



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**

Escuela de Diseño Gráfico

**ANÁLISIS DE LOS CAMBIOS SUSCITADOS EN LA
PRÁCTICA PROFESIONAL DEL DISEÑO
GRÁFICO, EN ÉPOCA DE PANDEMIA**

Trabajo de Graduación previo a la
obtención del título de:

DISEÑADOR GRÁFICO

Autor: Christopher Alexander Rodríguez Inzacua

Director: Juan Carlos Lazo Galán

Cuenca, Ecuador, 2023

A mis queridos padres, no hay palabras suficientes para expresar mi agradecimiento por todo lo que han hecho por mí. Desde el inicio de mi educación hasta este momento crucial de mi vida, ustedes han sido mis pilares. Han sacrificado tanto para brindarme las mejores oportunidades y han estado a mi lado en cada paso del camino, animándome y alentándome a seguir adelante incluso cuando las dificultades parecían insuperables. Su amor, sabiduría y dedicación han sido mi fuente de inspiración constante. Este logro es tan vuestro como mío, y les dedico este trabajo con todo mi corazón.

A mis hermanos, su apoyo y aliento en cada etapa de este proceso han sido invaluable. Han estado ahí para celebrar mis triunfos y para levantarme cuando me encontraba desanimado. Su compañía y palabras de aliento han sido un bálsamo en los momentos de cansancio y desafíos. Esta dedicación también es para ustedes, como muestra de mi gratitud por su constante respaldo y por ser mi fuerza en los momentos más difíciles.

AGRADECIMIENTOS

Hoy, al culminar esta etapa tan significativa en mi vida académica, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a cada uno de ustedes. Su apoyo incondicional ha sido invaluable. A mi familia, por estar a mi lado en cada paso de este proceso. A mis compañeros, por compartir este viaje académico y ser mi fuente de inspiración. A los profesores, por su dedicación y por brindarme las herramientas necesarias para culminar la carrera. Estoy eternamente agradecido con todos ustedes.

Índice

CAPÍTULO 1

1. DISEÑO GRÁFICO	14
1.1 El diseño gráfico	15
2. DISEÑADOR GRÁFICO	16
2.1 Diseñadores gráficos	16
2.2 Rol de los diseñadores en la sociedad	17
2.3 Gestión de los diseñadores gráficos	18
3. TELETRABAJO	19
3.1 Teletrabajo	19
3.1.1 Tabla de ventajas y desventajas del teletrabajo	20
3.2 Teletrabajo y el diseño gráfico	21
4. TRABAJO COLABORATIVO	22
4.1 Trabajo colaborativo	22
4.1.1 Tabla de ventajas y desventajas del trabajo colaborativo	23
4.2 Trabajo colaborativo y el diseño gráfico	24
5. PROCESO DE DISEÑO	25
5.1 Proceso de diseño	25
6. ESTADO DEL ARTE	27
6.1 Estado del arte	28
7. CONCLUSIONES	29

CAPÍTULO 2

1. MARCO METODOLÓGICO	30
1.1 Marco metodológico	31
2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	32
2.1 Investigación descriptiva	32
3. POBLACIÓN Y MUESTRA	33
3.1 Población y Muestra	33
4. CRITERIOS	34
4.1 Criterios de inclusión y exclusión	34
5. ANÁLISIS Y VARIABLES	35
5.1 Unidad de análisis y variables	35
6. MATRIZ METODOLÓGICA	36
6.1 Matriz metodológica	36
7. CONCLUSIONES	37

CAPÍTULO 3

1. ENTREVISTAS	38
1.1 Entrevistas e información importante	39
2. CONCLUSIONES	56

Índice

CAPÍTULO 4

1. RESULTADOS	58
1.1 Resultados y encuesta	59
2. PROMOCIÓN	60
2.1 Estrategias de promoción y contacto	60
3. TRABAJO EN EQUIPO	63
3.1 Métodos de trabajo en equipo	63
4. PRESENTACIÓN DE AVANCES	66
4.1 Presentación de avances o prototipos	66
5. ENCUESTAS	69
5.1 Encuestas	69
6. CONCLUSIONES	76

CAPÍTULO 5

1. HERRAMIENTAS	78
1.1 Herramientas utilizadas durante la pandemia	79
2. CONCLUSIONES	90

CONCLUSIONES	92
---------------------	----

RECOMENDACIONES	94
------------------------	----

ANEXOS	96
---------------	----

BIBLIOGRAFÍA	100
---------------------	-----

Índice de imágenes

1.

https://www.coitiar.es/Uploads/Imagenes_Noticias/1131_2023_1_16_2_40_366.jpg

2.

<https://lamenteesmaravillosa.com/wp-content/uploads/2022/05/lupa-papeles-investigacion.jpg>

3.

<https://www.esic.edu/sites/default/files/rethink/entrevista-de-trabajo.jpg>

4.

Francisco Ramírez

5.

Andrés Olingi

6.

David Gutierrez

7.

Andrés Ortiz

8.

Gabriela Corral

9.

David Arévalo

10.

Daniela Duran

11.

Samia Gómez

12.

https://eonthaki.github.io/assets/images/shutterstock_731263783.jpg

13.

<https://www.linkedin.com/pulse/optimizando-el-trabajo-en-equipo-herramientas-de-y-l%C3%ADnea-verteramo/?originalSubdomain=es>

14.

<https://www.figma.com/>

Índice de imágenes

15.

<https://trello.com/home>

16.

<https://miro.com/es/>

17.

<https://asana.com/es>

18.

<https://slack.com/intl/es-ec>

19.

<https://www.notion.so/es-la/product>

20.

<https://www.bitrix24.es/>

21.

<https://stormboard.com/home>

22.

<https://www.loom.com/es>

Índice de tablas

Ventajas y desventajas del teletrabajo

Ventajas y desventajas del trabajo colaborativo

RESUMEN

La pandemia del COVID-19 afectó a todos los mercados, modificando radicalmente las formas de trabajo alrededor del mundo. El ámbito del diseño gráfico no fue la excepción pues tuvo que adaptarse a la modalidad de teletrabajo, modificando sus métodos y herramientas. Este trabajo de fin de carrera busca identificar estos cambios, a través de entrevistas a profesionales de diseño y encuestas de validación. Gracias a esta investigación y a los análisis de los resultados obtenidos de las entrevistas y encuestas, se espera poder responder cuáles fueron los cambios que los diseñadores gráficos tuvieron que realizar durante la pandemia del COVID-19.

Palabras clave:

Covid-19, proceso de diseño, rol de trabajo, teletrabajo, trabajo colaborativo.

Covid-19 pandemic affected all markets, radically modifying the ways of work around the world. The scope of graphic design was no exception because it had to adapt to the teleworking modality, modifying its methods and tools. This end of the career work seeks to identify these changes, through interviews with design professionals and validation surveys. Thanks to this research and the analysis of the results obtained from the interviews and surveys, it is expected to be able to answer what were the changes that the graphic designers had to perform during the Covid-19 pandemic.

Keywords:

COVID-19, design process, work role, teleworking, collaborative work.

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

Desde la llegada del COVID-19, el impacto de esta crisis sanitaria se ha extendido a todos los mercados, poniendo en crisis a numerosas empresas de diversos sectores. El campo del diseño gráfico no ha sido la excepción, ya que las empresas se han visto obligadas a implementar estrategias de marketing digital para enfrentar esta nueva realidad. Sin embargo, los diseñadores también han experimentado cambios significativos en sus metodologías de trabajo.

Con el objetivo de comprender a fondo el impacto que la pandemia tuvo en la profesión del diseño gráfico, se llevó a cabo una investigación exhaustiva, para entender cómo se realizaba el proceso de diseño gráfico previo a la pandemia del Covid-19, posteriormente se realizó una segmentación cuidadosa para seleccionar a los diseñadores que podrían brindar respuestas relevantes sobre los métodos utilizados antes de la pandemia y los cambios que experimentaron durante ese período. Se buscó abarcar diferentes perfiles profesionales y áreas de especialización dentro del diseño gráfico, con el fin de obtener una visión completa de la industria y sus transformaciones.

Mediante entrevistas a diseñadores y profesionales del sector, se recopiló información detallada sobre los cambios en los procesos y métodos de trabajo. Se exploraron las experiencias individuales, las estrategias adoptadas y las nuevas herramientas o enfoques que surgieron como resultado de la crisis sanitaria global. Además, se indagó sobre las estrategias y métodos que están utilizando actualmente para adaptarse a la nueva realidad.

Estos testimonios y resultados obtenidos de las entrevistas fueron complementados con una encuesta diseñada específicamente para corroborar y cuantificar los hallazgos cualitativos. La encuesta permitió obtener una perspectiva más completa respaldada por datos sobre el verdadero impacto de la pandemia en la profesión del diseño gráfico, así como las estrategias y métodos utilizados en la actualidad para afrontar los desafíos presentes.

De esta manera, esta investigación ha permitido obtener una visión integral y actualizada de los cambios que los diseñadores gráficos han experimentado durante la pandemia del COVID-19. Los resultados obtenidos brindan información valiosa sobre las transformaciones en el campo del diseño, las estrategias adoptadas y los desafíos enfrentados, proporcionando una base sólida para comprender y abordar los cambios que ha traído consigo esta crisis sanitaria global.

Objetivo General

Aportar al entendimiento de los cambios ocurridos en la profesión del diseño gráfico en época de pandemia y pospandemia.

Objetivos Específicos

Identificar, enlistar y analizar las actividades que realizaban los diseñadores gráficos antes de la pandemia y en la época actual.

Identificar los procesos de diseño gráfico utilizados en la transición de lo impreso a lo digital.



CAPÍTULO

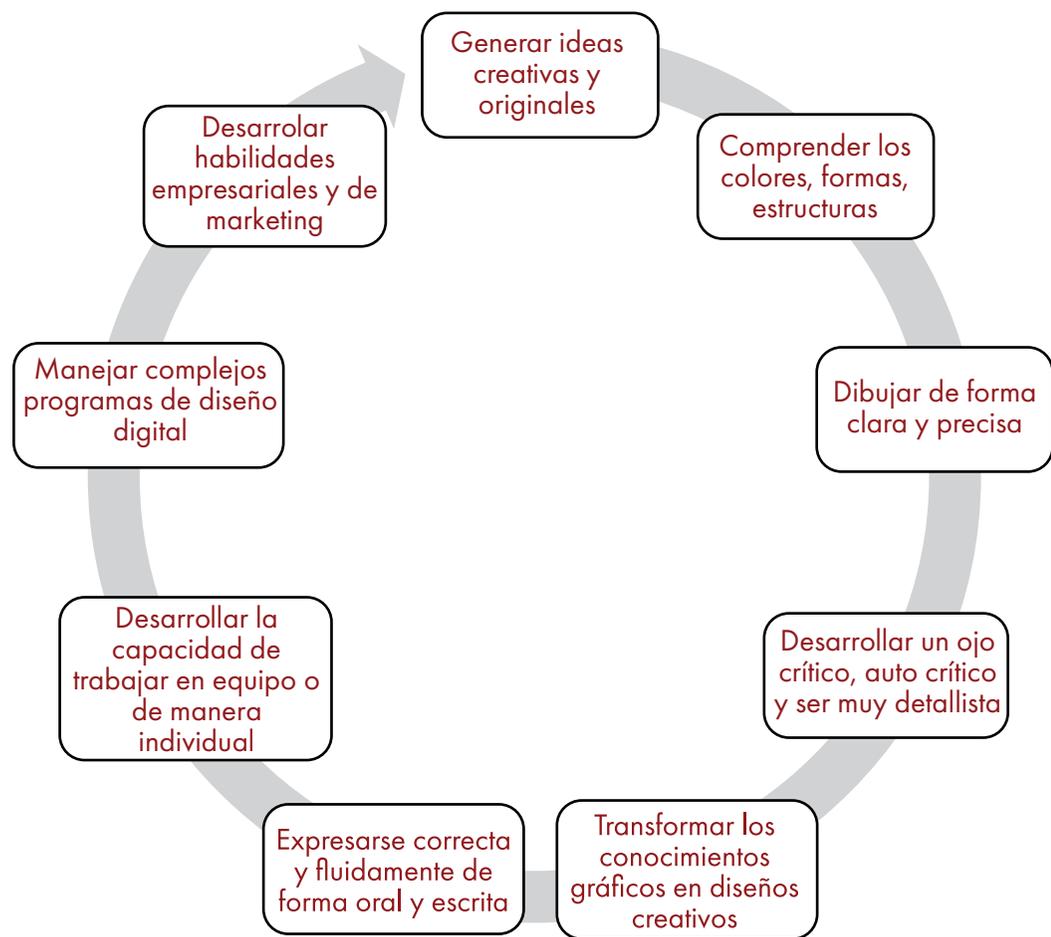
01

1.1 El diseño gráfico

El diseño gráfico, según UNIR (2021), consiste en la combinación de texto e imágenes con el fin de transmitir un mensaje visual. Por otro lado, López Besa (2022) lo define como el arte de comunicarse visualmente mediante texto, imágenes, símbolos o ilustraciones, con el objetivo de identificar una marca, recordar un mensaje, encontrar una buena propuesta de valor o atraer al cliente ideal. En ambos casos, se busca crear una representación visual clara y ordenada para que el mensaje sea entendido. Para ello, el diseño gráfico utiliza elementos esenciales de la comunicación gráfica y visual, tales como imágenes, vídeos y texto, tal como lo señala ESNECA (2019), con el propósito de transmitir mensajes e ideas importantes.

2.1 Diseñadores gráficos

Pérez (2021) define al diseñador gráfico como un profesional de la comunicación visual, capaz de crear nuevos conceptos utilizando herramientas técnicas o manuales. Por otro lado, Mora Miralles (2018) afirma que los diseñadores gráficos son responsables de la creación de diseños creativos para transmitir mensajes o ideas de manera única y atractiva para el espectador. Además, señala que un diseñador gráfico debe tener ciertas características, como ser creativo, detallista y organizado, y que estas habilidades deben ser adquiridas y mejoradas a través de la práctica. De manera más integral, las habilidades que debe poseer un diseñador gráfico se presentan en la Figura 1.



2.2 Rol de los diseñadores en la sociedad

De acuerdo con Torres (2018), el diseñador gráfico tiene como misión fundamental la capacidad de **solucionar los problemas de la sociedad a través de su ingenio creativo**. Sin embargo, se ha observado una falta de cultura y conocimiento sobre la labor que realizan estos profesionales, lo que ha afectado su papel en la sociedad.

Rol artístico

Es importante destacar que, según Martínez (2022), el diseñador gráfico no es el creador del mensaje sino su mediador, por lo que su principal objetivo es utilizar las imágenes para satisfacer las necesidades comunicativas de una marca. De esta forma, estos profesionales son responsables de la conceptualización y elaboración de arte gráfico y material visual utilizado en diversos medios, como libros, , publicidad, películas, empaques, afiches, logotipos, anuncios y medios digitales, tal como señala NEUVCO (2018).

Rol social

Mediante este rol busca dar forma a los mensajes, y dirigirlos a las personas, por lo que estos deben cumplir una responsabilidad. Las cuatro responsabilidades del diseñador gráfico son:

La Responsabilidad Profesional: es importante tener en cuenta que los diseñadores gráficos son profesionales que tienen como responsabilidad proporcionar a los clientes y al público formas de información visual atractivas, persuasivas, visibles y no discriminatorias (Martínez, 2022).

La Responsabilidad Social: del diseñador gráfico es clave, ya que su trabajo puede afectar a la sociedad a través de la comunicación visual, por lo que es importante que participe activamente y positivamente en ella (Martínez, 2022).

La Responsabilidad Ética: es fundamental para el diseñador gráfico, ya que su trabajo puede colaborar o no con la sociedad al crear mensajes visuales que apoyen o no atenten contra los valores humanos básicos (Martínez, 2022).

La Responsabilidad Cultural: el diseño gráfico puede contribuir al desarrollo cultural de la sociedad, creando objetos visuales que tengan un impacto en la comunidad y en la cultura en general (Martínez, 2022).

2.3 Gestión de los diseñadores gráficos

Los diseñadores gráficos tienen la responsabilidad de **facilitar la comprensión del mensaje y promover la venta del producto o servicio**. Para ello, utilizan herramientas, principios y técnicas creativas similares a las empleadas por fotógrafos y artistas. Cabe destacar que la creación de diseños gráficos va más allá de la técnica del carboncillo sobre papel, abarcando un amplio espectro de medios y formatos. (Ortiz, 2020).

3.1 Teletrabajo

El teletrabajo es un modelo de organización laboral que implica la realización de tareas remuneradas sin la necesidad de estar presentes físicamente en un lugar de trabajo específico, utilizando herramientas tecnológicas para facilitar la comunicación entre los empleados y las empresas (Ministerio de Trabajo, 2022). Esta modalidad de trabajo permite utilizar de manera eficiente el tiempo, ofrecer opciones de trabajo más flexibles y mejorar los procesos operativos a través del uso de aplicaciones móviles, páginas web y otros recursos informáticos (Vilcarromero-Ruiz et al., 2022).

Con la llegada de la pandemia del Covid-19, el teletrabajo se ha convertido en una opción cada vez más popular para mantener la productividad. Sin embargo, para que sea efectivo, se necesitan estrategias de resiliencia laboral que puedan improvisarse ante eventos epidemiológicos repentinos. Además, su implementación puede requerir una inversión significativa en tecnología para asegurar una comunicación efectiva y el mantenimiento de la productividad a largo plazo (Vilcarromero-Ruiz et al., 2022).

3. TELETRABAJO

3.1.1 Tabla de ventajas y desventajas del teletrabajo

En la siguiente tabla se presentan los aspectos positivos y negativos provocados por el teletrabajo.

Ventajas	Desventajas
Flexibilidad en la ordenación y distribución del tiempo de trabajo	Aparición de afecciones en la salud tanto física como mental de los teletrabajadores, debido a la exposición a uno de los factores de riesgo
Inclusión a las personas con discapacidad	Mecanismo a través del cual se controla el cumplimiento de las tareas
Ayuda a controlar la contaminación ambiental, minimiza la reubicación de trabajadores remotos y evita que trabajen de forma remota durante largos períodos de tiempo	La regulación laboral no está muy bien definida y la existente está construida con base en la lógica del trabajo presencial
Aminorar el uso del papel para la impresión de documentos	Falta de control físico sobre el empleado
Menores costes	Falta de contacto personal directo
Mejores candidatos y más diversos	Dificultades con el seguimiento y control de la jornada
Reduce el absentismo laboral	Costes en equipamiento y líneas de telecomunicaciones
Retención del talento	Necesidad de introducir cambios organizativos en la empresa.
Mejora de objetivos	Inconvenientes desde el punto de vista de recursos humanos
Reducción del número de accidentes en el trabajo	Reducción del aprendizaje
Mejora en tecnologías de la información	Pérdida de la confidencialidad
Mejor atención al cliente	Menor jerarquía y lealtad
Mejora de la responsabilidad social corporativa (RSC)	

Nota. Elaborado a partir de (Sánchez Vera, 2022; Blay Pérez, 2020)

3.2 Teletrabajo y el diseño gráfico

El teletrabajo habilitado por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha permitido que los diseñadores gráficos ejerzan su profesión de manera remota, sin limitaciones de ubicación o empleador. Según Torres García (2016), los diseñadores gráficos remotos tienen la responsabilidad de definir tareas, crear gráficos e informes, realizar pruebas y cumplir con otras responsabilidades profesionales. Sin embargo, también deben ser orientados a resultados y lograr metas, ser disciplinados en cuanto a ética y formalidades, gestionar gastos personales, tiempo fuera del trabajo y actividades, así como registrar y proteger la seguridad y confidencialidad de la propiedad intelectual y la información de los clientes o empresas.

4.1 Trabajo colaborativo

La labor colaborativa es una forma de trabajo que permite desarrollar proyectos de largo alcance. Según Andrada (2019), el objetivo es que cada individuo contribuya desde su campo de especialización para crear valor en el proyecto. Por otro lado, Fernández (2022) define el trabajo colaborativo como **el proceso de dos o más personas que coordinan sus esfuerzos para lograr el mismo objetivo**. Es importante destacar que esta forma de trabajar no se trata solo de compartir la carga y la responsabilidad, sino que es una forma productiva de combinar talentos para lograr objetivos que de otra manera no se podrían alcanzar.

El trabajo colaborativo se caracteriza por una serie de elementos fundamentales, tal y como lo señala Sergey (2021):

Integración: Los miembros del equipo deben unirse y comprender que el éxito o fracaso del proyecto depende del trabajo conjunto.

Colaboración interna: Los miembros del equipo deben cooperar voluntariamente entre sí sin la necesidad de un líder que medie.

Comunicación: Es importante que el equipo tenga una herramienta de comunicación efectiva para poder combinar los esfuerzos de cada uno de los integrantes. De esta manera, todos pueden estar en la misma página y concentrarse en lo que se necesita.

Respeto: Los miembros del equipo deben ser capaces de desarrollar sus ideas sin ofender a otros miembros del equipo. Esto implica expresar autocontrol y un genuino respeto por los pensamientos y sentimientos de los demás empleados.

4.1.1 Tabla de ventajas y desventajas del trabajo colaborativo

En la siguiente tabla están presentados los aspectos positivos y negativos del trabajo colaborativo.

Ventajas	Desventajas
La colaboración promueve el autoanálisis y el desarrollo personal	Diferentes ritmos de trabajo
La colaboración te ayuda a descubrir cosas nuevas	Formación
La colaboración contribuye a una mejor resolución de problemas	Espacio y recursos disponibles: Algunas plataformas tienen ciertas limitaciones, como el espacio o el acceso a ciertos recursos.
Promueve el pensamiento crítico	Conflictos: Se adoptará una forma de trabajo común. Esto puede generar conflictos por los distintos estilos de trabajo.
Favorece la adquisición de destrezas sociales	Búsqueda del liderazgo:
Promueve la coordinación	Búsqueda del consenso
Estimula el uso del lenguaje	Más restricciones
Sinergia en la ejecución de ciertas tareas.	Fracaso de la colaboración
Permite desarrollar destrezas de autodescubrimiento	Miedo a ser criticados

Nota. Elaborado a partir de (Sergey, 2021; Joblers, 2022)

4.2 Trabajo colaborativo y el diseño gráfico

El trabajo o diseño colaborativo en el campo del diseño gráfico implica un proceso donde diferentes disciplinas y prácticas interactúan y colaboran. Según Von Unger y Pastén (2017), el diseño colaborativo permite la participación directa de los usuarios finales en todo el proceso de desarrollo del producto, servicio o entorno. Este enfoque innovador permite a los usuarios convertirse en expertos en su propia experiencia y contribuir al proceso de diseño desde diferentes perspectivas. El diseño colaborativo también ayuda a los diseñadores a entender mejor la dimensión del usuario en cada proyecto y aumentar la empatía por el usuario.

En el proceso de diseño colaborativo, las perspectivas de diferentes disciplinas o temas se encuentran y cada participante contribuye al proyecto desde su propia perspectiva, independientemente de su trayectoria social, cultural o profesional. Según Von Unger y Pastén (2017), este enfoque del diseño permite a los usuarios participar en la creación de conocimiento, generación de conceptos y desarrollo de productos, lo que obliga a los diseñadores a centrarse en la indagación empírica y entender mejor las necesidades, aspiraciones, creencias, antecedentes y valores de los usuarios.

5.1 Proceso de diseño

El proceso de diseño gráfico es fundamental para lograr el éxito en la creación de productos visuales efectivos y atractivos. Según Alberich et al. (2019), **un buen proceso de diseño gráfico debe garantizar la más alta calidad y servicio que satisfaga las necesidades del cliente.** El diseño gráfico profesional consta de una serie de pasos cuidadosamente diseñados para asegurar la máxima eficiencia y efectividad en el proceso creativo.

El proceso de diseño está conformado por ocho pasos.

1. Definición y briefing.

Este paso implica la identificación precisa de los problemas de comunicación del cliente y las expectativas que el cliente tiene para una solución de diseño gráfico. La falta de definiciones claras o definiciones vagas de los objetivos del cliente y del proyecto pueden llevar a la reelaboración del proceso y afectar negativamente el proyecto en su totalidad. Por lo tanto, se crea un brief en este punto, que es un documento que describe el problema que el proyecto debe resolver, y sienta las bases para el desarrollo de la solución gráfica requerida. Este documento es crucial para la fase siguiente del proyecto de desarrollo (Alberich et al., 2019).

2. Investigación

Consiste en recoger toda la información posible relacionada con los distintos elementos que intervienen en el proyecto. Así pues, se incluyen los siguientes factores (Alberich et al., 2019):

- Cliente
- Producto
- Proyect
- Mercado
- Competencia
- Público objetivo

3. Análisis

En esta fase se busca identificar la necesidad de comunicación y definir un enfoque funcional que permita desarrollar una o más soluciones concretas. Para lograrlo, se puede adoptar un enfoque creativo que consiste en dividir el problema en partes y encontrar soluciones para cada una de ellas. Este enfoque permite obtener múltiples soluciones y seleccionar la que mejor se adapte a las necesidades del proyecto. Para ello, es necesario analizar detalladamente toda la información recopilada sobre los diferentes elementos del proyecto y dividir el conjunto en partes para analizarlas por separado (Alberich et al., 2019).

5. Prototipado y maqueta

El paso de prototipado y maquetado se utiliza para crear representaciones concretas y tangibles de las soluciones gráficas propuestas. A través de este proceso, se desarrollan versiones iniciales de los productos gráficos que se presentarán al cliente para su revisión y aprobación. Este paso es importante porque ayuda a los diseñadores a evaluar el diseño en términos de su efectividad y eficiencia en la comunicación del mensaje deseado y a asegurar que se cumplan los objetivos y los requisitos del cliente (Alberich et al., 2019).

7. Desarrollo y arte final

Una vez que el cliente ha seleccionado y aprobado la propuesta final, se da inicio al desarrollo del proyecto y se trabaja en la creación del producto gráfico definitivo. Este proceso de diseño gráfico puede involucrar a varios profesionales o empresas especializadas en diferentes tareas, tales como la manipulación de imágenes y texto, el diseño gráfico y la producción del arte final. Es importante mencionar que este proceso de diseño gráfico digital implica múltiples etapas y procesos (Alberich et al., 2019).

4. Ideación

En esta etapa, el diseñador o equipo creativo toma como base el brief y comienza a idear soluciones creativas que se presentarán al cliente. Para ello, se utilizan diversas técnicas creativas. Aunque es un proceso que requiere libertad, las ideas deben surgir dentro de marcos, objetivos y condiciones previamente definidos de manera abstracta, con el fin de encontrar soluciones efectivas y específicas a problemas específicos. Es importante tener en cuenta que el proceso creativo puede estar limitado por factores como el presupuesto y el tiempo asignado al proyecto (Alberich et al., 2019).

6. Selección

En esta etapa, se debe tomar una decisión final sobre qué esquema final se debe desarrollar para lograr el arte final. Es posible que varias propuestas hayan pasado la etapa de prototipo. Por lo tanto, puede ser el equipo creativo o el cliente quien tome la decisión final, dependiendo de quién tenga la última palabra en el proyecto (Alberich et al., 2019).

8. Evaluación y aprendizaje

El proceso de diseño no termina con el lanzamiento del producto gráfico. En este punto, se deben discutir las etapas finales de desarrollo en ambos frentes. Por otro lado, el equipo de diseño debe evaluar el proceso de diseño desarrollado. Por otro lado, tanto el cliente como el equipo de diseño pueden analizar y sacar conclusiones de los datos de diseño gráfico recibidos del público objetivo (Alberich et al., 2019).

6.1 Estado del arte

Para el desarrollo de la presente investigación se realizó una revisión documental de artículos científicos, libros digitales, e informes que se relacionen con la problemática planteada, es así que se encuentra las investigaciones de:

En su investigación titulada “Impacto del Covid-19 en el campo profesional del diseñador gráfico: algunas reflexiones”, Morales (2021) destaca que la pandemia ha provocado cambios significativos en la realidad laboral y en las perspectivas profesionales de los diseñadores gráficos. Aunque el entorno laboral de estos profesionales ya era complicado en años anteriores, la irrupción de la pandemia ha empeorado aún más la situación, y ha planteado el reto de adaptarse a un nuevo contexto profesional. A pesar de esto, los diseñadores gráficos tienen perspectivas diversas frente a esta nueva realidad: algunos han experimentado cambios radicales, mientras que otros los han vivido de manera más moderada, y un tercer grupo afirma que las cosas siguen prácticamente igual. En este sentido, la visión de los diseñadores es heterogénea, ya que algunos ven el mundo de manera diferente y otros siguen viéndolo de la misma manera. Entre los desafíos que ha presentado la pandemia para los diseñadores gráficos, se destaca la necesidad de actualizarse y capacitarse para poder ser más competitivos en el mercado laboral.

Barriga (2020), en su investigación “Transformación de las prácticas contemporáneas del diseño gráfico y su institucionalización como carrera bajo las dinámicas del mercado en las Instituciones de Educación Superior de Riobamba, periodo 2000-2015”, concluye que los contenidos establecidos en la educación superior no siempre son aplicables en la vida laboral, debido a los problemas de crecimiento o crisis que a menudo afectan a los países de la región. Esto lleva a los profesionales del diseño gráfico a optar por trabajos que requieren habilidades y destrezas que no están incluidas en los planes de estudio de las instituciones educativas superiores. A pesar de esto, es importante destacar que en la muestra de egresados entrevistados, la mayoría se desempeña en la actividad profesional para la que fueron formados y que han tenido una experiencia positiva. Sin embargo, también existe un grupo que se dedica a otras actividades, como la docencia.

Según la investigación de Arana, et al., (2020), la epidemia del coronavirus ha dado lugar a varios aspectos relevantes en términos de comunicación, tales como la estructura de poder en Internet, la creación y uso de contenidos e información, la importancia del audiovisual en la cultura contemporánea, y la relevancia de la ficción en la práctica social a lo largo del tiempo. Además, se ha observado un aumento en el consumo de noticias y un incremento en los indicadores de visitas, usuarios, duración y difusión en las redes sociales desde la aparición del virus.

3

4

Sicila, et al., (2021) destacan que las redes sociales han tenido una gran influencia en nuestra sociedad y se han convertido en una parte integral del día a día de millones de personas en todo el mundo. Las empresas han comenzado a darse cuenta de su potencial y están integrándolas gradualmente en sus operaciones. Esto implica que toda estrategia de marketing, incluyendo la toma de decisiones sobre producto, precio, distribución y comunicación, debe adaptarse a la dinámica de las redes sociales. Además, las redes sociales han cambiado la forma en que se gestiona la atención al cliente, convirtiéndose en un canal de comunicación para resolver casos y reclamaciones.

El trabajo de Valdovinos-Rodríguez y Rogel-Villalba (2020), "El diseño gráfico en la industria: competencias para la nueva realidad después del COVID-19", tiene como objetivo identificar las competencias que los diseñadores gráficos deben tener para adaptarse a la nueva realidad que ha surgido con la pandemia. A través de un método descriptivo y entrevistas semi-estructuradas, se ha explorado las necesidades de comunicación interna de las empresas y qué tipo de soporte gráfico se requiere. Se concluye que es crucial establecer estrategias y mecanismos para captar la atención del alumnado.

5

6

En el trabajo de Ochoa Hermida (2021) titulado "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", se buscó obtener una visión más amplia de la gestión en el ejercicio profesional del diseño gráfico tras la pandemia del COVID-19, con el objetivo de desarrollar una nueva forma de trabajar que tenga en cuenta los puntos competitivos de la profesión. Para ello, se utilizaron métodos e instrumentos cuantitativos y cualitativos, como entrevistas, fichas de observación y Blueprint o Costumer Journal. El principal resultado del estudio confirmó que la comunicación con los clientes es más compleja que nunca. Además, se desarrolló una nueva metodología para el proceso de trabajo de los diseñadores gráficos que agrupa los diferentes pasos implementados por los expertos en su trabajo.

En conclusión, la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en el mundo del diseño gráfico, tanto en el tipo de proyectos que se crean como en la forma en que se producen. A medida que las empresas y organizaciones cambiaron al trabajo remoto y la comunicación en línea, los diseñadores gráficos tuvieron que adaptar sus metodologías de diseño para adaptarse mejor a las plataformas digitales y los entornos virtuales. Esto condujo a un mayor enfoque en la simplicidad, la claridad y la accesibilidad, así como a un mayor énfasis en la tipografía y la jerarquía visual.

Además, la pandemia también ha resaltado la importancia del diseño en la comunicación de información crítica sobre salud y seguridad al público. Los diseñadores gráficos jugaron un papel vital en la creación de mensajes visuales claros, concisos y convincentes que ayudaron a educar a las personas sobre los riesgos de COVID-19 y cómo mantenerse a salvo.

Mirando hacia el futuro, es probable que muchos de los cambios que ocurrieron en el diseño gráfico durante la pandemia continúen dando forma a la industria en los años venideros. A medida que el trabajo remoto y la comunicación virtual se vuelven más frecuentes, los diseñadores deberán continuar priorizando la simplicidad, la claridad y la accesibilidad en sus diseños, al mismo tiempo que exploran nuevas formas de interactuar y conectarse con las audiencias en un mundo digital.

7. CONCLUSIONES

CAPÍTULO 02

1.1 Marco metodológico

El enfoque utilizado en la investigación es cualitativo y su objetivo es comprender los fenómenos en su contexto habitual. Este enfoque se basa en la descripción detallada de situaciones, eventos, personas, interacciones, comportamientos observados y documentos. Al estudiar los cambios en la profesión del diseño gráfico durante y después de la pandemia, se deben considerar aspectos culturales, económicos, tecnológicos y de la vida cotidiana de los diseñadores gráficos y sus clientes, lo que hace que el fenómeno social sea complejo. Por lo tanto, se utilizó un enfoque cualitativo que permitió una exploración más profunda y detallada de estos aspectos. Las técnicas de recolección de datos, como las entrevistas en profundidad, fueron utilizadas para capturar la complejidad y diversidad de las experiencias y percepciones de los individuos y grupos involucrados en los cambios ocurridos en la profesión del diseño gráfico durante y después de la pandemia.

2.1 Investigación descriptiva

Este tipo de investigación, según Arias et al. (2022), tiene como propósito la clasificación precisa y sistemática de una población, condición o fenómeno, para determinar sus características, frecuencias, tendencias y clasificaciones correspondientes. En este sentido, la investigación sobre los cambios en la profesión del diseño gráfico durante y después de la pandemia busca **caracterizar y analizar dichos cambios, así como comprender la situación actual de la profesión en relación a la pandemia, los desafíos que se presentan y las estrategias que se han implementado para enfrentarlos**. Esto permitirá una identificación más clara y precisa de los factores que han impactado en la profesión, lo que a su vez facilitará la toma de decisiones para abordar los retos actuales y futuros de la misma.

Investigación de campo

Este enfoque de investigación se centra en comprender los fenómenos dentro de su contexto natural. Los investigadores recopilan información de diversas fuentes y entran en el campo no solo para recopilar datos, sino también para comprender las experiencias y perspectivas de las personas involucradas en el estudio (Salas Ocampo, 2022). En este sentido, la investigación de campo puede contribuir significativamente a comprender cómo los diseñadores gráficos han enfrentado los desafíos de la pandemia, cómo han adaptado sus procesos de trabajo y cómo han cambiado sus relaciones con sus clientes y colegas.

3.1 Población y Muestra

Población

El término “población” se refiere al conjunto de elementos, individuos o objetos que se estudian en una investigación (Cejas y Prato, 2022).

En este caso, la población de interés para la presente investigación está compuesta por los diseñadores gráficos graduados de la Universidad del Azuay con un mínimo de 5 años de experiencia laboral en el mercado.

Muestra

La muestra es un subconjunto de la población total que se selecciona para ser estudiada debido a limitaciones de tiempo y recursos (Cejas y Prato, 2022).

En este caso, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, que implica la selección de un número de participantes accesibles y dispuestos a colaborar en la investigación. Se incluyeron 8 diseñadores gráficos graduados de la Universidad del Azuay con al menos 5 años de experiencia en el mercado, quienes cumplen con los criterios de selección establecidos.

4.1 Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión

- Diseñadores gráficos graduados de la Universidad del Azuay.
- Experiencia laboral de al menos 5 años en el mercado.
- Activo laboralmente durante la época de pandemia y post pandemia.
- Disponibilidad para participar en la investigación.

Criterios de exclusión

- Diseñadores gráficos que no hayan trabajado durante la época de pandemia y post pandemia.
- Diseñadores gráficos que no hayan tenido una experiencia laboral mínima de 5 años.
- Diseñadores gráficos que no hayan sido graduados de la Universidad del Azuay.
- Diseñadores gráficos que no estén dispuestos a participar en la investigación.

5.1 Unidad de análisis y variables

Se valoraron las opiniones de los entrevistados acerca de tres puntos específicos: el proceso de diseño con el cliente mediante el contacto, el trabajo en equipo y el proceso de revisiones y prototipado con el cliente. Estos puntos fueron analizados en función de diferentes variables.

En el caso del proceso de diseño con el cliente, se buscó comprender cómo los diseñadores gráficos han cambiado su estrategia de comunicación con los clientes en tiempos de pandemia y post pandemia.

En cuanto al trabajo en equipo, se investigó qué herramientas y metodologías han utilizado para colaborar y trabajar de manera eficiente.

En lo referente a el proceso de revisiones y prototipado con el cliente se buscó entender qué canales o estrategias se han utilizado para llevar a cabo este proceso.

Finalmente, se tomarán en cuenta los datos proporcionados por las diseñadoras mujeres que fueron entrevistadas, con el objetivo de identificar si la pandemia tuvo un impacto diferencial en comparación con los diseñadores hombres.

Para el proceso de análisis de la información obtenida de las entrevistas realizadas por Zoom y Google Meet, se utilizó herramientas de dictado por voz para transcribirlas. Luego, se etiquetaron las transcripciones de acuerdo a los temas discutidos en las entrevistas. Posteriormente, se clasificaron las etiquetas para identificar patrones y tendencias en las respuestas de los entrevistados. Los resultados de este análisis se presentarán en un documento que facilitará la observación de similitudes y diferencias entre las respuestas de los participantes.

6.1 Matriz metodológica

Objetivo de investigación	Fuentes	Universo o muestra
Identificar, enlistar y analizar las actividades que realizaban los diseñadores gráficos antes y durante la pandemia y en la época actual.	Entrevistas estructuradas a profundidad.	Diseñadores gráficos en empresas y agencias de publicidad con al menos 5 años de experiencia en el mercado, local o extranjero, graduados de la Universidad del Azuay.
Variables	Indicadores	Criterios
Actividades, procesos y metodologías empleados previo a la pandemia y los cambios a estos que produjo la misma.	Enlistado de actividades, análisis comparativo de actividades e identificación de cambios en dichas actividades.	Alrededor de 10 entrevistados seleccionados por muestreo no probabilístico por conveniencia que cumplan los criterios de inclusión previamente mencionados.

En conclusión, la definición clara de los diferentes factores de análisis y elementos de la matriz metodológica permitieron establecer de manera precisa los objetivos de investigación, así como las herramientas y métodos adecuados para recopilar y analizar la información de los entrevistados. También permitió determinar el perfil de los participantes adecuados para la investigación y orientar la creación del cuestionario de la entrevista, el cual se dividió en cuatro bloques principales que abarcan los objetivos de la investigación. En resumen, la metodología establecida fue esencial para lograr una investigación rigurosa y efectiva.



CAPÍTULO

03

1.1 Entrevistas e información importante

A continuación, se presentará información relevante sobre las personas entrevistadas, centrándose en los cuatro temas principales de la investigación.

FRANCISCO RAMÍREZ

Christopher Rodríguez



Img. 4

Datos

- 28 años de edad.
- Graduado en el 2007.
- 7 años de experiencia.
- Freelance.

40

Se promocionaba principalmente a través de recomendaciones de clientes y conexiones directas. Aunque tenía un portafolio en línea en Drive, **utilizaba muy poco las redes sociales y plataformas como Behance para promocionarse**. Sin embargo, reconocía la necesidad de mejorar y cambiar su estrategia de promoción para dar a conocer su trabajo y conseguir clientes de mayor calidad.

El diseñador tiene planes de implementar nuevas estrategias de contacto con los clientes, una de ellas es la creación de contenido para compartir en plataformas como YouTube. Esta estrategia permitiría contar acerca del proceso de los proyectos y compartir detalles que normalmente no se muestran. La idea surgió durante la pandemia y se encuentra en proceso de implementación.

Antes de la pandemia, tenía muchas reuniones físicas con su equipo y se comunicaban principalmente a través de WhatsApp. **Durante la pandemia, empezaron a utilizar mucho Zoom y otras herramientas de reuniones virtuales para evitar reuniones físicas innecesarias y ahorrar tiempo en desplazamientos.**

Antes de la pandemia, **consideraba que era necesario tener reuniones presenciales para discutir las tareas y actividades a realizar.** También utilizaban pizarrones virtuales y otras herramientas para trabajar en equipo. Después de la pandemia, se adaptó a utilizar software para reunirse virtualmente y trabajar en equipo. También se enfocan en dar tareas y trabajar en ellas de manera más eficiente, en lugar de estar pendientes de los empleados en todo momento. **El diseñador destaca que la flexibilidad y la posibilidad de trabajar desde cualquier lugar es más atractiva ahora.**

Antes de la pandemia, presentaba avances o prototipos de manera presencial con sus clientes, y si tenían que viajar a otra ciudad para hacerlo, lo hacía. Durante la pandemia, sin embargo, cambió su enfoque y **comenzó a utilizar herramientas como Google Meet, Keynote, PowerPoint, Stormboard y Zoom** para presentar avances y prototipos de manera virtual. Estas herramientas le han permitido trabajar de manera más eficiente y cómoda, y también han reducido la necesidad de viajar para reunirse con los clientes en persona. Además, mencionó que utiliza principalmente PowerPoint y Zoom para presentar las cosas y que no se hace difícil utilizar estas herramientas.



Img. 5

Datos

- 37 años de edad.
- Graduado en el 2008.
- 18 años de experiencia .
- Freelance/LUDIKOM.

DAVID GUTIERREZ

Christopher Rodríguez



Img. 6

Datos

- Diseñador gráfico.
- Maestría en comunicación y marketing .
- Fotógrafo profesional de moda.
- 12 años de experiencia.

44

Antes de la pandemia, utilizaba principalmente canales digitales, como las redes sociales y el portafolio en línea, para contactar a los clientes y ofrecer sus servicios de diseño y fotografía comercial, comenta que no utilizó medios físicos como tarjetas de presentación incluso antes de que iniciara la pandemia. Además, destacaba la importancia de la recomendación y de ofrecer un buen servicio. Durante la pandemia, la forma de contactar a los clientes no cambió mucho, ya que seguía utilizando canales digitales para ofrecer sus servicios, pero la ejecución del trabajo sí cambió debido a la situación de la pandemia. Además, señaló que **durante la pandemia era más difícil captar nuevos clientes** debido a la baja demanda y la falta de reactivación en algunos sectores.

Antes de la pandemia, el equipo solía arrancar la semana revisando pendientes y metas, clasificando por cliente lo que debían hacer cada uno, y la ejecutiva de cuentas revisaba lo que tenían para esa semana. También tenían reuniones y presentaciones de proyectos que no se cruzaban con las producciones.

Durante la pandemia, tuvieron que organizarse aún más y de manera más precisa debido a la imposibilidad de fallar. **Hicieron uso de herramientas digitales para asignar tareas** y la ejecutiva de cuentas ponía todas las cosas en orden. Fue un tema complejo debido a la falta de inspiración y el encierro, lo que resultó en bloqueos y distracciones. Finalmente, encontraron que la mejor opción era regresar a trabajar en la oficina con precauciones de seguridad.

Antes de la pandemia, trabajaba de manera presencial en la oficina y todo el proceso de aprobación de diseños se realizaba de manera analógica, imprimiendo y aprobando. Durante la pandemia, tuvo que adaptarse a la nueva forma de trabajo y realizar todo el proceso de aprobación de manera digital, a través de correo electrónico y WhatsApp. A pesar de esto, se adaptó rápidamente a los recursos y logró optimizar su trabajo. En general, la pandemia trajo cambios significativos en la forma de trabajar, pero pudo superarlos de manera efectiva.

Antes de la pandemia, **presentaba avances en la prueba de color visitando directamente la imprenta**. Sin embargo, durante la pandemia, tuvo que depender de la confianza que tenía con los proveedores y hacerlo digitalmente, enviando fotos o videos de cómo se veía el producto. A veces existían problemas de iluminación o ángulos que hacían que algo se viera diferente, pero la experiencia de los proveedores ayudó a obtener buenos resultados. Ahora, **después de la pandemia, pueden hacer más cosas digitalmente**, como revisar cómo queda un diseño en la imprenta. Para compartir archivos con el cliente, utilizaban principalmente el correo electrónico, aunque también realizaban reuniones en Meet o Zoom para conversar. Durante la pandemia, utilizaron WhatsApp para agilizar algunas cosas, ya que los mensajes son recibidos rápidamente y son fáciles de descargar y revisar.



Img. 7

Datos

-Diseñador gráfico de 37 años.

- Especializado en publicidad, marketing, packaging y redes sociales.

-Graduado en el 2013, con 10 años de experiencia.

GABRIELA CORRAL

Christopher Rodríguez



Img. 8

Datos

-Diseñadora gráfica.

-Maestría en Dirección
Creativa en Alemania.

-Fundadora de TUKUNA
STUDIO.

-10 años de experiencia.

48

Durante la pandemia, se tuvo una experiencia de trabajo exitosa, ya que el negocio se estableció durante ese periodo. Aunque hubo una disminución en los proyectos debido a la crisis por la guerra de Ucrania y Rusia en el 2022, no se vio afectada directamente por la pandemia. Trabajando principalmente con startups, se experimentó una disminución temporal en la inversión durante la crisis económica, pero ahora las cosas se han normalizado.

La comunicación con los clientes se volvió más digital durante la pandemia. Se utilizó una herramienta de comunicación llamada Slack, que resultó eficiente para interactuar con los clientes de manera rápida. Aunque en Ecuador se prefiere mucho el uso de WhatsApp, en Alemania la gente no tiene esa misma preferencia y prefiere comunicarse por correo electrónico o Slack. Cada persona responde a su propio tiempo y no hay una presión de respuesta inmediata.

Durante la pandemia, se ha adoptado un enfoque basado en resultados en lugar de contar las horas de trabajo. Se valora más el producto final y se exige un nivel de trabajo y resultados satisfactorios. Esto ha permitido a las personas trabajar de manera más independiente, pero al mismo tiempo se espera que entreguen buenos resultados. Ha habido un cambio positivo en la forma de evaluar el desempeño laboral.

En cuanto a las herramientas utilizadas, aunque muchas personas trabajan con herramientas como Trello para hacer un seguimiento de los procesos, en el flujo de trabajo de esta persona, donde la inmediatez es clave, han encontrado resultados positivos al trabajar a través de grupos de WhatsApp o Telegram. Aunque estas herramientas pueden parecer más informales, **la creación de grupos por proyectos o clientes ha facilitado la comunicación inmediata y dinámica.** Además, la implementación de Telegram ha sido beneficiosa para el envío de archivos.



Img. 9

Datos

-31 años de edad.

-Maestría en comunicación y marketing digital.

-10 años de experiencia.

-Fundador de MAKMA STUDIO.

DANIELA DURAN

Christopher Rodríguez



Img. 10

Datos

- Diseñadora gráfica.
- Maestría en diseño visual .
- Fundadora de DADA STUDIO.
- 8 años de experiencia.

Durante la pandemia, tuvo una experiencia gratificante trabajando en equipo. Aprendió muchas cosas al unirse con personas diferentes a ella. Destacó la importancia de la apertura y la escucha activa para aprovechar al máximo el aprendizaje. Además, valoró trabajar en un equipo amplio. Fue capaz de abrir su propio estudio y disfrutó de la oportunidad de hablar con personas de diferentes países y ayudar en proyectos internacionales. Para ella, **el diseño no solo se trata de vender y comunicar, sino también de brindar visibilidad a diversos proyectos y personas.** Esta experiencia le permitió conocer problemáticas sociales de otros lugares y viajar, conectando con personas más allá de lo laboral.

Valoró la dinamicidad y la apertura en un equipo, y su objetivo actual es continuar trabajando de forma remota para tener la posibilidad de seguir viajando y permitir que sus colaboradores también disfruten de esa oportunidad.

Durante la pandemia, no ha habido grandes cambios internamente, excepto en la relación con los clientes debido a las medidas de seguridad como el uso de mascarillas. Se ha tenido que adaptar y trabajar mucho, utilizando diferentes métodos de comunicación como Messenger, WhatsApp y reuniones físicas, respetando siempre las precauciones necesarias.

En cuanto a la comunicación interna, se han creado varios grupos de chat para diferentes aspectos del trabajo, como proyectos, pagos y otros temas específicos. Aunque ya existía el uso de WhatsApp antes de la pandemia, se ha convertido en una herramienta aún más importante durante este periodo. Se han creado grupos específicos en WhatsApp para abordar distintas áreas de trabajo, aunque los miembros pueden ser los mismos en cada grupo.



Img. 11

Datos

-Diseñadora gráfica.

-Especializada en Creación y Branding de marcas, Diseño y producción editorial, especializada en papelería Premium.

-17 años de experiencia.

2. CONCLUSIONES

Christopher Rodríguez

Basados en los primeros descubrimientos obtenidos de las entrevistas realizadas, se puede observar que la pandemia del COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la forma en que los diseñadores gráficos han trabajado, particularmente en la adopción de tecnologías digitales y la necesidad de adaptarse a nuevas formas de trabajo remoto.

Sin embargo, aún quedan etapas restantes en la investigación y se espera obtener más información que ayude a obtener datos relevantes para cumplir los objetivos de la investigación. En general, los primeros hallazgos indican la necesidad de adaptarse a nuevos métodos de trabajo y la importancia de las tecnologías digitales en el campo del diseño gráfico. Con más información, se podrá tener una mejor comprensión de los desafíos específicos que los diseñadores gráficos han enfrentado y cómo han sido capaces de superarlos.

A photograph of a business meeting. Two people are seated at a wooden table, looking at several documents with charts and graphs. One person is pointing at a document. The scene is brightly lit, possibly by natural light from a window. The text 'CAPÍTULO 04' is overlaid on the image.

CAPÍTULO 04

1.1 Resultados y encuesta

A continuación, se explorarán las respuestas obtenidas de los diseñadores gráficos en pandemia, así como los resultados de las encuestas realizadas. Estas fuentes de información ofrecieron una perspectiva valiosa sobre la experiencia de los profesionales del diseño durante este periodo desafiante. A través de las entrevistas, se pudo profundizar en las vivencias y opiniones de los diseñadores, permitiendo una comprensión más detallada de los desafíos y las oportunidades que enfrentaron. Además, las encuestas proporcionaron datos cuantitativos que respaldan y complementan los hallazgos cualitativos.

2.1 Estrategias de promoción y contacto

Promoción previo a la pandemia

Según las entrevistas a profesionales del diseño gráfico, se determinó que antes del comienzo de la pandemia, las estrategias de promoción se enfocaban principalmente en el uso de redes sociales, de manera superficial.

En ese momento, las redes sociales se consideraban más como una herramienta complementaria, y no se les atribuía la importancia necesaria en términos de generación de clientes potenciales o aumento de la visibilidad de la marca personal. Sin embargo, se reconocía que era necesario tener una presencia básica en estas plataformas para mostrar cierto grado de modernidad y mantenerse conectado con el público objetivo.

Además de las redes sociales, los diseñadores gráficos entrevistados mencionaron dos plataformas específicas utilizadas para promocionar su trabajo: Behance y LinkedIn. Behance, una plataforma dedicada a la exhibición y promoción de proyectos creativos, era apreciada por su enfoque en el diseño y la creatividad visual. Los profesionales del diseño gráfico encontraban en Behance una manera de mostrar su talento y atraer a posibles clientes.

Por otro lado, LinkedIn se destacaba como una herramienta valiosa para establecer contactos y networking profesional. Muchos entrevistados mencionaron que aprovechaban esta plataforma para conectarse con otros profesionales de la industria y ampliar su red de contactos. A través de recomendaciones y testimonios de clientes satisfechos, se generaba un efecto de validación que ayudaba a fortalecer la reputación y credibilidad de los diseñadores gráficos.

Sin embargo, es importante destacar que estas estrategias promocionales eran más pasivas y dependían en gran medida del boca a boca y las interacciones orgánicas en línea. No existía una planificación estratégica y sistemática para aprovechar todo el potencial de estas herramientas digitales.

Promoción de los diseñadores gráficos durante la pandemia

Durante la pandemia, según los profesionales del diseño gráfico entrevistados, se implementaron nuevas estrategias de promoción. **Se le dio mayor importancia a las redes sociales, convirtiéndolas en una herramienta fundamental.** Los diseñadores comenzaron a crear contenido y publicar su trabajo de manera constante en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn. Utilizaron diversas funciones como publicaciones, reels e historias para mantenerse activos y generar interacción con su audiencia.

Además, muchos diseñadores optaron por crear catálogos digitales o revistas digitales para presentar sus proyectos y servicios de una manera más visual y atractiva. Estas publicaciones digitales les permitieron mostrar su trabajo de forma más dinámica y accesible, llegando a un público más amplio.

En cuanto a la comunicación con los clientes, se observó un cambio en los canales utilizados. **El uso de aplicaciones de mensajería como WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram e Instagram se intensificó significativamente.** Estas plataformas permitieron una comunicación más directa y rápida con los clientes, facilitando la resolución de dudas, el envío de propuestas y el seguimiento de proyectos en tiempo real.

Sorprendentemente, durante este periodo, **se notó una disminución en el uso de canales más tradicionales como los correos electrónicos.** Aunque anteriormente se consideraban una forma común de comunicación, los diseñadores gráficos entrevistados señalaron que estos canales quedaron en un segundo plano frente a las herramientas mencionadas anteriormente.

Estrategias utilizadas actualmente

La pandemia abrió una puerta de oportunidad para los profesionales del diseño gráfico entrevistados, sacándolos de su zona de confort habitual. Durante este periodo, muchos de ellos exploraron mercados extranjeros y se dieron cuenta de que esta posibilidad ya existía antes de la pandemia. Esta nueva perspectiva les permitió expandir su cartera de clientes y descubrir un mundo de oportunidades.

En la actualidad, estos diseñadores gráficos se mantienen activos en las redes sociales y en plataformas como TikTok, aprovechando la visibilidad y el alcance que ofrecen. Han adoptado una estrategia de publicaciones constantes, compartiendo sus trabajos y experiencias para cautivar a su audiencia y captar nuevos clientes. Además, continúan manteniendo sus perfiles en plataformas como Behance y LinkedIn, donde pueden exhibir su talento y establecer conexiones profesionales de manera efectiva.

Sin embargo, a pesar de la creciente importancia de las herramientas digitales, estos profesionales reconocen la continua relevancia del boca a boca en su búsqueda de nuevos clientes. El poder de las recomendaciones y referencias sigue siendo una fuente valiosa para encontrar oportunidades de negocio.

3.1 Métodos de trabajo en equipo

Metodología de trabajo en equipo previo a la pandemia

Según los profesionales del diseño gráfico entrevistados, antes de la pandemia, **tenían en común una metodología de trabajo predominantemente presencial**. Comentaron que todas las revisiones, sugerencias, cambios o correcciones en los proyectos se llevaban a cabo en la oficina o en un lugar de trabajo compartido, dentro del horario laboral establecido. Además, era en estos mismos espacios donde realizaban todo su trabajo creativo.

La interacción directa con los clientes y el equipo de trabajo era fundamental en este enfoque. **Las reuniones cara a cara permitían una comunicación fluida y una comprensión más profunda de los requerimientos del proyecto**. Las revisiones y ajustes se realizaban en tiempo real, lo que facilitaba la colaboración y la toma de decisiones inmediatas.

La proximidad física también fomentaba un sentido de comunidad y pertenencia entre los profesionales del diseño gráfico. El intercambio de ideas, el apoyo mutuo y la retroalimentación instantánea eran aspectos valorados de esta dinámica de trabajo presencial.

Metodología de trabajo en equipo durante la pandemia

Con la llegada de la pandemia y las medidas de distanciamiento social, los profesionales del diseño gráfico se vieron obligados a adaptar su metodología de trabajo. La búsqueda de alternativas para mantener la productividad y la comunicación efectiva a distancia se convirtió en una prioridad.

En este contexto, surgieron herramientas y plataformas digitales que se convirtieron en aliados fundamentales. Los diseñadores gráficos aprovecharon herramientas de mensajería instantánea como WhatsApp y Telegram para mantener una comunicación fluida con su equipo de trabajo. La creación de grupos facilitó la colaboración, el intercambio de ideas y la resolución de problemas de manera rápida y eficiente.

Además, utilizaron diversas herramientas en línea para colaborar en tiempo real y organizar sus proyectos. Plataformas como Figma, Trello, Miro, Asana y Slack se convirtieron en aliadas indispensables para la gestión de horarios, la organización de tareas y el desarrollo conjunto de los proyectos. Estas herramientas permitieron a los profesionales del diseño gráfico mantenerse organizados, asignar tareas, realizar seguimientos y compartir archivos de forma segura y accesible para todo el equipo.

La transición hacia el trabajo remoto no estuvo exenta de desafíos. Los diseñadores gráficos tuvieron que ajustar su forma de interactuar, adaptarse a las nuevas herramientas y establecer una comunicación clara y efectiva a través de medios digitales. Sin embargo, muchos descubrieron que esta modalidad también presentaba ventajas significativas. La flexibilidad en los horarios les permitió equilibrar mejor su vida personal y laboral, y la posibilidad de trabajar con clientes y equipos ubicados en diferentes partes del mundo amplió sus oportunidades y perspectivas profesionales.

Metodologías de trabajo utilizadas actualmente

Según los profesionales del diseño gráfico entrevistados, la metodología de trabajo en equipo actual se basa en una combinación de trabajo presencial, y el uso de herramientas digitales descubiertas durante la pandemia.

El trabajo presencial en una oficina o estudio permite una interacción directa y una colaboración fluida con el equipo. Además, estar físicamente presentes en un entorno compartido fomenta un sentido de comunidad y fortalece los lazos entre los miembros del equipo.

Sin embargo, cuando no se encuentran en la oficina o estudio, encontraron en las plataformas digitales una forma efectiva de organizar y distribuir las responsabilidades de los proyectos. El uso de herramientas como WhatsApp y Telegram les permite mantener una comunicación constante con los grupos de trabajo, compartir actualizaciones y recibir retroalimentación en tiempo real.

Además, estas herramientas digitales les brindan la posibilidad de controlar el avance de los proyectos, asignar tareas y dar seguimiento a los hitos importantes. La coordinación y colaboración a distancia se vuelven más eficientes gracias a estas plataformas, lo que les permite mantenerse productivos y en sintonía con los objetivos del equipo.

Los profesionales del diseño gráfico también enfatizaron la importancia de estar en constante búsqueda de actualización y exploración de nuevas herramientas digitales que les permitan ser más productivos y colaborar con personas que no se encuentren en el mismo lugar físico. La tecnología está en constante evolución, y estar al tanto de las últimas herramientas y aplicaciones les brinda ventajas competitivas y les permite adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado.

4.1 Presentación de avances o prototipos

Métodos de presentación previo a la pandemia

Según los profesionales del diseño gráfico entrevistados, la presentación de avances o prototipos a los clientes o al resto del equipo de trabajo solía llevarse a cabo de manera presencial. Estas presentaciones **se realizaban mediante reuniones en las cuales los diseñadores creaban una presentación y un documento PDF que compartían posteriormente.**

La preferencia por realizar estas reuniones de manera presencial se debe a la necesidad de poder explicar detalladamente las propuestas y aclarar cualquier duda que el cliente pudiera tener. **La interacción directa y la comunicación en persona permitían transmitir de manera efectiva la visión y el mensaje detrás de los diseños,** lo que facilitaba el entendimiento y la toma de decisiones.

En algunos casos, los diseñadores gráficos debían realizar viajes a otras ciudades para llevar a cabo estas reuniones. Estos desplazamientos eran necesarios para establecer una conexión más personal con los clientes y mostrarles un compromiso sólido con el proyecto. Además, estar presente físicamente brindaba la oportunidad de captar las reacciones y expresiones del cliente en tiempo real, lo que ayudaba a ajustar y mejorar el enfoque del diseño.

Métodos de presentación durante la pandemia

Con la llegada de la pandemia, los profesionales del diseño gráfico se vieron en la necesidad de encontrar nuevas formas de presentar avances o prototipos a distancia. Según los entrevistados, se han volcado hacia las herramientas tecnológicas disponibles para realizar presentaciones virtuales.

En este sentido, han recurrido a plataformas de videoconferencia y colaboración en línea, como Zoom, Microsoft Teams y Google Meet. Estas plataformas les han permitido realizar presentaciones interactivas en tiempo real, donde pueden compartir su pantalla y explicar los avances o prototipos de manera visual y detallada.

Además, los diseñadores gráficos han adoptado el uso del WhatsApp como una herramienta práctica para enviar documentos PDF a sus clientes. A través de esta aplicación de mensajería instantánea, pueden compartir los avances del proyecto, acompañados de mensajes, videos o audios, si es necesario. Esta comunicación directa y rápida les ha permitido recibir retroalimentación o resolver dudas de manera ágil.

En algunos casos, cuando se requiere una interacción más detallada y personalizada, se programan reuniones en las plataformas de videoconferencia mencionadas anteriormente. En estas reuniones virtuales, se lleva a cabo una retroalimentación en tiempo real, donde los diseñadores pueden recibir comentarios, aclarar dudas y ajustar los avances o prototipos según las necesidades del cliente.

Métodos de presentación actuales

Los profesionales del diseño gráfico entrevistados, han implementado nuevas prácticas en cuanto a la presentación de avances o prototipos. En lugar de seguir un enfoque único, ahora clasifican la importancia y la complejidad de cada avance, adaptando sus estrategias de presentación según las necesidades del proyecto.

Una de las metodologías más comunes es la grabación de videos o audios explicativos, que luego son compartidos junto con un documento PDF que contiene la propuesta. Este enfoque les ha brindado comodidad y ha ahorrado tiempo tanto a los diseñadores como a sus clientes.

Sin embargo, los diseñadores también reconocen que en ciertas etapas del proyecto, especialmente cuando se trata de avances cruciales o de alta complejidad, una reunión presencial con el cliente puede ser fundamental. Estas reuniones cara a cara permiten una discusión más profunda y una interacción directa, donde se pueden abordar preguntas, comentarios y preocupaciones en tiempo real. La importancia de estas reuniones presenciales radica en la capacidad de establecer una conexión personal y aprovechar la comunicación no verbal para transmitir matices y emociones.

Además de los videos, audios y reuniones presenciales, los profesionales del diseño gráfico han encontrado utilidad en el uso de herramientas digitales específicas para la presentación de avances o prototipos. Plataformas como Stormboard o Bitrix24 ofrecen diversas herramientas que facilitan la creación y presentación de propuestas a los clientes. Estas herramientas permiten organizar y estructurar visualmente los avances, brindando una experiencia interactiva y accesible tanto para los diseñadores como para los clientes.

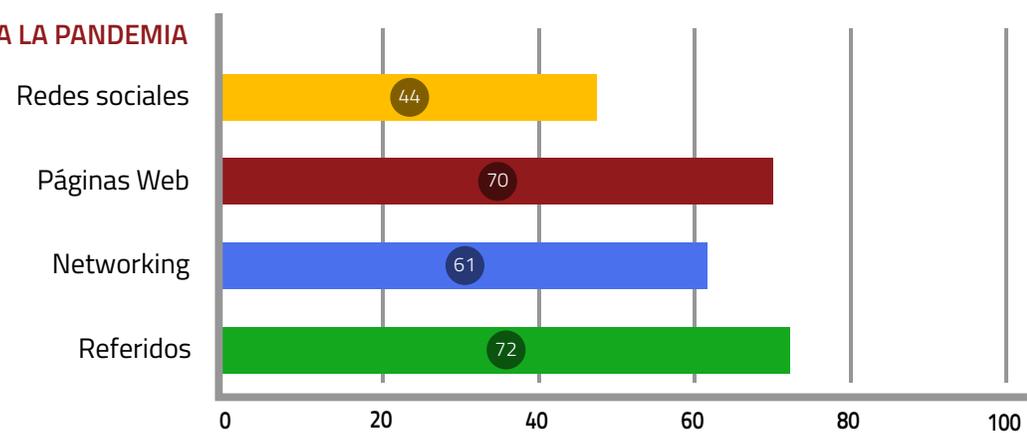
5.1 Encuestas

Información obtenida de las encuestas a diseñadores gráficos

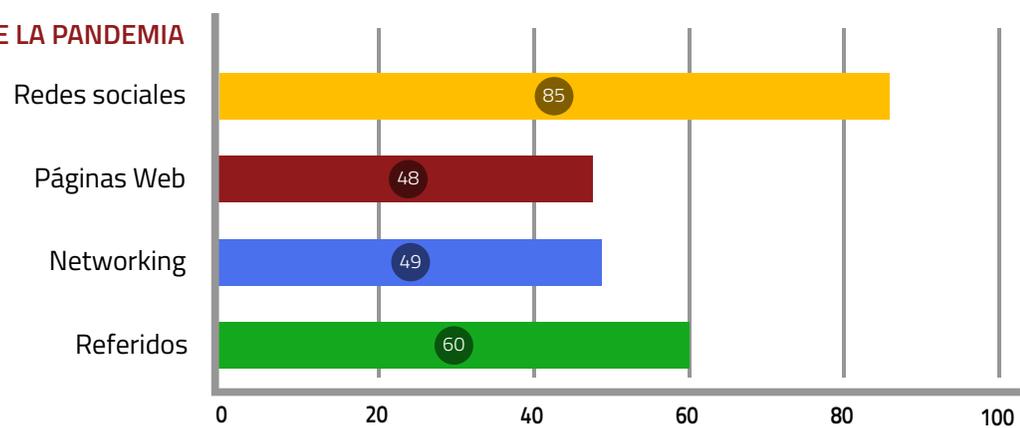
A continuación, presentaremos los datos cuantitativos obtenidos de los resultados de las encuestas realizadas a diseñadores gráficos. Estos datos complementarán la información proporcionada por los entrevistados, reforzando los patrones y diferencias identificadas en las estrategias de trabajo de los diseñadores gráficos durante la pandemia. Esta información adicional nos permitirá obtener una visión más completa y precisa de las experiencias y enfoques adoptados por los profesionales del diseño gráfico en estos tiempos desafiantes.

Estrategias de promoción

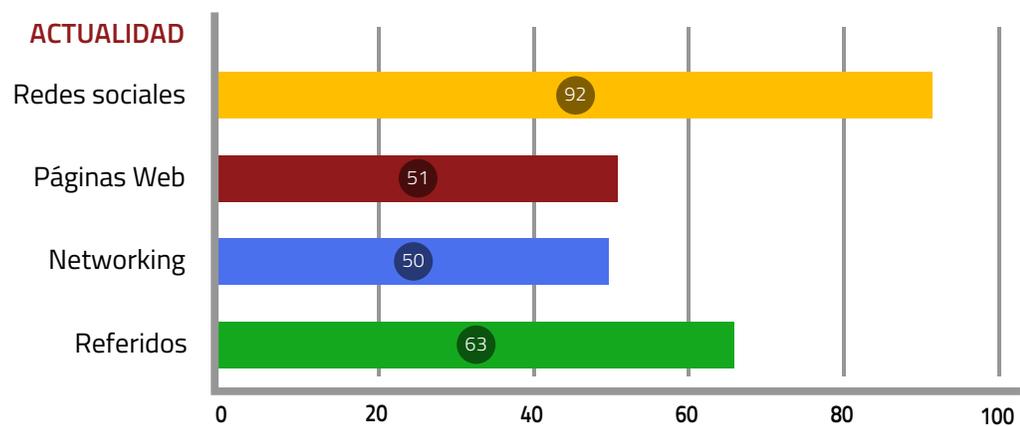
PREVIO A LA PANDEMIA



DURANTE LA PANDEMIA



ACTUALIDAD



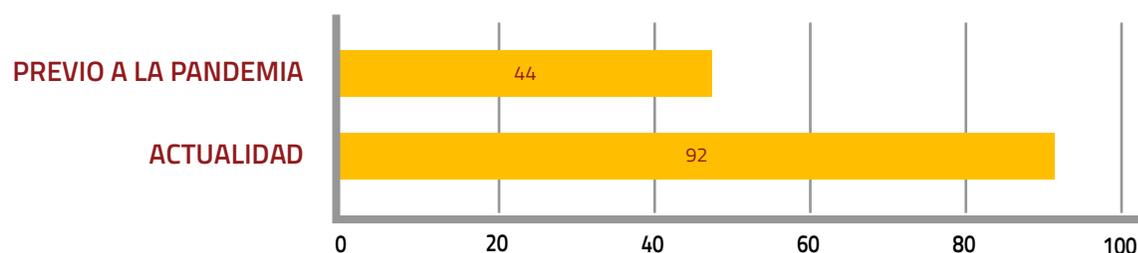
Según los datos recopilados en los gráficos anteriores, se puede observar un cambio significativo en las estrategias de promoción utilizadas por los diseñadores gráficos. Estos hallazgos coinciden con los testimonios de los profesionales entrevistados anteriormente, quienes destacaron la importancia de las redes sociales en su trabajo.

Durante la pandemia, las redes sociales se convirtieron en la herramienta principal utilizada por los diseñadores gráficos para promocionar sus servicios y mostrar su trabajo. Este cambio se refleja claramente en el gráfico a continuación, que evidencia el fuerte impacto que tuvieron las redes sociales en la promoción de estos profesionales.

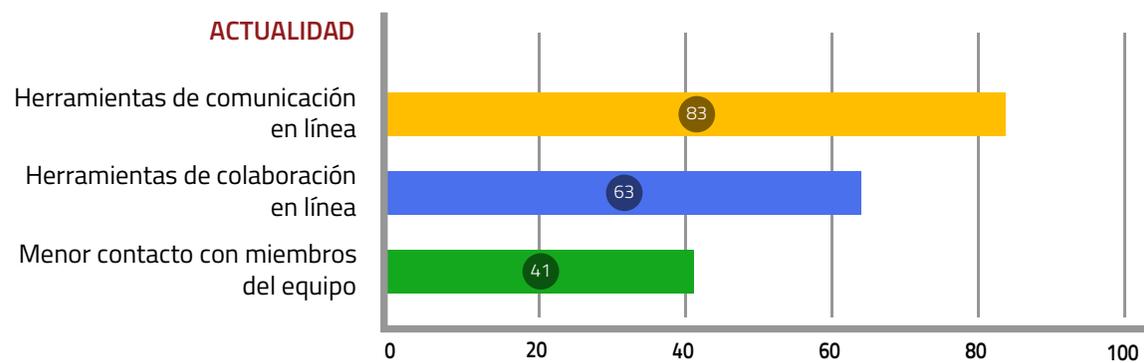
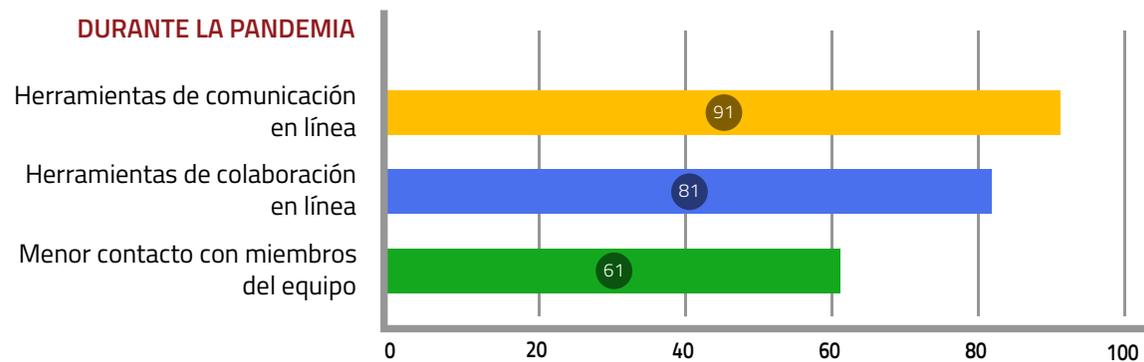
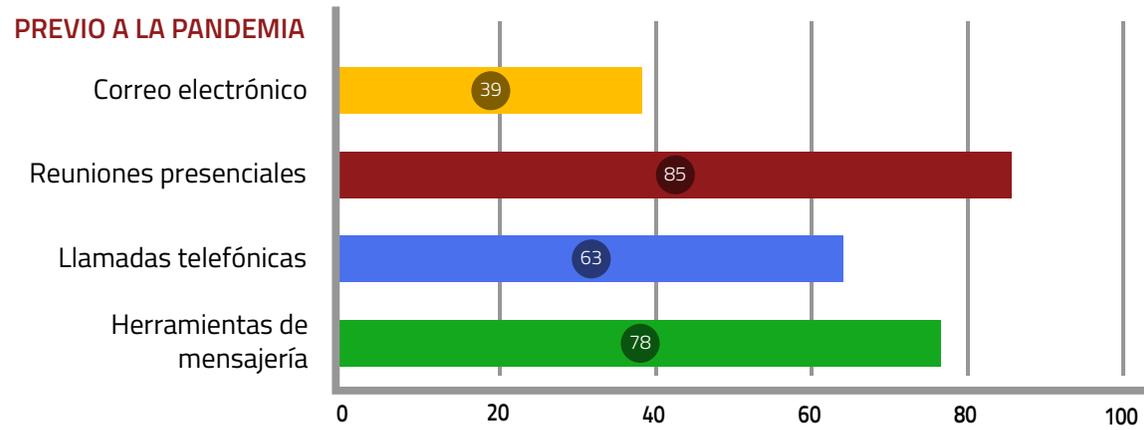
La preferencia por las redes sociales como canal de promoción se mantiene hasta la actualidad. Los diseñadores han encontrado en estas plataformas una forma efectiva de llegar a su público objetivo, compartir su trabajo y establecer conexiones con potenciales clientes. La capacidad de publicar contenido de manera constante y utilizar diferentes formatos, como publicaciones, reels o historias, les ha permitido mantener una presencia activa y relevante en el ámbito digital.

Es importante destacar que, aunque las redes sociales se han convertido en un pilar fundamental en la promoción del diseño gráfico, otras estrategias mencionadas anteriormente, como el uso de plataformas como Behance y LinkedIn, así como el boca a boca y las recomendaciones de clientes, también siguen siendo relevantes y complementan la presencia en línea de los profesionales del diseño gráfico.

Uso de redes sociales como estrategia de promoción



Metodología de trabajo en equipo



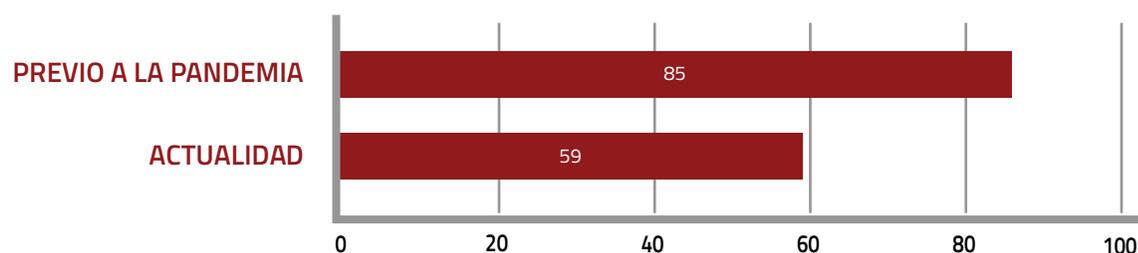
Los datos recopilados en los gráficos anteriores revelan interesantes cambios en las metodologías de trabajo utilizadas por los diseñadores gráficos encuestados. **Antes de la pandemia, la preferencia era realizar el trabajo en equipo de manera presencial**, a través de reuniones y la comunicación se limitaba principalmente a herramientas de mensajería y llamadas, con un uso mínimo de correos electrónicos.

Sin embargo, los últimos 2 gráficos muestran el impacto de la pandemia en las dinámicas de trabajo de estos profesionales. Durante ese período, se observa un aumento significativo en el uso de herramientas de comunicación y colaboración en línea. **Los diseñadores gráficos recurrieron a plataformas virtuales para mantener la comunicación y la colaboración con sus equipos, ya que el contacto presencial se volvió limitado.**

Los gráficos evidencian que la mayoría de los encuestados adoptaron estas herramientas durante la pandemia y siguen utilizándolas actualmente. Esto indica que han encontrado beneficios en la comunicación y colaboración en línea, como la facilidad para compartir archivos, coordinar tareas y mantener una comunicación constante.

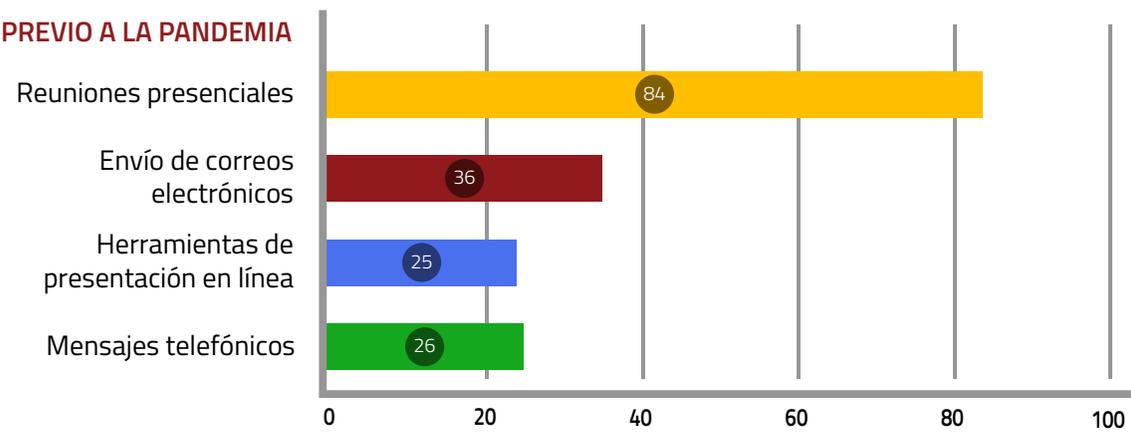
Es interesante destacar que el gráfico muestra un cambio significativo en las preferencias de contacto. **Antes de la pandemia, un 85% de los encuestados se inclinaban por las reuniones presenciales con el equipo de trabajo. Sin embargo, en la actualidad, ese porcentaje se ha reducido a un 59%**, lo que refleja una adopción más amplia de canales digitales para la comunicación y colaboración.

Preferencias de contacto presencial

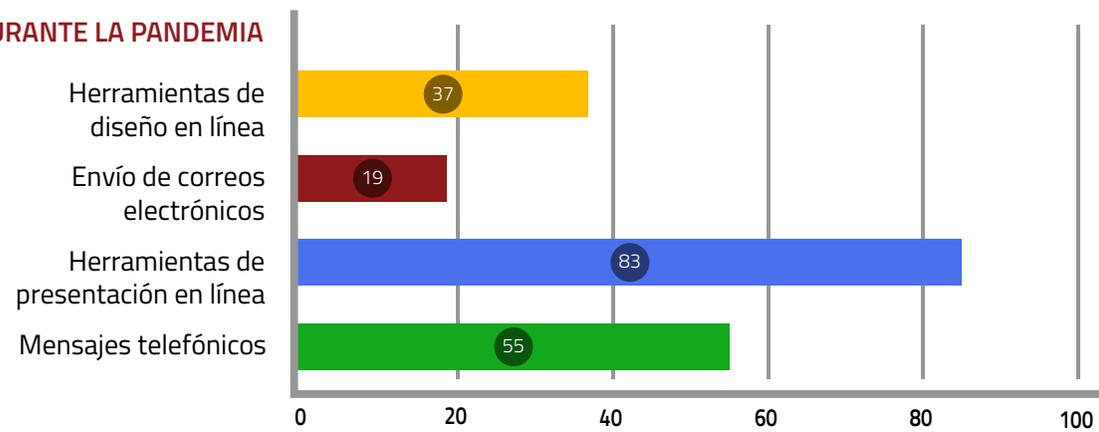


Métodos de presentación: Equipo - Clientes

PREVIO A LA PANDEMIA



DURANTE LA PANDEMIA



Antes de la pandemia, las presentaciones de avances o prototipos se realizaban principalmente a través de reuniones presenciales con el equipo creativo o los clientes. Además, se utilizaban correos electrónicos y mensajes telefónicos como medios de comunicación complementarios, mientras que el uso de herramientas de presentación en línea era menos común.

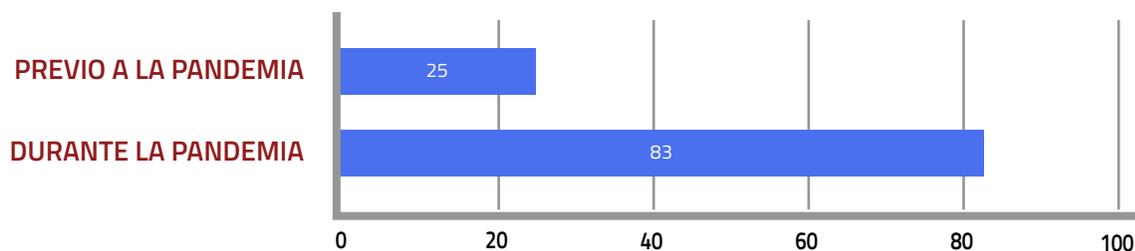
Durante la pandemia, se observa un aumento considerable en el uso de herramientas de presentación en línea. Los diseñadores gráficos encontraron en estas herramientas una forma efectiva de compartir avances de manera virtual. El uso de estas herramientas se triplicó en comparación con el período anterior a la pandemia, lo que indica una adaptación exitosa a las nuevas circunstancias.

Sorprendentemente, a pesar de ser un medio digital, el uso de correos electrónicos disminuyó durante la pandemia en comparación con el período previo. Los diseñadores gráficos optaron por canales más interactivos y ágiles para presentar sus propuestas.

En cuanto al uso de herramientas de diseño en línea, aunque se observó un aumento, no fue tan significativo como el de las herramientas de presentación en línea. Esto puede atribuirse a que algunos clientes podrían enfrentar dificultades para utilizar herramientas más complejas, por lo que se prefirió utilizar plataformas de presentación en línea más sencillas y accesibles.

A continuación se muestra estos cambios. Antes de la pandemia, solo el 25% de los encuestados utilizaba herramientas de presentación en línea, mientras que durante la pandemia, esta cifra se incrementó significativamente a un 83%.

Uso de herramientas de presentación en línea



6. CONCLUSIONES

En base a las encuestas realizadas a los diseñadores gráficos, se han obtenido conclusiones que respaldan y corroboran la información proporcionada por los profesionales del diseño gráfico entrevistados anteriormente. Estos hallazgos nos permiten verificar que las estrategias de promoción, las metodologías de trabajo en equipo y los métodos de presentación de avances o prototipos mencionados por los entrevistados están siendo ampliamente utilizados por la mayoría de los diseñadores gráficos.

En primer lugar, se pudo observar un fuerte impacto de las redes sociales como herramienta principal de promoción durante la pandemia. Los diseñadores gráficos han reconocido la importancia de estas plataformas y han aumentado su presencia en ellas, generando contenido constante y utilizando formatos como publicaciones, reels e historias para promocionar su trabajo. Además, se ha confirmado el uso de catálogos y revistas digitales como parte de sus estrategias de promoción.

En cuanto a las metodologías de trabajo en equipo, se pudo constatar un cambio significativo debido a la pandemia. Si bien previamente se realizaban reuniones presenciales para revisiones, sugerencias y cambios en los proyectos, durante la crisis sanitaria los diseñadores gráficos se vieron obligados a adaptarse y buscar alternativas. Se ha adoptado el uso de herramientas y plataformas digitales para realizar reuniones virtuales, compartir archivos y colaborar en línea, destacando la utilización de aplicaciones de mensajería como WhatsApp y Telegram, así como herramientas de colaboración en línea como Figma, Trello, Miro y Asana.

En relación a la presentación de avances o prototipos, se ha observado una transición hacia métodos de presentación a distancia. Antes de la pandemia, las reuniones presenciales eran la forma predominante de mostrar los avances, acompañadas de documentos PDF y presentaciones. Sin embargo, durante la pandemia se ha evidenciado un aumento en el uso de herramientas de presentación en línea, así como el envío de propuestas mediante videos, audios y documentos PDF a través de aplicaciones de mensajería. Esto ha permitido una comunicación más ágil y eficiente, ahorrando tiempo tanto para los diseñadores gráficos como para los clientes.

Las conclusiones extraídas de las encuestas confirman y respaldan la información proporcionada por los profesionales del diseño gráfico entrevistados. Estos datos demuestran que las estrategias de promoción, las metodologías de trabajo en equipo y los métodos de presentación de avances o prototipos mencionados anteriormente están siendo ampliamente utilizados y adoptados por la mayoría de los diseñadores gráficos. Esta evidencia respalda la adaptabilidad de estos profesionales frente a los desafíos presentados por la pandemia y su capacidad para aprovechar las herramientas y tecnologías disponibles para mantener su productividad y comunicación efectiva.

CAPÍTULO

05

1.1 Herramientas utilizadas durante la pandemia

A continuación, enumeraré algunas de las principales herramientas que los diseñadores han utilizado durante la pandemia, junto con una breve descripción de sus funciones. Es importante destacar que esta información se ha recopilado a partir de foros en internet y de las páginas oficiales de las aplicaciones, donde los propios diseñadores comparten sus experiencias y recomendaciones.

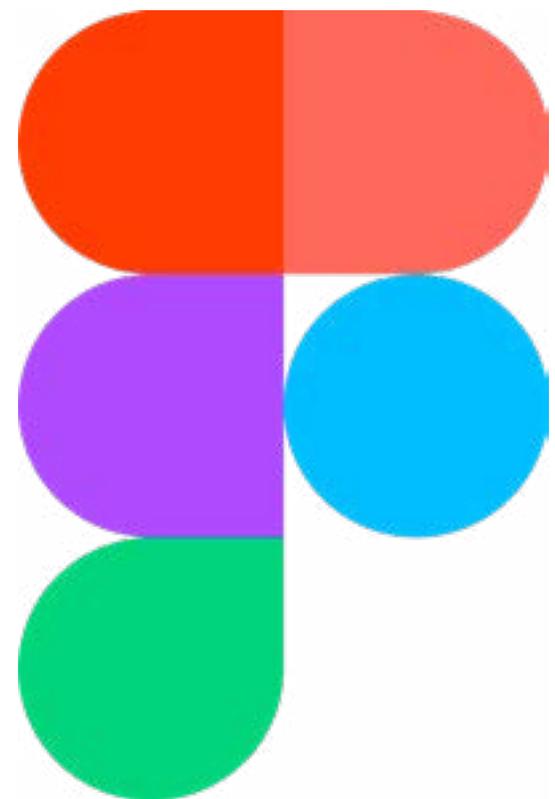
FIGMA

Figma es una aplicación de diseño y prototipado colaborativo basada en la nube. Permite a los diseñadores y equipos de diseño crear, editar y compartir diseños de interfaces de usuario, ilustraciones y prototipos interactivos.

Figma se utiliza ampliamente en el campo del diseño de productos digitales, como el diseño de aplicaciones móviles y web. La aplicación ofrece una interfaz intuitiva y poderosas herramientas de diseño, lo que la convierte en una opción popular para diseñadores individuales y equipos de diseño que buscan colaborar en tiempo real.

Características:

1. Diseño en tiempo real: Varios usuarios pueden trabajar simultáneamente en un mismo archivo, lo que facilita la colaboración y permite ver los cambios en tiempo real.
2. Prototipado interactivo: Figma permite crear prototipos interactivos para simular la experiencia de uso de una interfaz. Esto es útil para probar y validar el flujo de interacción de un diseño antes de su implementación.
3. Bibliotecas y componentes reutilizables: Figma permite crear bibliotecas de componentes y estilos para mantener la consistencia del diseño en múltiples proyectos. Esto agiliza el proceso de diseño y facilita la actualización de elementos comunes en todos los diseños.
4. Comentarios y feedback: Los usuarios pueden dejar comentarios específicos en partes del diseño, lo que facilita la comunicación y colaboración entre los miembros del equipo.
5. Integraciones: Figma se integra con otras herramientas de diseño y desarrollo, lo que permite importar y exportar diseños, así como sincronizar datos con otros servicios.



Img. 14

FIGJAM

FigJam es una extensión de Figma que se centra específicamente en la colaboración y la creación de diagramas, esquemas y lluvias de ideas en tiempo real.

FigJam es una herramienta flexible que ofrece una pizarra digital donde los equipos pueden colaborar, compartir ideas y visualizar conceptos de manera interactiva.

Características:

1. Pizarra colaborativa: FigJam proporciona una pizarra en blanco donde los usuarios pueden dibujar, escribir y crear diagramas de manera colaborativa. Varios miembros del equipo pueden trabajar en la misma pizarra simultáneamente, lo que facilita la colaboración en tiempo real.
2. Elementos visuales y herramientas de dibujo: La herramienta ofrece una variedad de elementos visuales, como formas, iconos y adhesivos, que se pueden utilizar para crear diagramas y esquemas. También incluye herramientas de dibujo, como pinceles y lápices, que permiten a los usuarios realizar anotaciones y agregar detalles a sus creaciones.
3. Colaboración remota: FigJam es especialmente útil para equipos distribuidos geográficamente, ya que permite que los miembros colaboren de forma remota. Pueden ver las actualizaciones en tiempo real, agregar comentarios, votar en ideas y participar en sesiones de lluvia de ideas sin importar su ubicación.
4. Integración con Figma: FigJam está integrado con la plataforma Figma, lo que permite una transición fluida entre la etapa de ideación y el diseño de interfaces de usuario. Los elementos creados en FigJam se pueden importar directamente a Figma para ser utilizados en el proceso de diseño y prototipado.

TRELLO

Trello es una aplicación de gestión de proyectos basada en tableros que ayuda a los equipos y personas a organizar y dar seguimiento a tareas, proyectos y flujos de trabajo de manera colaborativa. Proporciona una forma visual y flexible de administrar proyectos y tareas utilizando tarjetas, listas y tableros.

Características:

1. **Asignación y colaboración:** Las tarjetas se pueden asignar a miembros del equipo, lo que facilita la asignación de responsabilidades y el seguimiento de quién está trabajando en qué. Los miembros pueden colaborar en tiempo real, agregar comentarios y adjuntar archivos a las tarjetas.
2. **Fechas límite y recordatorios:** Se pueden establecer fechas límite en las tarjetas para mantener un seguimiento de los plazos y recibir recordatorios automáticos. Esto ayuda a mantener a todos los miembros del equipo informados sobre las fechas importantes.
3. **Etiquetas y filtros:** Trello permite agregar etiquetas de colores a las tarjetas para clasificarlas y filtrarlas fácilmente según categorías o temas específicos. Esto ayuda a organizar y visualizar el flujo de trabajo de manera efectiva.
4. **Integraciones y automatizaciones:** Trello se integra con varias aplicaciones y servicios populares, lo que permite sincronizar datos, agregar funcionalidades adicionales y automatizar tareas. Esto facilita la integración de Trello en los flujos de trabajo existentes y aumenta la eficiencia del equipo.



Img. 15

MIRO

Miro es una aplicación de colaboración en línea que permite a los equipos trabajar juntos de forma remota y visual. Proporciona un lienzo digital en blanco donde los usuarios pueden colaborar en tiempo real, compartir ideas, realizar lluvias de ideas, crear diagramas y visualizar información de manera intuitiva. Además, Miro proporciona integraciones con otras herramientas populares como Slack, Jira, Trello y Google Drive, lo que facilita la incorporación en los flujos de trabajo existentes y la sincronización de datos.

Características:

1. Lluvias de ideas y brainstorming: Miro permite a los equipos colaborar en tiempo real y generar ideas de manera conjunta. Los miembros del equipo pueden crear notas adhesivas, dibujar, escribir y organizar visualmente ideas en el lienzo digital.
2. Diagramas y mapas conceptuales: La herramienta ofrece una amplia gama de elementos visuales, como formas, líneas y iconos, que se pueden utilizar para crear diagramas, mapas conceptuales y diagramas de flujo. Esto ayuda a visualizar y comunicar conceptos de manera clara y concisa.
3. Colaboración y revisión de diseños: Miro permite a los equipos de diseño cargar y colaborar en diseños, maquetas y prototipos. Los miembros del equipo pueden realizar anotaciones, comentarios y revisiones directamente en los diseños, lo que facilita la comunicación y el proceso de iteración.
4. Planificación de proyectos: Los equipos pueden utilizar Miro para planificar proyectos, establecer cronogramas, asignar tareas y realizar un seguimiento del progreso. Las características como tableros Kanban y listas de tareas permiten una gestión efectiva de proyectos y flujos de trabajo.
5. Presentaciones y sesiones de trabajo en vivo: Miro ofrece funcionalidades para realizar presentaciones en tiempo real y sesiones de trabajo colaborativas en línea.



Img. 16

ASANA

Asana es una aplicación de gestión de proyectos y tareas diseñada para ayudar a los equipos a organizar, colaborar y dar seguimiento a sus proyectos de manera efectiva. Proporciona una plataforma centralizada donde los equipos pueden planificar, asignar y dar seguimiento a las tareas, establecer fechas límite, compartir archivos y comunicarse en tiempo real.

Características:

1. Organización de proyectos: Asana permite a los equipos crear proyectos y descomponerlos en tareas más pequeñas y manejables. Los proyectos pueden tener una estructura jerárquica con subtareas y dependencias para ayudar a definir el flujo de trabajo.
2. Gestión de tareas y asignaciones: Los usuarios pueden crear tareas individuales, asignarlas a miembros del equipo y establecer fechas límite. Esto ayuda a mantener a todos informados sobre quién es responsable de qué tarea y cuándo se espera que esté completada.
3. Colaboración y comunicación: Asana facilita la colaboración en equipo al permitir comentarios, menciones y archivos adjuntos en las tareas. Los miembros del equipo pueden comunicarse y trabajar juntos en tiempo real, lo que evita la necesidad de depender de correos electrónicos o reuniones para mantenerse actualizados.
4. Seguimiento de progreso: Los paneles de Asana brindan una visión general del progreso de los proyectos y tareas. Los usuarios pueden ver el estado actual, identificar cuellos de botella y realizar un seguimiento de los hitos y objetivos del proyecto.
5. Automatizaciones y reglas: Asana ofrece automatizaciones y reglas que permiten a los equipos automatizar tareas repetitivas y establecer flujos de trabajo personalizados. Esto incluye acciones como la asignación automática de tareas, notificaciones de actualización y seguimiento de fechas límite.



Img. 17

SLACK

Slack es una aplicación de comunicación empresarial basada en equipos que permite a los miembros del equipo colaborar y comunicarse de manera efectiva. Está diseñada para mejorar la comunicación interna y la colaboración en grupos de trabajo, tanto en entornos corporativos como en equipos remotos o distribuidos.

Además, los mensajes y archivos se archivan automáticamente, lo que facilita el acceso a la información pasada.

Características:

1. Canales de comunicación: Slack utiliza canales temáticos para la comunicación, lo que permite a los equipos crear espacios de discusión específicos para diferentes proyectos, departamentos o temas. Los canales facilitan la organización y estructuración de las conversaciones.
2. Mensajería instantánea y chat grupal: Los usuarios pueden enviar mensajes instantáneos a compañeros de equipo o participar en chats grupales para discusiones rápidas y directas. Estos mensajes se pueden organizar en hilos para mantener las conversaciones ordenadas y fáciles de seguir.
3. Compartir archivos y colaboración: Slack permite compartir archivos, imágenes y documentos directamente en las conversaciones. Los miembros del equipo pueden colaborar en tiempo real, realizar comentarios y revisar documentos, lo que facilita la colaboración y el trabajo conjunto.
4. Llamadas y videollamadas: Slack ofrece funciones de llamadas de voz y videollamadas integradas, lo que permite a los usuarios realizar reuniones virtuales y comunicarse de forma más interactiva cuando la comunicación escrita no es suficiente.
5. Búsqueda y archivado de mensajes: Slack proporciona una función de búsqueda potente que permite a los usuarios buscar mensajes, archivos y conversaciones anteriores.



Img. 18

NOTION

Notion es una aplicación de productividad y gestión de información que permite a los usuarios crear y organizar notas, documentos, bases de datos, listas y otros tipos de contenido de manera flexible. Es una herramienta todo en uno que combina funciones de toma de notas, gestión de proyectos, bases de datos y colaboración en un solo lugar.

Características:

1. Toma de notas y documentación: Notion proporciona un entorno flexible para crear y organizar notas y documentos. Los usuarios pueden crear páginas, agregar texto, imágenes, archivos adjuntos, enlaces y otro contenido multimedia.
2. Gestión de proyectos y tareas: Notion ofrece plantillas y herramientas para la gestión de proyectos y tareas. Los usuarios pueden crear tableros Kanban, listas de tareas y calendarios para organizar y dar seguimiento a los proyectos y las tareas individuales.
3. Bases de datos y organización de información: Notion permite crear bases de datos personalizadas para organizar y gestionar información estructurada. Puede utilizarse para crear catálogos de productos, listas de contactos, registros de clientes, seguimiento de inventarios y mucho más.
4. Colaboración y trabajo en equipo: Notion facilita la colaboración en tiempo real y el trabajo en equipo. Varios usuarios pueden editar y comentar en documentos y páginas compartidas simultáneamente.
5. Personalización y automatización: Notion ofrece amplias opciones de personalización para adaptar la apariencia y la estructura de los documentos y páginas. Los usuarios pueden crear fórmulas, reglas y automatizaciones para simplificar tareas repetitivas y ahorrar tiempo en la gestión de la información.



Img. 19

BITRIX 24

Bitrix24 es una plataforma de gestión empresarial integral que combina herramientas de comunicación, colaboración, gestión de proyectos, CRM (Customer Relationship Management) y más en un solo lugar. Proporciona una amplia gama de funciones para ayudar a las empresas a organizar y mejorar la eficiencia de sus operaciones.

Características:

1. Comunicación y colaboración: Bitrix24 ofrece herramientas de comunicación interna, como chats, videollamadas y videoconferencias, que permiten a los miembros del equipo comunicarse de manera efectiva y colaborar en tiempo real.
2. Gestión de proyectos: Bitrix24 cuenta con herramientas para la planificación, seguimiento y gestión de proyectos. Permite crear tareas, asignarlas a miembros del equipo, establecer hitos, administrar el flujo de trabajo, establecer fechas límite y generar informes de progreso.
3. CRM (Customer Relationship Management): Bitrix24 ofrece un sistema CRM completo que permite a las empresas gestionar sus relaciones con los clientes. Permite realizar seguimiento de clientes potenciales, administrar contactos, realizar ventas, automatizar procesos de ventas y brindar soporte al cliente.
4. Gestión de documentos y colaboración en línea: Bitrix24 proporciona almacenamiento en la nube para gestionar y compartir documentos y archivos con los miembros del equipo. Permite colaborar en documentos en tiempo real, realizar comentarios, versionar archivos y establecer permisos de acceso.
5. Automatización de procesos: Bitrix24 permite automatizar tareas y procesos repetitivos mediante su función de automatización de flujos de trabajo. Esto ayuda a agilizar las operaciones comerciales y reducir la carga de trabajo manual.



Img. 20

STORMBOARD

Stormboard es una aplicación en línea diseñada para facilitar la colaboración y la generación de ideas en equipo. Permite a los usuarios trabajar de manera conjunta en tiempo real para realizar lluvias de ideas, organizar información, tomar decisiones y planificar proyectos.

Características:

1. Lluvias de ideas y generación de ideas: Stormboard proporciona un lienzo digital donde los equipos pueden crear notas adhesivas virtuales y agregar ideas. Estas ideas pueden ser textos, imágenes, archivos adjuntos y enlaces.
2. Organización y clasificación de ideas: Los usuarios pueden organizar y clasificar las ideas mediante la función de arrastrar y soltar. Pueden agrupar ideas similares en categorías o temas, establecer prioridades y realizar conexiones entre diferentes conceptos.
3. Colaboración en tiempo real: Stormboard permite la colaboración en tiempo real, lo que significa que los miembros del equipo pueden trabajar simultáneamente en el mismo tablero, ver las actualizaciones en tiempo real y comunicarse a través de comentarios y chat.
4. Toma de decisiones: La aplicación proporciona herramientas para la toma de decisiones en grupo, como la votación y la asignación de puntos. Esto permite a los equipos priorizar ideas, seleccionar las mejores opciones y llegar a consensos de manera eficiente.
5. Planificación y gestión de proyectos: Stormboard también se puede utilizar para la planificación y gestión de proyectos. Los equipos pueden crear tableros de proyectos, establecer tareas, asignar responsabilidades, definir fechas límite y dar seguimiento al progreso.



Img. 21

LOOM

Loom es una aplicación de grabación y compartición de videos que permite a los usuarios crear y compartir fácilmente contenido en formato de video. Permite capturar la pantalla de la computadora, grabar videos de la cámara web y combinar ambos en un solo video.

Además, Loom ofrece la opción de permitir comentarios y colaboración en los videos, lo que facilita la retroalimentación y la comunicación en equipo.

Características:

1. Grabación de pantalla: Loom permite a los usuarios capturar la pantalla de su computadora, lo que resulta útil para crear tutoriales, demostraciones de software, presentaciones y explicaciones visuales. Puedes grabar tu pantalla completa, una ventana específica o una pestaña del navegador.
2. Grabación de la cámara web: Además de la grabación de pantalla, Loom también permite a los usuarios grabar videos utilizando la cámara web de su computadora.
3. Combinación de pantalla y cámara web: Loom ofrece la opción de combinar la grabación de pantalla y la cámara web en un solo video.
4. Edición y anotación: Loom proporciona herramientas de edición básicas que permiten recortar el video, agregar texto y resaltar áreas específicas de la pantalla. También ofrece la capacidad de dibujar y resaltar elementos durante la grabación para hacer énfasis en ciertos puntos.
5. Compartición y colaboración: Una vez que se graba un video en Loom, se puede compartir fácilmente a través de un enlace. Los usuarios pueden enviar el enlace del video a través de correo electrónico, mensajes instantáneos o integrarlo en otros sistemas de comunicación.



Img. 22

2. CONCLUSIONES

Las herramientas mencionadas anteriormente, han sido ampliamente reconocidas y utilizadas por los diseñadores gráficos entrevistados. A través de la investigación en foros y páginas oficiales de estas aplicaciones, hemos recopilado información sobre sus principales características y funcionalidades.

La importancia de conocer estas herramientas radica en brindar a los diseñadores más información sobre las opciones disponibles en el ámbito digital y cómo pueden ayudarles en su trabajo. Estas aplicaciones ofrecen soluciones que van desde la edición de imágenes y creación de ilustraciones hasta el diseño colaborativo en línea y la creación rápida de diseños profesionales.

Al tener un conocimiento más amplio sobre estas herramientas, los diseñadores pueden explorar nuevas posibilidades creativas, mejorar su productividad y colaborar de manera más efectiva con sus equipos de trabajo. La tecnología continúa evolucionando y ofreciendo nuevas soluciones, por lo que es importante mantenerse actualizado y aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles en el campo del diseño gráfico.

The background is a dark red color with a white triangle in the top right corner. Scattered across the red area are several stylized virus icons, each consisting of a central circle with smaller circles inside and several protruding spikes or legs.

CONCLUSIONES

A lo largo de este proyecto se buscó comprender el proceso de diseño gráfico previo a la pandemia y analizar los cambios y desafíos que surgieron durante este periodo. Inicialmente, se obtuvo información sobre los métodos y enfoques utilizados antes de la crisis sanitaria, pero se percibió la necesidad de obtener perspectivas directas de los profesionales del campo.

A través de las entrevistas realizadas a diseñadores gráficos, se recopiló valiosa información sobre sus experiencias y adaptaciones durante la pandemia. Se descubrió que muchos de ellos experimentaron cambios significativos en sus estrategias de promoción, metodologías de trabajo en equipo y métodos de presentación de avances o prototipos. Estos cambios fueron impulsados por la necesidad de adaptarse a las restricciones de distanciamiento social y trabajar de manera remota.

Para obtener una visión más amplia y verificar la generalidad de estos cambios, se diseñó una encuesta que fue compartida entre diseñadores gráficos. Los resultados de la encuesta confirmaron las similitudes encontradas en las entrevistas, demostrando que la mayoría de los profesionales del diseño gráfico habían experimentado transformaciones similares en sus prácticas.

Este proyecto ha permitido aclarar dudas y entender mejor los cambios que la pandemia trajo consigo para los diseñadores gráficos. Se ha evidenciado el impacto significativo de las redes sociales como herramienta de promoción, la transición hacia métodos de trabajo en línea y la mayor utilización de herramientas digitales para la presentación de avances y prototipos.

Es importante destacar que estos cambios han proporcionado a los diseñadores gráficos una mayor adaptabilidad y preparación para enfrentar futuros desafíos similares. Gracias al uso de medios digitales y herramientas de comunicación en línea, los profesionales del diseño gráfico están mejor equipados para continuar brindando sus servicios a la sociedad, incluso en situaciones de crisis como la pandemia del COVID-19.

Siempre hay más por explorar y aprender en el ámbito del diseño gráfico, y la experiencia adquirida durante esta investigación puede servir como referencia valiosa para futuros desafíos. La capacidad de adaptación y la utilización de herramientas digitales han demostrado ser fundamentales en el campo del diseño gráfico, brindando nuevas oportunidades y mejorando la eficiencia en el proceso creativo.

The background is a solid dark red color. It is decorated with several stylized virus icons. Each icon consists of a central circle with several smaller circles inside it, and several short, thick lines radiating outwards, resembling spikes or legs. The icons are scattered across the page, with a larger one in the upper right and several smaller ones elsewhere. A white triangular shape is cut out from the top right corner of the red background.

RECOMENDACIONES

Es crucial mantenernos actualizados y buscar constantemente nuevas herramientas y métodos que nos permitan mejorar en nuestra profesión. En el mundo del diseño gráfico, en particular, hemos presenciado un aumento en el uso de tecnologías como la inteligencia artificial, lo cual ha generado inquietudes sobre posibles reemplazos en ciertas áreas de trabajo.

Sin embargo, es importante comprender que las tecnologías emergentes, incluyendo la inteligencia artificial, son herramientas que los profesionales pueden aprovechar para potenciar su trabajo. En lugar de temer a lo nuevo, debemos estudiar y adaptarnos a estas tecnologías para utilizarlas en beneficio propio.

Recomendaría a los diseñadores gráficos que se mantengan informados sobre los avances tecnológicos en su campo y exploren cómo pueden integrar estas nuevas herramientas en su práctica diaria. Esto implica estar al tanto de las últimas tendencias, asistir a conferencias, participar en cursos de formación y estar dispuestos a aprender y experimentar con nuevas soluciones.

Además, es esencial no perder de vista los fundamentos del diseño y la creatividad humana. Las tecnologías pueden ser poderosas aliadas, pero el toque artístico y la visión humana son aspectos irremplazables en el diseño gráfico. La combinación de habilidades técnicas y la capacidad para pensar de forma creativa nos diferenciará de las máquinas y nos permitirá ofrecer un valor único a nuestros clientes.

Cuestionario para las entrevistas

INTRODUCCIÓN

1. ¿Cuál es tu nivel de formación académica actual?
2. ¿Cómo describiría su estilo de diseño y en qué se especializa?
3. ¿Podría contarnos un poco sobre su experiencia como diseñador gráfico y cómo ha visto evolucionar su metodología de trabajo a lo largo de los años?
4. Sabemos que como diseñador gráfico utiliza diferentes herramientas y software para realizar su trabajo. ¿Podría decirnos cuáles son los que utiliza habitualmente y cómo los ha incorporado a su flujo de trabajo?
5. Antes de la pandemia, ¿cómo trabajaba usted? ¿Solía hacerlo desde un estudio, una oficina o de forma remota? Además, ¿cómo se ha adaptado a esta nueva realidad y qué cambios ha tenido que hacer para enfrentarla?

BLOQUE 1: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

6. ¿Cuáles son las estrategias de promoción que utiliza actualmente para darse a conocer como diseñador gráfico? ¿Ha notado algún cambio en la forma en que promociona sus servicios en comparación con hace unos años?
7. Antes de la pandemia, ¿cuáles eran algunas de las principales estrategias que utilizaba para contactar a los clientes o para que los clientes lo encontraran a usted como diseñador gráfico?
8. Durante la pandemia, ¿cómo cambió su forma de contactar a los clientes o de ser encontrado por ellos?
9. ¿Ha experimentado algún éxito con nuevas estrategias de marketing o promoción durante la pandemia? ¿Podría compartir algunos ejemplos?
10. Ahora que la pandemia ha sido relativamente superada, ¿está volviendo a sus estrategias anteriores para contactar a los clientes o está adoptando nuevas estrategias que ha descubierto durante la pandemia?
11. ¿Ha notado algún cambio en la calidad o cantidad de trabajo que ha recibido como resultado de la pandemia?
12. ¿Hay alguna herramienta o plataforma específica que haya encontrado particularmente útil durante la pandemia para conectarse con los clientes o para promocionar sus servicios?

BLOQUE 2: MÉTODOS O HERRAMIENTAS PARA HACER TRABAJO EN EQUIPO O TRABAJO COLABORATIVO

13. ¿Consideras que es importante el trabajo en equipo?
14. ¿Podrías contarme acerca de un proyecto en el que hayas trabajado en equipo? ¿Cómo fue tu experiencia trabajando con otros diseñadores y/o miembros del equipo?
15. ¿Cómo gestionaste la comunicación y el trabajo en equipo antes de la pandemia?
16. ¿Cómo ha cambiado la forma en que trabajas con otros miembros del equipo durante la pandemia?
17. ¿Has encontrado alguna herramienta o método de trabajo en equipo que te haya gustado particularmente durante la pandemia?
18. ¿Hay algún cambio en la forma en que colaboras con otros diseñadores o miembros del equipo después de la pandemia?
19. ¿Qué aspectos de la colaboración en línea seguirás utilizando en el futuro?

BLOQUE 3: CANALES PARA PRESENTAR AVANCES O PROTOTIPOS

20. ¿Consideras que los canales para presentar avances o prototipos tiene un papel esencial para los diseñadores gráficos?
21. ¿Qué canales usaste para presentar avances o prototipos de tus diseños antes de la pandemia?
22. ¿Has cambiado esos canales durante la pandemia?

23. ¿Qué canales utilizas para compartir tus avances o prototipos con el cliente o equipo creativo? ¿Utilizas herramientas específicas de colaboración en línea?
24. ¿Cómo decides qué canales son los más apropiados para presentar avances o prototipos de tus diseños?
25. ¿Ha habido alguna diferencia en el uso de estas herramientas antes y durante la pandemia?
26. ¿Cuáles son los principales desafíos que has enfrentado al presentar avances o prototipos durante la pandemia y cómo los has superado?

Cierre

27. ¿Hay algo más que le gustaría agregar acerca del diseño gráfico en tiempos de pandemia que no hayamos cubierto en nuestra entrevista?

28. Para ser un diseñador gráfico exitoso, ¿qué habilidades considera usted que son más importantes? ¿Ha notado algún cambio en las habilidades que se requieren para tener éxito como diseñador gráfico en comparación con hace unos años?

Muchas Gracias por tu aporte

Cuestionario para las encuestas

Nombre

.....

Género

Masculino

Femenino

Otro

Prefiero no contestar

¿Cuál es tu nivel de formación académica actual?

Tercer nivel

Doctorado

Otro (Especifique)

¿Cuenta con un título universitario en Diseño Gráfico?

Si

No

¿Ejerce como diseñador gráfico?

Si

No

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor tu situación laboral actual en el campo del diseño gráfico?

a) Trabajo para una empresa o estudio de diseño gráfico.

b) Soy diseñador gráfico freelance y trabajo de forma independiente.

c) No estoy trabajando actualmente en el campo del diseño gráfico.

d) Otro (especificar) _____.

¿Ha trabajado durante y antes de la pandemia en diseño gráfico?

Sí, trabajé tanto antes como durante la pandemia

No, no trabajé ni antes ni durante la pandemia

Solo trabajé antes de la pandemia

Solo trabajé durante la pandemia

¿En qué entorno trabajaba antes de la pandemia?

En un estudio

En una oficina

De forma remota (trabajo desde casa)

En un lugar diferente a un estudio, oficina o trabajo remoto

Sección acerca de estrategias de promoción

Antes de la pandemia, ¿cuáles eran algunas de las principales estrategias que utilizaba para contactar a los clientes o para que los clientes lo encontraran a usted como diseñador gráfico? (max 3) importantes

Redes sociales

Marketing por correo electrónico

Página web

Publicidad en línea (ej: Google Ads, Facebook Ads)

Networking

Publicidad impresa

Referidos

Ninguna de las anteriores (Especifique cuales)

¿Cuál de estas herramientas o plataformas ha encontrado particularmente útil durante la pandemia para conectarse con los clientes o para promocionar sus servicios? (max 3 importantes)

Redes sociales

Plataformas de videoconferencia (ej: Zoom)

Marketing por correo electrónico

Página web

Publicidad en línea (ej: Google Ads, Facebook Ads)

Networking

Publicidad impresa

Referidos

Ninguna herramienta o plataforma en particular (Especifique otros)

**¿Cuáles son las estrategias de promoción que utiliza actualmente para darse a conocer como diseñador gráfico?
3 max**

Redes sociales

Marketing por correo electrónico

Página web

Publicidad en línea (ej: Google Ads, Facebook Ads)

Networking

Publicidad impresa

Referidos

Ninguna de las anteriores (Especifique cuales)

Ahora que la pandemia ha sido relativamente superada, ¿está volviendo a sus estrategias anteriores para contactar a los clientes o está adoptando nuevas estrategias que ha descubierto durante la pandemia?

Mantengo las estrategias que surgieron durante la pandemia

Volví a las estrategias de contacto previo a la pandemia

No hubo cambios en mis estrategias de contacto con la pandemia

Estrategias que surgieron durante la pandemia y las que utilizaba antes de la misma

Sección acerca del trabajo en equipo

¿Qué herramientas utilizó para gestionar la comunicación y el trabajo en equipo antes de la pandemia?

Correo electrónico

Reuniones presenciales

Llamadas telefónicas

Herramientas de gestión de proyectos (ej: Trello, Asana)

Herramientas de mensajería instantánea (ej: WhatsApp, Telegram)

Ninguna herramienta en particular

¿Qué cambios ha experimentado en la forma en que trabaja con otros miembros del equipo durante la pandemia?

Mayor uso de herramientas de comunicación en línea (ej: Zoom, Google Meet)

Mayor uso de herramientas de colaboración en línea (ej: Google Drive, Dropbox)

Menor contacto personal con otros miembros del equipo

Cambios en la frecuencia de las reuniones con otros miembros del equipo

Ningún cambio significativo en la forma en que trabajo con otros miembros del equipo durante la pandemia

¿Ha habido algún cambio en la forma en que colabora con otros diseñadores o miembros del equipo después de la pandemia?

Mayor uso de herramientas de colaboración en línea (ej: Figma, Sketch)

Mayor uso de herramientas de comunicación en línea (ej: Zoom, Google Meet)

Menor contacto personal con otros diseñadores o miembros del equipo

Cambios en la frecuencia de las reuniones con otros diseñadores o miembros del equipo

Ningún cambio significativo en la forma en que colaboro con otros diseñadores o miembros del equipo después de la pandemia

Sección acerca de presentación de avances o prototipos

¿Qué canales utilizó para presentar avances o prototipos de sus diseños antes de la pandemia?

Reuniones presenciales con el cliente

Envío de correos electrónicos con archivos adjuntos

Uso de herramientas de presentación en línea (ej: PowerPoint, Google Slides)

mensajes telefónicos para presentar avances o prototipos

Ninguno de los anteriores, utilizo otros canales (Especifique cuales)

¿Qué canales utilizó durante la pandemia para compartir avances o prototipos con el cliente o equipo creativo?

Envío de correos electrónicos con archivos adjuntos

Uso de herramientas de presentación en línea (ej: Miro)

Uso de herramientas de diseño en línea (ej: Figma)

Uso de herramientas de comentarios en línea (ej: Zeplin)

Ninguno de los anteriores, utilizo otros canales

Bibliografía

- Alberich, J., Ferrer, A., Gómez, D., y Sánchez, À. (2019). El proceso del diseño gráfico. http://cv.uoc.edu/annotation/046561780b39aa7517e5211804373e38/699749/PID_00236903/PID_00236903.html#w31aab5b7c15
- Álvarez, M. (2017). Aprende diseño gráfico desde cero. UdeMy: <https://www.udemy.com/course/aprende-diseño-gráfico-desde-cero/>
- Álvarez, S. (2021). Diseño gráfico: historia, disciplinas y principales áreas de trabajo. crehana.com: <https://www.crehana.com/mx/blog/diseño-gráfico/diseño-gráfico-historia-disciplinas-y-principales-áreas-de-trabajo/>
- Andrada, M. (2019). Trabajo colaborativo: ¿en qué consiste? UNADE: <https://unade.edu.mx/trabajo-colaborativo/>
- Arana, E., Mimenza, L., y Narbaiza, B. (2020). Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación. Revista de Comunicación y Salud, 10(2), 149-183. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7697394.pdf>
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., y Vasquez, M. (2022). Metodología de la investigación: El método ARIAS para desarrollar un proyecto de tesis. Editorial Inudi. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>
- Barriga, S. (2020). Transformación e las prácticas contemporáneas del diseño gráfico y su institucionalización como carrera bajo las dinámicas del mercado en las Instituciones de Educación Superior de Riobamba, periodo 2000-2015. Tesis doctoral, Riobamba. https://www.palermo.edu/dyc/doctorado_diseño/documentación/Tesis_Barriga.pdf
- Cejas, M., y Prato, J. (2022). Marco Metodológico. obsinvestigacion.unach.edu.ec: http://obsinvestigacion.unach.edu.ec/obsrepositorio/eventos/2022/Methodologías-de-la-Investigación/dr-prato/MODULO_IV.pdf
- Fernández, M. (2022). Qué es el trabajo colaborativo, definición, características y cómo implementarlo. Factorial: <https://factorial.mx/blog/que-es-el-trabajo-colaborativo/>
- López Besa, A. (2022). Qué es el Diseño Gráfico: Introducción, Elementos y Ramas Del Diseño Gráfico. Piktochart.com: <https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseño-gráfico/>
- Martínez, R. (2022). El Rol del diseñador y su función artística, social y comercial. rosaelemil.com: <https://rosaelemil.com/rol-del-diseñador-función-artística-social-y-comercial/>
- Ministerio de Trabajo. (2022). Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para Combatir la Crisis Sanitaria Derivada del COVID-19. ACUERDO MINISTERIAL No. MDT-2022-237. <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/12/MDT-2022-237-ACUERDO-MINISTERIAL-TELETRABAJO-SECTOR-PRIVADO-23-12-22.pdf?x42051>
- Morales, A. (2021). Impacto del COVID-19 en el campo profesional del diseñador gráfico, algunas reflexiones. Revista Cuaderno 137, 1(1), 221-231. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8382109.pdf>
- Mora Miralles, D. (2018). ¿Qué hace un diseñador gráfico? <https://monstruosdeldiseño.com/diseño-gráfico/que-hace-un-diseñador-gráfico/>
- NEUVCO. (2018). ¿Qué hace un Diseñador Gráfico? neuvoo.es: <https://neuvoo.es/neuvooPedia/es/diseñador-gráfico/>

- Ochoa Hermida, I. (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. Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10997/1/16539.pdf>
- Ortiz, R. (2020). ¿Qué es y cómo es la Gestión del Diseño gráfico? roc21.com: <https://www.roc21.com/2020/02/20/gestion-del-diseno-grafico/>
- Pérez, A. (2021). ¿Qué hace un diseñador gráfico? Todas las funciones y tareas que desempeña a diario. esdesignnbarcelona.com: <https://www.esdesignnbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/que-hace-un-disenador-grafico-todas-las-funciones-y-tareas-que-desempena-diario>
- Salas Ocampo, D. (2022). Trabajo de campo en la investigación. investigaliacr.com: <https://investigaliacr.com/investigacion/trabajo-de-campo-en-la-investigacion/>
- Sánchez Vera, C. (2022). El teletrabajo en Ecuador Reflexiones desde el Estado constitucional de derechos. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8642/1/T3784-MDLSS-Sanchez-El%20teletrabajo.pdf>
- Sergey. (2021). ¿Qué es el trabajo colaborativo y cómo mejorarlo en tu equipo? onlyoffice.com: <https://www.onlyoffice.com/blog/es/2021/10/que-es-el-trabajo-colaborativo-y-como-mejorarlo-en-tu-equipo/>
- Sicila, M., Palazón, M., López, I., y López, M. (2021). Marketing en redes sociales. Esic Editorial. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=TZoZEAQAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=MARKETING+EN+REDES+SOCIALES+Mar%C3%ADa+Sicila,+Mariola+Palaz%C3%B3n,+In%C3%A9s+L%C3%B3pez,+Manuela+L%C3%B3pez&ots=i50-WegPiU&sig=NT4Pg3UMTYCjK1DpHFibGXd4TWk#v=onepage&q=MARKETING%20>
- Torres García, F. (2016). Teletrabajo, una opción para los diseñadores. Universidad Autónoma Metropolitana. Quinto Foro Comaprod: Intersecciones: https://coticdgc.files.wordpress.com/2019/01/ftorres_uam_teletrabajo_20190122.pdf
- Torres, V. (2018). El Diseño, un trabajo con un rol social. eldiariodiseno.com: <http://www.eldiariodiseno.com/2018/03/12/el-diseno-un-trabajo-con-un-rol-social/>
- UNIR. (2021). ¿Qué es el diseño gráfico y por qué se ha vuelto tan importante? INGENIERÍA Y TECNOLOGÍA: <https://www.unir.net/ingenieria/revista/que-es-diseno-grafico/>
- Valdovinos-Rodríguez, E., y Rogel-Villalba, E. (2020). EL DISEÑO GRÁFICO EN LA INDUSTRIA: COMPETENCIAS PARA LA NUEVA REALIDAD, DESPUÉS DEL COVID-19. Revista Legado de Arquitectura y Diseño, 15(28), 1-14. <https://www.redalyc.org/journal/4779/477963932005/html/>
- Vilcarromero-Ruiz, R., Aldana-Zavala, J., y Colina-Ysea, J. (2022). FLEXIBILIDAD LABORAL Y PRODUCTIVIDAD EN EL TELETRABAJO. Interciencia, 47(9), 381-386. https://www.interciencia.net/wp-content/uploads/2022/10/04_6896_Com_Colina_v47n9_6.pdf
- Von Unger, M., y Pastén, A. (2017). Diseño colaborativo o co-diseño. Accesibilidad Cognitiva: https://wiki.ead.pucv.cl/G._Dise%C3%B1o_colaborativo_o_co-dise%C3%B1o

Abstract of the project	
Title of the project	Analysis of the changes raised in the professional practice of graphic design, in the time of pandemic.
Project subtitle	#VALUE!
Summary:	Covid-19 pandemic affected all markets, radically modifying the ways of work around the world. The scope of graphic design was no exception because it had to adapt to the teleworking modality, modifying its methods and tools. This end of the career work seeks to identify these changes, through interviews with design professionals and validation surveys. Thanks to this research and the analysis of the results obtained from the interviews and surveys, it is expected to be able to answer what were the changes that the graphic designers had to perform during the Covid-19 pandemic.
Keywords	COVID-19, design process, work role, teleworking, collaborative work
Students	RODRÍGUEZ INZACUA CHRISTOPHER ALEXANDER
C.I.	0107119232
Code	85254
Director	LAZO JUAN
Codirector:	
Para uso del Departamento de Idiomas >>>	<div style="text-align: right;"> Revisor:   </div>
	Nombre profesor revisor
	Nº. Cédula Identidad 0104842760

