



**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

TESIS

**ASOCIACIÓN ENTRE LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN Y EL
PROCESO CREATIVO DEL DISEÑO GRÁFICO REALIZADO
POR SERVIGRAFIX**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO(A) EN ARTES & DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

Autor(es):

Bach. Chavez Zuta Fredman Francisco

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8288-6735>

Bach. Gavelan Hernandez Ana Camila

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7282-7651>

Asesor:

Mg. Tirado Galarreta Gaspar Cristian

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2559-2052>

**Línea de Investigación:
Comunicación y Desarrollo humano**

**Pimentel – Perú
2023**

**ASOCIACIÓN ENTRE LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN Y EL PROCESO
CREATIVO DEL DISEÑO GRÁFICO REALIZADO POR SERVIGRAFIX**

Aprobación del Jurado

DRA. PELAEZ CAVERO JULIA BEATRIZ
Presidente del Jurado de Tesis

MG. TIRADO GALARRETA GASPAR CRISTIAN
Secretario del Jurado de Tesis

MG. BRAVO ADANAQUÉ CINTHYA
Vocal del Jurado de Tesis



DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Artes & Diseño Gráfico Empresarial** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro (amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

**ASOCIACIÓN ENTRE LA TÉCNICA DE IMPRESIÓN Y EL PROCESO CREATIVO DEL DISEÑO GRÁFICO
REALIZADO POR SERVIGRAFIX**

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

GAVELAN HERNANDEZ ANA CAMILA	DNI: 72152882	
CHAVEZ ZUTA FREDMAN FRANCISCO	DNI: 71997755	

Pimentel, 19 de junio de 2023

NOMBRE DEL TRABAJO

PASAR TURNITIN GAVELAN - CHAVEZ.pdf

AUTOR

ANA CAMILA GAVELAN HERNANDEZ

RECUENTO DE PALABRAS

18129 Words

RECUENTO DE CARACTERES

87542 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

55 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

398.8KB

FECHA DE ENTREGA

Apr 5, 2023 2:51 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Apr 5, 2023 2:52 PM GMT-5

● **3% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 3% Base de datos de Internet
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 1% Base de datos de trabajos entregados

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

Dedicatoria

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi querida madre, Nieves Consuelo. Su dedicación, confianza y amor puro son invaluableles. Desde mi infancia, ella me inculcó los valores fundamentales que me han permitido ser una persona de bien. Siempre ha sido mi compañera incondicional, apoyándome en cada paso del camino y haciendo un esfuerzo inmenso para ayudarme a lograr mi meta de convertirme en profesional.

Fredman Francisco

A mi Madre por su constancia y fuerza, por el apoyo incondicional, y por inculcarme a siempre seguir adelante.

A mis abuelos que partieron al cielo, pero que, por su amor, sus consejos, su apoyo pude cumplir esta meta.

A mi Hermano y familia por el amor incondicional y por siempre estar apoyándome en todo.

Camila Gavelán

Agradecimiento

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento al Mg. Cristian Tirado Galarreta por su invaluable asesoramiento y colaboración durante todo el proceso de investigación. A través de su apoyo, conocimientos y sugerencias, se convirtió en un guía fundamental para el desarrollo de este estudio.

También deseamos agradecer a los trabajadores de la Imprenta Servigrafix que generosamente aceptaron participar en este estudio. Su contribución voluntaria fue de gran importancia para el éxito de la investigación.

Además, extendemos nuestro agradecimiento sincero a todas las personas que, de una forma u otra, colaboraron o participaron en la realización de este proyecto. Su apoyo fue fundamental y estamos sinceramente agradecidos por su contribución.

LOS AUTORES

Resumen

En el diseño gráfico, las técnicas de impresión idóneas deben llevarse a cabo, a partir de tres fases (preprensa, prensa, post prensa) para un mejor resultado. Este informe de tesis tuvo como objetivo general establecer de qué manera la técnica de impresión idónea se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.

Se planteó el presente estudio de tipo cualitativo, la población estuvo conformada por los trabajadores de dicha empresa, a quienes se le aplicó una entrevista previamente validada por juicio de expertos, para el análisis de datos se hizo uso de la técnica de triangulación. Se obtuvo como resultado que todo inicia desde el requerimiento por el cliente, posterior a eso se comienza con la planificación del proyecto antes de empezar el proceso de impresión. Se llegó a la conclusión que el proceso creativo es el elemento principal para la elección de una correcta técnica de impresión, ya que en cada etapa de impresión el diseñador tiene que valerse de su proceso creativo, para así poder satisfacer las necesidades del cliente y sobre todo se logre transmitir el mensaje que este desea.

Palabras clave: Técnica de impresión, proceso creativo, diseño gráfico

Abstrac

In graphic design, the ideal printing techniques must be carried out, starting from three phases (prepress, press, post press) for a better result. The general objective of this thesis report was to establish how the ideal printing technique is related to the creative process of graphic design in Servigrafix.

The present qualitative study was proposed, the population was made up of the workers of said company, to whom an interview previously validated by expert judgment was applied, for the data analysis the triangulation technique was used. It was obtained as a result that everything starts from the requirement by the client, after that the planning of the project begins before starting the printing process. It was concluded that the creative process is the main element for choosing a correct printing technique, since at each stage of printing the designer must use his creative process, in order to satisfy the needs of the client and above all, it is possible to transmit the message that he wants.

Keywords: Printing technique, creative process, graphic design.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	4
Agradecimiento	5
Resumen.....	6
Abstrac.....	7
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Antecedentes.....	3
1.3. Teorías relacionadas al tema	6
1.4. Formulación del problema	12
1.5. Justificación e importancia del estudio.....	12
1.6. Hipótesis	14
1.7. Objetivos	14
1.7.1. Objetivo General.....	14
1.7.2. Objetivo específico.....	14
II. MÉTODOS.....	15
2.1. Tipo y diseño de investigación	15
2.3 Población y muestra	18
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	18
2.5. Procedimiento de análisis de datos	19
2.6. Criterios éticos.....	19
2.7. Criterios de rigor científico.....	19
III. RESULTADOS.....	20
IV. DISCUSIÓN	45
V. CONCLUSIONES	56
VI. RECOMENDACIONES	57
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58
VIII. ANEXOS	62

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En síntesis, hablar de las técnicas de impresión idóneas es hablar del proceso que se debe llevar a cabo para un correcto desarrollo donde se incluyen las tres fases (preprensa, prensa, post prensa) para un mejor resultado final.

Falchi (2003) menciona que los materiales en sí dejan de serlo para convertirse en formatos totalmente elaborados, pues el proceso creativo tiene en cuenta las características del producto final tal cual ha sido planificado; tanto el formato que se utilizará, el material, como también el proceso que pasa para convertirse en proyecto terminado.

Morales (2021) afirma que conforme ha ido evolucionando la tecnología, también lo hizo el proceso de impresión, como constancia se muestran las grandes variedades de técnicas que permiten al cliente tener más opciones para promocionar su servicio o producto y eso se refleja en el resultado final de la impresión.

El uso de la publicidad y el tener como herramienta a las técnicas de impresión idóneas permiten que el producto o servicio tenga diferentes opciones de comunicar un mensaje y este tenga una buena acogida por el público objetivo.

Fandos y Martínez (1995) comentan que todo lo relacionado con medios de comunicación está totalmente relacionado con la publicidad, puesto que el concepto de esta es llegar a todo tipo de consumidor, siendo los medios de comunicación una herramienta útil a esos fines, ya que estos medios tienen un gran alcance por el público objetivo y permiten que el mensaje llegue con mayor claridad y precisión.

Según Beltrán et al. (2011) todas las personas vinculadas al proceso de diseño e impresión tienen que estar muy bien preparadas y tener los conocimientos

necesarios, ya que esto beneficiará que el producto final resulte como lo pensado y con muy buena calidad.

El diseño permite proponer soluciones a problemas, logrando que después de una recolección de información y de entender el contexto, se deba realizar un listado de alternativas que faciliten mejorar el enfoque, y así implementar las ideas y dar una resolución al proceso, utilizando técnicas de impresión idóneas que se acoplen entre sí.

Según Tena (2005) la manera más benéfica de acordar una buena comunicación es mediante los medios gráficos, ya que a través de estos medios el mensaje que se transmite es mucho más rápido de captar y de llegar al público objetivo, por eso es un método más eficaz y productivo.

Sanjurjo (2001) menciona que desde tiempos remotos el hombre ha indagado diferentes técnicas para poder reproducir su pensar, desde la utilización de las manos hasta la creación de la impresión, que consiste en reproducir imágenes y textos haciendo uso de tinta y papel. Entonces se puede decir que gran parte de técnicas de impresión que existen actualmente en realidad son el desarrollo tecnológico de transformaciones manuales creadas con el pasar del tiempo.

El proceso creativo concatena procedimientos a través de etapas que abren la opción para crear soluciones, mediante la elaboración de piezas gráficas adecuadas a la solicitud de un cliente, la exigencia del mercado, la experticia profesional y las técnicas de impresión.

Según Gatter (2011) en el proceso creativo se define aspectos importantes para la impresión final, empezando por la idea del diseño, tamaño del formato, materiales y la técnica de impresión adecuada, puesto que tener en claro todos estos aspectos desde un principio economiza el presupuesto y el tiempo, permitiendo que el resultado final sea lo esperado tanto como para el diseñador, como también para el cliente.

Los formatos digitales impiden un uso inadecuado del tiempo, desfalco de costos y bajo rendimiento laboral en el ámbito de la industria gráfica. Por lo que no solo se beneficia a los clientes, sino que también a diseñadores.

1.2. Antecedentes

1.2.1. Internacional.

Logbo (2017), elaboró una tesis denominada “El proceso creativo y la fase de bocetaje en los alumnos de las licenciaturas en Diseño de México”. Artículo científico. Facultad de Arquitectura y diseño. El presente trabajo abordó el tema del proceso creativo como la mayoría de los estudiantes de diseño gráfico y de profesionales de ese ámbito, restringen el desarrollo de su creatividad a un sencillo procedimiento de reproducción a manera de duplica, esto no hace más que obstruir las propuestas y exploración de diseños ingeniosos. Utilizó el método cuantitativo.

Los resultados de esta investigación demuestran claramente el escaso nivel creativo y de innovación, esto acredita y vincula la insuficiente educación que recibieron en su proceso de facultad creativa. Tuvo como conclusión que es necesario brindar mucha más importancia y acrecentar la dimensión que abarca la práctica del perfeccionamiento creativo en la extensiva trayectoria de toda la constitución educativa del diseñador.

Urquía y López (2020), presentaron un trabajo titulado. “El proceso creativo en un proyecto de diseño”. Este trabajo abordó el tema del proceso creativo lo ambiguo o complicado que resulta entender para el diseñador novato el poder tener la respuesta para la complejidad de los diseños sean estos simples o ambiciosos. Como resultado y conclusiones el proceso creativo concluye con la presentación de una o varias soluciones para el problema de partida, en forma de concepto, producto, más o menos desarrollado en papel, revisión documental.

Cañarte y Lliguicota (2019) presentaron una investigación titulada “técnica de impresión y su influencia en el uso de publicidad a gran formato, dirigido a los

estudiantes de cuarto semestre de la carrera de diseño gráfico de la facultad de comunicación social de la universidad de guayaquil”. Plan educativo a realizarse previamente para a la obtención del título de ingeniero en diseño gráfico. Facultad de comunicación social carrera diseño gráfico. El presente trabajo abordó el tema de técnica de impresión señalando que el comercio de impresoras dispone con unidades de amplias proporciones, con la finalidad de lograr implementos de significativas proporciones, de acuerdo con los requerimientos del consumidor. Se hizo uso del método cuantitativo. Se obtuvo como resultado y conclusión que la técnica o método de impresión es un área que cada vez se hace más grande y con sostenibilidad, en el mercado publicitario, es imprescindible en los centros de educación superior.

Morales (2021), realizó un estudio denominado: “Sistemas de impresión modernos en el diseño gráfico publicitario para emprendimientos del sector norte de Guayaquil”. Trabajo de titulación con el objeto de conseguir el título de Ingeniero en diseño gráfico. En la investigación se aborda a las técnicas o sistemas de impresión como que no sólo han evolucionado en el proceso técnico, también se lo aprecia en el resultado de los diversos arquetipos comunicacionales que existen en el mercado. Lo que alguna vez comenzó con la impresión de escritos y letras específicas, ahora se lo puede apreciar en una diversidad de sustratos con formatos ilimitados. Se utilizó el método cuantitativo. Esta investigación tuvo como resultado y conclusión que se amerita gestionar la materialización de contenidos sobre sistemas de impresión para orientar de forma adecuada a muchos emprendedores que se dedican al medio de las artes gráficas.

Beltrán et al (2011). En su trabajo de investigación titulado “guía técnica de recomendaciones de impresión, aplicada a la fotografía, texto e ilustración “. Investigación académica para la licenciatura en artes plásticas, opción diseño gráfico. Esta investigación menciona que la técnica de impresión es de relevancia notable tanto en el área intelectual, así como en el campo laboral, que, con la concepción y la posterior aplicación correcta de procesos, optimizará el desempeño de las labores acreditando calidad y eficiencia en el arte impreso. Se hizo uso del método cuantitativo. Tiene como resultado y conclusión que el conocimiento de las

técnicas de impresión tiene un rol primordial, por ende, se permite así el adecuado desarrollo de la profesión, esto debido a que todo diseñador y personas dedicadas a la impresión de archivos, están sujetos a avalar calidad, responsabilidad y credibilidad al usuario en un producto impreso.

Baños (1999) realizó un estudio llamado: “Métodos heurísticos y creación publicitaria”. Trabajo de tesis doctoral. Facultad de ciencias de la información Universidad Complutense de Madrid, este estudio abordó el tema concerniente con la creatividad en el proceso creativo que está complementado con la publicidad. Se hizo uso del método cuantitativo. Esto genera el resultado que el proceso creativo y la publicidad están conectadas puesto que esto influye en el diseño del proyecto.

1.2.2. Nacional

Rivas (2020), en su estudio denominado “La influencia de la digitalización en los procesos creativos de ilustradores profesionales de Lima”. Trabajo de investigación para obtener el título de bachiller en Diseño Profesional Gráfico. Facultad de Diseño. El presente trabajo abordó el tema del proceso creativo como respuesta a la necesidad de entender el modo de llevar un problema a la generación de una solución creativa. En cuanto a su metodología se optó por el método mixto, ya que se analizan datos de manera cualitativa y cuantitativa. En las principales consecuencias de los resultados se encontraron herramientas digitales que se encuentran en la mayor parte del proceso creativo e influyen específicamente en su fase final. Se obtuvo como conclusión que el proceso de transformación digital de los instrumentos de diseño ejerce un efecto en el proceso creativo de los ilustradores provocando un giro en sus niveles de productividad.

Ayuni (2018), en su libro titulado “El fluir del ilustrador: El proceso creativo aplicado a un proyecto de ilustración editorial dirigido a público infantil”. En la presente, Ayuni, consideró que el proceso creativo tiene como aspiración el poder contraponer y organizar las formulaciones que se realizan, con esto es posible estudiar como en un proyecto de ilustración editorial termina siendo empleado el proceso creativo. Como resultado y conclusión de este estudio se produjo la

deducción que tanto la sistematización como utilidad del proceso creativo reconocen la necesidad de percibir la condición de alcanzar un escenario complejo a la elaboración de una obra o elaboración creativa, revisión documental y análisis de caso.

Bravo (2019) en el estudio realizado bajo el título de “La imagen corporativa y su efecto en la impresión global de los clientes de una reconocida financiera chiclayana” investigación para la obtención del título, bachiller en Administración de Empresas. En la actual publicación trata el proceso creativo de una forma resolutiva en el efecto que tiene tanto de imagen como corporación, al igual que de impresión, dado que se analizó una constante negativa por parte del público no logran reinventar los productos que ofrecen, es ahí que radica la investigación que pretende encontrar una respuesta sobre reconocer cuanto influye la imagen de la marca o empresa y su consecuencia en relación a la impresión global. La aplicación metodológica que se efectuó fue la cuantitativa, donde se manejó la encuesta, mediante esta técnica, las deducciones alcanzadas, lograron definir con mayor influencia lo que es la dimensión personal, y de menor influencia la localización.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Técnicas de Impresión

Sanjurjo (2001), existen técnicas para impresión que son variadas y en ocasiones muy complejas, por ese mismo motivo los diseñadores gráficos deben tener los conocimientos necesarios que les permitan poder lograr su objetivo ya que esto se refleja en el producto final de la impresión.

1.3.1.1. Pre-Prensa

Medina y Sampedro (2012) mencionan que en esta etapa se plasma la idea en digital, teniendo en cuenta todo lo relacionado al gráfico, como cromática, las fuentes tipográficas uniéndose para formar una armonía y así poder obtener una pieza gráfica para luego continuar con siguiente etapa, que es la prensa.

1.3.1.1.1 Planificación y creación

Ferrada (2018) al referirse a la creación y planificación que se basa en analizar los elementos que serán parte de la gráfica para que el resultado final disponga de una buena terminación y calidad (pág. 12).

1.3.1.2. Prensa

Ferrada (2018) afirma que la prensa es la parte del proceso donde una vez obtenida la pieza gráfica se procede a la impresión, esto depende de la técnica elegida para el proyecto final. Ya obteniendo la impresión esta pasará a la última etapa del proceso donde se desarrollan los detalles finales.

1.3.1.2.1 Sistemas Convencionales y Sistemas Digitales

Ferrada (2018) afirma que existen dos métodos, en dónde se encuentran los sistemas convencionales como la impresión en Offset, la serigrafía entre otras, así como los sistemas digitales como la inyección de tinta y el láser que nos ayudan a plasmar nuestras gráficas. (pág.13).

1.3.1.3. Post Prensa

Quintana (2004) afirma que la post prensa es la última etapa del proceso de impresión idóneo dónde se dan los detalles finales, al acabado antes de ser entregado al cliente.

1.3.1.3.1 Materialidad

Ferrada (2018) afirma que la materialidad está relacionada con todos los tipos de papel únicamente utilizados para impresión, para la correcta elección de esta. Permite que la propuesta gráfica resulte mejor, ya que es dónde será aplicada (pág.25).

1.3.2. Proceso creativo del diseño gráfico

Según expresa Landau (2002) sobre la ejecución de lo que denomina emociones estancadas, es un canal por el cual el proceso creativo logra desempeñarse, de igual forma tiene una visión que distingue al individuo creativo del no creativo, calificando al primero con una capacidad de reinención, y por el contrario el segundo como un individuo que rechaza o se opone a las premisas concernientes a la creatividad.

1.3.2.1. Preparación

En este punto se comienza con la planificación concerniente a la solución de un problema, el cual tiene que ser evaluado. En esta etapa debe distinguirse prioridades, separando siempre lo principal de lo secundario, permitiendo tener en claro las acciones a seguir para posteriormente darle solución al problema identificado.

1.3.2.1.1. Necesidad o dificultad percibida.

Para iniciar el proceso creativo, se debe identificar ciertas necesidades o problemas inminentes. Hay que evaluar las oportunidades y amenazas generadas a partir de la realidad problemática, identificando sus orígenes y consecuencias, así como las estrategias posibles para su resolución.

1.3.2.1.2. Problema formulado.

El problema formulado debe analizarse para evaluar su posible resolución, debido a que muchos de estos no logran solucionarse con técnicas que se desarrollen de manera creativa, y requieren recursos y logística inaccesibles.

1.3.2.1.3. Informaciones disponibles examinadas.

En esta etapa se empieza con la recolección de todo lo concerniente al problema, esto porque a medida que exista más información, producirá mejores datos y reflexiones que ayudarán a decidir metas, estrategias y acciones concretas sobre la ejecución del proyecto.

Se debe tener en cuenta que dependiendo el grado de importancia se debe clasificar la información.

1.3.2.2. Incubación

Moles (1977) en esta etapa explica cómo el individuo aborda la resolución de un problema. Relata cómo aparecen las primeras hipótesis para el sujeto y la manera en la que este conscientemente se distancia temporalmente del problema para pensar una solución y de esta forma poder avanzar.

Esta etapa puede alargarse indefinidamente y es donde se elucubrará un sentido de originalidad. Para otros autores como Ghiselin (1952), existen procesos conscientes como también inconscientes, para dicho autor siempre seguirá siendo algo misterioso.

1.3.2.2.1 Pensamiento convergente

Crea Business (2014) afirma que, se basa en ordenar ideas de una manera lógica en la información, y posteriormente seleccionan ideas para ser analizadas (pág.9).

1.3.2.2.1 Pensamiento divergente

Crea Business (2014) menciona que es un proceso donde permite crear todas las ideas posibles, para de esta manera generar soluciones (pág.9).

1.3.2.3 Iluminación

La iluminación es la certeza de haber llegado a la solución del problema. Esta etapa es breve e intensa. En algunos casos está demostrado que el diseñador cuando está a punto de dar con la respuesta tiene una sensación de extremo entusiasmo, que incluso algunos autores consideran que es una fase diferente y antes de la iluminación. Es por ello que según Emerson citado por Barrón (1976) indicó una vez que “la persona que está más cerca de tener un pensamiento original es la que primero reconoce la originalidad” (pág.31).

1.3.2.4.1 pensamiento lateral

El pensamiento lateral se enfoca principalmente en cambiar el pensamiento vertical o lógico, ya que se propone erradicar los bloqueos mentales.

Dentro de sus principales ejes se tienen: el cambio de estructuras para elaborar un orden fuera de lo convencional, mediante este cambio se quiere lograr un modelo que muestre la información de una manera diferente.

De acuerdo con esto se puede definir al pensamiento lateral como creativo, analítico, y provocativo, buscando la eficacia de las conclusiones, proponiendo nuevos enfoques con corrección lógica.

El pensamiento lateral no asegura la resolución de problemas, pero sí garantiza una mayor probabilidad de encontrar la solución mediante la reestructuración de modelos.

1.3.2.4.2. Soluciones formuladas

Según Rossman (1931) gracias a la creatividad se puede dar solución a los distintos tipos de problemas o adversidades con forma innovadora y con el fin de satisfacer las dificultades que poseen los proyectos. Las soluciones formuladas desde la etapa de iluminación deben tener una constitución objetiva y/o subjetiva, una sensibilidad, materialidad, así como una racionalidad.

1.3.2.4. Verificación

En esta etapa se realiza la verificación de la solución al problema. Ello implica la aplicación de prototipos y simulaciones. Además, esta fase para diversos autores aquí finaliza el proceso creativo, en cambio para otros no, ya que la creatividad no tiene fin. En esta etapa se comprueba si las hipótesis pueden resolver las dudas de la etapa inicial.

1.3.2.4.1. Soluciones revisadas críticamente.

Para el concepto de creativo, no resulta imprescindible vastos recursos, lo importante radica en el problema y el ingenio humano de su resolución. Por ello, se economizará y evaluará la mejor manera de llevar a cabo las acciones y productos creativos.

1.3.2.4.2. Nuevas ideas formuladas

Las ideas nacen de la experiencia y el ingenio personal, incluso se puede denominar como “una chispa de locura” a aquello que no contempla un proceso racional en su elaboración. Las ideas se comparan y refinan hasta que se pueda seleccionar la mejor.

1.3.2.4.3. Nuevas ideas propuestas.

Una vez seleccionada, la idea propuesta debe servir para contemplar de manera efectiva las acciones y estrategias que darán luz a los productos creativos.

1.3.2.4. Difusión

Además de las ya conocidas clásicas cuatro fases, se puede incluir una quinta, a la cual dos de los autores más relevantes en este estudio como son Caude y Moles, (1986) refieren en su libro "Creatividad y métodos de innovación la etapa

de difusión y socialización" que mientras algo sea creado recientemente pasa a ser aceptado de manera conjunta en todo lugar.

No necesariamente el invento deberá tener el visto bueno del entorno creativo, sino más bien este producto debe lograr sobresalir ante el público para así obtener una aceptabilidad positiva.

Por otro lado, los autores Marín y de la Torre (1991) conceptúan a la comunicación como una de las bases del espacio creativo, debido a que no sólo es suficiente la idealización, la reflexión o la actividad inconsciente. De este modo se puede llegar a relacionar con otra de las fases del proceso.

1.3.2.3.1 Evaluación del cliente

Baños (1999) el diseño como tal no solo tiene que ser aceptado en el entorno creativo, sino trascender y ser aprobado por el cliente y captado por el público objetivo. (pág.109)

1.4. Formulación del problema

¿De qué manera la técnica de impresión idónea se asocia al proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix?

1.5. Justificación e importancia del estudio

La actual investigación aportará desde el campo de diseño gráfico la manera en que se asocia la técnica de impresión idónea al proceso creativo. Según Vacas (2009) la tecnología y el diseño gráfico van de la mano, puesto que la tecnología va avanzando y el diseño también, esto beneficia tanto a los clientes y consumidores, como al propio diseñador.

Además, las técnicas de impresión idóneas pueden ser utilizadas como medio de publicidad ya que actualmente cierta cantidad de diseñadores no

cuentan con los conocimientos idóneos que permiten el bajo riesgo de pérdida de tiempo, material, entre otras cosas.

En este aspecto, los resultados de esta investigación contribuirán para investigadores en el área del diseño gráfico y la comunicación visual, que abordan el estudio de técnicas de impresión idóneas desde el proceso creativo del diseño gráfico.

Asimismo, esta investigación está basada en un diseño no experimental y de enfoque cualitativo; donde se presentarán resultados de técnicas e instrumentos que brindarán información para investigaciones futuras.

Los resultados serán de gran aporte para diseñadores y para los que deseen ejecutar proyectos con el mismo o similar tema de investigación. La pandemia de COVID 19 y el escenario que nos dejó fue la disminución de los proyectos de impresión, por ese motivo el dar a conocer los temas como el de técnicas de impresión idóneas y su asociación al proceso creativo termine siendo productivo positivamente para consumidores y empresas.

En cuanto a limitaciones del presente estudio, se puede afirmar que existe un periodo límite sobre investigaciones anteriores en las técnicas de impresión idóneas, que disminuye cierta información importante para este proyecto.

Además, aunque la empresa se encuentra en un espacio geográfico cercano, no cuenta con varias sedes por ende será necesario utilizar la única sede para recolectar la información necesaria teniendo en cuenta las restricciones y cuidado que se han tomado en el marco de la crisis sanitaria por la COVID 19.

Finalmente, el acceso a la información que corresponde a las variables de estudio se ha visto restringida, en el caso de las bibliotecas físicas con motivo de la pandemia por COVID 19.

1.6. Hipótesis

Las técnicas de impresión idóneas se relacionan sustancialmente al proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Establecer de qué manera la técnica de impresión idónea se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.

1.7.2. Objetivo específico

Reconocer la manera en que la etapa de pre prensa se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en la imprenta Servigrafix.

Describir la manera en que la etapa de prensa se relaciona con el proceso creativo

Describir la manera en que la etapa de post prensa se relaciona con el proceso creativo

II. MÉTODOS

2.1. Tipo y diseño de investigación

Diseño no experimental, transversal, descriptivo-etnográfico de enfoque cualitativo.

Esquema:

M --- O

Donde:

M= Trabajadores de la empresa Servigrafix

O= Proceso creativo y mecanismos de impresión.

- **Diseño no experimental**

Hernández (2018) menciona que el diseño no experimental no varía el resultado de la investigación, contrario a eso, se basa específicamente en la observación de las variables sin ningún tipo de alteración, dicho esto estudian los fenómenos exactamente cómo ocurrieron.

- **Transversal**

Chávez (2018) analiza y estudia la información recopilada como las variables y la población de muestra en un periodo de tiempo determinado, se pueden medir mediante gráficos y diagramas, dónde se muestran los resultados. (pág. 11)

- **Descriptivo-etnográfico de enfoque: Cualitativo**

Hernández (2018) analiza el objeto de la investigación a partir de cómo se desarrollan, para tener una interacción y una percepción particular de las personas sobre el tema de investigación, también permite examinar los datos utilizados y enfocados en la observación del proyecto en su entorno natural.

Etnográfico

Duranti (2000) estudia a un grupo reducido de personas en su entorno, el cómo actúan y cómo se desarrollan para que de esta forma se logre el objeto de investigación.

2.2. Variables, operacionalización

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumento de recolección de datos
Técnicas de Impresión	Según Cañarte y Lliguicota (2019) Las técnicas de impresión son una parte importante ya que desde que el cliente hace su pedido, hasta cuando se hace la entrega, es necesario realizar un proceso que comienza con la creación del diseño pedido por el cliente, hasta la impresión, este proceso es parte fundamental puesto que influye para llevarse a cabo el encargo.	Preprensa Prensa Post prensa	Planificación y creación Materialidad Sistemas Convencionales y Sistemas Digitales	
Proceso creativo del diseño gráfico	Frascara (2000) “el diseño gráfico contemplado como actividad, es la concepción; programación y proyección de las comunicaciones visuales, elaboradas generalmente por medios industriales y con el fin de emitir determinados mensajes a grupos específicos”.	Preparación Incubación Iluminación Verificación Difusión	Necesidad o dificultad percibida. Problema formulado. Informaciones disponibles examinadas. Pensamiento convergente Pensamiento divergente pensamiento lateral Soluciones formuladas Soluciones revisadas críticamente. Nuevas ideas formuladas Nuevas ideas propuestas. Evaluación del cliente	Técnica de entrevista

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

La población del proyecto de investigación la constituyen las Imprentas de Chiclayo.

2.3.2 Muestreo

La investigación tuvo su núcleo del análisis no probabilístico por conveniencia bajo el criterio de la observación del proceso creativo del diseño gráfico y los mecanismos de impresión idóneos realizados por los trabajadores la Imprenta Servigrafix, se justifica ya que este centro disponía de los instrumentos necesarios para realizar el estudio, puesto que el proceso creativo y las técnicas de la empresa son parte del día a día de la empresa.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Hernández (2020) señala que las técnicas de recolección son procedimientos que permiten que el investigador obtenga información imprescindible para dar respuesta a su pregunta de investigación.

En el actual proyecto se emplearon técnicas de recolección como la técnica de entrevista.

Folgueiras (2016) la técnica de entrevista permite conseguir información de una forma individual, mediante un listado de preguntas sobre la problemática de la investigación, que se lleva a cabo de manera directa con el entrevistado.

Instrumento de entrevista: guía de entrevista

2.5. Procedimiento de análisis de datos

En primera instancia se ha seleccionado a los trabajadores de la empresa Servigrafix que serán parte del proceso de investigación. Se ha adaptado una guía de entrevista y una guía de observación para que analicen el proceso creativo de diseño gráfico y los mecanismos de impresión usados en la organización, así mismo se validó estos instrumentos a través de tres docentes especialistas de la escuela de Artes y diseño gráfico empresarial de la Universidad Señor de Sipán. Finalmente, se trianguló la información resultante para su posterior contrastación con los antecedentes teóricos.

Según Gavira (2015) la triangulación de datos es lo concerniente al uso y manejo de distintas estrategias y orígenes de información que acopien los datos, así se hace posible contrastar lo recabado. La triangulación de datos es una técnica que permite la utilización de varias fuentes que permiten comparar a partir de los datos recolectados.

2.6. Criterios éticos

En primer lugar, los estudiantes llevarán a cabo la investigación teniendo como base a las conductas Responsables en investigación. Según Perelis (2012) el CRI implica tener conductas éticas ante una investigación, tener en regla todo y no cometer fraude, haciendo la investigación de una forma honesta y muy eficiente.

2.7. Criterios de rigor científico

Se han realizado los conceptos de la credibilidad y conformabilidad (valor de verdad y neutralidad). Para ello se ha utilizado la prueba V de Aiken que según García (2018) La V de Aiken permite calcular la notoriedad de los ítems en relación a las apreciaciones de los jueces donde se determine un dominio de contenido. La facilidad del cálculo y la evaluación de los resultados a nivel estadístico son fusionadas en este coeficiente.

III. RESULTADOS

CUADRO DE ENTREVISTADOS				
Entrevistado	Nombres y Apellidos	Cargo	Edad	DNI
01	Nelly Miliam Sánchez	Diseñadora	26	73785411
02	Víctor Romero Álvarez	Diseñador	26	76869895
03	Oliver Barrantes Chambergó	Coordinador	30	72210480
04	Malva Gutiérrez	Diseñadora	32	42915888
05	Jorge Montejo	Maquinista	46	40158071

Ítem	Entrevistado 01	Entrevistado 02	Entrevistado 03	Entrevistado 04	Entrevistado 05	Síntesis Integrada
¿Antes de realizar un proceso de impresión suele planificar etapas o pasos a seguir? ¿Esto se relaciona con el tipo de impresión solicitada (offset, sublimación, láser, etc.)?	De acuerdo a la pregunta si tenemos una ruta ya de elaboración o sea ya tenemos un proceso no, siempre empezamos ya por lo que siempre o sea requiere el cliente no, de acuerdo a eso vamos trabajando y luego de eso pasamos a la impresión y a los acabados no	Primero empieza desde el cliente vemos su requerimiento de lo que él quiere solicitar tomamos las ideas del cliente y también las mezclamos con nuestras ideas para poder crear la elaboración del diseño, una vez que el diseño ya está elaborado, se hace una impresión previa dependiendo pues, a veces los clientes no pueden venir a la tienda nosotros tratamos	Sí normalmente las impresiones tienen una ruta de elaboración que empieza desde el requerimiento del cliente pasa a lo que es la elaboración del diseño que también está ligado al método de impresión no porque, cada proceso tiene una forma de elaboración, luego de ello se hace la verificación con el cliente y finalmente pasa al proceso de	Claro definitivamente creo que es necesario planificar y seguir un proceso, una serie de una secuencia no, cuando hablamos de un proceso hablamos de una secuencia que creo que es necesario seguir y que creo que inicia desde contar con el personal, con los equipos, con los insumos para poder luego materializar en los requerimientos de un cliente no y que	[...] en cuestión de impresión offset lo primero que se hace se planifica, cuando llega por decir el proceso de diseño que lo tienen ustedes, lo terminan el diseño corrección todo, va al CTP, del CTP regresa ya las matrices, [...] cuando ya está en mis manos estas matrices, se planifica el tiempo más que todo ¿no?, [...]	La formulación de la solicitud que elabora un cliente para la realización de un proyecto comienza con la planificación, la cual es realizada con una ruta técnica, para que de esta forma se seleccione un proceso de impresión correcto.

		de enviar el arte por las redes sociales o también hacerla un método de impresión para que ellos lo vean y una vez que ya está verificado el diseño éste sigue el siguiente proceso de elaboración que eso se lleva placas y se termina ya imprimiendo.	elaboración o impresión.	definitivamente varía de acuerdo al tipo de impresión porque son diferentes tipos de maquinaria diferentes tipos de procedimientos para poder realizar estos trabajos.	porque ya este el dueño nos indica qué cantidad de material vas a pasar, que material se va a imprimir cuánto se va imprimir, si es por un lado ,por ambos lados, si es a un color o es a full color no, en cuanto a tiempo nosotros planificamos en qué tiempo debemos terminar [...] en este proceso tú tienes que darle un tiempo para que el material seque para poderlo llevar a guillotina, la cortadora para poderlo hacer el acabado final [...].	
De tener una preparación o planificación de los pasos a	Bueno si no siempre es esto planificar no para qué así nos	Claro nosotros nos ayuda mucho porque nos evitamos así perder	Definitivamente la planificación sirve principalmente para evitar la pérdida de	Claro que son mejores porque cada qué tipo de impresión sea offset,	Mira en cuestión de maquinaria hay diversos tipos de	La planificación es un proceso sistemático en

<p>seguir durante la impresión ¿Cómo le ayuda con respecto con cada tipo de impresión? ¿los resultados son mejores cuando se entiende cada paso?</p>	<p>ahorramos el tiempo de lo que es esto, evitar la pérdida de material y de evitar también la pérdida del tiempo del cliente y como se dice bueno mayor dicho evita toda la pérdida para ambos para ambos lados para cliente y para el diseñador, bueno si la planificación como te digo es esto muy necesario porque ya seguimos pasos ya a seguir no ya definitivos o sea ya ya planificados que nos llegaría a terminar el trabajo no.</p>	<p>un material mejor dichos recursos este ya que eso a nosotros nos cuesta y también nos ayuda a trabajar conforme y ante la mano del cliente pues, así no desperdiciando un material y también que el cliente lleve un buen trabajo.</p>	<p>los recursos, si no se deja claro las pautas a seguir, el método con que trabajar y los materiales utilizar puede pasar que el resultado no es el esperado, no es lo que quiere el cliente termina en una pérdida de económica.</p>	<p>sublimación o sea láser son maquinarias diferentes, son insumos diferentes, son técnicas diferente, el trabajo de desde la parte creativa se prepara de un modo diferente seriamente diferente para que el resultado pueda ser el óptimo, el esperado por el cliente.</p>	<p>maquinaria, [...]hay máquinas de un color, máquinas 2 colores, máquina de cuatro colores, máquina de 8 colores y máquina de 12 colores, hasta 16 colores ahora si tú me preguntas si se puede planificar en cuestión de impresión cuando es máquina de un solo color si lo puedes planificar [...] porque te da tiempo a que tú puedas organizar el material, le puedas dar el tiempo adecuado para el secado porque el color ...</p>	<p>donde se establece la necesidad del cliente y posteriormente observan los recursos y materiales que se va a emplear dentro de la ejecución del proyecto y de esta manera evitan tener pérdidas de producción.</p>
<p>Cuando se estable el proceso de impresión ¿Cuál es el tiempo variable</p>	<p>Bueno en esa pregunta sí bueno los tiempos es muy bueno bastante diferencia en lo</p>	<p>Bueno los tiempos si son variables por cada tipo de impresión por ejemplo en laser es la técnica más</p>	<p>Los tiempos de impresión para cada tipo es variable, la impresión láser es una técnica más rápida y por lo tanto</p>	<p>El tiempo es variable no, en mi caso como este hago lo que es este la parte gráfica no conozco con exactitud el tiempo</p>	<p>Mira en cuestión de tiempo como ya te he explicado anteriormente ,[...] en papel</p>	<p>Al momento de realizar las impresiones el tiempo que emplea</p>

<p>para cada tipo y técnica de impresión (offset, sublimación, láser, etc.)? ¿Es variable? ¿Por qué es importante su planificación y qué sucede cuando se carece de este recurso? ¿Cómo influye en el resultado?</p>	<p>que es offset y láser no, en la opción requerimos más para trabajos largos no con bastante cantidad y en lo que es en la láser es un tiempo que normalmente puede ser de un momento para otro no porque ahí utilizamos esto distintas tipos de tinta, en la offset utilizamos unas tintas esto cómo se dice unas tintas especiales mejor dicho y lo que es láser uno lo que son llamados son tóner no que son cosas muy distintas y nos facilita lo que es láser.</p>	<p>rápida de poder hacer una impresión ya que nos ayuda a imprimir este volante en un en un menor tiempo pero estas máquinas se utilizan mayormente para impresiones de poca pocas cantidades, en cambio en offset es otra técnica diferente pero es para cuando nos piden cantidades ya por millares esto hace lo que no puede hacer una máquina a laser, también tenemos otra técnica de que actualmente no se utiliza, que es serigrafía este es una técnica también de impresión pero esa ya se ha dejado de utilizar porque ya este es igualito como la offset demoraba y tomaba su tiempo.</p>	<p>tiene la ventaja de que puede ser por cantidades pequeñas; en cambio la impresión offset es una técnica que demanda más tiempo de preparación y está orientada más a producciones altas, definitivamente no se puede ser un cruce es decir, no podríamos imprimir cantidades menores con la técnica offset y cantidades mayores con la técnica láser o digital porque sería un una desproporción de los costos unitarios</p>	<p>que puede demandar en producción pero si es variable y depende mucho del requerimiento del cliente o sea de la de la cantidad que demanda el cliente, es diferente producir no sé uno o 2 a producir cientos no, según eso también va a variar el tipo de impresión, el tipo de materiales que se va a usar no, por ejemplo en láser el tiempo es más corto porque se puede trabajar incluso por unidades no desde una hasta 100 y más, pero por ejemplo en el caso de lo que es offset se trabaja directamente con cantidades con cientos de lo contrario en cuanto a lo que son costos pues no sería rentable para la empresa no.</p>	<p>bond la impresión es muy diferente a la de papel couché y es muy diferente al cartón, entonces si tú me dices si hay un lapso, un tiempo de planificación de tiempo entre un material y otros sí por qué porque el papel bond demora en cuestión de secado impresión demora , todo lo que el material es poroso demora para para que seque la impresión y poderle dar la siguiente pasada en cambio el papel couché sí es mucho más rápido del secado mucho más rápido [...]</p>	<p>es variable, ya que depende de la producción requerida por el cliente, para que así el diseñador planifique el tipo de maquinaria y los materiales que usara en el proyecto a realizar.</p>
--	--	--	---	--	---	--

<p>¿Cuál es el equipamiento necesario para cada tipo y técnica de impresión (offset, sublimación, láser, etc.)? ¿Qué sucede cuando los recursos no son óptimos? ¿Qué efectos puede tener sobre el resultado final?</p>	<p>Bueno en ese caso sería de que recursos lo bueno ahí sería el papel no que el papel siempre tenemos esto nuestro alcance que son los recursos que más se necesita en todo lo que es eso no el papel, los tipos de papel, las tintas que son accesibles a tenerlos, bueno eso sí cuando puede salir que sea que la impresión no sea la adecuada o sea me refiero a lo que es de tonalidades de impresión no la calidad, mejor dicho.</p>	<p>dependiendo también a las cantidades si es una cantidad chica usamos una máquina láser que la impresión es igual que una impresión a offset pero la diferencia es que el offset se imprime por cantidades mayores ya que una máquina laser al hacer una impresión de mayor cantidad nos perjudica también económicamente porque esta solo es para impresiones de menor cantidad, nosotros desde la elección que tomamos es por la calidad y por la cantidad, este también tenemos otro tipo de impresión que es la sublimación que es muy diferente el tipo de material que es para para poder sublimar en diferentes cosas,</p>	<p>Para la impresión offset se necesita lo que es una máquina de elaboración de placas por color, se necesita la máquina offset en sí y se necesita las máquinas complementarias de acabado como podría ser una numeradora, una troqueladora, una plastificadora, depende del requerimiento . En el caso de las impresiones láser es más fácil porque simplemente se requiere el equipo en sí y pues el insumo que sería el tóner y el papel no, cuando los recursos no son óptimos lo que sucede es que puedes tener una baja calidad de impresión donde los detalles no pueden llegar a la exigencia que quiere el cliente y el efecto que</p>	<p>Por ejemplo en el caso de del impresión en offset se necesita una máquina offset y se trabaja con placas que son de diferentes tamaños y que se tiene que adaptar al tipo de maquinaria que con la que contamos nosotros no, aparte de eso las tintas las tintas son distintas no, para lo que esos son tintas especiales y lo mismo sucede por ejemplo si se habla de un trabajo digital o de un trabajo láser igual la el tipo de este de máquina de maquinaria varía no de igual forma si se va a hacer un trabajo digitalizado también no se trabaja con tóner, entonces allí varía y de acuerdo al tipo de insumos que se utiliza si es de buena calidad si es</p>	<p>Ya mira existen diferentes tipos de tinta aquí está la diferencia, hay diferentes tipos de tintas, por decir el papel bond necesita un tipo de tinta diferente al del couché diferente al del cartón que pasa cuando yo empleo una tinta que no es la adecuada para el papel bond de hecho que no van a secar [...] son diferentes el tipo de tinta de bond que de couché, si tu usas tintas diferentes, equivocadas pues vas a tener un un trabajo de muy mala calidad [...]</p>	<p>El equipo que emplean para el uso adecuado de cada técnica de impresión es dependiendo a la máquina. Cabe mencionar que para impresiones ófset utilizan placas de color y artículos complementarios, mientras tanto en una impresión a laser los recursos son más básicos como tintas o cartuchos.</p>
--	--	---	--	--	--	---

		son diferentes tipos de materiales también que usamos ahí.	puede tener este al cliente este desacuerdo con el trabajo elaborado y no lo acepté.	digamos el original o es este el repuesto podríamos decir, un sustituto el resultado va a variar y el cliente lo va a notar.		
¿Reconoce la diferencia entre los sistemas convencionales de impresión y los sistemas digitales?	bueno ahí sino cómo se dice son ahí estamos más orientados por lo que es cantidades, cantidades de impresión y calidad también.	Claro los convencionales son las serigrafía, el offset y los digitales son las máquinas láser, la impresora.	Sí, básicamente como lo dije están orientados a la cantidad de impresión, más que todo es eso a la cantidad de impresión.	claro los sistemas convencionales normalmente se utilizan para producir grandes cantidades no cientos, por ejemplo, este en lo que es impresión en offset, pero en lo que es impresión digital los trabajos suelen ser unitarios o pocas cantidades no y los resultados de hecho son diferentes no.	Mira hoy en día el sistema convencional como que ya está quedando a la historia ya [...] pero maquinaria que ya está viniendo ya con tecnología. [...] ya el sistema convencional como que está quedando [...] porque el cliente cada vez se exige mejor calidad de impresión, más rapidez y eso hace que el empresario lo obliga a traer maquinaria nueva adquirir	Las técnicas de impresión se dividen en dos sistemas (digitales y convencionales), estos métodos mencionados se diferencian mayormente por la cantidad de producción que puede existir entre una y otra. Cabe resaltar que un sistema convencional puede realizar mayor cantidad de producción, que de un sistema digital.

					maquinaria nueva [...].	
¿Cuál considera usted que es el sistema óptimo para el desarrollo de una técnica de impresión? ¿Porqué? ¿Qué beneficios le brinda?	Bueno eso es como ya te estaba repitiendo todo no variablemente sin eso es la cantidad de impresión si es mayor o menos cantidad y esto cómo se dice la calidad de impresión que es lo que se requiere y finalmente el acabado que se da todo a toda impresión.	La técnica de offset pues porque para poder llegar a imprimir tenemos que primero elaborar un diseño a base de lo que necesita el cliente, de lo que requiere el cliente, una vez que ya está verificado este se cuadra para poder mandarlo a hacer una placa y sus costos también son más baratos pues al momento de mandar a hacer una impresión por cantidad.	El sistema es en función netamente a la cantidad, la calidad en ambos casos va a ser buena, con detalles mínimos en el acabado sin embargo este la decisión que uno toma para la elección de la del tipo de impresión siempre está sujeto a la cantidad.	Dependería del de lo que requiere el cliente no, previamente el cliente se le expone que es lo que él desea no, o viene con una idea clara de qué tipo de impresión quiere y si no se le sugiere no, tenemos tal o cual opción y cuál podría ser la que obtenga el mejor resultado para él no, entonces de acuerdo con eso pues varía de hecho que varía.	Mira en cuestión a tecnología este son máquinas [...] muy rápidas con precisiones muy muy exactas que de beneficia en cuestiones de calidad de impresión, rapidez [...] estas máquinas traen una panel de control que te permite desde el momento que está poniendo la primera hoja permite que la máquina se vaya automáticamente adecue al material que tú vas a pasar [...] eso ahorra tiempo te ahorra que te digo en el desgaste del personal [...] va adecuando al tipo de material que tú le vas a colocar y que vas	La ejecución depende por el requerimiento de los clientes, ya que ambos sistemas de impresión son óptimos para la confección de las impresiones, sin embargo, dependerá mucho de la cantidad que solicite el usuario para que de esta forma elijan un sistema óptimo para la realización

					a trabajar y eso que ahorra tiempo, también ahorra material, también te ahorra tinta [...]	
Los materiales que hacen uso ¿los eligen de acuerdo con la técnica de impresión (offset, sublimación, láser, etc.)? ¿Porqué?	bueno ahí sería que la offset y láser pues utiliza mayormente el mismo papel y también requerimos a lo que el cliente esto necesita y para qué lo necesita pues no hay un cactus de que algunos clientes no saben de lo que es esto la calidad de papel y como de acuerdo nosotros hemos trabajado ya le hacemos la recomendación esto la mejor calidad no para que el trabajo quede bien.	A lo que requiere el cliente también y las máquinas que van a pasar también ese tipo de material por ejemplo si un cliente requiere un material de un cuche o fólcote o cartón esos materiales se pasan nada más en máquinas offset grandes de impresión influye el material, ya que mayormente las máquinas láser requieren gramaje nada más de 200 g 250 G nada más pasa ese material, ya que a partir fólcote un poco de calibre 12 o 13 o cuche de 300 ya es otra máquina que permite pasar el material.	Sí, definitivamente la máquina la impresión offset está ligado a un tipo, digamos el material en sí es el mismo para todos que es el papel, pero los recursos y los consumibles son diferentes para cada técnica en lo que es la impresión offset se utilizan unos tipos de tintas especiales, además de insumos como parte del proceso complementario, en la impresión láser son otros tipos de tinta que se le conoce como tóner.	Sí de acuerdo a lo que a lo que se requiera los materiales se eligen no, por ejemplo, si se trata de una sublimación al cliente se le presenta el tipo de material y cuál va a ser el acabado de tal manera que el cliente sepa que lo que va el producto final que él va a recibir es como se le ha mostrado no y luego no se sienta sorprendido que no es el resultado acabado, lo que la espera, lo que él pedía.	Mira en cuestiones de tinta depende porque el papel que te digo el cliente te dice necesita un trabajo en tal material, ya sea bond, cartón, couché que se yo de más gramaje eso ya lo elige el cliente no, ahora tú ves la cuestión de tinta, qué tinta le vas a poner como ya te dije en qué tiempo lo vas a terminar y cuál es el tiempo que vas a determinar [...]	El uso del material adecuado está ligado al proceso de impresión, esto varía dependiendo de cada tipo y técnica, para de esta forma obtengan un producto final satisfactorio y cuente con el acabado requerido

<p>¿Cree usted que el uso del material influye en la satisfacción del cliente? ¿Por qué? ¿El cliente reconoce la calidad del resultado del producto del material utilizado?</p>	<p>Bueno eso sí es muy importante no porque como ya te estaba repitiendo esto el papel lo utilizamos esto de acuerdo para que lo necesitan si es para una carátula tenemos que utilizar un papel más grueso o un fólcote que es que eso no podemos utilizarlo como para poner esto como hojas de interior no que va para un cuaderno no podemos poner la misma tonalidad de papeles no o grosor es como se dice y si es importante.</p>	<p>Claro la mayoría el material siempre influye porque el cliente ve el tipo de material ya tenemos el cuche que se utiliza mayormente en los volantes el fólcote que se utiliza para los tipos de carátulas de libros dependiendo lo que se requiera pues y actualmente el cliente ya reconoce por el tema de que ellos ya se dan cuenta por el material ellos se dan cuenta viendo su requerimiento pues un mismo gramaje por la calidad también del brillo del material todo eso.</p>	<p>Si el material en realidad la mayoría de las veces lo define el cliente por el tipo de papel, sin embargo, de acuerdo con el uso o al requerimiento siempre se le sugiere al cliente la mejor elección en el tema económico y de calidad si es que lo que él requiere no se adecúa a la experiencia que nosotros conocemos.</p>	<p>Sí al cliente se le presenta desde un inicio el tipo de material y el acabado porque para eso uno trabaja también con muestras no uno siempre tiene muestras, productos que para poder mostrarle al cliente de cuál va a ser el resultado esperado él lo ve, él decide no, de entre los que tú le proporcionas, cuál podría ser el más satisfactorio para él, de tal manera que cuando él ya reciba lo que ha solicitado sepa cuál y tenga una idea clara de cuál va a ser la calidad que va a recibir si esta es buena como se le ha presentado pues de hecho va ser un cliente satisfecho y no solamente va a irse contento esta vez sino que va a</p>	<p>Si por supuesto que sí porque hay diferentes tipos de materiales, por decir en marcas [...]hay diferentes tipos de marcas [...] viene un solo color, el papel bien blanquito parejito y cuando tú lo imprimes pues se nota la calidad de impresión y la calidad del papel y el cliente pues reconoce un tipo ese tipo de trabajo que tú le das, por qué porque le ha puesto un buen material, una buena impresión un buen corte y hay el trabajo sale en óptimas condiciones.</p>	<p>Según la solicitud que requiere el cliente influye las opciones y materiales que les muestran los diseñadores, para que de esta forma el producto final presentado este en condiciones óptimas para la entrega.</p>
---	---	--	--	---	--	--

				ser un cliente que va a volver a contratar los servicios en adelante.		
A partir de los requerimientos del cliente, en materia de diseño gráfico, ¿Cómo describiría su proceso creativo?	Bueno eso el requerimiento el cliente mayormente ya viene con todo lo que es esto su diseño no nosotros simplemente plasmamos en la computadora y todo lo que mayormente ya tuvimos una conexión con el cliente no para que ellos nos digan qué es lo que necesita y nosotros captamos las ideas y solamente las plasmamos sin casi trabajamos.	Es una recolección de datos haciendo un bosquejo pues de lo que interpretamos de lo que quiere el cliente pues es ese preelaborado ese el prediseño y este se muestra al cliente y si hay algunas correcciones o algo diferente se vuelve a rehacer el bosquejo.	Los diseñadores tienen la instrucción de en principio captar lo que requiere el cliente para fin que él solicita y luego de ello mejorar con aportes en algún tipo de impresión complementaria que es que justamente son lo que el cliente a veces desconoce pero que le puede dar un tipo de valor agregado a su producto.	Una vez que el cliente llega y hace el requerimiento tenemos que captar en un tiempo corto veloz lo que el cliente desea, según ello pues se le ofrece el a las opciones que tenemos de materiales y luego se pasa ya en sí a hacer la parte creativa la parte digital una vez que ya se tiene un boceto o un diseño preliminar este se le muestra el cliente de tal manera que lo pueda aprobar y él esté conforme con la producción que se va a realizar de este trabajo posteriormente no, se necesitan de todas maneras que el cliente pueda probar y quede	Nunca te trae como él quiere solamente te trae un bosquejo, bueno eso es ya para los diseñadores donde yo tengo entendido el cliente que trae un bosquejo, ahora el diseñador es el creador como más o menos el cliente quiere el trabajo o quiere el diseño, ya el diseñador es el que el que le pone la pauta no, es el creador de cómo más o menos a lo que el cliente le dice y cómo lo capte el diseñador es como es que va a quedar el diseño.	Los diseñadores tienen la capacidad de captar las ideas de los clientes para de esta forma ellos empiecen a generar opciones gráficas de acuerdo al requerimiento mencionado

				satisfecho con el diseño antes de pasar al proceso productivo en sí.		
¿Qué factores son relevantes para su trabajo creativo (espacio, tiempo, recursos, etc.)? ¿Qué problemas pueden surgir en esta etapa? ¿Por qué?	Problema el único problema que se tendría es de que cuando el cliente no sé entiende con él con el diseñador no, ósea no entendió el diseñador o no entendió el cliente no, es uno de esos 2 bueno sería el tiempo también no que básicamente tenemos que estar en los tiempos esto para el diseño.	Bueno todo está en la destreza del diseñador pues dependiendo si el capta la idea de lo que quiere el cliente este puede llegar a tomar decisiones inmediatas para no perder mucho tiempo y así evitar pérdida de tiempo también el recurso que se utiliza para poder buscar el internet. pues también como te dije se hace un bostezo ya el cliente ve lo que lo que se ha diseñado y a veces son pocas las correcciones que nosotros mejoramos.	Yo creo que la creatividad está en su mayoría ligado a la destreza del diseñador, los recursos son importantes como es la computadora, el acceso a internet, pero sin la capacidad del diseñador no se podría llegar a mejorar en este aspecto.	Creo que una de las de las de la de los principales aspectos es que el diseñador tiene que tener la capacidad los conocimientos para poder captar la idea que tiene el cliente del trabajo final que le espera no, captar lo que el cliente quiere entonces para eso tenemos que tener como diseñadores los conocimientos técnicos, las herramientas necesarias, también contar con un equipo óptimo y tener pues un tiempo este prudencial para poder realizar el trabajo que espera el cliente no y que es todo una serie de etapas no, desde que tú le presentas	Bueno yo más que espacio yo pienso que necesita un poco de tiempo no, el espacio también es importante [...] qué pasa si es que no hay un espacio adecuado para el diseñador [...]yo pienso que no va a tener una buena concentración, [...] debe tener un espacio específico el diseñador para poder hacer su trabajo, ahora que problema trae que no haga bien su trabajo, que no se desconcentre, [...] debe estar en un espacio adecuado bien concentrado con	Todo diseñador posee una destreza al realizar sus trabajos, cada uno empieza a generar su espacio y acomoda sus tiempos para que cada trabajo que realiza tenga un resultado satisfactorio. En algunos episodios puede que cada diseñador se vea forzado al realizar sus trabajos de una manera más rápida ya que el cliente se ve involucrado en estos casos al pedir su requerimiento más rápido.

				el diseño preliminar, él hace las correcciones que considere necesarias o de por si lo aprueba por qué le parece que es lo que él desea.	la maquinaria adecuada porque necesita una buena máquina, una buena máquina acá para que pueda hacer el diseño.	
¿Antes de elaborar un diseño usted indaga sobre antecedentes de la propuesta gráfica o sólo se deja guiar por su intuición? ¿Por qué?	bueno como ya te comenté no es cliente ya viene esto bien viene ya con las ideas no con qué propósito, para que lo necesita, nosotros simplemente indagamos un poco de acuerdo a lo que ellos necesitan y vamos a agregarlo esto, vamos esto quedando cómo va el diseño para que el cliente esté satisfecho con lo que le brindamos.	Bueno en la mayoría de casos yo siempre indago pues estoy viendo algunas buenas ideas y lo que han tenido en redes sociales viendo imágenes de lo que vende imágenes de referencia para poder recolectar y poder elaborar el diseño y pues así también me evita tener pérdida de tiempo de cambiar una imagen por la otra.	En la mayoría de los casos los clientes vienen con una idea definida y lo único que se hace es mejorar todos los aspectos gráficos del diseño que ellos entregan y en los casos donde son ideas las que se transmiten del cliente hacia nosotros, los diseñadores realizan todo el proceso de investigación de acuerdo con el requerimiento, de acuerdo a las características que se puede encontrar y se hacen las propuestas.	En materia personal yo creo que sí es necesario hacer una investigación previa o sea claro no tú recibes el cliente entiendes lo que él necesita para poder hacer tu trabajo pero de acuerdo a lo que él pida creo que es necesario buscar algunas ideas no, investigar un poco sobre lo que necesita, porque puede ser que sea un tema que tú ya conoces o puede ser algo que sea totalmente nuevo para ti en el que si es necesario pues este valerte de cierta información que puedes encontrar en	bueno y en realidad la mayoría de diseñadores hasta donde yo tengo entendido este no indaga, pues no indaga, solamente o sea si se deja llevar por el cliente y ya él es el que le pone como te repito la pauta no, el diseñador indague, en algunos sí, pero, en el 80% el diseñador este se deja llevar se deja llevar por el cliente.	El diseñador cuando ya tienen claro lo que el cliente desea, ellos comienzan con un proceso de investigación antes de poder realizar sus gráficas, esto hace que cada elaboración de sus trabajos sean los más adecuados para su ejecución. En Ocasiones ya cada cliente tiene una clara idea de lo que quieren y solo los diseñadores lo plasman gráficamente.

				internet, en algunas este páginas no que te pueden dar herramientas, recursos y yo creo que eso es lo principal.		
Al momento de la elaboración de un trabajo ¿Usted plasma un boceto el cual sigue fielmente hasta obtener el producto final, sin hacer cambio alguno, o conforme va elaborándolo y van a apareciendo nuevas ideas lo va modificando hasta lograr un producto final satisfactorio? ¿Cuál de estos dos métodos considera mejor y por qué?	bueno la segunda sería porque mientras vamos esto plasmándola el diseño se nos va a imaginando esto qué es lo que necesita qué es lo que no, esto sería la opción 2 no porque vamos esto poniendo cosas nuevas hasta que el diseño quede bien.	Mi método siempre es elaborando el diseño y siempre van mejorando de acuerdo a lo que el cliente me va me va a diciendo y me va corrigiendo, todo se hace paso por paso porque este proceso va de acuerdo a lo que requiere el cliente ya que no puedo elaborar un diseño de acuerdo a lo que yo quiero por que el cliente no me lo va a recibir porque no he tomado sus ideas y conforme lo voy mostrando voy mejorando.	Creo que el mejor método es el ir elaborando y mejorándolo de acuerdo a la elaboración del diseño, el diseño no se hace de golpe todo tienes que ir paso por paso y en ese proceso los diseñadores van identificando puntos de mejora que se va aplicando hasta lograr el producto final.	Si partimos que el conocimiento es variante yo creo que quedarnos solamente con una idea que consideramos correcta no es suficiente es necesario ir variando, ir modificando y eso también va a depender de cómo el cliente va viendo tu trabajo, si es que la prueba no lo aprueba el pues de repente necesitas hacerle variaciones entonces quedarte sola con el diseño original digámoslo así o con el diseño preliminar no es suficiente creo que es necesario siempre estar	Claro el diseñador lo primero que tiene que hacer es [...]hacer un bosquejo [...]lo que más le ha captado del cliente, hacer el bosquejo al y luego presentarlo, seguramente que el cliente le va a hacer algunos cambios, le va a decir modifícame aquí Modifícame allá y es así como van llegando a ser un trabajo no, [...] y de acuerdo a eso ya lo van afinando van viendo detalles que va a ir, que	Los diseñadores ya tienen un proceso establecido, la cual empieza desde la recopilación de información para que de esta forma ellos comiencen a bocetear sus ideas y así poder ir modificando hasta tener un producto final satisfactorio

				innovando, si hablamos de lo que es comunicación son variantes esto varía constantemente.	no va a ir hasta lograr una un trabajo optimo.	
¿Qué estrategias utiliza para poder definir las ideas de las propuestas a realizar?	bueno serían los colores mayormente no basarme en eso en su no trabajar en muchos colores no para que el diseño no se vea muy acumulado y tenga de 2 a 3 colores para que así llame la atención no ,que mucho color y esa cosa.	bueno muchas veces en el proceso de impresión también en otras ayuda a realizar campañas que pueden servir a nosotros ah recolectar ideas e ir mejorando de acuerdo en lo que nos solicitan, pues a veces a nosotros nos ayuda mucho este recolectar idea de otras publicidades eso nos ayuda a guiarnos a nosotros para poder elaborar algo que el cliente haya visto y no no tener problemas en ese caso... Claro ayuda demasiado pues a ver ideas nuevas de otras	Investigación cuando algún trabajo, cuando sean diseños que no se han realizado antes y lo que es el estudio histórico de los diseños con los cuales ya se han realizado trabajos previos.	En principio conversar con el cliente no que es lo que él desea, hay clientes que por ejemplo llegan con una idea este ya definida de lo que ellos quieren y simplemente quieren lo que ellos piden y no va a aceptar que tú modifiques su trabajo, sin embargo, no está demás siempre superior no algo que pueda mejorar la imagen del trabajo que él pide, aparte de ello el de saber escuchar al cliente y de comprenderla la idea que ellos tienen, también es necesario conocer las herramientas en cuanto a programas,	A ver en cuestión de estrategias a ver me supongo que será de lo que se trata el trabajo no, me supongo que ellos cogerán algún mecanismo para poder hacer lo que yo no no soy de diseñador, pero supongo que es así, que hace algún mecanismo que el cliente les dé y ellos piensen que el dato preciso, me supongo que si cogen de allí para poder realizar un diseño	El dialogo entre diseñador y sus clientes, es muy importante para la ejecución de un proyecto, ya que depende mucho de este punto para que el diseñador comprenda lo que desea esta persona, y de esta forma generar una investigación para así ellos puedan definir una gama cromática y una tipografía que este acorde a su composición generada

		<p>publicidades porque a así como hay publicidades que salen tienen que ser llamativas conforme vayan utilizando los colores o dependiendo a la forma, de cómo juegan las imágenes o el detalle de poner las letras. La tipografía eso también influye pues el diseño de la tipografía y el espacio que se utiliza en el diseño, porque anteriormente mandabas a hacer un diseño tú y a veces te lo hacía en una sola tipografía todo, pero conforme ha avanzado la actualidad la gente quiere que sea su volante llamativo y nosotros vemos diferentes tipografías que llamen la atención</p>		<p>en cuanto a recursos que puedes utilizar este del internet no para poder agilizar tu trabajo, poder mostrarle la mejor propuesta al cliente.</p>		
--	--	--	--	---	--	--

		del público para que los clientes se queden satisfecho.				
En el proceso creativo ligado al diseño gráfico ¿Puede reconocer el momento en que tiene una buena idea? ¿Cuándo esto ocurre suele ser la idea que finalmente guía el proyecto?	Mayormente no como que siempre esto todas las ideas que nosotros ponemos a cada diseño es importante para que el diseño se vea mejor no, bueno en parte en algunas partes si ponemos esto las últimas y esos quedan al final no pues sí .	En mi caso a mí se me ocurre un montón de ideas y cuando ya estoy finalizando mi diseño se me ocurre agregar otra cosa y no me quedo conforme con lo que ya había hecho y voy aumentando más cosas en lo último ya incluyendo las últimas cosas que se me vienen a la mente ya doy una vista previa para el cliente.	Si, porque la idea el diseño y muchas veces ayuda al proceso de impresión y también en otras ayuda a realizar campañas que pueden servir para tal vez una venta masiva al público en general.	Creo que si todos tenemos en algún momento como que ese ese momento especial en que las ideas llegan normalmente sí puede ser que eso sé que esa sea la idea que va a guiar al proyecto sin embargo no escapa que en el camino pueda verse algunas modificaciones no, sin que la idea digamos esencia o principal se modifique sustancialmente no, sólo algunos pequeños detalles que se pueden ir este pueden ir variando no.	Si en algunos aspectos sí, es muy rápido la creación del del bosquejo, del diseño es muy rápido, en algunas ocasiones casi no no varía pues no cambia, el cliente queda satisfecho con el primer bosquejo, sí ahí ahí este diseño que al primer al primer este bosquejo le dan el visto bueno que, si se aprueba, pero hay unos que pues hay que afinarlos un poco no.	El generar ideas ayuda al diseñador a que su grafica se vea de mejor manera, el diseñador tiene una iluminación del proceso creativo y así conlleva su proyecto por buen paso, mostrando siempre su versatilidad dentro de cada diseño
Cuando tiene una idea que considera buena ¿se siente satisfecho con	bueno la idea es desde que el cliente esté satisfecho con las ideas con todo el diseño de que sea	La mayoría de veces sí porque cómo te digo al hacer el diseño yo consultó primero con el cliente, envío un	Si, cuando aparece una buena idea es lógico que uno se siente satisfecho no pero siempre tenemos la	Creo que en principio si uno se siente satisfecho, pero sin embargo siempre queda ese deseo de seguir	Bueno este cada diseñador pues este no siempre se queda con lo que este deja a primera vista	La mayoría de trabajadores se sienten satisfechos cuando su proyecto sale como el cliente lo requiere, y de

<p>ella o intenta seguir probando nuevas propuestas y comparándolas entre sí? ¿Por qué?</p>	<p>elaborado y así pueda quedar esto un trabajo bien y este satisfecho con todo.</p>	<p>bosquejo antes de terminar el diseño y también le doy ideas pues al cliente, para elegir si es que él tiene alguna duda ya a veces le recomiendo algo y ambos quedamos satisfechos pues una porque yo he elaborado bien el diseño y el cliente también porque se lleva su trabajo como él lo que requirió.</p>	<p>costumbre de ir mejorando, las ideas van cambiando y se tienen que ir mejorando con el tiempo porque realidad todo va cambiando los requerimientos de los clientes va cambiando con el tiempo con las tendencias que van a aparecer.</p>	<p>buscando nuevas ideas, nuevas estrategias qué puedo hacer diferente o especial tu trabajo no, creo que es necesario seguirlo no creo que es importante no quedarse solamente con esa con esa idea inicial sino siempre ir buscando cosas nuevas, cosas que puedan sorprender y que puedan este mejorarla la imagen de los productos que necesita el cliente que ayuden a sus a sus negocios o al fin que ellos tengan no.</p>	<p>plasma no, siempre busca otras opciones para que aún su trabajo estando bien quede un poco mucho mejor a aquel que hizo el primero pues, no siempre bueno todas casi todos los diseñadores que conozco hacen eso no, ven si el diseño está bueno pues también ellos tratan de buscar otras opciones para dar un bosquejo [...]</p>	<p>esta forma ellos van aprendiendo para que así puedan pulir e innovar en trabajos y proyectos que posteriormente tengan que desarrollar.</p>
<p>¿La obtención de la propuesta final siempre resulta de su agrado y satisface las necesidades del cliente?</p>	<p>Bueno no siempre no, pero en mayormente sí en todos los diseños que se trabajan bueno sí .</p>	<p>Una es el cliente porque lo ve y otros porque en la empresa que yo trabajo somos varios diseñadores y cada uno tiene una propuesta para que se pueda observar y bueno somos un equipo haciendo</p>	<p>Si, la mayoría de las veces así es.</p>	<p>en la mayoría de los trabajos que he podido realizar sí y creo que esto se evidencia cuando el cliente acepta la propuesta que tú le presentas y las modificaciones que hace son mínimas o es ninguna no eso personalmente si</p>	<p>Claro de eso se trata no, que diseñador vea el trabajo que hace y que cliente que se vaya satisfecho que el cliente llegue aceptar el trabajo, el bosquejo del diseño que no</p>	<p>El proyecto final que los diseñadores presentan a los clientes, la mayoría de veces siempre satisface las necesidades de ellos, ya que el diseñador busca que el cliente este</p>

		pásala a las manos de otro señor que se encarga de llevarlo placas y a veces puede ser que ahí haya alguna rectificación o alguna una idea por parte de alguno y se modifica el diseño y se consulta con el cliente pues.		me genera una satisfacción porque dices lo hiciste bien no el cliente está contento y es muy probable que ese cliente vuelva a buscar el servicio no.	solamente sea el trabajo que va a hacer no que el diseñador trata de hacerlo mejor para que el cliente regrese en otra oportunidad no más, que todo para eso tener el cliente no dejarlo que se vaya	contento con los resultados mostrados.
¿Cuál es la mejor manera de comprobar que su propuesta soluciona el problema creativo planteado inicialmente? ¿Cómo se puede poner a prueba su efectividad?	La efectividad sería que el cliente esté totalmente satisfecho y que apruebe el diseño en una no decirte si está bien y ya y eso pasa la impresión.	Bueno siempre vamos a necesitar hacer pruebas necesarias sobre todo en un proceso de impresión, porque es una impresión a gran escala como te dije si no se revisa desde la primera etapa ahí hay un error por parte del diseño o sea por parte del proceso de impresión ya que influye definitivamente en todo el material a comparación de la	Porque el cliente normalmente lo apruebe en la primera en el primer en el diseño preliminar.	Creo que de alguna manera te lo he respondido, yo creo que es cuando el cliente acepta tu propuesta acepta tu diseño hace las modificaciones mínimas y ese cliente te puede felicitar y más aún puedes corroborarlo cuando ese cliente vuelve e incluso puede que te compartan o algunas experiencias del que oye mira les gustó es el trabajo que este que hiciste por	Haber bueno yo pienso que es el cliente el que da el visto bueno no, el cliente es el que al final decide qué tipo de bosquejo en el que más le agrada y reúne estos algo el diseñador algo podrá hacer, más porque el trabajo quede en óptimas condiciones	La efectividad de su proyecto ya finalizado tiene que reflejar la conformidad del cliente para que de esta forma el diseñador pueda comprobar que su propuesta soluciona el problema creativo del usuario

		máquina a láser de la impresión de ser un láser que se puede corregir inmediatamente y no nos perjudica mucho en lo que es en recurso de material y la escala de lo que pide el cliente se hace.		ejemplo mira que mis tarjetas están bonitas y las personas a las que se las entregue les gustó no, yo creo que este es este una prueba fehaciente de que el trabajo que estás haciendo lo estás haciendo bien.		
En el caso de un diseño que pasa por un proceso de impresión ¿Usted cree que es adecuado realizar pruebas de impresión para su evaluación? ¿En qué medida esto es posible con recursos que se tiene?	Bueno sí eso sería esto hacer una prueba de impresión siempre cuando son impresiones las grandes así como para las máquinas offset siempre hacemos una prueba de impresión porque después de que se imprimió todo ya no sea no podemos esto ya arreglar nada porque ya se imprimió todo el trabajo cuando son tirajes largos si, y hacemos una prueba de	Los diseños varían de acuerdo al método de impresión ya sea impresión offset que se tiene que tener un diseño adecuado al tipo de máquina de la que se va a disponer para poder así evitar [...] desperdiciar material o en cambio en el en bueno en cambio en el sistema digital el diseño es más visible porque se imprime siempre mediatamente y se puede visualizar.	Si, as pruebas son siempre necesarias en algún tipo, sobre todo en el proceso de impresión offset porque es una impresión a gran escala y si no se revisa desde la primera hoja algún error ya sea de la parte del diseño o ya sea por la parte del proceso en sí, repercute definitivamente en todo el material muy diferente al tipo de impresión láser que es una impresión que se puede corregir inmediatamente y	Yo creo que sí es necesario hacer pruebas de impresión previas a la producción total del servicio no, por decir si te pidieron 100 pues vas a hacer una prueba 2 pruebas 3 pruebas para verificar que la paleta de colores que tú has usado es lo que se está presentando en el trabajo final el tamaño corresponde no, una serie de detalles que es necesario considerar desde el diseño y que tiene que evidenciarse	Mira cuestión de hacer pruebas, yo pienso que en impresión ya no, porque porque ya te demanda gasto, de materias primas, de material y de tiempo también no, la prueba que se hace normalmente antes de realizar una impresión se hace en el CTP, el CTP manda una prueba también siempre manda una prueba, [...]	Las pruebas de impresión son parte importante de la ejecución antes de poder efectuar todo tiraje, ya que en estas pruebas los trabajadores pueden ver sus fallas ya a la escala del requerimiento del cliente y así evitar perder recursos y tiempo.

	<p>impresión porque ya ahí ya no vamos a poder desperdiciar el material no y como tenemos las máquinas para hacer esto esas pruebas de impresión que es una láser si normalmente la hacemos.</p>		<p>no termina afectando ni hacia atrás ni hacía.</p>	<p>que el producto final quede bien no, recursos bueno no de repente no siempre se tiene el material o el tiempo suficiente para poder hacer este todas las pruebas que uno quisiera pero hay trabajos donde sí es necesario hacer las no, y otros donde ya de por sí se conoce el proceso está todo está tenemos todo claro y ya no es necesario hacer estas pruebas porque ya está pautado todo el proceso que se va a seguir para su elaboración no donde ya tenemos claro.</p>		
<p>¿Cómo se planifica el proceso de impresión desde el diseño? ¿Considera en esta etapa si se</p>	<p>las impresiones digitales mayormente en eso se mandan al cliente para que él verifique lo que es esto lo que son digitales.</p>	<p>Solamente los clientes llegan a aceptar las propuestas, pero hay clientes donde simplemente desean un producto de acuerdo a lo que</p>	<p>Los diseños varían de acuerdo al método de impresión el general tiene que tener un diseño adecuado al tipo de máquina que</p>	<p>claro eso va a depender mucho de lo que desee el cliente no de acuerdo a eso se va a elegir el sistema de impresión sea láser, por decir si</p>	<p>Ya mira para planificar tiempos [...] en cuestión de diseño tienes un tiempo [...] no es un tiempo exacto,</p>	<p>El diseñador emplea sus conocimientos para así poder ver qué proceso o método de impresión realizara, esto depende mucho de</p>

<p>contará con un sistema convencional de impresión o uno digital? ¿Considera los recursos necesarios para dicho proceso?</p>		<p>bueno lo que ellos requieren, pero este tipo de clientes son muy pocos pues ya que siempre los clientes han quedado satisfechos.</p>	<p>se dispone de forma que se evite desperdiciar en lo posible material de acuerdo al formato, en cambio en el sistema digital el diseño es más simple porque pues el sistema lo permite, los recursos necesarios si se tiene con todos los recursos necesarios para hacer este tipo de planificación.</p>	<p>hablamos de un este de un sistema digital o sea convencional si se trata de offset se va a considerar curso se tiene que considerar el tiempo , contar con todos los insumos para cuando se ha pactado la entrega del del producto no, con el cliente para que éste lo obtenga en el momento en que lo necesita.</p>	<p>calculable, el diseñador se toma su tiempo como te digo, se toma su tiempo y en hacerlo, crearlo y mandarlos a [...] en cuestión de con el sistema convencional que tú me dices, si él siempre va a estar ahí por el momento pues no, unas cuantas de imprentas que tiene sistema digital, pero en el sistema convencional todavía nosotros seguimos trabajando con eso.</p>	<p>sus graficas realizadas y la cantidad que tiene que elaborar. A parte ellos contarán con los recursos necesarios para el proceso que eligieron.</p>
<p>¿Usualmente los clientes se sienten satisfechos con el producto final? ¿Qué pasa cuando un cliente rechaza una propuesta o</p>	<p>Bueno eso no sucede mayormente porque antes de eso esto el diseño lo verifica el diseñador y se lo envía al cliente para que lo revise y segundo que</p>	<p>Yo en el en el caso si hay algún error con el diseño hago una verificación de lo que he mostrado al cliente eh bueno si pertenece a la responsabilidad mía pues claro se le</p>	<p>Usualmente los clientes llegan a aceptar las propuestas, pero hay clientes donde simplemente desean un producto de acuerdo a lo que ellos requieren no, este tipo de clientes</p>	<p>Sí suele suceder en ocasiones no en que el cliente es no desea, no está de acuerdo con la propuesta que le has presentado y se le puede hacer las modificaciones hasta que le</p>	<p>Mira en cuestión de diseño creo que no porque antes de que lleve el diseño hacia el CTP para que se realicen las matrices ya hay clientes de por sí</p>	<p>Los clientes se llevan una producción de su gusto ya que desde el inicio el diseñador va mostrando el proceso de sus gráficas y con aceptaciones de</p>

<p>existen diferencias creativas entre el diseñador y cliente?</p>	<p>hacemos la impresión él le enseñamos la calidad en que será imprimir para que después no haya ningún problema no.</p>	<p>realizaría el trabajo pues.</p>	<p>muy pocos, pero hay no requieren que se le agreguen nada, ni se les modifique nada ya sea que ya sea que eso signifique que el producto pueda tener una mejor calidad visual o una mejor calidad en el material simplemente desean lo que ellos han venido a pedir.</p>	<p>apruebe el arte final eso en cuanto al diseño no, por eso en el caso de Servigrafix es sumamente importante que el cliente apruebe el arte antes de pasar al proceso de producción ahora respecto al a la calidad del producto o al tipo de impresión eso se le comunica al cliente desde el momento que contrata el servicio no, si deseas una taza por decir, va hacer sublimada pues el proceso que se va a seguir es este este, es el producto este es el acabado que va a tener, mira la muestra así va a quedar si está de acuerdo o no para que después al momento en que de repente se haga la entrega él no pueda refutar que se le</p>	<p>ya le dio el visto bueno , se supone que ya está bien [...] cuando el cliente se siente insatisfecho por el trabajo de impresión más que todo eso pasa siempre [...] en el proceso de impresión, porque tú no le diste no le diste un buen entintado a su trabajo, el trabajo no quedó parejo o quedo demasiado cargado no le diste exactamente la cantidad de tinta que requiere cada matriz [...] ahí es donde el cliente se siente insatisfecho ahora que podemos hacer para que el cliente pues no se vaya a ir in</p>	<p>parte de los clientes ellos van avanzando en sus trabajos.</p>
--	--	------------------------------------	--	---	---	---

				está entregando un producto distinto al que él solicitó no porque el material se le ha mostrado y en cuanto al diseño él lo ha aprobado no entonces.	satisfecho pues que hay que rehacer de nuevo el trabajo [...]	
Con respecto al proceso de impresión final ¿Qué pasa cuando el cliente no está de acuerdo con el acabado final del producto impreso ¿Qué tipo de soluciones se la plantea al cliente?	hay 2 cosas que si fuera una impresión larga no creo que haya solución no sería la otra cosa de volver a vivir todo de nuevo cuando sea así cosas esto pequeñas sino normal podemos volverla a imprimir .	A lo largo de los meses de los años nos ayuda a mejorar pues para ya no estar improvisando a lo que va a requerir el cliente, claro minimiza tiempo y también costos este al poder realizarlo.	Para ello siempre le mostramos al cliente el tipo de material y el tipo de calidad del trabajo que él está solicitando para evitar ese tipo de problemas, en el caso de que haya un error del diseño eso es se tendría que hacer el rastreo hacia quién pertenece la responsabilidad si el cliente o en nuestro caso nosotros, pero en el tema del material siempre se le deja en claro previo a los trabajos el tipo para justamente evitar eso.	Siempre el cliente para para que él pueda probar el arte final como ahora todo está digitalizado, además bueno en estos momentos con el tema esta pandemia no hay restricciones se envía pantallazos no del trabajo evidencias, en este caso que prueba en lo que tú le estás presentando y con lo que se puede hacer la corroboración, en dónde estuvo el error en si es que lo hubiera no, en la parte creativa o en la parte de producción y se comprobará pues en este caso que el que el error es de parte nuestra	Bueno ya no hay casi la única solución es hacerlo de nuevo por porque si ya producto ya está terminado no hay como no, hay una manera de cómo borrarlo, despegarlo que se yo no hay la única forma es hacerlo de nuevo no hay otra manera.	En la mayoría de veces el cliente es partidario de los trabajos realizados ya que el diseñador en su inicio muestra cómo se vería el producto final de forma digital y con la aceptación del usuario ellos pueden empezar a realizar sus impresiones.

				<p>sea en la parte creativa o en la parte de producción se puede llegar a un acuerdo con el cliente, desde cambiarle el producto hasta si es necesario con la finalidad de que este cliente no se marche inconforme repente hacerle la devolución del dinero que no sería de repente lo más rentable para la empresa pero que a la larga podría sumarnos un cliente que puede volver a puede volver a buscarnos eso digamos en el caso más extremo.</p>		
<p>Cuándo finalmente una propuesta está aceptada ¿Suele aprender de esa experiencia para poder tener en cuenta</p>	<p>bueno en esa en esa sí es bien cierto que en cada trabajo y en cada porque todo lo que hacemos es distinto no una cosa es sublimar esto para para poner a placa</p>		<p>Si, definitivamente todos los trabajos nos van dejando ciertas experiencias tanto en la parte del diseño donde se va mejorando, se va a improvisar ando como en la parte la producción donde</p>	<p>Por supuesto yo creo que cada trabajo es este te va a dejar este una experiencia y te va a dejar un aprendizaje y es este es loable poder aprender de ello y de repente este mejorar en la</p>	<p>Mira nosotros aprendemos, pienso que tanto el diseñador, como el maquinista [...] todos los días aprendemos de los clientes porque todos los</p>	<p>Las experiencias que ganan los empleadores al momento de terminar con todos sus trabajos son de manera eficaz, ya que gracias a esos aciertos ellos van puliendo y</p>

<p>sus aciertos y errores en los trabajos posteriores? ¿Qué aprendizaje obtiene en cada trabajo realizado?</p>	<p>siempre se aprende cosas nuevas no, en toda todo trabajo aprendemos nuevas cosas esto y nos dan esto críticas que buenas que no suman para nosotros y también las malas que también las tomamos como referencias no.</p>		<p>vamos ahorrando materiales vamos minimizando costos y vamos mejorando la calidad de los de los acabados.</p>	<p>técnica buscar nuevos recursos tratar de que el tiempo este de en el diseño sea menor o que los insumos sean diferentes sean de otra calidad para que el acabado sea mejor todo trabajo te va a dejar una experiencia y lo ideal es sacarle la parte positiva y mejorarlo no mejorar con la con la intención de que este nuestro trabajo sea óptimo y pues el cliente esté satisfecho y nos vuelve a buscar y nos vuelve a buscar y seque y se fidelice con nosotros</p>	<p>clientes tienen ideas diferentes, tienen negocios diferentes quizá, algunos vienen de otros sitios trae otras ideas y nosotros vamos aprendiendo cada día de ellos, [...]porque nos trae colores diferentes, tipo de trabajo de alta calidad que nos exige a nosotros mismos que quede bien y es así como nosotros aprendemos cada día del cliente</p>	<p>mejorando en lo que hacen dentro de su empresa y así poder seguir sacando buenos trabajos en adelante.</p>
--	---	--	---	---	---	---

IV. DISCUSIÓN

El presente estudio tuvo como objetivo establecer de qué manera la técnica de impresión idónea se relaciona con el proceso creativo del diseñador gráfico en Servigrafix. Los resultados obtenidos indican que la función del diseñador gráfico es orientar a los trabajadores en el uso de técnicas de impresión, a través del diagnóstico desde la solicitud del cliente, con el objetivo final de obtener un producto satisfactorio.

Las técnicas de impresión que mayormente utilizan en Servigrafix son: offset, serigrafía, láser. Morocho (2018), refiere que el tipo de impresión dependerá de la demanda del cliente. Una vez establecido el número de ejemplares requeridos para su distribución, se determinará si se trata de una impresión de bajo, medio o alto tiraje. Esta clasificación determinará el sistema de impresión a utilizar: para tirajes bajos, se optará por la impresión digital, mientras que para tirajes más grandes se utilizará la impresión offset.

Comprender cada técnica de impresión es fundamental, Álvarez (2017) refiere que se debe tener en cuenta cada etapa (pre prensa, prensa y post prensa), pues ellas se centran en seleccionar y utilizar correctamente los elementos necesarios para garantizar un resultado final óptimo, evitando errores o retrasos durante el proceso de impresión, para ello se debe hacer uso del proceso creativo y las 5 dimensiones que lo conforman (preparación, incubación, iluminación, verificación y difusión).

De esta manera, se han obtenido ocho dimensiones, tres se relacionan con las técnicas de impresión y cinco están relacionadas con el proceso creativo. A continuación, se detallarán a mayor profundidad los hallazgos encontrados en el presente trabajo de investigación.

Dimensión 1: Preprensa

En cuanto al inicio de la planificación esta procede luego de llevarse a cabo la solicitud del cliente, posterior a esto se realiza una serie de pasos que permiten seleccionar la correcta técnica de impresión “ Claro definitivamente creo que es necesario planificar y seguir un proceso, [...] cuando hablamos de un proceso hablamos de una secuencia que creo que es necesario seguir y que [...] inicia desde contar con el personal, con los equipos, con los insumos para poder luego materializar en los requerimientos de un cliente ¿no? y que definitivamente varía de acuerdo al tipo de impresión[...]” (Entrevista, MG 9/06/2022). En esto se puede citar a Quintana (2004) donde al acomodarse los elementos de una idea la cual se quiere comunicar, para esto se siguen una serie de pasos para obtener un trabajo óptimo, he ahí la importancia que los trabajadores dominen el detrás de cada proceso.

Es decir que la planificación es la parte donde precisamos los recursos y materiales a utilizar dentro del proceso, para evitar que posteriormente se tenga perdidas de insumos.“ Definitivamente la planificación sirve principalmente para evitar la pérdida de los recursos, si no se deja claro las pautas a seguir, el método con que trabajar y los materiales utilizar puede pasar que el resultado no es el esperado, no es lo que quiere el cliente termina en una pérdida de económica” (Entrevista, OBC 02/06/2022). Lo dicho anteriormente está citado por Quintana (2004), todas estas etapas son sumamente necesarias y no pueden ser omitidas, pues permite ahorrar tiempo, material, entre otros y que gracias a ello el cliente y el diseñador puedan seguir perfeccionando algunos detalles antes de comenzar con el proceso.

El tiempo es parte fundamental para el proceso de impresión, esta es cambiante dependiendo de la técnica utilizada, por eso es necesario la planificación de parte del diseñador, ya que permite la optimización del proyecto “Los tiempos de impresión para cada tipo es variable, la impresión láser es una técnica más rápida y por lo tanto tiene la ventaja de que puede ser por cantidades pequeñas; en cambio la impresión offset es una técnica que demanda más tiempo de preparación y está orientada más a producciones altas, [...]” (Entrevista, OBC 02/06/2022).

Según Oliva (2014) el proceso ideal para las impresiones como lo es la impresión a laser tiene que ser de bajo volumen y los tiempos de entrega son en periodos corto, esto permite la disponibilidad inmediata de la impresión, puesto que no requiere tiempo de secado o enfriamiento como si la impresión offset.

En cuanto a equipamiento, ello depende por cada técnica de impresión, esto varía tanto para la maquinaria, como para los insumos como tintas de impresión y el material necesario “ [...] Por ejemplo en el caso de del impresión en offset se necesita una máquina offset y se trabaja con placas que son de diferentes tamaños y que se tiene que adaptar al tipo de maquinaria que con la que contamos nosotros no, aparte de eso las tintas son distintas no, para lo que esos son tintas especiales y lo mismo sucede por ejemplo si se habla de un trabajo digital o de un trabajo láser igual la el tipo de este de máquina de maquinaria varía no de igual forma si se va a hacer un trabajo digitalizado también no se trabaja con tóner, entonces allí varía y de acuerdo al tipo de insumos que se utiliza si es de buena calidad si es digamos el original o es este el repuesto podríamos decir, un sustituto el resultado va a variar y el cliente lo va a notar.” (Entrevista, MG 9/06/2022). En este sentido Beltrán (2011) comenta que al momento de elegir la técnica que definirá el resultado final, también se debe seleccionar el tipo de sistema, el formato, la maquinaria y las tintas usadas, como por ejemplo las tintas grasas para el offset, tintas especiales para sublimación, y las tintas digitales para láser.

Lo afirma Rivera (2012). Con respecto a la dimensión: Preprensa esta es la parte principal, donde se prepara todo a detalle para que posteriormente no genere ningún contratiempo, permite definir que material usar, entre otras utilidades como la maquinaria y las tintas, que evitara errores al momento de llevar a cabo la impresión. Por eso es que, en esta etapa, tanto el diseñador como los maquinistas tienen que planificar a detalle, ya que permite optimizar el trabajo para que al momento de acabada la impresión tenga un buen acabado y de muy buena calidad para presentársela al cliente.

Dimensión 2: Prensa

Los sistemas tanto el digital como el convencional se diferencian por la producción de la cantidad a realizar, el sistema convencional se caracteriza por producir tirajes de mayor cantidad, a diferencia del sistema digital, cuyo tiraje es de menor cantidad, “[...] básicamente como lo dije están orientados a la cantidad de impresión, más que todo es eso a la cantidad de impresión” (Entrevista, OBC 02/06/2022). Según Rivera (2012) siempre se tiene en cuenta el formato, el tamaño y la cantidad de la impresión, para así poder elegir el sistema más adecuado para el trabajo, puesto que no es dable usar máquinas láser para imprimir tirajes grandes, como usar maquinas offset para la impresión de tirajes pequeños.

El material adecuado esta netamente vinculado a la técnica de impresión a utilizar, para así obtener un producto con un buen acabado y que sea satisfactorio para el cliente, “el sistema es en función netamente a la cantidad, la calidad en ambos casos va a ser buena, con detalles mínimos en el acabado sin embargo este la decisión que uno toma para la elección de la del tipo de impresión siempre está sujeto a la cantidad” (Entrevista, OBC 02/06/2022). En este sentido Rivera (2012) el proceso de impresión esta enlazado con la elección de los insumos, el tipo de producto y la cantidad solicitada.

Con respecto a la dimensión de prensa, Rivera (2012)., refiere que, es la parte del proceso donde se comienza la producción, donde ya se reproduce el diseño en papel, en donde el proceso creativo y la pre prensa comienza a dar resultados, por lo cual, se puede decir, que aquí antes de comenzar con el proceso de impresión se realiza una impresión de prueba que permite asegurar que todo este conforme a lo planteado en la pre prensa y evitar demoras con respecto a la impresión, puesto que dependiendo la cantidad ya sea tiraje de menor o mayor cantidad, permita no malgastar material o maquinaria,

Dimensión 3: PostPrensa

El material usado para las diferentes técnicas varía tanto el papel como los insumos que son los tipos de tóner “[...] definitivamente la máquina la impresión

offset está ligado a un tipo, digamos el material en sí es el mismo para todos que es el papel, pero los recursos y los consumibles son diferentes para cada técnica en lo que es la impresión offset se utilizan unos tipos de tintas especiales, además de insumos como parte del proceso complementario, en la impresión láser son otros tipos de tinta que se le conoce como tóner” (Entrevista, OBC 02/06/2022). Según Quintana (2004) nos comenta que el material cambia dependiendo el tipo de impresión.

El adecuado uso del material está ligado al proceso de impresión, esto varía por cada técnica; “si el material en realidad la mayoría de las veces lo define el cliente por el tipo de papel, sin embargo, de acuerdo con el uso o al requerimiento siempre se le sugiere al cliente la mejor elección en el tema económico y de calidad si es que lo que él requiere no se adecúa a la experiencia que nosotros conocemos” (Entrevista, OBC 02/06/2022). Según Quintana (2004), el diseñador con experiencia laboral conoce el proceso de impresión, el proceso creativo y los materiales a utilizar. Este último depende mucho del tipo de impresión a realizar ya que permite obtener un buen resultado.

Rivera (2012), refiere respecto a la dimensión de postprensa, que en esta etapa ya se encuentra establecido los detalles finales de la impresión, como, por ejemplo, encuadernación, anillado o engomado, entre otros. Esto quiere decir que esta dimensión es muy importante ya que al tener fijada la técnica de impresión que se utilizará; se obtendrá un resultado final de muy buena calidad y de buen acabado.

Dimensión 4: Preparación

Los diseñadores asumen un papel importante puesto son quienes tienen a cargo captar la idea del cliente, y así empezar a construir las piezas gráficas. “Es una recolección de datos haciendo un bosquejo, pues de lo que interpretamos de lo que quiere el cliente, pues es ese preelaborado, ese el prediseño, y este se muestra al cliente y si hay algunas correcciones o algo diferente se vuelve a rehacer el bosquejo” (Entrevista, VR 08/06/2022). Según Ayuni (2018), es vital para el

campo del diseño, llevar a cabo el proceso creativo, pues permite organizar la propuesta gráfica y facilitar el flujo constante de ideas.

Todo diseñador cuenta con la capacidad y destreza para realizar sus piezas, esto también empieza por el organizar su espacio, tiempo, entre otros, para poder cumplir con el requerimiento solicitado "creo que uno de los principales aspectos es que el diseñador tiene que tener la capacidad y los conocimientos para poder captar la idea que tiene el cliente del trabajo final que le espera [...] las herramientas necesarias, también contar con un equipo óptimo [...] que es todo una serie de etapas ¿no?, desde que tú le presentas el diseño preliminar, él hace las correcciones que considere necesarias o de por sí lo aprueba porque le parece que es lo que él desea. (Entrevista, MG 9/06/2022)". Según Beltrán (2011) los sistemas de impresión cuentan con diferentes procesos e insumos, por lo que los diseñadores se enfrentan a una variedad de desafíos que permiten garantizar el contrapeso entre la creatividad y la productividad para alcanzar la calidad de trabajo.

Al tener todo claro y conciso, el diseñador comienza con la creación de propuestas para que posteriormente sean enviadas, corregidas y aceptadas por el cliente, y que finalmente se ejecute la etapa de impresión. "En materia personal yo creo que sí es necesario hacer una investigación previa, [...] tú recibes el cliente entiendes lo que él necesita para poder hacer tu trabajo, pero de acuerdo a lo que él pida creo que es necesario buscar algunas ideas [...], porque puede ser que sea un tema que tú ya conoces o puede ser algo que sea totalmente nuevo para ti, [...] pues valerte de cierta información que puedes encontrar en internet, en algunas estas páginas no que te pueden dar herramientas, recursos y yo creo que eso es lo principal (Entrevista, MG 9/06/2022). Bajo lo mencionado se puede citar a Arriagada (2011), quien afirma que los diseñadores gráficos realizan una investigación que permite así, la optimización de lo solicitado por el cliente, como también mejorar la calidad total del trabajo.

Oscar (2021) En la dimensión de preparación, hace referencia que el diseñador recopile toda la información necesaria que permita entender la idea sugerida por el cliente, y así poder buscar ideas y plantearlas, se puede decir que

esta dimensión permite tener en claro los conceptos que van a influenciar en nuestro objetivo final.

Dimensión 5: Incubación

El diseñador comienza recopilando la información para así comenzar a digitalizar. Durante este proceso se van añadiendo ciertos elementos a la pieza con la finalidad de presentar un buen diseño. “Creo que el mejor método es el ir elaborando y mejorándolo de acuerdo a la elaboración del diseño, el diseño no se hace de golpe todo tienes que ir paso por paso y en ese proceso los diseñadores van identificando puntos de mejora que se va aplicando hasta lograr el producto final” (Entrevista, MG 9/06/2022). Según Arriagada (2011) el proceso de diseño es un constante cambio, si bien es cierto se va mejorando poco a poco, dichas modificaciones se llevan a cabo para conseguir una consistencia en el producto final.

Es de suma importancia el entendimiento entre cliente y diseñador, porque permite tener en claro el requerimiento y así se puede asegurar la calidad del producto final. “ En principio conversar con el cliente ¿no?, qué es lo que él desea, hay clientes que por ejemplo llegan con una idea, este ya definida,[...], sin embargo, no está demás siempre sugerir ¿no?, algo que pueda mejorar la imagen del trabajo que él pide, aparte de ello él de saber escuchar al cliente y de comprender la idea que ellos tienen, [...] en cuanto a recursos que puedes utilizar, este del internet ¿no?, para poder agilizar tu trabajo, poder mostrarle la mejor propuesta al cliente” (Entrevista, MG 9/06/2022). En este sentido Arriagada (2011) el proceso creativo comienza con la obtención y recolección de información que brinda el cliente, luego pasa a la idea creativa con diferentes opciones que luego son meditadas para su corrección y aprobación, por último, se resume el proceso de impresión.

Oscar (2021) En la dimensión de incubación, refiere que es la parte donde las ideas vuelan, donde se plantean todo tipo de posibilidades y permite al diseñador fluir con sus ideas, en caso contrario con la dimensión anterior que es contenido preciso, en esta dimensión el diseñador como tal se desconecta del problema e inconscientemente la ideas llegan.

Dimensión 6: Iluminación

Casi siempre el diseñador al generar ideas, encuentra una que es la que guiará todo el proyecto “ Creo que si todos tenemos en algún momento, como que ese momento especial en que las ideas llegan normalmente, sí puede ser que sea la idea que va a guiar al proyecto, sin embargo no escapa que en el camino pueda verse algunas modificaciones ¿no?, sin que la idea, digamos esencia o principal se modifique sustancialmente ¿no?, sólo algunos pequeños detalles que se pueden ir, este pueden ir variando ¿no?” (Entrevista, MG 9/06/2022). Lo citado por Crea Business (2010) expone que el desarrollo de una lluvia de ideas facilita la extensión de las propuestas seleccionadas. A mayor cantidad de propuestas, mayor será la oportunidad de concretar el producto final.

Al obtener el producto final, casi siempre el cliente está satisfecho, puesto que antes de comenzar con el proceso de impresión, los prototipos son evaluados para su aceptación por el cliente. Por cada producto terminado los diseñadores aprenden nuevas técnicas que posteriormente les ayudaran para los siguientes trabajos.” La mayoría de veces sí porque cómo te digo al hacer el diseño yo consultó primero con el cliente, envío un bosquejo antes de terminar el diseño y también le doy ideas pues al cliente, para elegir si es que él tiene alguna duda ya a veces le recomiendo algo y ambos quedamos satisfechos pues una porque yo he elaborado bien el diseño y el cliente también porque se lleva su trabajo como él lo que requirió (Entrevista, VR 08/06/2022). Según Crea Business (2010) el final del proceso creativo concluye con la aceptación de las ideas propuestas, una vez ya aceptada se pone en marcha para la lograr el obtener lo requerido.

Vicente (2021), menciona que la dimensión de iluminación, es donde surgen todas las ideas, que ayudan a dar solución. Se puede decir que en esta dimensión se plantean todo tipo de ideas, donde una de ellas sobresale y concuerda con lo solicitado por el cliente y así es como se logra obtener el objetivo final.

Dimensión 7: Verificación

La mayoría de los clientes, una vez presentado el producto final, casi siempre están satisfechos. Uno de los objetivos del diseño es lograr satisfacer las necesidades del cliente. “En la mayoría de los trabajos que he podido realizar sí y creo que esto se evidencia cuando el cliente acepta la propuesta que tú le presentas y las modificaciones que hace son mínimas o es ninguna ¿no?, eso personalmente sí me genera una satisfacción porque dices lo hiciste bien ¿no?, el cliente está contento y es muy probable que ese cliente vuelva a buscar el servicio ¿no?” (Entrevista, MG 9/06/2022). Según Gamonal (2012) dice el diseñador tiene como objetivo convencer al cliente mediante las piezas gráficas propuestas y así lograr satisfacer al cliente.

El último paso de todo el proyecto es la aceptación del cliente, porque quiere decir que sí se realizó una buena planificación y elección de materiales e insumos. “porque el cliente normalmente lo apruebe en la primera, en el primer en el diseño preliminar” (Entrevista, OBC 02/06/2022). Según Gamonal (2012) se realizan varias propuestas gráficas para luego enviárselo al cliente, comúnmente el cliente acepta una de ellas en el primer diseño preliminar, la que cumpla con sus requisitos y para que pase al proceso de impresión.

Para los diseñadores, las pruebas de impresión son parte fundamental para un proyecto, puesto que permiten presentarle al cliente como quedará al final el trabajo, para que posteriormente no se manifieste ningún reclamo. “Sí, las pruebas son siempre necesarias en algún tipo, sobre todo en el proceso de impresión offset porque es una impresión a gran escala y si no se revisa desde la primera hoja, algún error, ya sea de la parte del diseño o ya sea por la parte del proceso en sí, repercute definitivamente en todo el material, muy diferente al tipo de impresión láser que es una impresión que se puede corregir inmediatamente y no termina afectando ni hacia atrás, ni hacía adelante” (Entrevista, OBC 02/06/2022). Según Quintana (2004) las pruebas de impresión sirven para asegurar si el color y material queda como se ha planificado. Esta prueba permite también revisar si todo está conforme para luego seguir con el proceso de impresión.

Al decidir que el proceso de impresión depende totalmente de la solicitud de requerimiento del cliente, luego de esto el diseñador empieza con la planificación que servirá para llevar el proceso correctamente. “Claro eso va a depender mucho de lo que desee el cliente ¿no? de acuerdo a eso se va a elegir el sistema de impresión sea láser, por decir si hablamos de un este, de un sistema digital o ya sea convencional si se trata de offset, [...] se tiene que considerar el tiempo, contar con todos los insumos para cuando se ha pactado la entrega del producto ¿no?, con el cliente para que éste lo obtenga en el momento en que lo necesita” (Entrevista, MG 9/06/2022). Según Quintana (2004) lo importante en un proceso de impresión, en primera instancia, es el determinar la idea con la que viene el cliente, como en qué formato lo desea, lo que quiere transmitir. Dependiendo de las solicitudes planteadas el diseñador va desarrollando su sistema de impresión.

Beatriz (2017), hace referencia que esta dimensión consiste en el proyecto ya terminado, se puede decir que la idea ya está conceptualizada para poder ser presentada al cliente. En su mayoría el cliente queda satisfecho, puesto que en todo el proceso se basa en construir ideas a partir de las sugerencias planteadas.

Dimensión 8: Difusión

Los clientes usualmente llegan aceptar las propuestas con la primera entrega, puesto que desde el comienzo se va mostrando el proceso. “usualmente los clientes llegan a aceptar las propuestas, pero hay clientes donde simplemente desean un producto de acuerdo a lo que ellos requieren ¿no?, este tipo de clientes, muy pocos pero hay, no requieren que se le agregue nada, ni se les modifique nada, ya sea que eso signifique que el producto pueda tener una mejor calidad visual o una mejor calidad en el material, simplemente desean lo que ellos han venido a pedir” (Entrevista, OBC 02/06/2022) Quintana (2004) nos comenta que es de suma importancia que el diseñador entienda perfectamente la solicitud del cliente, para así luego de presentar las propuestas gráficas, las acepte a la primera muestra preliminar.

Desde el comienzo del proceso el diseñador le comunica al cliente cada paso a seguir, como el material, y el diseño tal cual se presentará en el producto final.

“Para ello siempre le mostramos al cliente el tipo de material y el tipo de calidad del trabajo que él está solicitando para evitar ese tipo de problemas, en el caso de que haya un error del diseño, se tendría que hacer el rastreo hacia quién pertenece la responsabilidad, si el cliente o en nuestro caso nosotros, pero en el tema del material siempre se le deja en claro previo a los trabajos, el tipo para justamente evitar eso” (Entrevista, OBC 02/06/2022). Según Quintana (2004) dice que desde que el cliente se acerca a realizar sus requerimientos, se le muestra la calidad y material con la que se elaborará su trabajo, así evitando algún reclamo luego de la entrega de su producto.

Después de cada proyecto los diseñadores aprenden de sus aciertos y errores para cuando comiencen con un proyecto nuevo, eso les permite mejorar tanto profesionalmente, como a la empresa “Por supuesto yo creo que cada trabajo, te va a dejar esta una experiencia, y te va a dejar un aprendizaje [...] y de repente, mejorar en la técnica, buscar nuevos recursos, tratar de que el tiempo del diseño sea menor o que los insumos sean diferentes, sean de otra calidad para que el acabado sea mejor, todo trabajo te va a dejar una experiencia y lo ideal es sacarle la parte positiva y mejorarlo ¿no? mejorar con la intención de que nuestro trabajo sea óptimo y pues el cliente esté satisfecho y nos vuelve a buscar y se fidelice con nosotros” (Entrevista MG 9/06/2022). Quintana (2004) comenta que después de cada proyecto terminado, más que todo a los diseñadores, les deja una experiencia, donde aprenden de sus aciertos y errores, para el siguiente proyecto.

En esta última etapa finaliza todo el proceso creativo, paradigma creativo (2020) comenta que después de todo el análisis, las pruebas y correcciones obtenemos el resultado satisfactorio para el cliente y tenga un impacto positivo en el público objetivo. Además, es importante destacar que, durante esta dimensión, se pueden añadir algunos detalles adicionales que puedan mejorar aún más la calidad del resultado final. Esto puede incluir ajustes de color, tipografía, imágenes, iconos y otros elementos que puedan agregar valor estético y funcional al proyecto.

V. CONCLUSIONES

La pre prensa es la etapa donde el diseñador pondrá a prueba su ingenio, haciendo uso del proceso creativo. En esta etapa se desarrolla la planificación, parte fundamental de la pre prensa ya que, a partir de ese punto, inicia la elaboración de un trabajo. Además, que en esta etapa se verificará todo el material que utilizará y por ende se podrá economizar insumos.

La prensa es la etapa donde se va a decidir qué tipo de impresión será la adecuada, para que el producto final sea el deseado por el cliente, por ello en esta etapa el proceso creativo tendrá como finalidad la elección de una buena técnica de impresión.

La post prensa es la etapa final de las técnicas de impresión, donde quedará plasmado todo lo planificado en los bosquejos, por ende, es el producto final del proceso creativo, es allí donde quedan comprobadas las competencias creativas del diseñador, y eso le ayudará a reconocer sus falencias y tener experiencia, para así poder mejorar durante la elaboración de posteriores trabajos.

El proceso creativo es el elemento principal para la elección de una correcta técnica de impresión, ya que, en cada etapa de impresión, el diseñador tiene que valerse de su proceso creativo, para así poder satisfacer las necesidades del cliente y sobre todo se logre transmitir el mensaje que se desea.

VI. RECOMENDACIONES

A los trabajadores de la empresa Servigrafix, que apliquen las etapas del proceso creativo en cada trabajo que realicen ya que así podrán obtener un trabajo final deseable para el cliente, además poco a poco podrán estimular su creatividad y poder obtener cada vez productos más novedosos y que sean únicos.

Al trabajador de la empresa Servigrafix, realicen una buena planificación del proceso creativo, ya que es la etapa de decisión, donde se verá todo el insumo, el tipo de imprenta a usar, el gasto que demanda; también se creará el boceto, por lo cual el trabajador tendrá que utilizar toda su creatividad posible.

Al trabajador de la empresa Servigrafix, solucione de forma creativa y pragmática aquellos problemas que puedan surgir en cada etapa del proceso creativo y de impresión; en este sentido pueda innovar a partir de un análisis FODA que le permita reconocer sus fortalezas y debilidades para una mejora continua.

A los futuros investigadores se sugiere seguir indagando en el objeto de estudio para así poder encontrar nuevos resultados y poder tener un mayor aporte, para que de esta forma sepan utilizar el proceso creativo y las técnicas de impresión que poseen.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez J (2017). Manual de Pre y Post Prensa. Recuperado de:
https://issuu.com/jessicaalvarez43/docs/manual_de_pre_y_post_prensa
- Ayuni C. (2018). *El fluir del ilustrador: El proceso creativo aplicado a un proyecto de ilustración editorial dirigido a público infantil*. Recuperado de:
<https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/226/CAyuni.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García B., Lisseth B., Acosta C. (2011). *Guía técnica de recomendaciones de impresión, aplicada a la fotografía, texto e ilustración*. Recuperado de:
<https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/14654/2/14102051.pdf>
- Baños M. (1999) *Métodos heurísticos y creación publicitaria*. Recuperado de
<https://webs.ucm.es/BUCM/tesis/19972000/S/3/S3024901.pdf>
- Bravo J, (2019). *La imagen corporativa y su efecto en la impresión global de los clientes de una reconocida financiera chiclayana al 2018*. Recuperado de:
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2525/3/TL_BravoLopezJenny.pdf
- Cañarte G., Antonio X., Lliguiota F., Israel E. (2019). *Técnica de impresión y su influencia en el uso de publicidad a gran formato, dirigido a los estudiantes de cuarto semestre de la carrera de diseño gráfico de la facultad de comunicación social de la universidad de guayaquil*. Recuperado de:
http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38709/1/TT.%20CA%c3%91ARTE%20_LLIG%c3%9cCOTA%203.pdf
- Chávez L. (2018) *El Enfoque Por Competencias Y Su Contribución A La Calidad Educativa*. Recuperado de
<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3839/Trab%20Suf%20Prof%20JIMENEZ%20CHAVEZ%20LORENA.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Crea Business (2010) *MANUAL DE LA CREATIVIDAD EMPRESARIAL*. Recuperado de <https://4.interreg-sudoe.eu/contenido-dinamico/libreria-ficheros/DF33A901-08F8-95C3-7B03-B527D6991842.pdf>
- Duranti A. (2000). *Antropología lingüística*. Recuperado de <https://reflexionesdecoloniales.files.wordpress.com/2017/01/antropologia-linguistica-alessandro-duranti-copia.pdf>
- Ferrada A. (2018) *Manual de instrucción para pre prensa*. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11447/2333>
- Folgueiras P. (2016) *La entrevista*. Recuperado de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- García (2014) *Impacto De Las Nuevas Tendencias Publicitarias Con La Técnica De Sublimación (Btl) En La Industria Publicitaria*. Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3102?mode=simple>
- García J. (2018) *Revisión de la instrumentación de las tesis de la escuela de posgrado de la universidad nacional de educación durante el periodo 2012-2014*. Recuperado de http://www.une.edu.pe/I-Congreso-Nacional-Educaci%C3%B3n-Exito-Siglo-XXI/Martes-13/07_I%20Congreso%20Nacional%20Educaci%C3%B3n%20PONENCIA.pdf
- Gavira(2015) *La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/368/36841180005.pdf>
- Hernández R. (2018) *metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Recuperado de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Hernández S. (2020). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*. Recuperado de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019>
- Logbo D. (2017). *El proceso creativo y la fase de bocetaje en los alumnos de las licenciaturas en Diseño de México*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/zcr/v1n1/2448-8437-zinco-1-01-107.pdf>

- Medina K., Sampedro K. (2012) *Identificación de los procesos de: redacción, diseño, pre prensa, prensa y Postprensa.* Recuperado de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1201/1/T-UTC-2020.pdf>
- Morales E. (2021). *Sistemas de impresión modernos en el diseño gráfico publicitario para emprendimientos del sector norte de Guayaquil.* Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54907/1/Sistemas%20de%20impresi%c3%b3n%20modernos%20en%20el%20Dise%c3%b1o%20Gr%c3%a1fico%20Publicitario%20para%20emprendimientos%20del%20sector%20norte%20de%20Guayaquil.pdf>
- Morocho C. (2018). *“Análisis del Eco branding en la reducción de tintas de impresión, Quito-Ecuador año 2018”.* Recuperado de: https://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/18794/1/71027_1.pdf
- Paradigma creativo (2020) *El proceso creativo como metodología de trabajo del diseñador gráfico.* Recuperado de: file:///D:/El_proceso_creativo_como_metodologia_de.pdf
- Peralis L., Palmero A., Roitman A. (2012) *Conducta Responsable en Investigación. Definiciones y aplicaciones. Ejemplificación a través de un caso argentino: el caso Crotoxina.* Recuperado de <https://redbioetica.com.ar/wp-content/uploads/2018/11/Perelis4354R5.pdf>
- Quintana R. (2004) *Postprensa.* Recuperado de <https://issuu.com/rafaquintana/docs/postprensa/1>
- Rivas, V. (2020). *La influencia de la digitalización en los procesos creativos de ilustradores profesionales de Lima.* Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653068/Rivas_CV.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Urquía Mosquera, A. y López Forniés, I. (2020). *El proceso creativo en un proyecto de diseño: una experiencia en viñetas.* Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/bibsipan/titulos/164842>.

Vicente, Z. (2021). *El proceso creativo y sus fases. Preparación, Incubación, Iluminación y Verificación*. Recuperado de: <https://inteligenciadirectiva.com/el-proceso-creativo-y-sus-fases-preparacion-incubacion-iluminacion-y-verificacion/>

Zabaleta K.(2019). *Mermas y su relación con la rentabilidad de las empresas en la industria de impresión en gran formato digital de Lurigancho*. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45929/Zavaleta_CKF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

VIII. ANEXOS

Anexo 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN								
TÍTULO	Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix							
PROBLEMA	OBJETIVOS	JUSTIFICACIÓN	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
¿De qué manera la técnica de impresión idónea se asocia al proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix?	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la manera de la técnica de impresión idónea se relaciona con proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconocer la manera en que la etapa de pre prensa se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico 	<p>La actual investigación aportará desde el campo del diseño gráfico la manera en que se asocia la técnica de impresión idónea al proceso creativo del diseño gráfico. Actualmente e cierta cantidad de</p>	<p>Teoría de las Técnicas de impresión</p> <p>Definición de las técnicas de impresión</p> <p>El proceso idóneo de las técnicas de impresión</p> <ul style="list-style-type: none"> -Preprensa -Prensa -Post prensa <p>Teoría del Proceso creativo del diseño gráfico</p>	<p>Las técnicas de impresión idóneas se relacionan sustancialmente al proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>Técnicas de impresión</p> <p>Variable Dependiente</p> <p>Proceso creativo del diseño gráfico</p>	<p>Preprensa</p> <p>Planificación y creación</p> <p>Prensa</p> <p>Sistemas Convencionales y Sistemas Digitales</p> <p>Post prensa</p> <p>Materialidad</p> <p>Preparación</p> <p>Necesidad o dificultad percibida.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Problema formulado. - Informaciones disponibles examinadas. <p>Incubación</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pensamiento convergente 	<p>Diseño no experimental, transversal, descriptivo-etnográfico de enfoque cualitativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Técnica de observación - Técnica de entrevista

	<p>en la imprenta servigrafix</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir la manera en que la etapa de prensa se relaciona con el proceso creativo - Describir la manera en que la etapa de post prensa se relaciona con el proceso creativo 	<p>diseñadores no cuentan con los conocimientos de las técnicas de impresión idóneas que permiten el bajo riesgo de pérdida de tiempo, material, entre otras cosas. En este aspecto, los resultados de esta investigación serán contribuída para investigadores en el área del diseño</p>	<p>Definición de proceso creativo</p> <p>Definición de diseño gráfico</p>			<ul style="list-style-type: none"> -Pensamiento divergente Iluminación -pensamiento lateral -Soluciones formuladas Verificación -Soluciones revisadas críticamente. -Nuevas ideas formuladas -Nuevas ideas propuestas. Difusión - Evaluación del cliente 		
--	---	---	---	--	--	---	--	--

		gráfico y la comunicación visual, que abordan el estudio de técnicas de impresión idóneas desde el proceso creativo del diseño gráfico.						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

Guía de entrevista

Palabra clave	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Técnica o instrumento de recolección de datos
Técnicas de impresión	Preprensa	Planificación y creación	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Antes de realizar un proceso de impresión suele planificar etapas o pasos a seguir? ¿Esto se relaciona con el tipo de impresión solicitada (offset, sublimación, láser, etc.)? - De tener una preparación o planificación de los pasos a seguir durante la impresión ¿Cómo le ayuda con respecto con cada tipo de impresión? ¿los resultados son mejores cuando se entiende cada paso? - Cuando se estable el proceso de impresión ¿Cuál es el tiempo variable para cada tipo y técnica de impresión (offset, sublimación, láser, etc.)? ¿Es variable? ¿Por qué es importante su planificación y qué sucede cuando se carece de este recurso? ¿Cómo influye en el resultado? - ¿Cuál es el equipamiento necesario para cada tipo y técnica 	Técnica de entrevista

			de impresión (offset, sublimación, láser, etc.)? ¿Qué sucede cuando los recursos no son óptimos? ¿Qué efectos puede tener sobre el resultado final?
	Prensa	Sistemas convencionales y sistemas digitales	- ¿Reconoce la diferencia entre los sistemas convencionales de impresión y los sistemas digitales? - ¿Cuál considera usted que es el sistema óptimo para el desarrollo de una técnica de impresión? ¿Porqué? ¿Qué beneficios le brinda?
	Postprensa	Materialidad	- Los materiales que hacen uso ¿los eligen de acuerdo con la técnica de impresión (offset, sublimación, láser, etc.)? ¿Porqué? - ¿Cree usted que el uso del material influye en la satisfacción del cliente? ¿Por qué? ¿El cliente reconoce la calidad del resultado producto del material utilizado?
	Preparación	Necesidad o dificultad percibida	- A partir de los requerimientos del cliente, en materia de diseño

Proceso creativo del diseño gráfico		<p>Problema formulado</p> <p>Informaciones disponibles examinadas</p>	<p>gráfico, ¿Cómo describiría su proceso creativo?</p> <p>- ¿Qué factores son relevantes para su trabajo creativo (espacio, tiempo, recursos, etc.)? ¿Qué problemas pueden surgir en esta etapa? ¿Por qué?</p> <p>¿Antes de elaborar un diseño usted indaga sobre antecedentes de la propuesta gráfica o sólo se deja guiar por su intuición? ¿Por qué?</p>	
	Incubación	<p>Pensamiento convergente</p> <p>Pensamiento divergente</p>	<p>- Al momento de la elaboración de un trabajo ¿Usted plasma un boceto el cual sigue fielmente hasta obtener el producto final, sin hacer cambio alguno, o conforme va elaborándolo y van apareciendo nuevas ideas lo va modificando hasta lograr un producto final satisfactorio? ¿Cuál de estos dos métodos considera mejor y por qué?</p> <p>- ¿Qué estrategias utiliza para poder definir las ideas de las propuestas a realizar?</p>	

	Iluminación	Pensamiento lateral Soluciones formuladas	<p>En el proceso creativo ligado al diseño gráfico ¿Puede reconocer el momento en que tiene una buena idea? ¿Cuándo esto ocurre suele ser la idea que finalmente guía el proyecto?</p> <p>Cuando tiene una idea que considera buena ¿se siente satisfecho con ella y intenta seguir probando nuevas propuestas y comprándolas entre sí? ¿Por qué?</p>	
	Verificación	Soluciones revisadas críticamente Nuevas ideas formuladas Nuevas ideas propuestas	<p>- ¿La obtención de la propuesta final siempre resulta de su agrado y satisface las necesidades del cliente?</p> <p>- ¿Cuál es la mejor manera de comprobar que su propuesta soluciona el problema creativo planteado inicialmente? ¿Cómo se puede poner a prueba su efectividad?</p> <p>En el caso de un diseño que pasa por un proceso de impresión ¿Usted cree que es adecuado realizar pruebas de impresión para su evaluación? ¿En qué medida esto es posible con recursos que se tiene?</p>	

			<p>¿Cómo se planifica el proceso de impresión desde el diseño?</p> <p>¿Considera en esta etapa si se contará con un sistema convencional de impresión o uno digital? ¿Considera los recursos necesarios para dicho proceso?</p>	
	Difusión	Evaluación del cliente	<p>- ¿Usualmente los clientes se sienten satisfechos con el producto final? ¿Qué pasa cuando un cliente rechaza una propuesta o existen diferencias creativas entre el diseñador y cliente?</p> <p>- Con respecto al proceso de impresión final ¿Qué pasa cuando el cliente no está de acuerdo con el acabado final del producto impreso ¿Qué tipo de soluciones se la plantea al cliente?</p> <p>- Cuando finalmente una propuesta está aceptada ¿Suele aprender de esa experiencia para poder tener en cuenta sus aciertos y errores en los trabajos posteriores? ¿Qué aprendizaje obtiene en cada trabajo realizado?</p>	

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

3.1 Recursos humanos y presupuesto

3.1.1. Recursos humanos

Detalle	Cantidad	Valor S/.	Total, S/.
Jueces expertos (validadores de instrumentos)	3	650	1,950
Asesor externo (estadística)	1	3,000	3,000
Subtotal			4,950

3.1.2. Presupuesto

Materiales

Detalle	Cantidad	Valor S/.	Total, S/.
Papel bond A4 (millar)	3	25	75
Lapiceros	5	2	10
Lápices	6	1.50	9
Borrador	2	1.50	3
Corrector	3	5	15
Marcadores	2	2	4
Grapas	1	3	3
Resaltadores	2	1.5	3
Dos cuadernos	2	15	3
Tinta para impresora	4	80	320
Fotocopias	450	1.00	450
Empastados	5	35	175
USB (16 gb)	2	65	130
Subtotal			1,200

Servicios

Detalle (Dos personas)	Cantidad (meses)	Valor S/.	Total, S/.
Agua	9	30	270
Luz	9	30	270

Internet	9	20	180
Teléfono celular	9	30	270
Movilidad	9	50	450
Subtotal			1,440

Otros

Detalle (dos personas)	Cantidad (meses)	Valor S/.	Total, S/.
Imprevistos	9	100	900
Subtotal			900

Total, General: S/ 8,490.00

3.2 Financiamiento

Los gastos que demanden la presente investigación lo asumirán los estudiantes.

3.3 Cronograma de Ejecución

Actividades		Año 2021					Año 2022				
		Se pt	Oct	Nov	Dic		Ma r	Abr	Ma y	Ju n	Jul
1	Presentación de la estructura del proyecto.										
2	Elección del tema.										
3	Elaboración del Capítulo I del proyecto.										
4	Registro de títulos de proyectos de investigación para su aprobación.										
5	Elaboración del Capítulo II del proyecto – operacionalización de variable										
6	Presentación y exposición del primer Informe.										
7	Elaboración del Capítulo III del proyecto – Instrumentos y validación.										
8	Levantar observaciones.										
9	Presentación y exposición final del proyecto de investigación.										
10	Elaboración y validación de los instrumentos.										

12	Elaboración del Capítulo I de la tesis – Introducción.										
13	Aplicación de los instrumentos.										
14	Elaboración del Capítulo II de tesis - Método.										
15	Procesamiento de los datos obtenidos de los instrumentos.										
16	Discusión de resultados.										
17	Elaboración del capítulo III de tesis - recolección y discusión de resultados.										
18	Elaboración de las conclusiones.										
19	Levantar observaciones.										
20	Finalización del Informe de tesis.										
21	Presentación del Informe de tesis.										
22	Sustentación.										

FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Técnica de Entrevista

AUTOR

Fredman Francisco, Chávez Zuta

Ana Camila, Gavelán Hernández

ASESOR METODOLÓGICO

Diego Alonso Baca Cáceres

TUTOR DE CONTENIDO

Gaspar Cristian Tirado Galarreta

2022

Solicitud

Estimado (a) señor (a): Cristhian Tirado Galarreta

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación del instrumento de investigación: Guía de observación que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix"

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Firma del tesista

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: CRISTIAN TIRADO GALARRETA

Centro laboral: USS

Título profesional: LIC.MARKETING

Grado: MAGISTER

Mención: GERENCIA DE MARKETING Y GESTION COMERCIAL

Institución donde lo obtuvo: UPN

Otros estudios:

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)					X
2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					X
3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					X
4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					X
5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)					X
6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)					X
7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido					X

8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)						X
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)						X
10. Los ítems del instrumento son coherentes en términos de cantidad(extensión)						X
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)						X
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)						X
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)						X
14. Grado de relevancia del instrumento (visión general)						X
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)						X
Puntaje parcial						
Puntaje total						75

Nota: Índice de validación del juicio de experto (I_{vje}) = $[75 / 75] \times 100 = 100$

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
El instrumento de investigación está observado			El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez				

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado): El instrumento de investigación ha alcanzado un puntaje óptimo posicionándose en escala Muy Alta, por tanto, cumple la valoración mínima de validación.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, MG. CRISTHIAN TIRADO GALARRETA DNI. N° 41578586 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el (los) tesisistas

1 Fredman Francisco Chávez Zuta

2 Ana Camila Gavelán Hernández

, en la investigación denominada: "Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix".



.....
Firma del experto

Anexos

Nº 1: Instrumento de investigación: Técnica de entrevista

Nº 2: Categorías investigativas

- Título de la investigación: Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix
- Formulación del problema: ¿De qué manera la técnica de impresión idónea se asocia al proceso Creativo del diseño gráfico en Servigrafix?
- Objetivo general: Determinar la manera de la técnica de impresión idónea se relaciona con proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.
- Objetivos específicos:
 - Reconocer la manera en que la etapa de pre prensa se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en la imprenta Servigrafix
 - Describir la manera en que la etapa de prensa se relaciona con el proceso creativo
 - Describir la manera en que la etapa de post prensa se relaciona con el proceso creativo
- Hipótesis (opcional en las investigaciones básicas)
- Operacionalización de variables

Nº 3: Evidencia de la prueba piloto (al menos un modelo)

FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Técnica de Entrevista

AUTOR

Fredman Francisco, Chávez Zuta

Ana Camila, Gavelán Hernández

ASESOR METODOLÓGICO

Diego Alonso Baca Cáceres

TUTOR DE CONTENIDO

Gaspar Cristian Tirado Galarreta

2022

Solicitud

Estimado (a) señor (a): Diego Alonso Baca Cáceres

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación del instrumento de investigación: Guía de observación que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix"

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Firma del tesista

|

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Diego Alonso Baca Cáceres

Centro laboral: Universidad Señor de Sipán

Título profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Grado: Magister en Ciencias Sociales Mención: Gestión del Patrimonio Cultural

Institución donde lo obtuvo: Universidad Nacional de Trujillo

Otros estudios: Diploma den Docencia Superior por la Universidad Nacional de Trujillo

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)					X
2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)					X
3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					X
4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					X
5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)					X
6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)					X
7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido					X

8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					X
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)					X
10. Los ítems del instrumento son coherentes en términos de cantidad(extensión)					X
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)					X
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)					X
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)					X
14. Grado de relevancia del instrumento (visión general)					X
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					X
Puntaje parcial					75
Puntaje total	75				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (I_{vje}) = $[75 / 75] \times 100 = 100$

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
El instrumento de investigación está observado			El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez				

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado): El instrumento de investigación ha alcanzado un puntaje óptimo posicionándose en escala Muy Alta, por tanto, cumple la valoración mínima de validación.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Diego Alonso Baca Cáceres identificado con DNI. N° 44223682 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el (los) tesistas

1 Fredman Francisco Chávez Zuta

2 Ana Camila Gavelán Hernández

, en la investigación denominada: "Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix".



.....
Firma del experto

Anexos

Nº 1: Instrumento de investigación: Técnica de entrevista

Nº 2: Categorías investigativas

- Título de la investigación: Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix
- Formulación del problema: ¿De qué manera la técnica de impresión idónea se asocia al proceso Creativo del diseño gráfico en Servigrafix?
- Objetivo general: Determinar la manera de la técnica de impresión idónea se relaciona con proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.
- Objetivos específicos:
 - Reconocer la manera en que la etapa de pre prensa se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en la imprenta Servigrafix
 - Describir la manera en que la etapa de prensa se relaciona con el proceso creativo
 - Describir la manera en que la etapa de post prensa se relaciona con el proceso creativo
- Hipótesis (opcional en las investigaciones básicas)
- Operacionalización de variables

Nº 3: Evidencia de la prueba piloto (al menos un modelo)

FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Técnica de Entrevista

AUTOR

Fredman Francisco, Chávez Zuta

Ana Camila, Gavelán Hernández

ASESOR METODOLÓGICO

Diego Alonso Baca Cáceres

TUTOR DE CONTENIDO

Gaspar Cristian Tirado Galarreta

2022

Solicitud

Estimado (a) señor (a):

Héctor Gilmer Lozano Gonzales

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación del instrumento de investigación: Guía de observación que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix"

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Firma del tesista

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Héctor Lozano Gonzales

Centro laboral: Independiente

Título profesional: Comunicador Social / Publicista

Grado: Maestro

Mención: Educación Superior

Institución donde lo obtuvo: Universidad Privada Antenor Orrego

Otros estudios:

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1). Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general)		X			
2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general)			X		
3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general)					X
4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión)					X
5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia)				X	
6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)			X		
7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido			X		

8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					X
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden)					X
10. Los ítems del instrumento son coherentes en términos de cantidad(extensión)					X
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad)					X
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)				X	
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)			X		
14. Grado de relevancia del instrumento (visión general)				X	
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					X
Puntaje parcial					
Puntaje total					65

Nota: Índice de validación del juicio de experto (I_{vje}) = $[75 / 75] \times 100 = 100$

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
El instrumento de investigación está observado			El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación	El instrumento de investigación está apto para su aplicación
Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez				

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado): Habiendo revisado el instrumento a dar validez y siendo este contrastado con el proyecto de tesis en cuanto a objetivos, operacionalización de variables y teorías relacionadas al tema, concluyo que el instrumento presenta una alta validez para su aplicación. No obstante indicar los puntos a reajustar como son, la definición de términos en ambas variables, una por la relación a las dimensiones seleccionadas y el segundo a los años de la investigación del autor citado. Asimismo, buscar teorías relacionadas al tema con consistencia o en su defecto mayor relevancia dentro del

campo de a quienes se cita, ya que las seleccionadas son definiciones hechas por investigadores, mas no teorías.

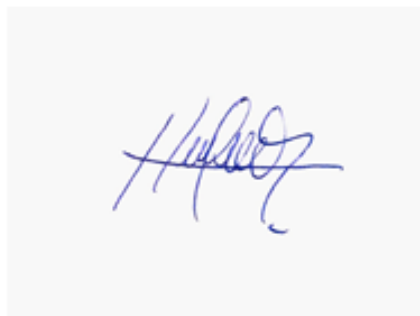
6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Héctor Lozano Gonzales DNI. N° 18172988 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el (los) tesistas

1 Fredman Francisco Chávez Zuta

2 Ana Camila Gavelán Hernández

en la investigación denominada: "Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix".

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Héctor Lozano', is centered within a light gray rectangular box.

.....
Firma del experto

Anexos

Nº 1: Instrumento de investigación: Técnica de entrevista

Nº 2: Categorías investigativas

- Título de la investigación: Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix
- Formulación del problema: ¿De qué manera la técnica de impresión idónea se asocia al proceso Creativo del diseño gráfico en Servigrafix?
- Objetivo general: Determinar la manera de la técnica de impresión idónea se relaciona con proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.
- Objetivos específicos:
 - Reconocer la manera en que la etapa de preprensa se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en la imprenta Servigrafix
 - Describir la manera en que la etapa de prensa se relaciona con el proceso creativo
 - Describir la manera en que la etapa de post prensa se relaciona con el proceso creativo
- Hipótesis (opcional en las investigaciones básicas)
- Operacionalización de variables

Nº 3: Evidencia de la prueba piloto (al menos un modelo)

AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Chiclayo, 18 de mayo de 2022

Sra. Nelly luz Chambergo Montejo

Representante Legal – Empresa: Servigrafix

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado: Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix.

Por el presente, el que suscribe Nelly Luz Chambergo Montejo, representante legal de la empresa: Servigrafix, **AUTORIZO** a los alumnos Ana Camila Gavelán Hernández con DNI N° 72152882 y Fredman Francisco Chávez Zuta con DNI N° 71997755, estudiantes de la Escuela Profesional de Artes y diseño gráfico empresarial y autores del trabajo de investigación denominado: Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix, al uso de dicha información que conforma el expediente técnico así como hojas memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de investigación , enunciada líneas arriba. De quien solicita.

Se garantiza la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.



Nelly Luz Chambergo Montejo

DNI N° 16625820

FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Se me plantearán diferentes preguntas, a través de entrevistas y/o cuestionarios, algunas de ellas personales, familiares o de diversa índole. Pero todo lo que responda a los investigadores, será confidencial.

Esta investigación es de Diseño no experimental, transversal, descriptivo-etnográfico de enfoque cualitativo.

Durante el desarrollo de la presente entrevista se pedirá participar respondiendo de una serie de preguntas para Establecer la manera de la técnica de impresión idónea se relaciona con proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información brindada también debe ser confidencial.


Se me ha explicado que, si decido participar en la investigación, puedo retirarme de él en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.


Fecha: 26/05/2022

Nombre del Participante: Nelly Miliam Sánchez

DNI: 73785411


Fredman Francisco Chávez
Zuta

DNI: 71997755


Ana Camila Gavelán
Hernández

DNI: 72152882

Nota: Si el participante es menor de edad, este documento sólo tendrá validez si está acompañado por el consentimiento informado de su padre, madre o apoderado.

FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Se me plantearán diferentes preguntas, a través de entrevistas y/o cuestionarios, algunas de ellas personales, familiares o de diversa índole. Pero todo lo que responda a los investigadores, será confidencial.

Esta investigación es de Diseño no experimental, transversal, descriptivo-etnográfico de enfoque cualitativo.

Durante el desarrollo de la presente entrevista se pedirá participar respondiendo de una serie de preguntas para Establecer la manera de la técnica de impresión idónea se relaciona con proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información brindada también debe ser confidencial.


Se me ha explicado que, si decido participar en la investigación, puedo retirarme de él en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.


Fecha: 02/06/2022

Nombre del Participante: Malva Gutiérrez

DNI: 42915888


Fredman Francisco Chávez
Zuta

DNI: 71997755


Ana Camila Gavelán
Hernández

DNI: 72152882

Nota: Si el participante es menor de edad, este documento sólo tendrá validez si está acompañado por el consentimiento informado de su padre, madre o apoderado.

FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Se me plantearán diferentes preguntas, a través de entrevistas y/o cuestionarios, algunas de ellas personales, familiares o de diversa índole. Pero todo lo que responda a los investigadores, será confidencial.

Esta investigación es de Diseño no experimental, transversal, descriptivo-etnográfico de enfoque cualitativo.

Durante el desarrollo de la presente entrevista se pedirá participar respondiendo de una serie de preguntas para Establecer la manera de la técnica de impresión idónea se relaciona con proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información brindada también debe ser confidencial.

Se me ha explicado que, si decido participar en la investigación, puedo retirarme de él en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.

Fecha: 08/07/2022

Nombre del Participante: Jorge

DNI: 40158071



Fredman Francisco Chávez
Zuta

DNI: 71997755



Ana Camila Gavelán
Hernández

DNI: 72152882

Nota: Si el participante es menor de edad, este documento sólo tendrá validez si está acompañado por el consentimiento Informado de su padre, madre o apoderado.

FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Se me plantearán diferentes preguntas, a través de entrevistas y/o cuestionarios, algunas de ellas personales, familiares o de diversa índole. Pero todo lo que responda a los investigadores, será confidencial.

Esta investigación es de Diseño no experimental, transversal, descriptivo-etnográfico de enfoque cualitativo.

Durante el desarrollo de la presente entrevista se pedirá participar respondiendo de una serie de preguntas para Establecer la manera de la técnica de impresión idónea se relaciona con proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información brindada también debe ser confidencial.

Se me ha explicado que, si decido participar en la investigación, puedo retirarme de él en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.


Fecha: 02/06/2022

Nombre del Participante: Joseph Oliver Barrantes Chambergó

DNI: 72210480


Fredman Francisco Chávez
Zuta

DNI: 71997755


Ana Camila Gavelán
Hernández

DNI: 72152882

Nota: Si el participante es menor de edad, este documento sólo tendrá validez si está acompañado por el consentimiento Informado de su padre, madre o apoderado.

FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: Asociación entre la técnica de impresión y el proceso creativo del diseño gráfico realizado por Servigrafix.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Se me plantearán diferentes preguntas, a través de entrevistas y/o cuestionarios, algunas de ellas personales, familiares o de diversa índole. Pero todo lo que responda a los investigadores, será confidencial.

Esta investigación es de Diseño no experimental, transversal, descriptivo-etnográfico de enfoque cualitativo.

Durante el desarrollo de la presente entrevista se pedirá participar respondiendo de una serie de preguntas para Establecer la manera de la técnica de impresión idónea se relaciona con proceso creativo del diseño gráfico en Servigrafix.

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información brindada también debe ser confidencial.

Se me ha explicado que, si decido participar en la investigación, puedo retirarme de él en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.

Fecha: 26/05/2022


Nombre del Participante: Víctor Roberto Álvarez Romero

DNI: 76869895

Huella digital


Fredman Francisco Chávez
Zuta

DNI: 71997755


Ana Camila Gavelán
Hernández

DNI: 72152882

Nota: Si el participante es menor de edad, este documento sólo tendrá validez si está acompañado por el consentimiento Informado de su padre, madre o apoderado.