com/2020/02/20/gestion-del-dise-no-grafico/>

- Plitt, L. (02 de 11 de 2020). BBC News. Obtenido de Por qué la pandemia de covid-19 ha dado lugar a tantas teorías conspirativas que ponen en riesgo la batalla contra el coronavirus: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-54706193>
- Quiñones, M. P. (s.f). El diagrama o blueprint del servicio: herramienta de diseño y control en la presentación de los intengibles . Puerto Rico : Universidad de Puerto Rico.
- Rodal, E. (07 de 05 de 2020). Podcast Industria 4.0. Obtenido de El papel de las nuevas tecnologías en el trabajo en la era del coronavirus: <https://www.podcastsindustria40.com/tecnologia-trabajo-coronavirus/>
- Ryan, M. (11 de 03 de 2020). ¿Cuál es la diferencia entre una epidemia y una pandemia? Obtenido de El comercio : <https://www.elcomercio.com/afull/diferencia-epidemia-pandemia-coronavirus-enfermedad.html>
- Toro, J. D. (2020). SARS-CoV-2/COVID-19: el virus, la enfermedad y la pandemia. Medellín: Médica Colombiana.
- Veneranda, G. (2014). La gestión del diseño . Buenos Aires: Universidad Abierta Interamericana .
- Visocky, J. (2018). Manual de investigación para diseñadores . Barcelona : BLUME.