



Universidad
Señor de Sipán

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARTES & DISEÑO
GRÁFICO EMPRESARIAL**

TESIS

**El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso
Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de
Lambayeque**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ARTES & DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

Autora:

Bach. Rivadeneyra Prada Danitza
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7488-1566>

Asesor:

Mg. Baca Caceres Diego Alonso
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6204-7600>

Línea de Investigación

**Desarrollo humano, comunicación y ciencias jurídicas para
enfrentar los desafíos globales**

Sublínea de Investigación

Bienestar y Desarrollo de habilidades para la vida

Pimentel – Perú

2024



Universidad
Señor de Sipán

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:

EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PROCESO CREATIVO DEL DISEÑO GRÁFICO EN PROFESIONALES DE LAMBAYEQUE

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 auténtico.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

RIVADENEYRA PRADA DANITZA	DNI: 73265288	
---------------------------	---------------	--

Pimentel, 21 de marzo de 2024.

NOMBRE DEL TRABAJO

PASAR TURNITIN - RIVADENEYRA PRADA.pdf

AUTOR

DANITZA RIVADENEYRA PRADA

RECuento de palabras

22696 Words

Recuento de caracteres

128010 Characters

Recuento de páginas

80 Pages

Tamaño del archivo

566.7KB

Fecha de entrega

Mar 21, 2024 4:22 PM GMT-5

Fecha del informe

Mar 21, 2024 4:23 PM GMT-5

● **12% de similitud general**

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

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

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

**EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PROCESO CREATIVO DEL
DISEÑO GRÁFICO EN PROFESIONALES DE LAMBAYEQUE**

Aprobación del jurado

DRA. PELAEZ CAVERO JULIA BEATRIZ

Presidente del Jurado de Tesis

MG. BRAVO ADANAQUE CINTHYA

Secretario del Jurado de Tesis

MG. BACA CACERES DIEGO ALONSO

Vocal del Jurado de Tesis

EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PROCESO CREATIVO DEL DISEÑO GRÁFICO EN PROFESIONALES DE LAMBAYEQUE

Resumen

Esta tesis tuvo como objetivo general analizar la manera en que el uso de la inteligencia artificial se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque. En los materiales y método, el tipo de investigación fue aplicada, enfoque fue cuantitativo, diseño fue observacional, transversal, prospectivo y analítico, nivel fue correlacional. La población y muestra estuvo conformada por 61 responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas, debido a que se utilizó el Muestreo no probabilístico – Muestreo por conveniencia, encuesta (técnica) y cuestionario (instrumento) con escala de Likert. Se destaca que el uso de la inteligencia artificial se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque, cuyas variables tuvieron una correlación de ,734 significativa en el nivel 0,01 (bilateral), utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman y la herramienta estadística IBM SPSS Statistics Versión 25. La inteligencia artificial es una herramienta que complementa la creatividad del diseñador gráfico.

Palabras clave: inteligencia artificial, proceso creativo, diseño gráfico, clientes.

Abstract

The general objective of this thesis was to analyze the way in which the use of artificial intelligence is related to the creative process of graphic design in professionals from Lambayeque. In the materials and method, the type of research was applied, the approach was quantitative, the design was observational, transversal, prospective and analytical, and the level was correlational. The population and sample were made up of 61 people responsible for the creation, rejuvenation or visual construction of brands, because non-probability sampling was used - convenience sampling, survey (technique) and questionnaire (instrument) with a Likert scale. It is highlighted that the use of artificial intelligence is significantly related to the creative process of graphic design in professionals from Lambayeque, whose variables had a correlation of .734 significant at the 0.01 level (bilateral), using the correlation coefficient Spearman's Rho and the statistical tool IBM SPSS Statistics Version 25. Artificial intelligence is a tool that complements the creativity of the graphic designer.

Keywords: artificial intelligence, creative process, graphic design, clients.

I. INTRODUCCIÓN

Los profesionales de diseño gráfico se mantuvieron actualizados de las nuevas tendencias que exigió el perfil profesional del mercado laboral y, con la presencia de la inteligencia artificial (IA), se incrementó su iniciativa de aprendizaje sobre novedades de la era digital. No obstante, algunos diseñadores desconocieron que la IA es una herramienta laboral competitiva que aporta valor a las actividades de diseño gráfico.

Por ello, el uso de la IA significó alianza estratégica que contribuyó al desarrollo del proceso creativo del diseño gráfico, aportando confianza a profesionales de Lambayeque, quienes tuvieron la oportunidad de perfeccionar la calidad de sus propuestas gráficas a través de mayor creatividad y en el menor tiempo posible, con enfoque en satisfacer las necesidades de sus clientes.

Sin embargo, el proceso creativo del diseñador no dependió, en su totalidad, de la IA. Lo mencionado, se debe a que fue fundamental el valor agregado del profesional especializado en diseño gráfico.

A nivel internacional, Olvera-Yerena (2022) destaca que la IA ha revolucionado la creación visual y comunicación, democratizando el proceso creativo y reduciendo la dependencia de especialistas en la creación de contenidos visuales (p. 83). Los hallazgos de este artículo evidenciaron los avances significativos de la IA y su relación con el proceso creativo del diseño gráfico.

Se consideró que el impacto real de la IA en el diseño, aún está en desarrollo y puede variar según el contexto y aplicación específica. Los diseñadores deberán seguir actualizándose y explorando cómo pueden aprovechar al máximo los avances en IA para su trabajo creativo.

Rubio Coronado (2022) señala que Neil Leach y algunas escuelas de arquitectura reconocieron el potencial de la IA incorporada en talleres de creatividad para estudiantes. La plataforma DigitalFUTURES, también difundió estas nuevas tecnologías de arquitectura y diseño (p. 18). En este sentido, el artículo resaltó la unión del profesional con la tecnología, cuya finalidad es presentar proyectos creativos, caracterizados por incluir a la IA como factor diferenciador.

Esto sugirió que hay una apertura hacia la exploración de nuevas herramientas y enfoques en el campo de la arquitectura y diseño, reconociendo el valor de estas tecnologías emergentes, lo que reforzó la idea de que existe un interés global en aprovechar el potencial creativo de la parte humana y máquina en conjunto.

Elgammal & Mazzone (2021) comentan que los sistemas computacionales aprenderán a imitar la creatividad humana. Los artistas experimentan beneficios (generación de imágenes a gran escala, ideas novedosas y mayor eficiencia). La relación artista-IA varía, considerándola herramienta, medio o socio (p. 6). En este artículo, los autores destacaron la capacidad de la IA para impactar positivamente en el ámbito artístico, brindando beneficios a los artistas y ampliando su pensamiento creativo.

La mención de la relación entre el artista y la IA como herramienta, medio o socio indicó que la forma en que los artistas emplean la IA puede variar según sus necesidades y enfoques creativos. Esto reforzó la idea de que la IA puede adaptarse a diferentes contextos artísticos y ser utilizada de diversas maneras para potenciar la creatividad.

Por otro lado, Rico Sesé (2020) menciona que los diseñadores se enfrentarán al desafío de trabajar con IA, lo que cambiará drásticamente los procesos creativos, implicando una rápida adaptación al diseño asistido por la IA, que probablemente se integrará en los programas de estudio de diseño (p. 68). En estas líneas del artículo, el autor calificó a la IA como una herramienta tecnológica que impulsa el desempeño del diseñador en escenarios que demandan su competitividad.

Desde una perspectiva general, se planteó un punto relevante sobre la relación de la IA en el campo del diseño, debido a que emerge como una tecnología disruptiva con potencial de transformar muchos aspectos de diversas industrias, incluido el diseño. La adaptación y comprensión de las posibilidades que ofrece la IA en el campo del diseño pueden ser aspectos clave para los profesionales y programas educativos que se desarrollen en el futuro.

Según Aguirre et al. (2021) a nivel nacional, la accesibilidad a tecnologías

provenientes de la IA se ha incrementado por la necesidad de almacenar información amparada por leyes de protección de datos personales (p. 15). De acuerdo a esta tesis, los sistemas expertos, Machine learning, Deep Learning, redes neuronales artificiales y procesamiento de lenguaje natural forman parte de tecnologías de la IA. Si bien es cierto, no todo desarrollo de IA comprende el tratamiento de datos personales, se deben evitar afectaciones de decisiones automatizadas.

Los desarrolladores son los responsables de aplicar el principio de privacidad en el diseño del sistema de IA previo al tratamiento de datos personales para evitar problemas durante el desarrollo, dada la posibilidad del contenido de datos personales en el procesamiento masivo de información.

En el artículo de Valenzuela Suárez (2021), la historia del arte en Perú se redefine con nuevas perspectivas, donde el diseño gráfico peruano evoluciona entrelazándose con el arte, la antropología y la literatura. Además, se integran movimientos estéticos, culturales, vanguardistas y modernistas en esta evolución (p. 86). De esta forma, este trabajo abordó y contextualizó cómo la evolución continúa enriqueciendo y redefiniendo el arte y diseño en Perú.

La evolución de la historia del diseño gráfico en Perú resulta fascinante, llegando a convertirse en un elemento significativo del panorama artístico peruano, fusionándose con otras disciplinas y enriqueciendo la narrativa cultural del país. Los movimientos estéticos y vanguardistas han ejercido influencia en su desarrollo, generando una expresión visual única y vibrante.

En Perú, Palacios Garcés (2017) reafirma la importancia de las agencias internacionales de publicidad y la aparición de agencias peruanas, y cómo abordan desafíos surgidos de productores para persuadir al consumidor del mercado interno a comprar diversos servicios y productos (p. 9). Este artículo enfatizó la presencia y contribución de agencias internacionales en el Perú para el enriquecimiento del panorama de la publicidad y comunicación en el país.

Desde una perspectiva neutral, se pudo apreciar cómo lo mencionado tuvo un impacto considerable en el campo de la comunicación en Perú. Estas agencias demostraron su capacidad para abordar las necesidades de los productores y

consumidores, ofreciendo soluciones creativas y efectivas. Su presencia y contribución enriquecieron el panorama de la publicidad y comunicación en el país.

A nivel local, la tesis de Martínez Montenegro (2019) indica que las capacitaciones sobre nuevas tendencias contribuyen a que el diseñador se desempeñe en cualquier rama relacionada al diseño (tipografía, fotografía, marketing, branding, cromática, entre otras) para el desarrollo de campañas, ya sean publicitarias o sociales (p. 23). Evidentemente, el diseño no solo es creatividad, sino utilizar la investigación como estrategia que permite el desarrollo óptimo de competencias laborales, siendo importante actualizar de manera periódica el portafolio.

Algunos diseñadores gráficos son afortunados al poseer talentos de manera natural, mientras que otros desarrollan sus competencias por medio de la formación profesional. No obstante, se deben mantener al tanto de nuevos métodos de trabajo, software y cursos de respaldo a la creación de diseños en diversos contextos a nivel comunicacional.

Para Llanos Vásquez (2016), el lenguaje visual está ligado a la responsabilidad ética y social. Por ello, el diseño forma parte integral del desarrollo cultural al ser trabajo de calidad más que solo hacer (p. 22). En esta tesis, se reflexionó sobre la ética profesional del diseñador gráfico con enfoque en mejorar el entorno visual, mediante conductas éticas en relación directa con la responsabilidad social.

En razón de lo expuesto, el profesional en diseño gráfico tiene una considerable responsabilidad ética, siendo clave su pensamiento ético para promover el desarrollo sustentable de sus diseños (incluyendo modificaciones o transformaciones) con buena fe en la sociedad.

Aguilar y Gonzáles (2015) describen el manejo de software que permite el uso de herramientas de diseño digital relacionadas al diseño web (p. 46). En esta tesis, se especificó el rol que debe desempeñar el diseñador gráfico para incrementar su competitividad. Por lo tanto, el diseñador gráfico debe reunir todos los recursos necesarios para sobresalir entre las exigencias del campo laboral.

La problemática de la presente tesis radicó en la falta del uso de la inteligencia artificial en el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque, ya que los diseñadores gráficos no integraron la IA a sus actividades de diseño, considerándola como amenaza a su permanencia en el trabajo.

La creciente necesidad del diseñador de recurrir a la IA se volvió cada vez más evidente. Esta herramienta ofrece un vasto potencial para ampliar las capacidades creativas y mejorar la eficiencia en el proceso de diseño, con el beneficio de analizar grandes conjuntos de datos, generar ideas innovadoras y agilizar tareas repetitivas. En un entorno donde los recursos pueden ser limitados, dicha necesidad se volvió aún más crucial, debido a que la IA brinda una oportunidad invaluable para superar las limitaciones y desafíos que pueden surgir por falta de recursos tradicionales, siendo motivo para que los diseñadores accedan a bibliotecas digitales de imágenes, generar diseños automatizados y aprovechar algoritmos avanzados para optimizar el uso de materiales y recursos disponibles. Con ello, la IA se convirtió en un aliado de aquellos diseñadores que enfrentan restricciones presupuestarias, limitaciones de tiempo o acceso limitado de materiales y equipos de alta gama. Además, la colaboración entre el diseñador y la IA dio lugar a soluciones más sólidas y eficaces, donde la tecnología y creatividad se combinan.

En este sentido, se tuvo como propósito incrementar la confianza de los diseñadores gráficos de Lambayeque con respecto a la IA como herramienta laboral competitiva.

Asimismo, la investigación tuvo un aporte relevante para el ámbito profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial al incluir la participación de responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas en Agencias de Diseño Gráfico, Publicidad y Marketing, quienes se encargan del desarrollo de marcas y campañas con diferentes enfoques acordes a los requerimientos de los clientes.

La presente tesis abarca el uso de la inteligencia artificial en el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Se citaron tesis y artículos de revistas científicas indexadas como

antecedentes.

Con respecto a tesis a nivel internacional se tuvo a prestigiosos autores.

Plana Ballber (2023) en su tesis denominada “Diseño y desarrollo de una página web para la venta de prompts utilizados en inteligencias artificiales”, tuvo como objetivo general lograr el desarrollo de una página web que sea funcional y estéticamente atractiva, con la capacidad de vender y validar los prompts de cualquier usuario. Se aplicó la metodología Lean, dado que el software se caracteriza por iterar rápidamente, siendo eficaz para el proyecto, a su vez, complementado con framework de desarrollo. Ante ello, se utilizó Excel para calcular mediante gráficos la viabilidad económica del proyecto. Como parte de los resultados, se considera un éxito satisfactorio por ser una página web utilizable por cualquier usuario que permitió adquirir nuevos conocimientos para el desarrollador en el área de desarrollo web. A manera de conclusión, se obtuvo un Producto Mínimo Viable (MVP) para ser testeado en usuarios reales, con funcionalidades mínimas requeridas. La tesis fue elegida por tener contenido sobre la creación de una página web, tomando como modelo a reconocidas inteligencias artificiales (DALL-E, Midjourney, Stable Diffusion y GPT3). Lo mencionado, se relaciona a la variable IA, ya que se abarcan diversos puntos del trabajo optimizado al usarse como herramienta.

Ramírez Tomalá (2023) en su tesis denominada “Adobe Photoshop como herramienta de comunicación visual en los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Comunicación de la UPSE, 2022”, tuvo como objetivo central analizar Adobe Photoshop como herramienta que contribuye a las competencias tecnológicas en relación directa con la comunicación visual e innovación. Su metodología constó de un enfoque cualitativo, cuyo tipo de investigación fue aplicada y diseño descriptivo. Lo mencionado, estuvo dirigido a una población de 2 docentes y 50 estudiantes, logrando la aplicación de un muestreo no probabilístico intencional. Para ello, se utilizó la encuesta y entrevista como técnicas de recolección de datos, cuyos instrumentos fueron el cuestionario y guía de entrevista. La investigación exploratoria, también consideró el método deductivo. Cabe resaltar que, Microsoft Excel y Microsoft Word sirvieron para procesar la información. Como parte de los resultados, la herramienta analizada tiene funciones

que pueden ser de mayor provecho para diseñadores gráficos. En conclusión, es fundamental desarrollar una cultura de aprendizaje y pasar de la teoría a la práctica para demostrar competencias tecnológicas que exige el mercado laboral. Se seleccionó la tesis en mención, dado que considera a una de las herramientas de diseño para fortalecer la comunicación visual, esta herramienta es Adobe Photoshop, ligada a la expresión gráfica del diseñador al plasmar un concepto e idea en medios digitales y generar impacto en productos finales.

Bolívar y Chumi (2022) en su tesis denominada “El Diseño Generativo como alternativa para la creación de una marca dinámica”, tuvieron como objetivo general desarrollar el diseño generativo en diseño gráfico, a partir del diseño de una marca. Su metodología se basó en Umberto Roncoroni al abarcar objetivo, idea, diseño, principio y proceso generativo, producción, artefactos, selección, aplicación. El enfoque y diseño de investigación fueron mixtos de tipo aplicada. La investigación de campo implicó entrevistar a tres diseñadores con experiencia en marca y diseño generativo, quienes brindaron su opinión basada en conocimientos y experiencias al respecto. La técnica de recolección de datos fue la entrevista, mientras que el instrumento fue la guía de entrevista. Se aplicó el método del diseño generativo. El resultado obtenido fue la creación del sistema gráfico como alternativa eficaz. A manera de conclusión, los métodos generativos influyen a nivel morfológico y conceptual al ser cambiantes y dinámicos. En la tesis elegida, se evidenció que el diseño generativo puede otorgar cientos de resultados en menos tiempo de lo que tomaría realizarlos sin la ayuda del mismo. Por ello, se relaciona a la optimización del tiempo que el diseñador tiene al utilizar la IA para generar ideas o piezas gráficas.

Chorowski y Crócamo (2022) en su tesis denominada “La democratización del diseño gráfico en la era digital. La producción de contenido visual mediante el uso de la aplicación Canva por parte de ‘no diseñadores gráficos’ y su incidencia en la profesión”, tuvieron como objetivo general tratar el impacto de Canva (aplicación de diseño) y sus consecuencias en diseño gráfico de Uruguay. El enfoque fue cuantitativo de tipo de investigación básica y diseño no experimental. Se aplicó encuesta (técnica) y entrevista (instrumento) a diseñadores y no diseñadores. El diseñador gráfico se encuentra en la capacidad de producir piezas

gráficas únicas. Sin embargo, resulta que lo mencionado pierde valor con el uso frecuente de plantillas de Canva. En las conclusiones, se indicó que Canva afecta el mercado laboral en que interactúan diseñadores gráficos en búsqueda de puestos de trabajo. Dicha tesis expuso los contras que produce utilizar herramientas de diseño no profesionales para realizar propuestas gráficas, ya que afecta al mercado laboral y, por ende, no permite encontrar buenos puestos de trabajo. Tras lo expuesto, el diseñador debe desarrollar competencias genéricas que le ayuden a sobresalir en el mercado laboral; esto implica usar herramientas de diseño que brinden resultados con acabados profesionales y eleven el valor de las propuestas para ser tomados en serio.

Cisneros Ríos (2022) en su tesis denominada “Valoración de los estímulos creativos cognitivos para mejorar el desempeño laboral en el diseñador gráfico”, manifiesta como objetivo general generar perfiles profesionales mejorados, con la capacidad de enfrentar eficazmente su entorno laboral, proporcionando propuestas gráficas innovadoras a la sociedad, promoviendo soluciones creativas superiores y el crecimiento de la creatividad. Su metodología constó de un enfoque mixto, con alcance exploratorio, descriptivo y correlacional, incluyendo un diseño de investigación explicativo secuencial. La población correspondió a 170 estudiantes, mientras que la muestra fue de 118 estudiantes. Se realizó la encuesta y entrevista. El análisis documental y trabajo de campo fueron los medios usados en el estudio. Con ello, se optó por utilizar el programa estadístico SPSS. En relación a los resultados, los estímulos en mención son una herramienta que aporta a la creatividad de los diseñadores gráficos. En síntesis, se fortalece el proceso creativo, ya que incluye alternativas de solución ante bloqueos creativos. La tesis seleccionada permitió obtener conocimiento sobre la valoración de estímulos creativos cognitivos con el fin de mejorar el desempeño laboral del diseñador gráfico, pudiendo relacionarse con actividades que ayuden a ejercitar su creatividad y salir de un bloqueo creativo.

Pardiñas Remeseiro (2020) en su tesis denominada “Inteligencia Artificial: un estudio de su impacto en la sociedad”, tuvo como objetivo general investigar la manera en que el desarrollo de IA podría incrementar desigualdades a nivel social. La metodología fue mixta (cuantitativa y cualitativa), dado que se tuvo un análisis

de datos secundarios proveniente del Innovarómetro (nº 3216) y Barómetro de mayo de 2018 (nº 3213) del CIS, además la aplicación de 3 entrevistas grupales (videollamada) y 2 individuales (videollamada y presencial) como parte del trabajo de campo. Se utilizó el programa estadístico SPSS. En base a los resultados, la sociedad necesita sentir el respaldo de la IA. Ante lo expuesto, la IA con protección de datos es fundamental para el desarrollo social. La tesis elegida aportó una perspectiva sociológica sobre el progreso de la IA, examinando cómo se adquieren y discriminan los datos empleados en dicho proceso. Lo señalado, se puede vincular a la variable IA, debido a que se está involucrando en tareas realizadas por el humano.

Ramírez Valenzuela (2019) en su tesis denominada “El eslabón perdido del fenómeno del diseño: la deficiencia de la enseñanza estética en la carrera de diseño de la facultad de arquitectura y urbanismo de la Universidad de Chile”, tuvo como objetivo general incluir criterios que conlleven a un decálogo de propuestas orientadas a la educación estética de estudiantes de diseño. El enfoque cualitativo comprendió el análisis de discurso y contenido. La muestra fue estructural. Se tuvo grupos de discusión y entrevistas semi-estructuradas dirigidas a estudiantes de primer año (2018) y profesores / ayudantes. Se empleó word y software especializado en análisis. Se requiere el compromiso de docentes y estudiantes para obtener mayor conocimiento de la estética del diseño, pese a las condiciones externas o internas. Como parte de las conclusiones, los docentes y futuros diseñadores podrán mejorar su competitividad, siempre y cuando, se familiaricen con más términos del diseño y prioricen su aplicación. La tesis fue seleccionada por dar importancia a la estética en el diseño y su valoración equivalente a la funcionalidad que se tenga de un resultado. Por ello, su relación abarca el criterio estético y criterio funcional, es decir, el cómo ambos se complementan entre sí para obtener un producto de calidad.

Schimpf (2019) en su tesis denominada “Cambios profundos en Diseño Gráfico con la Aparición de los Procesos de Diseño Generativo”, tuvo como propuesta la aplicación de métodos generativos en diseño gráfico. El enfoque fue cualitativo. En el diseño gráfico, se evidenció que uno de los motivos por los que no se aplican dichos métodos corresponde al abismo lingüístico. Por ello, se apunta a

mejorar el proceso del aprendizaje de diseño hasta explotar la creatividad. El contenido de la tesis mencionada sirvió para dar notoriedad a la importancia de ejercitar la creatividad, enlazada con la innovación.

Bastidas y Morquecho (2018) en su tesis denominada “El Diseñador frente a los desafíos de la nueva tecnología”, tuvieron como objetivo general analizar los retos de la nueva tecnología que debe hacer frente el diseñador gráfico. Esta investigación cualitativa fue de carácter documental al estar fundamentada en fuentes secundarias. El diseñador gráfico compite con herramientas (Desygner, Canva, Wix) que no se comparan al valor agregado del profesional especializado en generar gráficas creativas. Motivo por el cual, se ve obligado a adaptarse al cambio, sin dejar de lado su creatividad. La tesis elegida destacó los desafíos de la nueva tecnología que enfrenta el diseñador gráfico y reconoce este aspecto como un gran impacto que evidencia un antes y después en el diseño, ligado a las competencias genéricas para saber adaptarse a cualquier situación que aparezca conforme el mundo se actualiza y está en constante cambio.

Solís Tumbaco (2018) en su tesis denominada “Guía de actividades para promover la creatividad artística en los diseñadores gráficos”, tuvo como objetivo general promover la creatividad durante períodos de bloqueo creativo. Su metodología con enfoque cualitativo se centró en 5 tecnólogos de diseño gráfico de un total de 24 profesionales, quienes participaron en la entrevista semi-estructurada. La creatividad resultó ser un término relevante para diseñadores que experimentan baja productividad por carencia de ideas. Se concluyó que no se puede avanzar actividades sin poseer creatividad que permita el desarrollo adecuado del trabajo. La tesis en mención trató sobre el estudio de la creatividad en diseñadores gráficos provenientes de Ciudad de Quito, asimismo, promover la creatividad en caso se encuentren en una etapa de bloqueo creativo. Motivo por el cual, se relaciona al indicador bloqueo creativo. Si bien es cierto, la IA será de ayuda para estos procesos, está en el diseñador buscar y conocer diversas herramientas para salir de un estado donde las ideas no suelen aparecer.

Toral Córdova (2018) en su tesis denominada “Experimentación de métodos que ayuden al diseñador a afrontar bloqueos creativos”, manifiesta como objetivo general contribuir al proceso creativo a través de la exploración de distintos métodos

y su evaluación de efectividad en la resolución de bloqueos creativos. Esta investigación de datos cualitativos y cuantitativos abarcó 5 métodos creativos utilizados por 7 diseñadores gráficos al tener un diseño experimental. En relación a los resultados, los métodos creativos desencadenan atractivas propuestas de marcas. Es decir, el proceso creativo es más dinámico con la participación de diseñadores gráficos dispuestos a mejorar su desempeño profesional, dejando de lado limitaciones externas o internas. La tesis seleccionada aportó métodos que ayudan a superar las situaciones en las que aparece el bloqueo creativo. De esa manera, se generan ideas y optimiza el tiempo para realizar proyectos. Lo expuesto, se relaciona a la IA, debido a que al tomarla como una herramienta de apoyo y usarla como parte de un método para salir de un estancamiento de ideas es crucial por otorgar cientos de resultados en poco tiempo y, de cierta manera, se desarrolla la capacidad de seleccionar ideas y adaptarlas.

Briz Reyes (2017) en su tesis denominada “Análisis de los bloqueos de la creatividad en artistas visuales. Un estudio cualitativo”, tuvo como objetivo lograr una imagen completa del fenómeno mencionado. Esta investigación teórica tuvo enfoque cualitativo acompañado del razonamiento inductivo como método. Asimismo, se realizó trabajo de campo para obtener muestra de expertos (artistas) y aplicar entrevista. Con ello, se tuvo análisis de datos; reporte y memorando. Se categorizó los bloqueos en endógenos y exógenos sobre la creación artística. En conclusión, estos bloqueos pueden perjudicar el trabajo del artista sensible a problemáticas. La tesis elegida consideró estudiar el fenómeno del bloqueo creativo a lo largo del proceso de trabajo en profesionales afines al diseño, lo cual se vincula a la variable proceso creativo del diseño gráfico, ya que usualmente aparece cuando se está en proceso de creación y se debe dar importancia por la posibilidad de llegar a ser perjudicial ante cualquier entrega.

De Los Santos Villao (2016) en su tesis denominada “Análisis comparativo de la evolución de los programas de diseño gráfico editorial”, tuvo como objetivo general contrastar los programas de diseño gráfico en el entorno editorial a fin de destacar el de mayor aporte en diseño. Esta investigación se caracterizó por ser exploratoria, descriptiva, experimental (programas InDesign y Scribus) y documental (información recopilada a través de fuentes primarias y secundarias).

La población finita estuvo compuesta por 169 estudiantes de Ingeniería en Diseño Gráfico y Multimedia, mientras que la muestra por 117 estudiantes. Se utilizó observación directa, encuesta y entrevista como técnicas. Asimismo, el método de observación, comparativo y deductivo. El programa Excel 2013 sirvió para tabular los datos. Con ello, Adobe InDesign es el software propietario más usado por profesionales y estudiantes de diseño gráfico. En conclusión, este software propietario destaca entre otros programas como Scribus de software libre. Se optó por la tesis en mención al tratar programas usados por diseñadores que ayudan y facilitan la realización de tareas, asimismo, identificar la mejor opción para realizar un diseño. Lo mencionado, se relaciona a la representación de ideas, dado que se basa en plasmar todo lo planificado visualmente, considerando herramientas de alta calidad, aptas para las labores y que otorguen los resultados deseados.

Gonzalez-Mardones (2016) en su tesis denominada “El diseño gráfico y sus profesionales. Retos y definiciones”, tuvo como objetivo demostrar el estado del diseño gráfico y sus profesionales, considerando el paradigma laboral, legal y disciplinar. La metodología híbrida tuvo una técnica mixta que constó de aspectos cualitativos (vacío bibliográfico, bajo criterios de selección de autores) y cuantitativos (cuestionario). En base a los resultados, los diseñadores gráficos se encuentran trazando líneas de trabajo para mejorar su desempeño profesional. Se concluyó que se requiere reformular los planes formativos de estudio, considerando tecnologías en relación con el profesional y sociedad. Se consideró la tesis seleccionada por exponer la relevancia del diseño gráfico como actividad en la sociedad desde un punto de vista analítico, al igual que diversos factores como la tecnología que provocaron un cambio de paradigma en el perfil profesional, relacionándose con el valor agregado del diseñador gráfico en productos finales, con respecto al uso de la IA y cómo esta puede ser un aliado más que una némesis para potenciar sus habilidades.

Stael Apolo (2016) en su tesis denominada “Desarrollo de un producto editorial donde se evidencien técnicas creativas”, tuvo como objetivo general fomentar el uso de técnicas creativas del proceso creativo del diseñador. Su metodología constó de medición de resultados. Se tuvo un producto editorial dirigido a diseñadores gráficos, el cual incluyó las técnicas en mención para la

medición del trabajo, mediante indicadores. Si bien es cierto, profesionales y estudiantes pueden experimentar aspectos negativos de proyectos, existen técnicas orientadas a solucionar su desarrollo. En el contenido de la tesis elegida, se evidenció que la creatividad es de gran importancia en múltiples dimensiones, dando soluciones a problemas del ámbito personal o universal, esto conecta con el indicador innovación, ya que implica proponer y aportar algún cambio en las propuestas de diseño; si no se evidencia ello, simplemente se estaría copiando lo ya preexistente. Asimismo, dar soluciones de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Dávila Urrutia (2015) en su tesis denominada “Fundamentos de diseño gráfico hipermedia: principios teóricos y aportaciones metodológicas”, tuvo como objetivo principal brindar orientaciones sobre la evolución del diseño. Esta investigación mixta constó del análisis teórico y aplicación práctica; recopilación, descripción, análisis y exploración. A partir de los resultados, es clave equilibrar la tecnología con herramientas teóricas para obtener conocimiento sólido sobre algún proyecto de diseño hipermedia que corresponda desarrollar a nivel académico o profesional. En síntesis, el diseño gráfico tradicional y la tecnología despiertan el interés de facilitar los procesos e innovar. En la tesis en mención, se reflejó la importancia del conjunto de métodos o procedimientos del diseño hipermedia, siendo un aspecto vinculado a componer el material gráfico, integrando diversos medios, tales como: texto, imagen, vídeo, audio, entre otros, lo que permitiría la expresión gráfica.

Asimismo, a nivel nacional.

Pérez y Rojas (2019) en su tesis denominada “Impacto de la inteligencia artificial en las empresas con un enfoque global”, tuvieron como objetivo general distinguir investigaciones del impacto de la IA en el trabajo. Su metodología fue correlacional, descriptiva y conceptual. Las empresas peruanas no cuentan con el conocimiento necesario para aprovechar la IA en sus gestiones empresariales, en comparación con otros países que presentan mayor adaptación al cambio. En conclusión, la IA seguirá teniendo características muy similares al ser humano, tras significativos avances tecnológicos. Se consideró dicha tesis al hablar de la presencia de la IA en la industria y su aceptación al ofrecer resultados positivos en

diversos aspectos. En ese sentido, se relaciona con la IA, ya que se tiene un enfoque en que sirve de apoyo en el proceso creativo del diseño gráfico.

Pernia Añazgo (2019) en su tesis denominada “Estrategia metodológica para contribuir al desarrollo de la creatividad artística en los estudiantes de Diseño Gráfico de un instituto técnico superior de Lima”, manifiesta como objetivo general el diseño de una estrategia a nivel metodológico que aporte al desarrollo artístico. Su metodología cualitativa de carácter interpretativo tuvo un diseño educacional aplicado. La muestra se caracterizó por ser no probabilística y estuvo compuesta por 4 docentes y 26 estudiantes de Diseño Gráfico. Las técnicas de esta investigación fueron: observación a clases, encuesta, entrevista y criterio del juicio de expertos. Los métodos fueron teóricos, tanto histórico-lógico como inductivo-deductivo, considerando el método del análisis síntesis, modelación, de abstracto a concreto, dialéctico. La estrategia metodológica propuesta facilita los trabajos de Diseño Gráfico al tener enfoque en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En definitiva, los aspectos de la propuesta en mención contribuyen a la capacidad creativa para generar ideas innovadoras. La tesis fue seleccionada por aportar al desarrollo de la creatividad artística, además de definir a la creatividad como un proceso donde se generan ideas con valor que solucionan problemas al cumplir el perfil de ser innovadoras. Asimismo, el diseñador debe evaluar y perfeccionar sus ideas hasta cumplirlas. Lo expuesto, encaja con el proceso creativo del diseño gráfico.

Además, a nivel local.

Campos y Saavedra (2022) en su tesis denominada “Personal branding como herramienta para posicionar la imagen profesional de egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS”, tuvieron como objetivo general una propuesta de personal branding a partir del posicionamiento de imagen profesional. La investigación cualitativa fue básica y tuvo una metodología que se caracterizó por abarcar un diseño descriptivo y propositivo. Se empleó la muestra de 10 jefes de centros laborales y el muestreo fue no probabilístico de tipo por conveniencia, cuyas técnicas fueron el análisis documental y la entrevista. El instrumento de recolección de datos fue el cuestionario semiestructurado. Se realizó una triangulación de datos. Se obtuvieron resultados que destacan la imagen óptima del

diseñador gráfico al cumplir con el perfil profesional solicitado por las empresas. En concreto, el personal branding contribuye a su desempeño en el área que más se ajusta a sus capacidades y habilidades. La tesis elegida expuso la importancia del personal branding para los jóvenes profesionales recién egresados de las universidades que deben cumplir con un perfil competitivo, relacionado con las competencias genéricas.

Por otro lado, artículos de revistas científicas indexadas a nivel internacional de contenido enriquecedor.

Català Domènech (2023) en su artículo titulado “Imaginación Artificial y Neobarroco”, tuvo como objetivo actualizar la relación entre texto e imagen planteada por el Barroco con imágenes emblemáticas. El enfoque fue cualitativo. Los sistemas de imaginación artificial tienen como modelo a la imaginación humana. En síntesis, la complejidad barroca afecta el pensamiento humano y la tecnología. Se optó por el artículo en mención al plantear sistemas de imaginación artificial en un panorama si pueden suplantar a la imaginación humana o si aún tienen sus limitaciones, esto podría ser una gran oportunidad para el usuario de la IA al implicar valor agregado del diseñador gráfico en productos finales.

Carvajal y Ibañez (2022) en su artículo titulado “Diseño como eje de innovación en el marco de la economía social”, tuvieron como objetivo general exponer el diseño y su aporte a procesos de innovación a nivel social. El alcance de la investigación cualitativa se basó en un estudio explicativo que incluyó análisis de casos. El talento humano debe estar dispuesto a trabajar en equipo por el crecimiento empresarial. Ante ello, el Design Thinking representa soluciones creativas. Se consideró este artículo, ya que busca la viabilidad de la innovación social en distintas situaciones que se puedan presentar o minusvalorar a partir de la intervención del diseño como intermediario de cambio social, esto podría estar vinculado con la capacidad del diseñador para desarrollar su pensamiento creativo en cualquier contexto en que se encuentre y comunicar el mensaje correctamente.

Cruz-Silva y Gordillo-Pérez (2022) en su artículo titulado “Inteligencia artificial en el campo laboral: conflicto de rol y bienestar”, tuvieron como objetivo transmitir el desarrollo de competencias laborales. El enfoque fue cualitativo. La

determinación de la perspectiva es fundamental para comprender la aplicación de la IA. Lo mencionado, contribuye al desarrollo adecuado de actividades laborales. El artículo fue relevante en esta investigación al tratar como tema principal el desarrollo de la IA en el campo laboral y, todo lo que trae consigo, aprender datos y procesos de toma de decisiones, tal y como lo haría una persona, brindando un sin fin de beneficios. Lo expuesto, está vinculado con la planificación de proyectos gráficos y aporte visual para proyectos gráficos.

Granados Ferreira (2022) en su artículo titulado “Análisis de la inteligencia artificial en las relaciones laborales”, tuvo como objetivo ahondar la evolución de la IA. El enfoque fue cualitativo. Existe la posibilidad de que la IA sea considerada un nuevo paradigma. Se precisó que el talento humano se enfrenta a retos provenientes del uso de la IA, siendo necesaria una regulación. El artículo permitió ampliar el conocimiento sobre el desarrollo de la IA en actividades laborales, ligada con el desempeño del diseñador gráfico, quien tiene la oportunidad de utilizar a la IA como herramienta para los proyectos.

Flores-Figueroa (2021) en su artículo titulado “Fundamentos para la crítica del diseño gráfico”, tuvo como propuesta un modelo de crítica sustentado en el juicio funcional, descripción formal y conceptual, análisis de producto-sociedad, proceso de redacción y difusión, considerando al diseñólogo como intelectual orgánico. El modelo mencionado formó parte de la propuesta metodológica dividida en 6 etapas aplicadas. La crítica se relaciona directamente con la creatividad e innovación. Motivo por el cual, la crítica del diseño gráfico se enfoca en la construcción de ideas. Se consideró dicho artículo, debido a que une y conceptualiza las etapas del proceso creativo para dar como resultado una propuesta de calidad. Lo mencionado, aparte de estar relacionado con el proceso creativo en sí, también considera la comunicación con clientes para encaminar un proyecto.

Morales y González (2021) en su artículo titulado “Interdisciplinariedad en la formación universitaria del diseño gráfico: entre la teoría y la práctica”, tuvieron como objetivo analizar el diseño gráfico y su relación con diversas disciplinas. En la investigación de enfoque cuantitativo y tipo descriptivo, se aplicó un cuestionario a 126 docentes. En los resultados, se evidenció la falta de compromiso de

formación profesional acorde a la interdisciplinariedad. Por ello, es de suma importancia fomentar la enseñanza creativa. El artículo fue seleccionado para dar contexto, en el caso de que un profesional no tenga el suficiente compromiso, cómo repercute su presencia en el mercado laboral y busca la inspiración en el mundo que lo rodea, vinculada con la innovación.

West and Burbano (2021) en su artículo titulado “AI, Arts & Design: Questioning Learning Machines”, abordaron diversas interrogantes sobre la relación entre la IA, el arte y diseño, al igual que la contribución del arte a la IA, entre otros aspectos, diseccionándolos a una visión polifacética de las dimensiones presentes y futuras de la IA creativa. El enfoque fue cualitativo. Como parte de los resultados, la IA contribuye al mejoramiento del aprendizaje, a través de funciones vinculadas directamente al arte y diseño. En conclusión, la IA es una herramienta que aporta a la creatividad del diseñador, quien debe aprovechar esta oportunidad para diferenciarse de su competencia en el mercado laboral. El artículo fue elegido por manifestar que la IA aporta al aprendizaje del diseñador, ejercitando su creatividad a través de ideas, las cuales pueden estar sujetas a mejoría o cambio de acuerdo al criterio estético y funcional del profesional.

Caldas Vianna (2020) en su artículo titulado “Generative Art: Between the Nodes of Neuron Networks”, trató el tema del arte producido por la IA y, en consecuencia, exploró las obras de arte singulares que fueron generadas por algoritmos. El enfoque fue cualitativo. Con ello, se detalló el avance de redes neuronales para obtener imágenes técnicas. Los artistas cuentan con dichas redes como herramienta que facilitará su trabajo. Se consideró dicho artículo, dado que comunica los medios en que el profesional afín a una carrera artística puede hacer uso de la IA para generar imágenes, de acuerdo a lo que se le solicite, facilitando su trabajo en caso de que se encuentre en una etapa de bloqueo creativo y tome aquellas imágenes como referente creativo.

Jaime y Salas (2020) en su artículo titulado “La formación de profesionales en el diseño gráfico. Estudio de las competencias y habilidades necesarias para el campo laboral”, tuvieron como objetivo realizar una comparación de competencias y habilidades enfatizadas por blogs y bolsas de trabajo en línea. El enfoque fue cualitativo. Se considera que el diseñador gráfico es un especialista en transmitir

mensajes gráficos. Ante ello, el mercado laboral exige la participación de profesionales altamente calificados para desempeñar sus funciones y generar ingresos económicos considerables a nivel empresarial. El contenido de este artículo sirvió para conocer las competencias y habilidades necesarias para la buena formación de profesionales afines al diseño gráfico, vinculado con competencias genéricas.

Rodríguez et al. (2020) en su artículo titulado “Análisis prospectivo del diseño gráfico en México”, tuvieron como objetivo analizar el diseño gráfico en México. La investigación fue documental. La formación integral del diseñador gráfico permite su desempeño como gestor de proyectos. A nivel internacional, es necesario el cumplimiento de estándares por parte del profesional que representa a su país de origen. Se optó por el artículo en mención desde un análisis prospectivo acerca del estado actual del diseño gráfico, brindando experiencias de usuario óptimas y una gestión sustentable de los proyectos que se presenten, relacionado con la comunicación con clientes, ya que suelen solicitar desde sus necesidades.

Suárez-Carballo et al. (2020) en su artículo titulado “La estética del error en el diseño gráfico contemporáneo: conexiones entre el glitch, la cultura posdigital y el New Ugly”, tuvieron como objetivo principal manifestar el error digital en prácticas estéticas del diseño gráfico contemporáneo. La muestra de piezas gráficas fue intencional (no probabilística). Se tuvo labor de tipo documental y análisis exploratorio como técnicas, mientras que el método consistió en revisión bibliográfica. Si bien es cierto, cometer algún error puede influir en la manera en que se desea presentar los trabajos de calidad, con el mayor cuidado de aspectos de diseño gráfico se tendrá la posibilidad de conectar con nuevos clientes. Ante lo expuesto, se incrementa la competitividad al ser parte de la cultura moderna. El artículo fue seleccionado, dado que su contenido abarca un acercamiento hacia prácticas de diseño gráfico en el mundo actual que acude al error digital, tales como componente estilístico, relacionado al criterio estilístico y funcional, siendo fundamental su aplicación para una comunicación efectiva.

Balmaceda et al. (2019) en su artículo titulado “La tecnología y su relación con el diseño desde la mirada de estudiantes que eligen la carrera de Diseño Gráfico en la UNSJ”, tuvieron como objetivo tratar la tecnología vinculada al diseño

gráfico. Su metodología tuvo enfoque mixto, cuyo diseño se caracterizó por ser descriptivo y no experimental. La población fue de 336 aspirantes e ingresantes, mientras que la primera muestra fue de 17 aspirantes y la segunda correspondió a 17 ingresantes. Los dibujos y técnicas interrogativas-asociativas formaron parte de la recolección de datos. Asimismo, se utilizó la triangulación de datos. En los resultados, se demostró la falta de conciencia del valor de la tecnología en la facilitación de actividades de diseño gráfico. En definitiva, la tecnología mejora la productividad del diseñador gráfico, quien acude al uso de herramientas durante su proceso creativo. Con el artículo elegido, se pudo ampliar el conocimiento sobre el estado originario del pensamiento de estudiantes al momento de elegir su vocación, considerando sus concepciones previas acerca de la tecnología como parte del diseño, vinculado con el valor agregado del diseñador gráfico en productos finales, aplicando lo aprendido en su formación.

Husted et al. (2019) en su artículo titulado “Las habilidades blandas: el perfil de diseñador gráfico con enfoque tecnológico digital”, presentaron un estudio sobre factibilidad para comprender un nuevo programa académico referente al diseño tecno-digital a nivel local. Su metodología constó de un estudio cuantitativo de alcance exploratorio. La población y muestra correspondió a 32 empresas establecidas de Ciudad Juárez y Ciudad de Chihuahua con sitio web en Internet y diversos giros relacionados a la investigación. Se aplicó el cuestionario digital a empresarios pertenecientes a la industria del diseño. En los resultados, se demostró que se debe incrementar la atención a habilidades socioemocionales (blandas), dado que repercuten en la construcción del perfil de egreso. En conclusión, estas habilidades son necesarias para el desarrollo adecuado del proceso creativo. En el artículo seleccionado, se habla sobre el perfil profesional que debe cumplir un diseñador en un mundo tecnológico y digitalizado, ligado a las competencias genéricas con el uso de nuevas tecnologías, en este caso, la IA.

Albrieu et al. (2018) en su artículo titulado “Inteligencia artificial y crecimiento económico. Oportunidades y desafíos para Perú”, tuvieron como objetivo desarrollar una simulación sobre la IA y su relación con el crecimiento económico. El enfoque fue cuantitativo. A nivel económico, el crecimiento del Perú depende del dinamismo empresarial. Por ello, promover la creatividad es parte de las

alternativas de solución para destacar entre la competencia. El contenido de este artículo fue relevante en esta investigación al abordar a la IA integrada en el Perú como mejoría de actividades económicas del país, conectado con diversos desafíos, cuyos colaboradores deben adaptarse y saber trabajar en conjunto con esta nueva herramienta.

Mancipe López (2018) en su artículo titulado “El diseño gráfico y de comunicación. Una aproximación al objeto de estudio y a la pertinencia de la profesión en las pymes manufactureras colombianas”, tuvo como propuesta la gestión de diseño y su desarrollo en las pymes. El enfoque fue cualitativo. Los diseñadores se encargan de comunicar mensajes gráfico-visuales. Lo mencionado, requiere de su responsabilidad para que el proceso creativo desencadene la fidelización del cliente. El artículo fue elegido al resaltar la necesidad de explicar a los clientes el rol del diseño en las organizaciones para lograr el éxito, ligado a la comunicación con clientes, ya que, si no existe una relación cercana y de confianza para comunicar sus necesidades, se puede malinterpretar el mensaje.

Mayorga-Flórez et al. (2018) en su artículo titulado “Competencias y habilidades que debe tener el diseñador gráfico, al momento de expandir sus conocimientos en el entorno laboral”, tuvieron como objetivo analizar la identidad del diseñador gráfico a nivel académico en Ciudad de San José de Cúcuta. Esta investigación cualitativa fue de alcance descriptivo y diseño no experimental de tipo transversal. La población estuvo conformada por egresados y estudiantes, mientras que la muestra por estudiantes del último semestre de Diseño Gráfico. Se tuvo grupo focal como técnica y actas o informes como instrumento. Con ello, se identificó que el diseñador debe ser creativo y prudente. El mercado laboral exige la aplicación de la teoría para obtener mejores resultados. En este artículo, se enfatizó la identidad del diseñador gráfico como profesional, enlazado con sus competencias genéricas de cara al mundo.

Quintana et al. (2017) en su artículo titulado “La creatividad en el diseño: componentes sistémicos. ¿Más codiseño, menos enseñanza?”, tuvieron como objetivo ahondar aspectos relevantes de la creatividad. La investigación cualitativa y aplicada tuvo alcance descriptivo-interpretativo y exploratorio. Con ello, la técnica fue la acción participante y el método fue la etnografía. Además, los cuestionarios

cerrados, entrevista semi-estructurada y mapeo relacional se utilizaron para una triangulación de datos. Ante ello, resulta atractivo el codiseño como método de trabajo que permite desarrollar el proceso creativo sin dificultades de por medio. Lo mencionado, implica formar equipos interdisciplinarios de codiseño. Se consideró el artículo seleccionado, dado que expone los factores que influyen para ejercitar la creatividad, relacionado a la innovación de acuerdo al contexto en que se encuentre el profesional de diseño.

Asimismo, a nivel nacional.

Armas y Anicama (2022) en su artículo titulado “¿Inteligencia artificial un fenómeno socioeconómico? Despido del trabajador por automatización empresarial”, tuvieron como objetivo la descripción de la IA y su relación con el despido de colaboradores. Esta investigación de enfoque cualitativo, cuyo diseño fue interpretativo, tuvo la entrevista no estructurada y documental como técnica. La muestra fue de 12 estudiantes. En el mercado competitivo, las empresas tienen mayor crecimiento y reconocimiento al usar la IA en sus operaciones. En breve, los colaboradores deben estar preparados para ocupar puestos de trabajo, no solo atractivos, sino de calidad. Se optó por este artículo al abordar el estudio de la IA como posible reemplazo y, por ende, despido de los colaboradores, relacionado a la IA, ya que se plantea el miedo que algunos profesionales tienen ante este posible suceso.

Armas Morales (2021) en su artículo titulado “La Inteligencia Artificial en empresas peruanas e impactos laborales en los trabajadores”, tuvo como objetivo la descripción de la IA en el Perú. El enfoque de investigación fue cualitativo y se aplicó la técnica documental, encuesta y entrevista. Además, se utilizó la técnica de comparación normativa. Como parte de los resultados, la IA en el Perú se intensificará a favor del desarrollo empresarial. Con ello, la IA tiene funciones similares a la inteligencia humana. En este artículo, se presenta el impacto de la IA en empresas peruanas ante la transformación de la tecnología, digitalización y automatización de esta herramienta, vinculado a la IA por su intervención en actividades que usualmente son realizadas por humanos.

Esta tesis se justificó en el uso de la IA como herramienta laboral competitiva,

considerando una investigación previa sobre las necesidades de los clientes. Para ello, se tuvo como punto de partida la planificación de proyectos gráficos hasta la intervención del diseñador gráfico en la entrega de productos finales. Lo mencionado, permite que el diseñador gráfico supere el miedo que le puede originar ser reemplazado por la IA, rescatando las ventajas que le brinda esta herramienta en el ámbito laboral. Asimismo, el diseñador gráfico debe mantenerse actualizado profesionalmente para hacer frente a nuevos escenarios desencadenados por la IA. Adicional a ello, se tuvo: Aspecto práctico; implicó la solución del análisis de la manera en que el uso de la inteligencia artificial se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque, sirviendo de referente a grupos de interés profesional y académico. Aspecto teórico; al identificar la manera en que la planificación de proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque, así como, reconocer el aporte visual para proyectos gráficos, teniendo en cuenta la explicación del valor agregado del diseñador gráfico en productos finales. Los resultados manifestaron que, con una adaptación del diseñador gráfico a la IA, se obtienen diversos productos de calidad, beneficiando a los clientes de interés. Lo expuesto, sirve de sustento para futuros estudios que aporten al crecimiento profesional del diseñador gráfico. Aspecto metodológico; se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección y análisis de datos, sin limitar su aplicación solo a un sector que presente la misma problemática, sirviendo de inspiración para generar o actualizar instrumentos. Aspecto social; al beneficiarse los clientes del departamento de Lambayeque, quienes pueden contratar a diseñadores gráficos caracterizados por desempeñarse con mayor conocimiento de la IA y destacar en el mercado laboral.

Ante ello, surgió la siguiente problemática ¿De qué manera el uso de la inteligencia artificial se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque?

Se planteó la hipótesis general para su respectivo análisis:

H1: El uso de la inteligencia artificial se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Ha: El uso de la inteligencia artificial se relaciona moderadamente con el

proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Ho: El uso de la inteligencia artificial no se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Asimismo, se tuvo las hipótesis específicas de estudio:

- La planificación de proyectos gráficos se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1).
- El aporte visual para proyectos gráficos se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1).
- El valor agregado del diseñador gráfico en productos finales se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1).

Se propuso el siguiente objetivo general:

Analizar la manera en que el uso de la inteligencia artificial se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Además, los objetivos específicos de la investigación:

- Identificar la manera en que la planificación de proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.
- Reconocer la manera en que el aporte visual para proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.
- Explicar la manera en que el valor agregado del diseñador gráfico en productos finales se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Se citaron tesis, artículos de revistas científicas indexadas y libros a nivel internacional y nacional como parte de la revisión de literatura que contribuyó al desarrollo temático de la tesis.

La Inteligencia Artificial fue la Variable 1 de estudio.

Cuando se habla de la IA, el libro de Rouhiainen (2018) menciona que las máquinas son capaces de valerse de algoritmos y adquirir conocimiento de manera autónoma, gracias a que aprenden en base a los datos para decidir de forma similar a las personas. Las máquinas basadas en IA se diferencian de las personas al no necesitar descanso para analizar extensas cantidades de información simultáneamente, cuya proporción de errores cometidos es significativamente menor (p. 17). Se definió de manera clara y precisa las capacidades de la IA y el cómo puede aportar a diversas actividades normalmente hechas por el ser humano.

Cada vez se está conociendo más a la IA por su potencial para agilizar y optimizar procesos. Esto dio una visión clara de que ayuda a aumentar la eficiencia y precisión en diversas áreas, incluyendo al diseño gráfico. Lo mencionado, impacta significativamente en la productividad, avance de estudios y decisiones estratégicas.

Adicional a ello, la IA hace posible que las personas se liberen de tareas repetitivas y tediosas para que se centren en actividades que requieran las competencias humanas únicas, tales como: creatividad y abordar problemas complejos.

La Variable 1 estuvo compuesta por la Dimensión 1 denominada Planificación de proyectos gráficos.

Benítez et al. (2018) comentan en su libro que, a causa de sistemas expertos de la IA, no solo se analiza un conjunto de datos de diversa naturaleza, sino que una de las principales tareas que se realiza es la planificación que conlleva a una buena toma de decisiones por parte del profesional experto (p. 16). El texto referido identificó el uso de IA avanzada para gestionar riesgos, sin necesidad de invertir en mucho personal o tiempo para analizar información o contenido gráfico.

Los proyectos gráficos requieren de un alto nivel de planificación, siendo clave detectar las herramientas que contribuyen al diseño gráfico. Con ello, se destacó la IA como herramienta accesible de mayor proyección que, con análisis automático de textos, brinda sugerencias y permite hacer frente a imprevistos que son parte del desarrollo profesional.

La Generación de ideas surgió de la D1 – V1, siendo el primer indicador.

En su libro, Rajadell Carreras (2019) asevera que la generación de ideas se beneficia de un proceso de creatividad externa, implicando buscar inspiración en el entorno que rodea al profesional, aunque esto no significa que la creatividad se basa únicamente en una búsqueda aleatoria. Más bien, se fomenta la creatividad al mantener una actitud curiosa hacia nuevos descubrimientos o ideas y, en general, todo lo que se encuentra en el mundo exterior. De esa manera, se va recopilando una amplia gama de información, hechos, impresiones, imágenes e ideas, que al complementarse pueden desencadenar un golpe repentino de inspiración. Al alimentar continuamente la mente con estos elementos, se crean las condiciones adecuadas para generar ideas originales (p. 81). Este libro expuso la importancia de ejercitar la mente con elementos externos, teniendo oportunidades creativas para la generación de ideas originales.

Bajo este contexto, la IA tiene un impacto significativo en la generación de ideas en el diseño gráfico, dado que utiliza algoritmos avanzados y técnicas de aprendizaje instintivo, lo cual le permite analizar grandes cantidades de datos visuales (imágenes, patrones y tendencias en el diseño), proporcionando a los diseñadores una amplia inspiración y nuevas perspectivas para generar ideas creativas.

Además, la IA se desempeña como una herramienta colaborativa y de apoyo para los diseñadores. Por ejemplo, el software de la IA es capaz de generar opciones de diseño basadas en preferencias y requisitos específicos, lo que ayuda a los diseñadores a explorar enfoques y conceptos distintos, al igual que ofrecer sugerencias y recomendaciones contextuales en tiempo real, fomentando la generación de ideas frescas y originales.

La Optimización del tiempo fue el segundo indicador de la D1 – V1.

En el libro de Corvalán (2019), se afirma que la IA posee un potencial destacado para agilizar trámites y mejorar la eficiencia, así como la atención al cliente. Los programas basados en IA pueden contribuir a una notable reducción del tiempo requerido, en la medida que elevan los estándares de calidad en los procesos y procedimientos gubernamentales (p. 7). Este libro se basó en explicar

de manera precisa la contribución de la IA en los procesos del trabajo en el menor tiempo posible.

En este aspecto, la IA es importante por el hecho de que acelera el proceso de desarrollo de tareas, liberando más tiempo y energía para otras actividades. Al delegar ciertas tareas a la IA, los diseñadores se enfocan en la exploración de nuevas posibilidades de creación más eficiente, dado que se le ofrece asistencia en la selección de recursos y agilizar procesos de diseño recurrentes, como la generación automática de contenido visual, proporcionando una base inicial, edición y retoque automático de imágenes, ayuda en la selección de elementos y recursos que se ajusten a los requisitos del proyecto, agilizando el proceso de búsqueda, organizando y gestionando recursos digitales, entre otros.

Ver Anexo G.

El Aporte visual para proyectos gráficos fue la Dimensión 2 que formó parte de la Variable 1.

Según un libro publicado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2021), el crecimiento exponencial de tecnologías digitales trajo consigo mayor conectividad audiovisual al emplear la IA que facilita el procedimiento técnico, cuyas empresas se ven en la obligación de replantear sus estrategias para obtener el poder económico (p. 7). El libro citado expuso el progreso tecnológico a nivel universal que apunta a mejorar el bienestar digital del nuevo futuro.

Con la IA, el diseñador gráfico integra elementos visuales de calidad a sus proyectos gráficos, puesto que se inspira para determinar la tipografía, forma, color, entre otros aspectos que implican comunicar el significado de la idea y reflexionar sobre la constante evolución tecnológica.

En el artículo de Martínez y Castellanos (2023), se indica que el desarrollo del diseño generativo, una metodología que utiliza algoritmos de la IA para explorar diversas soluciones de diseño al definir parámetros y restricciones, impulsa una amplia gama de posibilidades en el proceso de diseño. Esto permite a los diseñadores generar múltiples opciones y evaluar su viabilidad, obteniendo

rápidamente una prefiguración estética que facilita la verificación en tiempo real de aspectos del diseño. Esta capacidad para explorar una amplia variedad de alternativas condujo a la creación de diseños innovadores que, de otro modo, habrían requerido mucho más tiempo en su desarrollo (p. 3). El motivo de selección de este contenido radicó en la necesidad de destacar cómo la IA está transformando el diseño gráfico, permitiendo una mayor exploración de posibilidades y acelerando el proceso creativo. Esto, a su vez, desencadenó la creación de diseños innovadores de manera más eficiente en comparación con enfoques tradicionales.

La integración de la IA en el diseño gráfico es una evolución emocionante y revolucionaria en la industria creativa, dada su capacidad para explorar y generar una amplia variedad de soluciones de diseño de manera eficiente y rápida, ofreciendo oportunidades significativas para los diseñadores. Con ello, libera tiempo de tareas repetitivas y mecánicas, permitiendo que los profesionales se centren en la creatividad y toma de decisiones estratégicas.

El Bloqueo creativo fue el primer indicador proveniente de la D2 – V1.

En su libro, Meliá de Alba (2019) menciona que cuando se está sin ideas, es porque no se logra formar esa representación mental, ese concepto imaginario que impulsa hacia adelante o acerca a lo que podría ser. Esta falta de ideas puede tener diversas causas. A veces, la sobrecarga de información y conocimiento satura la mente y dificulta la conexión entre diferentes elementos de ese conocimiento. Es decir, se reciben numerosos estímulos que no se consiguen transformar en resultados concretos. En otras ocasiones, es el temor al fracaso o éxito lo que inmoviliza a las personas (p. 22). En este libro, se describió cómo aprovechar el poder de la IA, siendo los diseñadores quienes pueden abrir nuevas posibilidades creativas y superar los desafíos del proceso de diseño.

Los bloqueos creativos son más comunes de lo que se cree, cualquier persona puede tenerlos y, precisamente, los diseñadores no son ajenos a esa experiencia, ya que trabajan en base a la creatividad e ideas.

Es una de las experiencias más frustrantes desencadenadas por diversos motivos, tales como: exceso de información o muchas veces por el miedo a

fracasar. Es aquí, donde la IA juega un papel importante al apoyar en superarlos y fomentar la creatividad en un mundo digitalizado, con tendencias actualizadas constantemente y exigencias competitivas cada vez más altas.

La IA proporciona información contextual y sugerencias significativas durante el proceso de diseño al analizar datos sobre el público objetivo, tendencias actuales del mercado y preferencias del usuario, siendo capaz de ofrecer recomendaciones de elementos del diseño que podrían ser efectivos, ayudando a los diseñadores a tomar decisiones informadas y encontrar inspiración en necesidades y expectativas del público al que se dirigen.

Mediante la D2 – V1, se tuvo al Referente creativo como segundo indicador.

El libro de Oliver (2020) comenta que, en los sistemas de la IA, se suele utilizar la inteligencia humana como punto de partida. Al igual que la inteligencia humana es variada y abarca diferentes aspectos, la IA es un campo de estudio amplio y diverso, compuesto por varias ramas del conocimiento en base a dos principales corrientes de pensamiento: el enfoque top-down y el enfoque bottom-up (p. 34). Se destacó este libro por la síntesis del proceso que sigue la IA para generar diversos requerimientos, siendo un excelente referente creativo.

Gracias a esa característica, se puede decir que la IA es una herramienta tomada como un referente creativo, dado que sus enfoques consideran lo más general y global para abordar un problema hasta la construcción gradual a partir de elementos más pequeños o detalles. Ambos enfoques tienen sus propias ventajas y se utilizan en diferentes contextos del campo de la IA para resolver problemas y desarrollar algoritmos, quedando a criterio del usuario si aplica, modifica o descarta dichas sugerencias generadas.

Tras lo mencionado, el proceso que sigue la IA implica comenzar con una comprensión de alto nivel o representación abstracta del problema para luego dividir en partes más pequeñas y manejables, refinando detalles y tomando decisiones al considerar la visión general. Luego, se detectan patrones, inducción e inferencia a partir de los datos observados. Básicamente, es cómo las personas abordan problemas, utilizando la lógica, planificación y experiencia a través de la observación, el aprendizaje y la manera en que comprenden el mundo.

El artículo de Diego et al. (2023) se refiere a ChatGPT como una tecnología novedosa que produce textos a partir de consultas de los usuarios. En otras palabras, tiene la habilidad de generar contenido considerado como "original" y altamente preciso, en lugar de simplemente copiar información de una base de datos, respondiendo a las preguntas que se le formulen. Este modelo de lenguaje se fundamenta en la arquitectura de "transformadores" (p. 4). Se seleccionó el artículo, ya que su contenido enfatiza y define a ChatGPT como una tecnología que no se limita a reproducir información almacenada en una base de datos, sino que crea respuestas originales y altamente precisas.

ChatGPT al generar contenido de calidad, a partir de preguntas de los usuarios, representa un avance prometedor en el campo del diseño gráfico, debido a que ofrece a los diseñadores una fuente instantánea de contenido y referencias que pueden enriquecer la creatividad y aumentar la eficiencia en sus proyectos.

La tecnología basada en la arquitectura de "transformadores", es decir, redes neuronales artificiales, utilizada en el procesamiento del lenguaje natural y otras tareas de aprendizaje automático, tiene un potencial significativo para mejorar la calidad y velocidad de los procesos de diseño. Siempre y cuando, se emplee de manera responsable y supervise de cerca lo mencionado, se mantiene la coherencia con la visión y los estándares de diseño establecidos.

En el libro producido por Dallery Gallery (2022), se menciona que DALL-E 2 representa una herramienta revolucionaria impulsada por la IA que transforma oraciones en hermosas imágenes en cuestión de segundos, casi como si fuera magia (p. 3). El libro presenta las definiciones necesarias para el buen entendimiento y uso de DALL-E 2, además de contener proyectos realizados en dicha IA junto a sus sugerencias en lenguaje natural, sirviendo de inspiración al lector.

DALL-E 2 es una herramienta verdaderamente emocionante en el ámbito artístico y del diseño. Al utilizar la IA para convertir texto en imágenes, ofrece a los artistas y diseñadores una forma innovadora de explorar y materializar sus conceptos de manera eficiente.

La capacidad de esta IA para crear imágenes hermosas, a partir de simples

descripciones de texto, inspira nuevas formas de narrativa visual y comunicación artística. En general, los artistas, diseñadores gráficos e ilustradores pueden encontrar en esta herramienta una fuente de inspiración para ampliar sus horizontes creativos.

Sin embargo, es importante recordar que la creatividad humana es insustituible, y la IA como DALL-E 2 debe considerarse como una herramienta complementaria, en lugar de un reemplazo.

El Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales fue la Dimensión 3 que conformó la Variable 1.

En su libro, Fernández et al. (2018) afirman que el diseñador es el líder de la estrategia, cuyo fin es satisfacer las necesidades de los clientes antes que la competencia logre captarlos y fidelizarlos. Cabe resaltar que, se debe presentar el producto en óptimas condiciones. Es decir, más allá de tener procesos rápidos, se debe priorizar ofrecer el producto adecuado. Por ello, la participación del diseñador es imprescindible, ya que su creatividad humana proporciona ideas, estando dispuesto a mejorar la calidad visual de su trabajo. De esa manera, complementa significativamente los resultados de las herramientas utilizadas (p. 58). Este libro fue seleccionado al destacar la estrategia del diseño que implica tener procesos enfocados en cumplir con las actividades programadas, sin dejar de lado la creatividad y conocimiento como parte de la calidad del trabajo que debe presentar el diseñador gráfico.

Si bien es cierto, la IA aporta positivamente al trabajo del diseñador gráfico, en este recae la labor de perfeccionar lo obtenido de manera automática con la finalidad de que los productos visuales sean más creativos. En pocas palabras, la IA no puede reemplazar la creatividad y juicio humano proveniente de la experiencia profesional del diseñador gráfico en la dirección estética y funcional de proyectos creativos.

Marín Mamani (2023) rescata en su artículo lo esencial que resulta encontrar un equilibrio adecuado entre la creatividad humana y las capacidades de la IA para asegurar la creación de diseños de alta calidad y contextualmente relevantes, siendo fundamental aumentar la conciencia y educación asociadas con el uso de la

IA en el campo del diseño. Al hacerlo, se puede aprovechar el potencial de la IA de manera responsable y constructiva, fomentando la innovación y diversidad en el ámbito arquitectónico, mientras se evidencia la preocupación por el entorno y las necesidades humanas (p. 1). Se seleccionó este artículo por su relación con la importancia de comprender y abordar la interacción entre la creatividad humana y las capacidades de la IA en el ámbito del diseño. Dada la creciente relación de la IA en diversas disciplinas, es esencial estar al tanto de cómo esta tecnología mejora, complementa o desafía los procesos creativos y la toma de decisiones en el diseño.

Encontrar el equilibrio adecuado entre lo humano y artificial en el diseño es un desafío apasionante que impulsa a la industria a explorar nuevas formas de expresión creativa para brindar soluciones más efectivas y centradas en las necesidades de las personas. La clave está en mantener una mentalidad abierta, aprender continuamente y considerar cuidadosamente cómo la IA puede servir como una herramienta para mejorar la calidad de los diseños y vida de las personas.

El Criterio estético fue el primer indicador de la D3 – V1.

De acuerdo al libro del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC, 2020), la creatividad surge del ser humano y no de factores externos, dependiendo de la persona construir ideas creativas acordes a la necesidad estética que se desea cubrir (pp. 41-42). La investigación citada comprendió una amplia reflexión sobre si la IA verdaderamente llegará a superar a la inteligencia humana. Ante ello, resaltó que su estado actual no significa la eliminación total del trabajo humano. Tras lo mencionado, la IA e inteligencia humana se complementan para facilitar tareas.

Si bien es cierto, el diseñador gráfico debe priorizar su actualización profesional y estar en la disposición de realizar ajustes por estilos propios de sus clientes, también como profesional que cumple la función de comunicador visual debe hacer respetar su criterio estético basado en su idea original, el cual hace referencia a la armonía de elementos visuales que generan resultados agradables.

Se desglosó al Criterio funcional como segundo indicador de la D3 – V1.

En su tesis, Lizarazo y Latorre (2023) indican la definición de Zatonyi (2002) como reconocimiento de que los productos comunicados visualmente deben ser estéticamente agradables, pero se enfatiza que la utilidad, agilidad y función comunicativa son elementos primordiales en el desarrollo de proyectos gráficos (pp. 15-16). Esta tesis abarcó los resultados de piezas gráficas generados por la IA y el aporte del diseñador al emplear su criterio de funcionalidad de varias formas.

Se destacó que, si bien la belleza es importante, la funcionalidad y capacidad de transmitir información de manera efectiva son aspectos fundamentales a considerar al trabajar en proyectos gráficos relacionados con la comunicación visual.

En este contexto, la funcionalidad del producto de diseño debe estar alineada con su propósito de comunicar el mensaje de manera clara. Al mismo tiempo, la estética del producto juega un papel fundamental, ya que contribuye a la apariencia visual y atractivo general, lo cual puede influir en cómo el mensaje es percibido y recibido por el público. Ambos al usarse en correcto equilibrio y aplicación aportan al logro de una comunicación exitosa e impacto significativo en la audiencia.

Cuando un diseñador gráfico utiliza la IA para generar piezas gráficas, puede aplicar su criterio funcional de varias formas:

- Definir los objetivos y el mensaje: El diseñador debe establecer claramente los objetivos de la pieza gráfica y el mensaje que se desea transmitir. Esto asegura que la IA se utilice de manera efectiva para lograr esos objetivos y transmitir el mensaje de manera adecuada.
- Evaluar y seleccionar el modelo de la IA que mejor se ajuste a las necesidades del proyecto en términos de funcionalidad: Esto implica considerar diversos aspectos, tales como la calidad de imágenes generadas, capacidad de personalización y coherencia con la estética deseada.
- Establecer restricciones y parámetros: Estos aspectos deben ser claros para guiar la generación de piezas gráficas por parte de la IA. Las restricciones pueden incluir diferentes elementos, tales como el estilo visual, paleta de colores, tipografía, enfoque temático, entre otros. Al definir estos límites, el diseñador garantiza que la IA produzca resultados que cumplan con los

criterios estéticos y funcionales deseados.

- Curación y edición: Aunque la IA puede generar piezas gráficas automáticamente, el diseñador gráfico debe revisar y analizar los resultados generados para asegurarse de que cumplan con los estándares de calidad y funcionalidad requeridos, implicando realizar ajustes, retoques y adaptaciones, según sea necesario para garantizar que la pieza gráfica cumpla con su propósito comunicativo y sea efectiva.

La Variable 2 trató sobre el Proceso Creativo del Diseño Gráfico.

Plazas (2017) comenta en su libro que los diseñadores tienden a aplicar diversas metodologías de diseño en sus procesos creativos, no obstante, lo que les permitirá diferenciarse de su competencia es la iniciativa de investigar las necesidades de los clientes para lograr una aproximación al producto deseado, a través de pruebas del prototipo (p. 121). Este libro expuso el desempeño en procesos, de tal manera confirmó que la IA contribuye a resolver las necesidades de los clientes, quienes se sienten satisfechos al recibir la atención acorde a sus expectativas.

En el proceso creativo del diseño gráfico se utiliza a la IA como herramienta novedosa y práctica que es capaz de generar respuestas automáticas muy similares a las humanas. Sin embargo, queda en el juicio humano la responsabilidad de ampliar dicha inspiración con ideas creativas que eviten las prácticas antiéticas.

Se denominó Pensamiento disruptivo a la Dimensión 1 de la Variable 2.

En su artículo, Bermejo Sanz (2018) menciona que, si los estudiantes adquieren ciertas metodologías y desarrollan habilidades desde la etapa escolar, podrán beneficiarse significativamente en su transición a la vida laboral y en diversas áreas como la búsqueda de empleo, emprendimiento y aplicación de nuevas tecnologías en las empresas. La creatividad se convierte en una habilidad fundamental para impulsar la transformación y el éxito en cualquier proyecto (p. 52). Este artículo exploró diversos métodos, siendo los diseñadores quienes pueden desarrollar su pensamiento disruptivo en un entorno laboral con la ayuda de sus

habilidades en relación a la IA.

El pensamiento disruptivo en el diseño gráfico se refiere a la capacidad de los diseñadores para desafiar las normas establecidas, romper con convenciones y explorar nuevas perspectivas en la representación visual. Esto hace referencia a adoptar enfoques innovadores y originales para crear soluciones gráficas que sean impactantes, efectivas y se destaquen en un entorno competitivo.

Con ello, se busca generar ideas frescas, audaces y únicas, más allá de lo tradicional al aportar una nueva visión al campo del diseño. Este enfoque fomenta la creatividad, experimentación y búsqueda constante de nuevas formas de expresión visual, con el objetivo de ofrecer soluciones visuales distintivas y diferenciadoras.

Para mantener un pensamiento disruptivo, incluso al utilizar ideas generadas por la IA, los diseñadores deben adoptar un enfoque crítico y creativo en la evaluación y selección de esas ideas. La ampliación de perspectiva es esencial, explorando fuentes de inspiración adicionales, tales como el arte, naturaleza, cultura y experiencias personales.

La clave está en combinar y llevar a cabo la recontextualización de ideas generadas por la IA, en lugar de aceptarlas sin más. Al mezclarlas con otras ideas inesperadas o elementos contrastantes, se pueden crear soluciones nuevas y sorprendentes.

Es fundamental cuestionar y desafiar las ideas de la IA, analizando su validez, relevancia y efectividad en relación con los objetivos y contexto del proyecto. Mediante la mejora y personalización de estas ideas, se puede llevar el pensamiento disruptivo a otra etapa, generando soluciones aún más innovadoras.

La Selección de ideas fue el primer indicador proveniente de la D1 – V2.

En la tesis de Castillo Naranjo (2022), se dice que el diseñador desempeña un papel crucial al actuar como un mediador entre las problemáticas contemporáneas, como la política, economía, comunicación, movimientos sociales, pandemia y cambio climático. En este contexto, los nuevos diseñadores tienen la responsabilidad de encontrar soluciones gráficas que se adapten al mundo

moderno, manteniendo al mismo tiempo los elementos e identidad propios de cada lugar (p. 24). Aunque en la tesis elegida no se mencionó explícitamente la selección de ideas, cabe resaltar que ese aspecto es fundamental en el diseño gráfico para abordar problemáticas modernas y encontrar soluciones visuales que sean efectivas y respeten la identidad autóctona. Con ello, los diseñadores deben evaluar cuidadosamente las propuestas generadas y elegir las ideas más apropiadas para representar visualmente la solución de problemáticas y transmitir el mensaje de impacto positivo.

Los diseñadores enfrentan problemáticas modernas y tienen la tarea de buscar soluciones gráficas para el mundo contemporáneo. En ese sentido, la selección de ideas se volvió relevante, ya que deben evaluar y elegir las ideas que mejor abordan dichas problemáticas y se alineen con la identidad autóctona.

La selección de ideas en el proceso creativo del diseño gráfico es una etapa crítica en que se evalúan y eligen las mejores opciones para llevar adelante un proyecto. En esta etapa, el diseñador gráfico revisa todas las ideas generadas durante la fase de generación de conceptos y selecciona las relacionadas a los objetivos, mensaje y público objetivo. También, se aplica lo mencionado cuando el diseñador haya solicitado a la IA generar ideas, debido a que es quien se encarga de evaluar y tomar decisiones informadas.

El diseñador utiliza diversos criterios, tales como la coherencia con los objetivos del proyecto, calidad estética y funcional, adecuación al mensaje y respuesta esperada del público objetivo para evaluar las ideas generadas por la IA. Además, considera su conocimiento y experiencia en el campo del diseño gráfico para analizar la viabilidad técnica, originalidad e innovación de las propuestas. Por ello, es importante que aplique su juicio creativo y comprensión del proyecto para seleccionar las opciones que cumplan con los requisitos y expectativas del diseño.

A través de la D1 – V2, se tuvo a la Innovación como segundo indicador.

Según el libro de la Barrera et al. (2020), pese a que la tecnología facilita la conexión de los procesos de producción, brindando un acceso más rápido a redes donde se difunde el conocimiento, se puede afirmar que las innovaciones permiten mejorar la tecnología, organización, métodos de trabajo y productos que se ofrecen

(p. 25). En el contenido del libro citado, se relató el concepto de que la innovación involucra cambio, desarrollo, transformación y progreso; siendo un concepto ampliamente utilizado en diferentes ámbitos. Sin embargo, en la práctica, es un tema que muchas personas desconocen, porque se limitan a definirlo solo como la creación de algo nuevo.

Es cierto que la innovación trasciende del hecho de crear algo nuevo. Con ello, se tiene un concepto amplio que implica cambio, desarrollo y transformación en diferentes aspectos de la sociedad. Conforme se avanza en un mundo cada vez más conectado y tecnológico, la capacidad del diseñador consta de estar dispuesto a adaptarse y abrazar la innovación para lograr el éxito y supervivencia.

Si se obtienen productos o material gráfico generados por la IA gracias a la colaboración y co-creación en base a lo que se le solicita, el papel del diseñador se enfoca en aprovechar y transformar esos elementos en algo innovador. Es decir, aunque la IA genera diseños, contenido visual y narrativo, el diseñador debe aportar su creatividad, conocimiento y habilidades para llevarlos al siguiente nivel y obtener resultados únicos, ajustándose a las necesidades específicas de los clientes.

La Expresión gráfica fue la Dimensión 2 que conformó la Variable 2.

En la tesis de Ochoa Hermida (2021), se señala la definición de Veneranda (2014) y Goldfarb (2001) referente a que es complicado dar un concepto al diseño gráfico, debido a las múltiples opiniones y enfoques, pero se puede decir que carece de una definición técnica precisa. El diseño implica comunicación, innovación y sensibilidad, siendo el medio para expresar y hacer funcional una idea (p. 14). La tesis mencionada reflexionó sobre la naturaleza multidimensional y subjetiva del diseño gráfico. Asimismo, desencadena el cuestionamiento sobre si es posible establecer una definición única y exhaustiva que abarque todas sus facetas y enfoques. Además, invita a considerar cómo los diferentes elementos del diseño gráfico (expresión gráfica) se entrelazan para transmitir mensajes y lograr la funcionalidad deseada.

El diseño gráfico se percibe como el medio necesario para expresar ideas de manera funcional, utilizando elementos de comunicación visual, creatividad y conexión emocional. A través de la expresión gráfica, se logra transmitir de manera

efectiva y estética la información que se desea comunicar.

Se consideró a la Representación de ideas como el primer indicador de la D2 – V2.

En el artículo de Andrade Molinares (2017), se hace alusión a que el diseño gráfico está estrechamente relacionado con la comprensión y el conocimiento que la sociedad busca. A través de sus diferentes formas de expresión, tales como la publicidad, identidad visual, señalética, marcas, logotipos, diseño web, diseño de envases, tipografía, cartelería y muchas otras áreas, el diseño gráfico comunica de manera efectiva. En un mundo globalizado y consumista, en constante necesidad de información, el diseño gráfico abarca todos los aspectos y se adapta a las demandas de la sociedad contemporánea (p. 122). Este artículo se relacionó con la representación de ideas en el diseño gráfico al destacar la capacidad de esta disciplina para comunicar y transmitir mensajes de manera efectiva. Lo mencionado, implica convertir conceptos abstractos en formas visuales concretas. Con ello, el diseño gráfico utiliza sus diferentes modos expresivos, tales como la publicidad, identidad visual, cartelería, entre otros, para lograrlo.

En el proceso creativo del diseño gráfico, la representación de ideas juega un papel fundamental. Durante esta etapa, el diseñador busca formas visualmente impactantes y efectivas de expresar conceptos, mensajes o emociones a través de elementos visuales.

La IA desempeña un papel relevante en el proceso creativo del diseño gráfico, incluyendo la etapa de representación de ideas, explorando nuevas posibilidades y enfoques creativos.

Con respecto a la V2, se tuvo al Equilibrio visual como segundo indicador de la D2.

Otro artículo relevante es el realizado por Peña Casallas (2020), en el que se explica que el diseño gráfico consiste en producir logotipos, tipografías o cualquier sistema de señalización, bajo creatividad y tendencias, priorizando el equilibrio en las piezas visuales (p. 104). Dicho artículo, precisó que la experiencia del diseño gráfico significa mucho más que la transmisión visual-óptica de piezas

gráficas, debido a que los elementos visuales deben tener equilibrio y ser agradables para el público objetivo.

Se enfoca en evaluar la capacidad del diseñador para lograr un equilibrio estético y visual en sus creaciones gráficas. Es decir, se evalúa cómo los elementos visuales se distribuyen y se organizan en la composición, creando una sensación de armonía y equilibrio visual.

Se busca que el diseñador sea capaz de manejar adecuadamente la proporción, contraste, espaciado y jerarquía visual para que la pieza gráfica sea agradable a la vista y transmita un mensaje de manera efectiva. Por ende, considerar la relación de elementos visuales y cómo interactúan entre sí, evitando la sobrecarga o falta de dichos elementos.

El diseñador aporta su conocimiento sobre equilibrio visual al evaluar y ajustar las propuestas generadas por la IA. Aunque esta herramienta ofrece opciones visuales, el diseñador desempeña un papel crucial al aplicar los principios del equilibrio visual y hacer las modificaciones necesarias para lograr una composición equilibrada, ya que no solo basta con materializar las ideas.

Se tuvo a las Competencias genéricas como parte de la Variable 2, siendo la Dimensión 3.

En su libro, Reyes y Pedroza (2018) comentan que los profesionales de diseño gráfico se caracterizan por ser personas que con suficiente ingenio para ampliar sus servicios y trabajar en diferentes áreas vinculadas al diseño gráfico o arquitectónico, ya sea colaborativamente o de manera independiente, comprendiendo procesos y ejecutando proyectos para obtener piezas gráficas atractivas para los clientes y de impacto positivo en su entorno, conformado por nuevas generaciones que cada vez son más exigentes. Por esa razón, resulta primordial identificar sus propias fortalezas y debilidades, con la finalidad de lograr trabajos creativos de calidad, siendo necesario invertir tiempo, esfuerzo y recursos (p. 141). El libro citado se seleccionó por destacar el desarrollo de competencias de diseño gráfico, más allá de solo actualizar los conocimientos, siendo clave la disciplina para poner en práctica lo aprendido.

Los profesionales en mención se dedican a crear diseños acordes a la idea que se desea expresar visualmente y que se encuentra basada en el público objetivo, siendo importante tener experiencia manejando herramientas de diseño gráfico e interactuar constantemente con los clientes, dado que estos mismos pueden dar sugerencias.

El Pensamiento creativo surgió de la D3 – V2, siendo el primer indicador.

En el libro de Marcos y Olivares (2014), se describe cómo el pensamiento estimula la creatividad y, de forma natural, mejora el desempeño en los ámbitos del diseño gráfico u otros, ya que se relaciona a la realidad e imaginación que conlleva a la determinación de plasmar lo creado (p. 1160). Con este libro se dedujo que sin creatividad no se puede tener un pensamiento enfocado en satisfacer las necesidades de los clientes y brindarles diferentes propuestas con las que se puede obtener como respuesta un “sí es valiosa la idea propuesta y con el transcurrir del tiempo puede generar mayores ingresos económicos que beneficien al negocio”.

El pensamiento creativo permite generar ideas innovadoras a partir de puntos de vista originales, sin miedo a correr riesgos ante escenarios que ponen a prueba la creatividad y priorizan la validación por parte de los clientes, quienes se deben encontrar satisfechos por el resultado del trabajo proveniente de la mente abierta del diseñador gráfico.

La Comunicación con clientes fue el segundo indicador de la D3 – V2.

Murillo Moreno (2018) indica en su libro que toda iniciativa surge de la pasión por hacer el trabajo focalizado en lograr la excelencia del servicio al cliente, puesto que las personas deben apuntar a ser líderes del proceso que genera una cultura de atención al cliente e incentivar a otros colaboradores a desempeñar su rol con ideas creativas. Lo mencionado, incrementa las posibilidades de cumplir metas consideradas de alta complejidad que requieren de asertividad (p. 37). Se optó por este libro que explicó los ejes en que se fundamenta el servicio al cliente, cuyo soporte debe ser proactivo. Es decir, los profesionales deben anticiparse a las necesidades de los clientes y tener herramientas eficientes que permitan resolver cualquier problema que se presente.

Es importante ofrecer profesionalismo en el soporte al cliente, ya sea antes, durante e incluso después de atender sus necesidades, debido a que se evita su renuncia a los servicios proporcionados y se obtiene una relación más cercana. Los clientes valoran la calidad de atención al cliente, pero mucho más la experiencia que se les brinda.

II. MATERIALES Y MÉTODO

Hernández et al. (2014a) detallan la definición de Lester y Lester (2012) acerca de la investigación aplicada que incluye planteamientos cuantitativos, los cuales contribuyen a la etapa de evaluación, comparación, interpretación, establecimiento de precedentes y determinación del problema de investigación (pp. 42-43).

Se utilizó el tipo de investigación aplicada, debido a que se buscó solucionar el problema planteado a partir de los resultados que se logró obtener en la recolección de datos.

El enfoque cuantitativo consta del procedimiento de análisis de datos, el cual se caracteriza por tener ideas preconcebidas y reflejadas en las hipótesis formuladas en la investigación. Cabe resaltar que los datos recolectados son numéricos y se analizan a nivel estadístico (Hernández et al., 2014b, p. 12).

El enfoque de investigación fue cuantitativo, ya que se consideraron aspectos observables y medibles que provienen de la realidad, con la finalidad de probar las hipótesis.

En la investigación no experimental, no se permite variar intencionalmente las variables, sino solo observar el fenómeno para analizarlo sin perjudicar su contexto natural (Hernández et al., 2014c, p. 152).

Ante lo expuesto, el diseño de investigación fue observacional por no existir manipulación de variables. Asimismo, transversal al realizar una sola vez la medición de variables. Con ello, prospectivo, es decir, el tiempo de recolección de datos se basó en el planteamiento de objetivos. Además, analítico por tener la investigación de dos variables.

Adicional a lo mencionado, el nivel del estudio fue correlacional, cuyas hipótesis fueron correlacionales, no solo por el vínculo entre variables, sino por la manera en que se dio ese vínculo.

La Variable 1 “Inteligencia Artificial” y Variable 2 “Proceso Creativo del Diseño Gráfico” permitieron realizar el estudio sobre ambas variables (Ver Anexo

A).

Las características de la población influyen en la determinación de parámetros muestrales (Hernández et al., 2014d, p. 174).

Con respecto a las variables, tanto la población de estudio como la muestra fue de 61 responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas, teniendo en cuenta la falta del uso de la inteligencia artificial en el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

La respuesta del planteamiento del problema de investigación se obtiene con la recolección de datos proveniente del muestreo (Hernández et al., 2014e, p. 567).

Se aplicó el Muestreo no probabilístico – Muestreo por conveniencia, bajo criterios de accesibilidad a individuos que fueron seleccionados por la investigadora, considerando su disponibilidad de participar en la investigación.

En los criterios de selección, se tuvieron en cuenta los siguientes criterios de inclusión:

- Responsables provenientes de red de contactos generada durante los ciclos académicos de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de USS, quienes están encargados de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas y que voluntariamente fueron parte de la investigación.
- Profesionales altamente capacitados y con amplio conocimiento de inteligencia artificial y proceso creativo del diseño gráfico que realizan diversas actividades de diseño gráfico en Agencias de Diseño Gráfico, Publicidad y Marketing de Lambayeque, cuyo reconocimiento es internacional, nacional o local.
- Estos profesionales fueron diseñadores gráficos, comunicadores, mercadólogos y de carreras afines, específicamente, Bachilleres, Técnico, Técnico - Licenciado, Licenciados, Magísteres y Doctores.
- Se contó con la participación de Bachilleres en Artes & Diseño Gráfico Empresarial (A&DGE) con especialidad en Branding y Diseño Publicitario, Diseño de Contenidos Publicitarios, Marketing y Branding, Visual Merchandising, Escaparartista, Marketing y Publicidad Hotelera; bajo los

siguientes cargos: Jefa de Diseño, Diseñadora, Community Manager, Diseñador (a) Gráfico (a), Publicista Senior, Visual Merchandising, Jefa de Marketing y Diseño Gráfico. Con respecto a su experiencia profesional (1 año – 7 años), diseño corporativo, diseño de logos, diseño de ambientes, desarrollo de identidad, concepto de marca, manejo de redes sociales, creación de campañas para la venta de productos, campañas publicitarias, asesoría en branding y posicionamiento de marca en empresa emergente, asesoría en marketing. Diseñador, Diseñadora de tiempo completo con conocimiento del marketing digital y estrategias de ventas en relación al rubro audiovisual, Asesora de Imagen y Community Manager. Desempeño en las siguientes áreas: Diseño, Fotografía y Vídeo, Imagen Institucional, Ilustración, Packaging, Publicidad (TTL y BTL), Marketing tradicional y digital, Clima Laboral y Comunicación Interna, Desarrollo y Formación de Personal. En el Área de Publicidad Digital, fotografía y multimedia, redes y streaming.

- Bachiller en A&DGE, Bachiller - Técnico en A&DGE, Marketing con especialidad en Marketing, caracterizados por ser Freelancers: Diseñador Gráfico. Con respecto a su experiencia profesional (6 años – 7 años), creación de piezas gráficas (isologos, posters, portada de música, libros) y marcas, branding, diseño editorial, edición de fotos y vídeos, pintura y publicidad digital. Gestor de redes sociales. En el Área de Producción Audiovisual, manejo de cámaras, pre y post producción.
- Licenciados en A&DGE con especialidad en Diseño y Comunicación, Branding, Social Media, Diseño Gráfico, Fotografía Publicitaria, Marketing Digital, Creación de Contenido y Branding, Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas, Licenciadas en A&DGE con especialidad en Identidad Visual e Ilustración Digital, Ilustración y Diseño de personajes, Branding & Producción Editorial, Diseño Editorial y Gestión de Proyectos, Licenciados (as) en A&DGE, Licenciada en Producción de Diseño Gráfico y Artes Publicitarias con especialidad en Diseño Gráfico; bajo los siguientes cargos: Creadora de marcas, Ilustradora Digital, Fotógrafa, Asistente Administrativo, Director (a) Creativo (a), Diseñador (a) Gráfico (a), Subgerente, Diseñador (a), Jefa de Imagen, Especialista en Artes y Diseño Gráfico, Fotografía,

Manejo de dron, Especialista en Creatividad, Productor Creativo, Redactora Creativa, Ejecutiva de Cuentas Digital, Jefa de Imagen Institucional, Jefa de Marketing, Analista de Marketing, Supervisor Comercial, Instructor, Artista Plástico, Analista de Comunicación Interna, Auxiliar en Medios y Experiencia de Cliente. Con respecto a su experiencia profesional (2 años – 10 años), desarrollo de proyectos comerciales, artísticos conceptuales y creación de personajes, incluso proyectos de creación de marcas, identidad visual e ilustración en agencias de diseño y marketing digital, fotografía profesional y audiovisual, publicidad. Desarrollo del arte visual (pintura) como fuente principal de murales, retratos, caricaturas e ilustración digital. Diseño gráfico en la comunicación interna y eventos protocolares para el uso correcto de la marca, clima y cultura, gestionando la información interna para los diferentes canales de comunicación empresarial, conceptualización y diseño de campañas de fortalecimiento, diseño gráfico publicitario, ilustración tradicional y digital, muralismo, fotografía (eventos de productos, gastronomía, retrato, paisajísticos, aves), retoque digital, responsabilidad social, planeamiento estratégico de comunicación interna y externa, planificación de redes sociales (Facebook ads, leads), contenido de redes sociales, estrategias de marketing, decoración, empleando técnicas con iniciativa para plantear soluciones y tomar decisiones. Realización de animaciones básicas y edición de vídeos, así como diseño para posts estáticos, diseño de mailings, diseño de flyer, brochure, tarjetas y otros materiales de fácil alcance. Desarrollo de publicidad de productos de ahorro y crédito, pinturas para paredes, paneles, volantes. Además, publicidad digital, ilustración para interiores y fotografía en propio estudio creativo. El branding sin dejar de lado el boom del marketing digital con respecto a la planificación, creatividad y estrategia. Directora Creativa, Jefe de Identidad Corporativa, Diseñador a cargo del desarrollo de logos, diseños de piezas gráficas, reels, edición de videos, retoques fotográficos, manuales de marca, Social Media Manager (creación de calendarios de contenidos, desarrollo de copys y captions, campañas publicitarias), Community Manager (servicio al cliente), Diseñadora encargada de identidad audiovisual y animación, Visual Content Creator, Publicista (publicidad convencional y moderna), Directora

de Marketing, Asistente de Informática y Sistemas, Jurado de concursos, Ponente de evento. La supervisión de actividades de practicantes y colaboradores, promoviendo la investigación de benchmark para el rediseño de propuestas afines a campañas gráficas publicitarias, teniendo visión educativa y empresarial. Desempeño en las siguientes áreas: Diseño Gráfico, Fotografía, Edición de vídeo, Ilustración, Branding, Imagen, Comunicaciones, Imagen Institucional y Relaciones Públicas, Marketing y Publicidad, Packaging, Asistencia Técnica, Tecnologías Educativas y Soporte con metas de expansión de marca, teniendo disposición de explorar nuevas áreas para potenciar el crecimiento profesional. En el Área de Social Media, creación de contenido de plataformas digitales, manejo de redes, Social Media Management, Community Manager y Content Creator. En el Área de Identidad Corporativa y Marketing, realizando piezas gráficas de manera online. En el Área de Marketing Digital, implementando campañas digitales en redes sociales, además de realizar ecommerce con pago contra entrega a nivel nacional. En base a las necesidades y estilos de marcas, colaboración con empresas de diversos sectores al crear su identidad visual y contar sus historias de manera única y memorable, contribuyendo al éxito de cada proyecto. En el sector público y privado, Auxiliar de Relaciones Públicas, Responsable de Imagen Institucional y Relaciones Públicas. En el sector privado, elaborando proyectos de branding, editoriales, packaging, diseño de piezas gráficas para redes sociales, campañas, todo material gráfico impreso y virtual de promoción y distribución. Estudio de recepción de cuentas internacionales y locales para realizar trabajos de diseño de marcas, personajes, ilustraciones, diseño editorial, diseño web, transmitiendo confianza y demostrando creatividad a más de 100 marcas emergentes, empresas e instituciones nacionales e internacionales de los siguientes rubros: textil, gastronomía, ferias, cine, construcción, químico farmacéutico, ONG y gestión pública, incrementando conocimientos, actitudes y habilidades blandas, destacando la producción editorial, animación 2D, locución publicitaria y asesoría en proyectos de emprendimientos emergentes. Evidentemente, el enfoque va más allá de crear logotipos llamativos, se trata de entender la esencia de cada marca,

sus valores y público objetivo para plasmar esos elementos en diseños que conecten.

- También, participaron Licenciado en A&DGE con especialidad en Diseño Editorial, Licenciadas en A&DGE con especialidad en Branding y Publicidad, Fotografía, Artes Plásticas, Diseño de Modas, Licenciado (a) en A&DGE, Técnico - Licenciado en A&DGE con especialidad en Marketing Digital, caracterizados por ser Freelancers: Diseñadora, Fotógrafa, Diseñador (a) Gráfico (a), Community Manager, Asesor de Imagen Personal, Consultor de Imagen Institucional, Asesor de Proyectos Culturales. Con respecto a su experiencia profesional (1 año – 10 años), en el Área de Diseño Gráfico, Imagen Institucional, Marketing y Contenido de marca, entre otras áreas creativas de agencias, teniendo la oportunidad de desempeñarse como Diseñadora (piezas gráficas, fotografías, vídeos y marketing con equipo de trabajo), Creadora de Contenido para redes sociales (reels, fotografías y tik tok), Ponente de talleres de artes visuales, fotografía e identidad corporativa. Diseño de sitios web con CMS - WordPress, desarrollo de proyectos de branding, publicidad y diagramación, manual de marca, catálogos o revistas institucionales de empresas de la región.
- Además, Magíster con carreras profesionales Educación Inicial, A&DGE y maestría en Docencia Universitaria e Investigación Educativa, Magíster con carrera profesional A&DGE y maestría en Publicidad y Marketing Estratégico; bajo los siguientes cargos: Administrativa y Asesora de imagen institucional, Directora de Marketing. Con respecto a su experiencia profesional (8 años – 27 años), personalización, diseño en redes sociales, fotografía publicitaria, edición de vídeos, planeación de estrategias de marketing y campañas de marketing digital. Desempeño en las siguientes áreas: Educación, Imagen Institucional, Tecnológica.
- Asimismo, Licenciada en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Publicidad, Licenciado (a) en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Comunicación Social con especialidad en Marketing y Publicidad, Marketing Digital; bajo los siguientes cargos: Comunicadora, Jefa de Marketing, Encargado de Marketing y Director Creativo. Con respecto a su experiencia profesional (5 años – 8 años), comunicación corporativa y trabajos con la

comunidad, marketing al investigar, experimentar, medir y mejorar, publicidad digital y offline. Desempeño en las siguientes áreas: Imagen Institucional, Periodismo y Marketing.

- También, Licenciado en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Publicidad, caracterizado por ser Freelancer: Asesor. Con respecto a su experiencia profesional (13 años), funciones relacionadas al Diseño Gráfico, Publicidad y Marketing.
- Además, Magíster con carrera profesional Ciencias de la Comunicación, especialidad en Comunicación para el Desarrollo y maestría en Investigación y Docencia Universitaria, Magíster con carreras profesionales Ciencias Publicitarias, Ciencias de la Comunicación, especialidad en Fotografía, Publicidad, Audiovisual y maestría en Didáctica de la Educación Superior, Magísteres con carrera profesional Comunicación Social, especialidad en Audiovisual y maestrías en Investigación y Docencia Universitaria, Administración con mención en Gerencia Empresarial; bajo los siguientes cargos: Director Ejecutivo, Comunicador, Gerente General y Director. Con respecto a su experiencia profesional (5 años – 19 años), funciones relacionadas al Diseño Gráfico, Publicidad, Marketing y Relaciones Internacionales. Diseñador Publicitario, Artista Visual (presentaciones en las principales galerías de Arte de México, Lima, Trujillo y Chiclayo), Publicista, Jefe de Comunicaciones, Productor (a) de Contenido Audiovisual, Productora de eventos para marcas nacionales, Editor de fotografía, Fotógrafo de naturaleza, Videógrafo, Fotoperiodismo, Periodista (revista digital alemana), Redactor periodístico, Comunicador Externo, Comunicador Social, Educador Comunitario y Gestor Cultural especializado en prevención de la violencia, el delito y riesgos sociales, Consultor de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC), Organización Panamericana de la Salud (OPS), World Council of Credit Unions (WOCCU). Taller de técnicas del lenguaje audiovisual, consultoría de Marketing Digital dirigida a empresas de Estados Unidos, España y Perú. En el Área de Imagen y Comunicaciones de empresas privadas y públicas.
- De manera similar, Magíster con carrera profesional Ciencias de la Comunicación, especialidad en Comunicación Corporativa, Marketing y

Publicidad y maestría en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa; caracterizada por ser Freelancer: Consultora. Con respecto a su experiencia profesional (25 años), Especialista en Ciencias Sociales sobre temas de actualidad e investigación. Consultorías de Marketing.

- Por otro lado, Licenciado en Marketing y Negocios Internacionales, Magíster con carrera profesional Marketing y maestría en Gerencia de Marketing y Gestión Comercial; bajo los siguientes cargos: Supervisor y Gerente General. Con respecto a su experiencia profesional (2 años – 13 años), enfoque en Recursos Humanos y Gestión del Talento Humano. En el Área Administrativa, supervisar a los colaboradores. Experiencia profesional caracterizada por ser sólida y especializada en el desarrollo integral para emprendedores, a través de un programa orientado a asesorar y potenciar iniciativas empresariales, destacando en la creación estratégica de negocios. El enfoque abarca desde la arquitectura retail, liderando proyectos con un diseño arquitectónico distintivo, hasta el branding estratégico, donde se desarrollan identidades corporativas únicas para sobresalir en el mercado. Con ello, creación de páginas web interactivas e implementación de estrategias de marketing y publicidad, contribuyendo al logro de objetivos empresariales. La experiencia se extiende a la fotografía profesional, contando historias visuales que atraen a los clientes, así como registro de marcas para garantizar su protección jurídica. Especialización en branding corporativo vehicular e instalación de letreros comerciales en letras 3D y Neón Flex, siguiendo las líneas corporativas actuales. El enfoque integral y habilidades estratégicas contribuyeron al éxito y destacada presencia de diversas empresas en el mercado.
- Adicional a ello, Magíster con carrera profesional Comercio y Negocios Internacionales, especialidad en Planes de Negocio y Finanzas Corporativas, Proyectos de Inversión y maestría en Ciencias; bajo el siguiente cargo: Gerente de Proyectos. Con respecto a su experiencia profesional (8 años), Marketing Corporativo, estudios de mercado, valoración de marcas, branding, manuales de marca con diseño gráfico y cartas de presentación para negocios internacionales.
- Magíster con carrera profesional Ingeniería Industrial y maestría en

Administración de Empresas; caracterizado por ser Freelancer: Realizador Audiovisual. Con respecto a su experiencia profesional (25 años), creación de manual de Corel Draw, desarrollo de manual de Photoshop, Adobe Illustrator, Autodesk, InDesign, logos, folletos, arte digital, ilustración, animación 2D y 3D (personajes), conocimiento de lenguajes de programación (videojuegos), software básico, software de creación de audio (diseño y edición), diseño de vídeo (efectos especiales), comunicaciones, producción y publicidad televisiva (programa Macromedia), televisión digital, post producción, desarrollo de documental, aplicación del marketing digital con 30 clientes a nivel internacional (principalmente, Ecuador, Colombia, Bolivia y España) y nacional.

- Doctor con carrera profesional Administración de Empresas, especialidad en Marketing, maestría en Administración con mención en Gerencia Empresarial, Marketing y doctorado en Administración, Doctor con carreras profesionales Ingeniería de Sistemas, Administración de Empresas, maestrías en Administración de Negocios, Investigación y Docencia y doctorado en Ciencias de la Computación y Sistemas; bajo los siguientes cargos: Gerente General y Gerente. Con respecto a su experiencia profesional (20 años – 21 años), funciones relacionadas a la Comunicación Integral de Marketing, Marketing Estratégico, Digital e Internacional. Gestión de empresas y Tecnologías de la Información (TI).

Ver Anexo F.

Por otro lado, criterios de exclusión:

- Que no sean profesionales con desempeño exclusivo fuera de Lambayeque.
- Que no sean profesionales sin trayectoria profesional vinculada al diseño gráfico.

Los cuestionarios se pueden utilizar en diversos tipos de encuesta y se caracterizan por contener preguntas sobre las variables que se desean medir (Hernández et al., 2014f, p. 217).

Se utilizó la encuesta como técnica, mientras que el instrumento fue el cuestionario, mediante el cual se aplicaron 12 reactivos de opción múltiple de

Variable 1 y otros 12 de Variable 2. Lo mencionado, hizo un total de 24 ítems, cuya distribución se evidenció en dimensiones e indicadores de las variables tratadas.

En la construcción de la escala de Likert, es necesario que los participantes de la investigación comprendan afirmaciones y alternativas de respuesta que figuran en el cuestionario (Hernández et al., 2014g, p. 247).

La escala de Likert fue la herramienta de medición de aplicación sencilla que permitió conocer la medida en que los participantes están o no de acuerdo con los aspectos planteados.

Ver Tabla 14 de Anexo C.

La validez de expertos hace referencia al grado en que el instrumento mide las variables, considerando la participación de expertos en el tema (Hernández et al., 2014h, p. 204).

A través del juicio de expertos, se demostró la validez (contenido, criterio, constructo) y confiabilidad del instrumento, dado que las especialistas (validadoras) en el tema cuentan con gran trayectoria profesional (Ver Anexo B y Tabla 13 de Anexo C).

El Alfa de Cronbach implica una sola administración del instrumento para estimar la confiabilidad, obteniendo el cálculo del coeficiente (Hernández et al., 2014i, p. 295). Se evaluó la confiabilidad del instrumento con el Alfa de Cronbach, el cual es un método de consistencia interna de ítems.

La prueba piloto se basa en destinar el instrumento a una pequeña muestra, con la finalidad de probar su pertinencia y eficacia que influyen en su validez y confiabilidad (Hernández et al., 2014j, p. 210).

La prueba piloto fue aplicada a 30 responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas. Con ello, se realizó el cálculo de validez y confiabilidad del instrumento.

- Estos profesionales fueron diseñadores gráficos, comunicadores, mercadólogos y de carreras afines, específicamente, Bachilleres.
- Se contó con la participación de Bachilleres en A&DGE con especialidad en

Diseño Publicitario, Diseño Gráfico e Ilustración, Ilustración Digital, Diseño Editorial, Diseño, Edición, Marketing Digital, Community Manager, Branding, Rebranding, Tatuador, Fotografía Publicitaria y diplomado en Marketing Digital y estrategias de contenido online; bajo los siguientes cargos: Directora de Diseño Publicitario, Jefe de Diseño, Diseñador, Diseñador (a) Gráfico (a), Diseñadora Gráfica y Audiovisual, Asistente de Diseño Gráfico, Social Media Manager, Creadora de Contenido, Responsable de Diseño y Edición, Asistente de Diseño y Diseño de Planos, Jefa de Marketing, Asistente de Marketing y Content Marketing Manager. Con respecto a su experiencia profesional (6 meses – 6 años), tuvieron la oportunidad de cumplir funciones vinculadas al Diseño Gráfico, tales como: Creación de marcas, diseño de imagen de marca, identidad de marca, ilustración, diseño editorial, branding, fotografía y vídeo, estrategias gráficas y de comunicación, Social Media, Diseñadora de medios digitales e impresos, diseño publicitario, creación, diseño y edición de gráficas publicitarias, Community Manager en empresa propia que prioriza calidad y durabilidad o desempeñándose como colaborador de manera presencial y virtual, destacándose por la creación de videos publicitarios, modelado 3D, animación 3D, incluso creación o diagramación de revistas y libros, cuyos clientes fueron emprendedores, empresas e instituciones públicas. En el Departamento de Diseño, desarrollo como Diseñadora Junior y Coordinadora, evidenciándose la capacidad de dirigir equipos creativos y colaborando con diversas marcas a nivel nacional y local, considerando la investigación constante que permite la adaptación al cambio y liderazgo del equipo de manera efectiva para contribuir al éxito de marcas. En el Área de Diseño de agencia de marketing y manejo de marca, como Coordinador: Diseño de identidad visual, logotipos e isologotipos para relanzamiento de marca. En el rubro de Ilustración y Diseño, como Ilustrador de cuentos infantiles, Diseñador de personajes para proyectos y Diseñador en agencia: Diseño de gráficas para marcas asignadas, creación de logotipos, manuales de identidad corporativa, plantillas y contenido de redes sociales de diversas empresas, rediseño y manejo de páginas, publicidad digital, banners, paneles publicitarios, diseños de merchandising, fotografía y videografía de eventos. Además, Planificadora de activaciones y eventos.

En el Área de Imagen Institucional, buenos resultados de trabajos entregados a tiempo. En el Área de Marketing, Planos y Desarrollo de Contenidos, planes de diseño y marketing para marcas locales.

- También, participaron Bachilleres en A&DGE con especialidad en Branding, Diseño e Ilustración, Publicidad, Marketing Digital, Investigación en Diseño, caracterizados por ser Freelancers: Director Creativo, Diseñadora, Diseñadora Gráfica, Creadora de Contenido Audiovisual, Community Manager, Diseñador Publicitario. Con respecto a su experiencia profesional (9 meses – 7 años), su desempeño consistió en el manejo de cuentas de empresas, diseño de packaging, edición de reels y vídeos, Diseñadora de publicidad para redes y Community Manager. Con ello, desarrollo de branding, papelería corporativa y rebranding de marca. En el Área de Diseño de agencias publicitarias, campañas de publicidad digitales. En el Área Editorial, diagramación y diseño de libros. Creación de contenido audiovisual (edición y grabación). En el Área de Community Manager y organización de contenido. En el Área de Marketing, manejo de plataformas digitales, organización de eventos presenciales y virtuales de marcas.
- Asimismo, Bachiller en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Imagen Institucional, Bachiller en Ciencias Publicitarias con especialidad en Creatividad Publicitaria, Bachiller en Comunicaciones de Marketing con especialidad en Marketing; bajo los siguientes cargos: Responsable de Imagen Institucional, Productor General y Productora Audiovisual. Con respecto a su experiencia profesional (4 años), estrategias digitales y de marketing para que la presencia en línea genere impacto positivo en los clientes, planificación y gestión de proyectos, Directora Audiovisual, Gestora Comunicacional, Realizadora Audiovisual, Productora de Campo, Fotógrafa de eventos, comercial y corporativa, producción de vídeo, consultoría de marketing de contenido, búsqueda de nuevas tendencias y tecnologías a nivel empresarial, aprendizaje continuo e innovación, desarrollo de liderazgo. En el Área de Redacción, Diseño, Relaciones Públicas. En agencias publicitarias al ser Publicista, Productor General (gestión, manejo de presupuestos, auspicios, patrocinios, generación de contenidos en relación a Gerencia General, Administrativa y Operativa en salidas al campo para

grabaciones), cobertura audiovisual y fotográfica, realizando arte, música y comunicaciones, Asistente de Producción (publicidad, Social Media), Analista de Marketing (campañas publicitarias), logrando vender valores y no servicios para que la marca llegue al público directamente.

- Por otro lado, Bachiller en Marketing y Dirección de Empresas; bajo el siguiente cargo: Asistente de Marketing y Comercial. Con respecto a su experiencia profesional (1 año), generación de estrategias y soluciones a nivel empresarial.

Ver Anexo E y Anexo H.

Las fuentes de información utilizadas para obtener mayor conocimiento del tema fueron clave para comprender el procedimiento de recolección de datos, el cual se basó en aplicar el cuestionario a los participantes que conformaron la prueba piloto y muestra, quienes recibieron el enlace del cuestionario por parte de la investigadora a través del WhatsApp, Messenger e Instagram.

Cabe resaltar que el cuestionario fue elaborado en Formularios de Google desde la Cuenta de Google de la investigadora (Ver Anexo D).

La actualización del SPSS se refleja en sus diversas versiones que contienen análisis estadísticos e incluyen vista de variables y vista de datos, cuyos comandos operan en la parte superior de la herramienta (Hernández et al., 2014k, p. 273).

Se pudo descargar las bases de datos de Formularios de Google para ser ordenadas en Microsoft Excel 2019 MSO y luego procesadas en la herramienta estadística IBM SPSS Statistics Versión 25.

De esa manera, se tuvo el resultado del grado de confiabilidad. Además, con respecto a la muestra, se utilizó la estadística descriptiva (desde recolección hasta análisis de datos) e inferencial (búsqueda de peculiaridad de población a nivel general) para obtener resultados acordes a las variables tratadas.

El coeficiente de correlación de Rho de Spearman es una de las pruebas estadísticas no paramétricas de frecuente uso, especialmente, por tipo de hipótesis correlacional y variables de nivel de medición ordinal (Hernández et al., 2014l, p. 328).

La estadística inferencial permitió utilizar el coeficiente de correlación de Rho de Spearman como parte del análisis no paramétrico de datos cuantitativos que determinó la confiabilidad basada en la escala de variables con nivel de medición ordinal.

Ver Figura 7 de Anexo F.

En la estructura, se reflejó la aplicación de Normas APA 7^a edición por parte de la investigadora. Lo mencionado, implicó la correcta presentación del formato, citas (narrativas y parentéticas) y referencias, facilitando la lectura de redacción de la investigación.

La identidad de los participantes de la investigación fue confidencial. Motivo por el cual, la investigadora se encargó de administrar la información recolectada, transmitiendo la veracidad de los resultados.

El Directorio de Universidad Señor de Sipán S.A.C. (Directorio de USS, 2023), aprobó la Resolución N° 053 -2023/PD-USS en que se exponen los principios generales (Artículo 6) y específicos (Artículo 7) del Código de Ética en Investigación (p. 2).

Con respecto a los principios generales de la investigación científica, se destacó el consentimiento informado en relación a los participantes voluntarios de la investigación y la transparencia del tema elegido para la correcta difusión de resultados.

Por otro lado, en base a los principios específicos, se consideró el uso adecuado de citas y referencias provenientes de fuentes de información confiables.

III.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados

En base al Análisis Descriptivo Univariado, se analizó cada variable y dimensión expuesta, según los objetivos planteados.

El objetivo general consistió en:

Analizar la manera en que el uso de la inteligencia artificial se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Tabla 1

Descripción de niveles de Variable Inteligencia Artificial

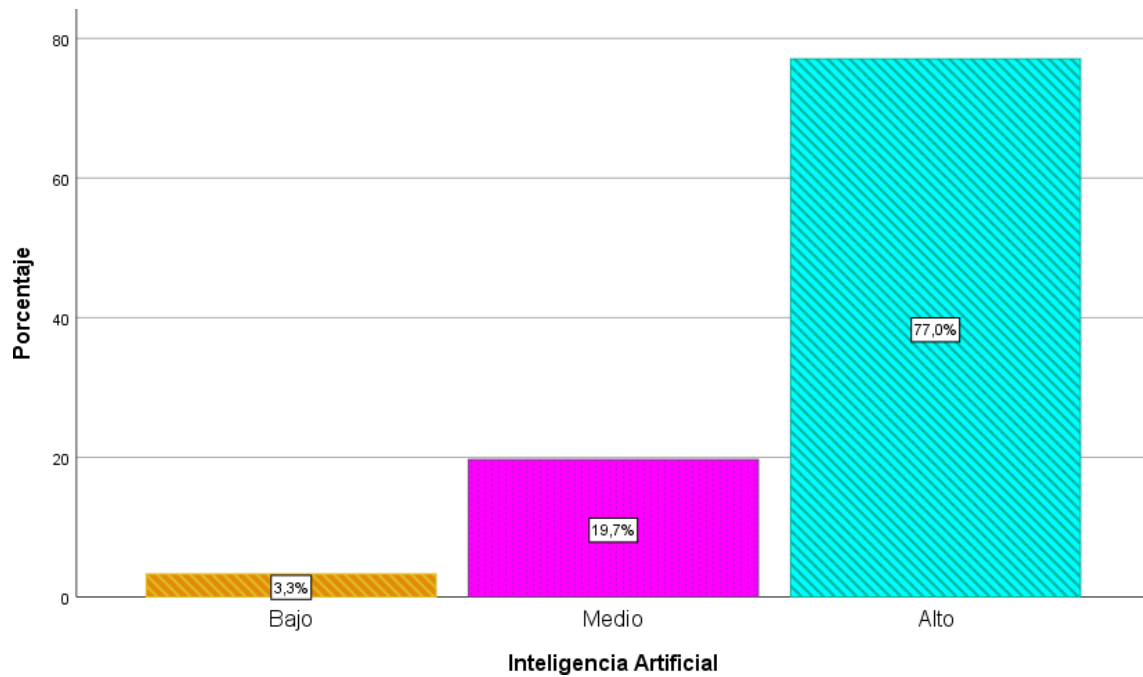
Inteligencia Artificial					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	3,3	3,3	3,3
	Medio	12	19,7	19,7	23,0
	Alto	47	77,0	77,0	100,0
Total		61	100,0	100,0	

Nota. Se describió los 3 niveles correspondientes a la Variable 1. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

De los resultados obtenidos, el 77% de los profesionales encuestados de Lambayeque determinó que la variable Inteligencia Artificial abarcó un nivel alto, el 3,3% un nivel bajo y el 19,7% un nivel medio.

Figura 1

Descripción gráfica de Variable Inteligencia Artificial



Nota. En Porcentaje, se evidenció la comparación de los 3 niveles de IA. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Tabla 2

Descripción de niveles de Variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico

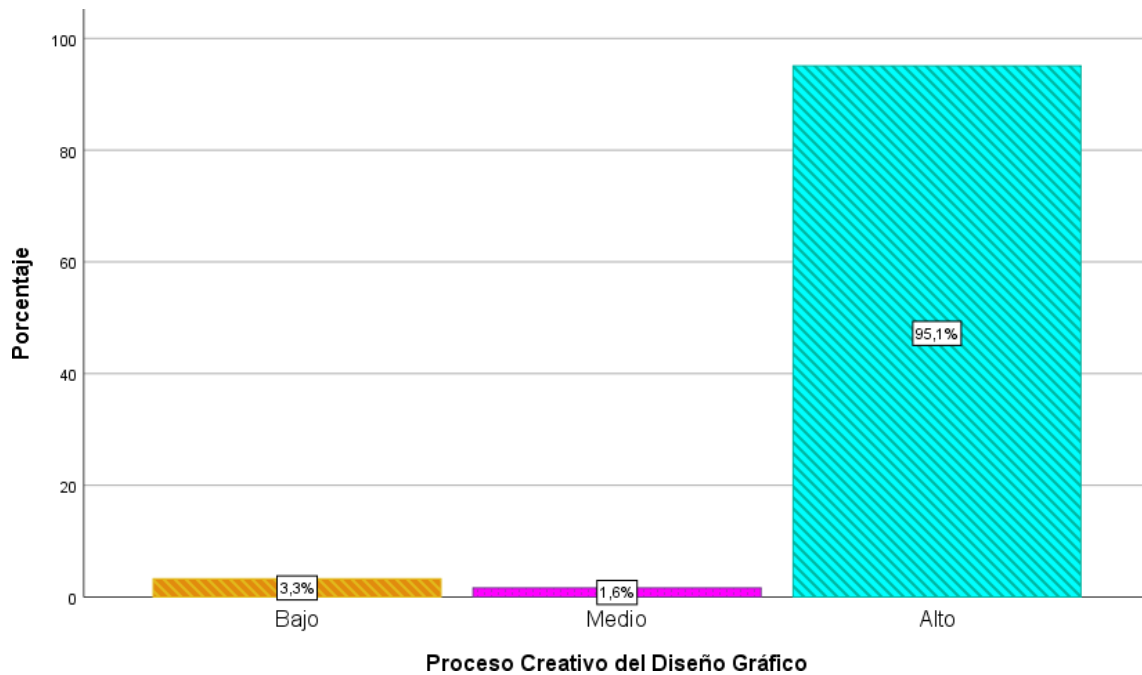
Proceso Creativo del Diseño Gráfico					
		Porcentaje		Porcentaje	
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Bajo	2	3,3	3,3	3,3
	Medio	1	1,6	1,6	4,9
	Alto	58	95,1	95,1	100,0
Total		61	100,0	100,0	

Nota. Se describió los 3 niveles correspondientes a la Variable 2. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Según los resultados obtenidos, el 95,1% de los profesionales encuestados de Lambayeque consideró que la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico constó del nivel alto, mientras que el 1,6% del nivel medio y el 3,3% del nivel bajo.

Figura 2

Descripción gráfica de Variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico



Nota. En Porcentaje, se evidenció la comparación de los 3 niveles del Proceso Creativo del Diseño Gráfico. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Mientras que los objetivos específicos abarcaron:

- Identificar la manera en que la planificación de proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Tabla 3

Descripción de niveles de Dimensión Planificación de proyectos gráficos

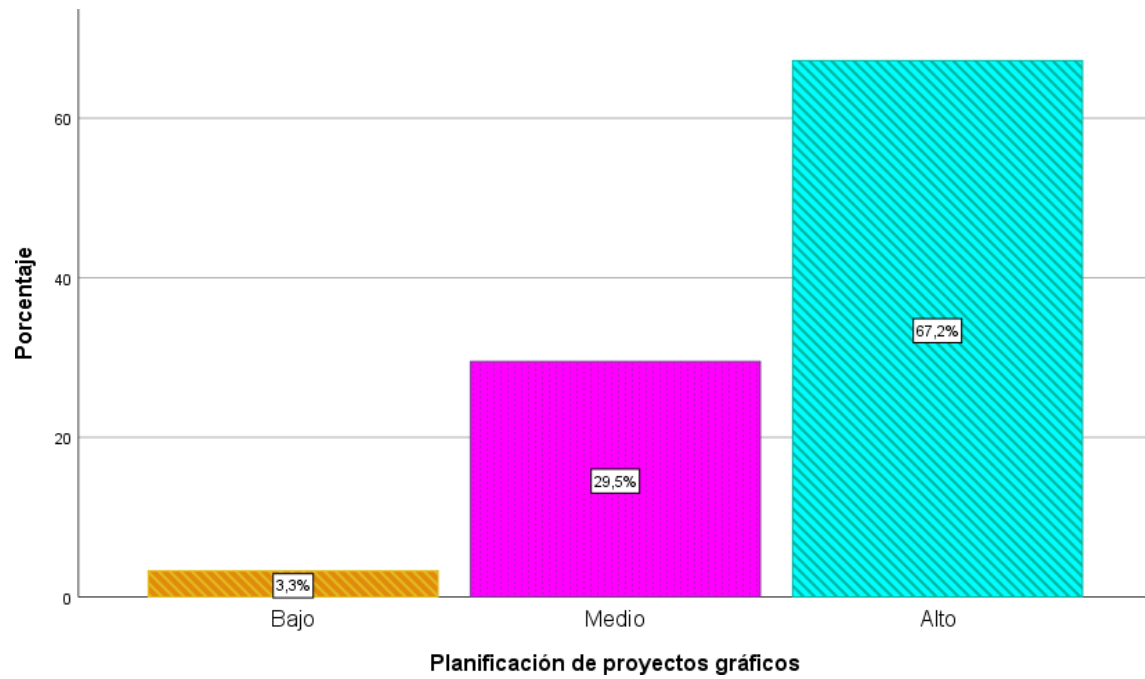
Planificación de proyectos gráficos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	3,3	3,3	3,3
	Medio	18	29,5	29,5	32,8
	Alto	41	67,2	67,2	100,0
Total		61	100,0	100,0	

Nota. Se describió los 3 niveles correspondientes a la Dimensión 1 de la Variable 1. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Conforme a los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a la muestra de 61 profesionales de Lambayeque, se concluyó que la dimensión Planificación de proyectos gráficos obtuvo un nivel alto de 67,2%, así como, 3,3% correspondiente al nivel bajo y el 29,5% restante hizo referencia al nivel medio.

Figura 3

Descripción gráfica de Dimensión Planificación de proyectos gráficos



Nota. En Porcentaje, se evidenció la comparación de los 3 niveles de la Planificación de proyectos gráficos. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

- Reconocer la manera en que el aporte visual para proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Tabla 4

Descripción de niveles de Dimensión Aporte visual para proyectos gráficos

Aporte visual para proyectos gráficos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	15	24,6	24,6	24,6
	Alto	46	75,4	75,4	100,0
Total		61	100,0	100,0	

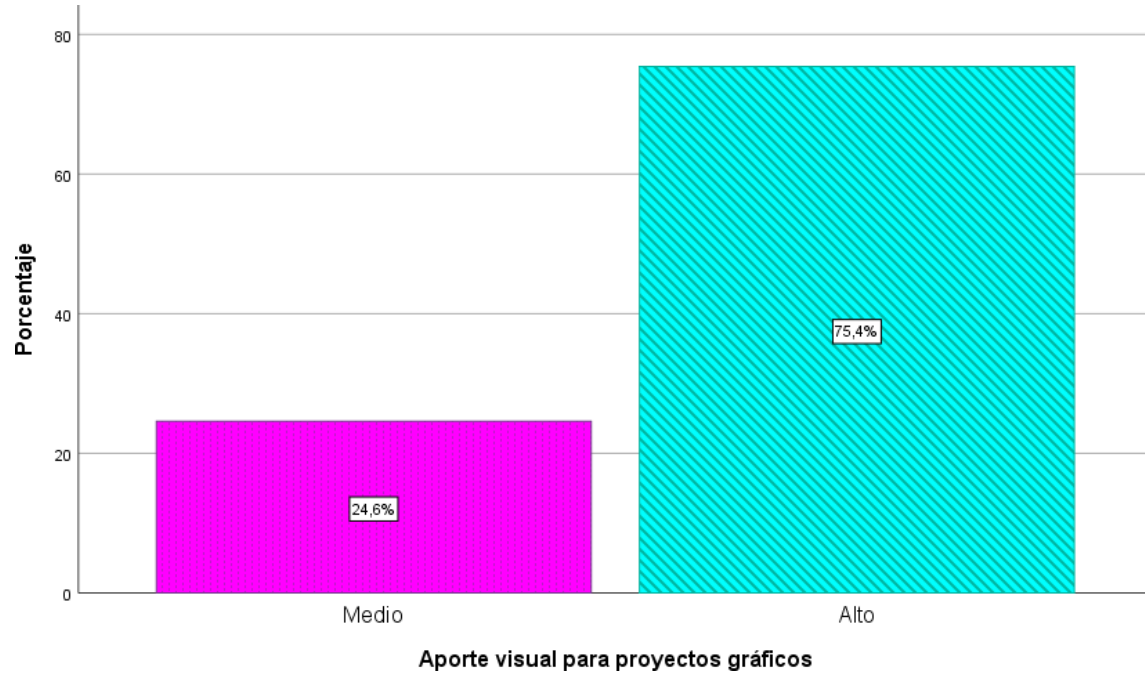
Nota. Se describió los 3 niveles correspondientes a la Dimensión 2 de la Variable

1. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

A partir de los hallazgos obtenidos, el 75,4% de profesionales encuestados de Lambayeque evidenció un nivel alto en la dimensión Aporte visual para proyectos gráficos y el 24,6% restante como nivel medio.

Figura 4

Descripción gráfica de Dimensión Aporte visual para proyectos gráficos



Nota. En Porcentaje, se evidenció la comparación de los 3 niveles del Aporte visual para proyectos gráficos. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

- Explicar la manera en que el valor agregado del diseñador gráfico en productos finales se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Tabla 5

Descripción de niveles de Dimensión Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales

Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	3,3	3,3	3,3
	Medio	8	13,1	13,1	16,4
	Alto	51	83,6	83,6	100,0
Total		61	100,0	100,0	

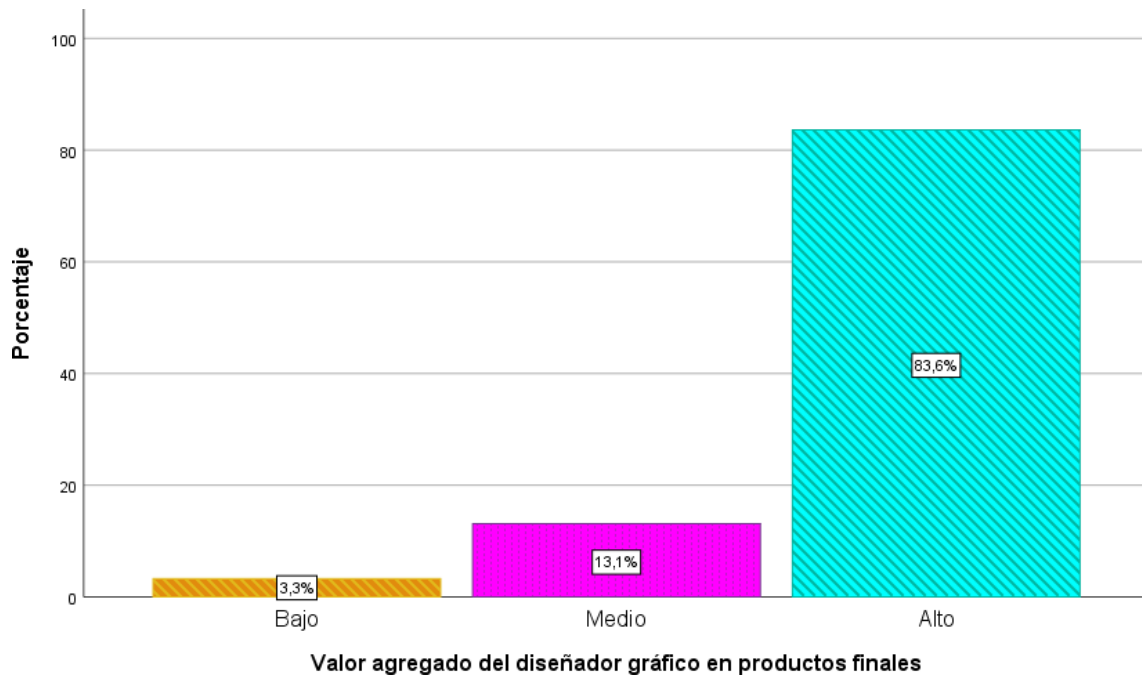
Nota. Se describió los 3 niveles correspondientes a la Dimensión 3 de la Variable

1. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Del total de 61 profesionales encuestados de Lambayeque, el 83,6% consideró que el nivel de la dimensión Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales fue alto, el 3,3% conformó el nivel bajo y 13,1% fue nivel medio.

Figura 5

Descripción gráfica de Dimensión Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales



Nota. En Porcentaje, se evidenció la comparación de los 3 niveles del Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

En base al Análisis Inferencial, se hizo un análisis por contraste de hipótesis.

Se analizó la siguiente hipótesis general:

H1: El uso de la inteligencia artificial se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Ha: El uso de la inteligencia artificial se relaciona moderadamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Ho: El uso de la inteligencia artificial no se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Tabla 6

Correlaciones entre Variable Inteligencia Artificial y Variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico

			VAR1	VAR2
Rho de Spearman	VAR1	Coefficiente de correlación	1,000	,734**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	61	61
	VAR2	Coefficiente de correlación	,734**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	61	61

Nota. Se consideró 61 participantes de la Muestra. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Se trabajó con el rango del coeficiente de correlación de Rho de Spearman de -1 a +1, obteniendo el valor de prueba de ,734 correspondiente a una correlación positiva media +0.50 entre las variables en mención y próxima a una correlación positiva considerable +0.75. Según ello, se precisó un s o P menor del valor 0.01, siendo un coeficiente de correlación significativo a dicho valor y representó a 99% de confianza de que la correlación sea verdadera y 1% de probabilidad de error. De acuerdo a los resultados obtenidos, se rechaza Ho y se acepta H1. Esto conlleva que, a mayor Inteligencia Artificial, mayor Proceso Creativo del Diseño Gráfico.

Se analizaron las siguientes hipótesis específicas:

- La planificación de proyectos gráficos se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1).

Tabla 7

Correlaciones entre Dimensión Planificación de proyectos gráficos y Variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico

			DIM1	VAR2
Rho de Spearman	DIM1	Coefficiente de correlación	1,000	,543**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	61	61
	VAR2	Coefficiente de correlación	,543**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	61	61

Nota. Se consideró 61 participantes de la Muestra. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Según el rango del coeficiente de correlación de Rho de Spearman de -1 a +1, se obtuvo el valor de prueba de ,543 correspondiente a una correlación positiva media +0.50 entre la dimensión y variable en mención, siendo próxima a una correlación positiva considerable +0.75, ello implica que, si la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico aumenta, también aumentará la dimensión Planificación de proyectos gráficos. Se obtuvo un s o P menor del valor 0.01, siendo un coeficiente de correlación significativo a dicho valor y apuntó a 99% de confianza de que la correlación sea verdadera y 1% de probabilidad de error, lo cual permitió confirmar que sí existe relación positiva conforme a H1 planteada, rechazando a Ho.

- El aporte visual para proyectos gráficos se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1).

Tabla 8

Correlaciones entre Dimensión Aporte visual para proyectos gráficos y Variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico

			DIM2	VAR2
Rho de Spearman	DIM2	Coefficiente de correlación	1,000	,605**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	61	61
	VAR2	Coefficiente de correlación	,605**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	61	61

Nota. Se consideró 61 participantes de la Muestra. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

De acuerdo con el rango del coeficiente de correlación de Rho de Spearman de -1 a +1, se obtuvo el valor de prueba de ,605 correspondiente a una correlación positiva media +0.50 entre la dimensión y variable en mención, siendo próxima a una correlación positiva considerable +0.75, lo que supone que, si la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico aumenta, también aumentará la dimensión Aporte visual para proyectos gráficos, al igual si es que alguna disminuyera. Se obtuvo un *s* o *P* menor del valor 0.01, siendo un coeficiente de correlación significativo a dicho valor y se aludió a 99% de confianza de que la correlación sea verdadera y 1% de probabilidad de error, confirmando que sí existe relación positiva acorde a H1 planteada, rechazando a Ho.

- El valor agregado del diseñador gráfico en productos finales se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1).

Tabla 9

Correlaciones entre Dimensión Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales y Variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico

			DIM3	VAR2
Rho de Spearman	DIM3	Coeficiente de correlación	1,000	,737**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		61	61
	VAR2	Coeficiente de correlación	,737**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	61	61

Nota. Se consideró 61 participantes de la Muestra. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Según lo establecido en el rango del coeficiente de correlación de Rho de Spearman de -1 a +1, se obtuvo el valor de prueba de ,737 correspondiente a una correlación positiva media +0.50 entre la dimensión y variable en mención, siendo muy próxima a una correlación positiva considerable +0.75, lo que supone que, si la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico aumenta, también aumentará la dimensión Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales y viceversa si alguna disminuye. Se obtuvo un s o P menor del valor 0.01, siendo un coeficiente de correlación significativo a dicho valor con 99% de confianza de que la correlación sea verdadera y 1% de probabilidad de error, confirmando que sí existe relación positiva conforme a H1 planteada, rechazando a Ho.

3.2. Discusión

A partir de los resultados obtenidos, se comprobó la hipótesis general:

H1: El uso de la inteligencia artificial se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Asimismo, las hipótesis específicas:

La planificación de proyectos gráficos se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1). El aporte visual para proyectos gráficos se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1). El valor agregado del diseñador gráfico en productos finales se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1).

Con respecto a la estadística descriptiva univariada, se comparó los resultados de esta tesis y otras investigaciones (tesis y artículos de revistas científicas indexadas) de antecedentes.

En la Tabla 1, el 77% de responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas consideró a la Inteligencia Artificial en un nivel alto, mientras que 3,3% en un nivel bajo y 19,7% en un nivel medio. En el aporte de Pérez y Rojas (2019), se considera que la falta de innovación en procesos y resistencia a la aplicación de tecnologías, como la IA, pueden obstaculizar el crecimiento esperado de las empresas. Según su investigación, se destaca que muchas empresas en el Perú pueden carecer de conocimiento o no aprovechar plenamente los avances en IA. Teniendo en cuenta que optimiza los tiempos, eficiencia y utilización de recursos, se podría argumentar que resulta más ventajoso y conveniente aprovechar la IA en su gestión diaria.

En la Tabla 2, el 95,1% de responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas consideró al Proceso Creativo del Diseño Gráfico en un nivel alto, en cambio 1,6% en un nivel medio y 3,3% en un nivel bajo. En el aporte de Carvajal y Ibañez (2022), se argumenta que el diseño no debe considerarse simplemente como una actividad estética, sino como un componente estratégico y transversal que influye en el crecimiento empresarial, a través de la

gestión de la marca, impacto comercial y fortalecimiento de la creatividad en los equipos.

En la Tabla 3, el 67,2% de responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas consideró a la Planificación de proyectos gráficos en un nivel alto, en tanto que 3.3% en un nivel bajo y 29,5% en un nivel medio. Se destaca el aporte de Stael Apolo (2016), quien explica que todo proceso de creación de un proyecto se somete a un seguimiento por etapas, donde la preparación o planificación es útil al recolectar información y detectar la problemática a resolver.

En la Tabla 4, el 75,4% de responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas consideró al Aporte visual para proyectos gráficos en un nivel alto y 24,6% en un nivel medio. En el aporte de Cisneros Ríos (2022), quien se encargó de indagar acerca de técnicas, actividades o herramientas que se puedan emplear, se encuentra la estimulación de creatividad, dando como resultado que dichos medios favorecen principalmente la capacidad de síntesis y analítica, seguida de la calidad de entrega y aportación personal al proyecto. De esa manera, se aporta positivamente para superar un bloqueo creativo. Esto quiere decir que, en un contexto donde la IA está siendo más presente, se puede usar como referente.

En la Tabla 5, el 83,6% de responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas consideró al Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales en un nivel alto, mientras que 3,3% en un nivel bajo y 13,1% en un nivel medio. El aporte de Flores-Figueroa (2021) aboga por una crítica más profunda y comprometida en el diseño gráfico, que vaya más allá de la descripción estética, considerando su papel en la sociedad, fomento del diálogo y contribución a la comprensión de los desafíos, problemáticas y dinámicas específicas que caracterizan a la sociedad actual. Estas complejidades pueden abarcar una variedad de aspectos, incluyendo el tecnológico para un mejor impacto.

Con respecto a la estadística inferencial, se comparó los resultados de esta tesis y otras investigaciones (tesis y artículo de revista científica indexada) de antecedentes y teorías relacionadas al tema.

En la Tabla 6, la relación entre variables Inteligencia Artificial y Proceso

Creativo del Diseño Gráfico se basó en el rango de correlación de -1 a +1. Con ello, el valor de prueba llegó a ,734 e hizo referencia a una correlación positiva media, es decir, si la Variable 1 aumenta, también aumenta la Variable 2, según los responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas y viceversa si alguna disminuye. Se tuvo en cuenta un Sig. de 0.05 para declarar el valor como significativo. Exactamente, el Sig. resultó 0,000 equivalente al valor de correlación significativo. De manera similar, Armas y Anicama (2022) presentan una doble cara sobre la IA que consta de oportunidades para la creatividad e innovación, pero también desafíos relacionados con la adaptación y posible pérdida de empleo. La educación continua y colaboración entre diversos actores, incluidos diseñadores, empresas y entidades gubernamentales, son esenciales para maximizar los beneficios y mitigar los desafíos. Lo mencionado, se debe a que, a mayor presencia de la IA, mayor interés deberá demostrar el diseñador gráfico en aprender su uso e implementación en su proceso creativo.

En la Tabla 7, la relación entre la dimensión Planificación de proyectos gráficos y la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico se basó en el rango de correlación de -1 a +1. Con ello, el valor de prueba llegó a ,543 e hizo referencia a una correlación positiva media, es decir, si la Variable 2 aumenta, también aumenta dicha dimensión, según los responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas y viceversa si alguna disminuye. Se tuvo en cuenta un Sig. de 0.05 para declarar el valor como significativo. Precisamente, el Sig. resultó 0,000 equivalente al valor de correlación significativo. Lo mencionado, se asemeja al aporte de Bolívar y Chumi (2022), quienes resaltan la intersección entre el diseño generativo, la tecnología y participación activa del diseñador, siendo importante su potencial para mejorar procesos de diseño, aportar creatividad e innovación, y ser una herramienta valiosa en el ámbito del diseño gráfico y publicitario.

En la Tabla 8, la relación entre la dimensión Aporte visual para proyectos gráficos y la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico se basó en el rango de correlación de -1 a +1. Con ello, el valor de prueba llegó a ,605 e hizo referencia a una correlación positiva media, es decir, si la Variable 2 aumenta, también aumenta dicha dimensión, según los responsables de la creación, rejuvenecimiento o

construcción visual de marcas y viceversa si alguna disminuye. Se tuvo en cuenta un Sig. de 0.05 para declarar el valor como significativo. Exactamente, el Sig. resultó 0,000 equivalente al valor de correlación significativo. De manera similar, Ochoa Hermida (2021) destaca la importancia crucial de los diseñadores gráficos en la transmisión efectiva de mensajes informativos durante momentos críticos. Además, se subraya la necesidad de adaptación y nuevas estrategias por parte de los diseñadores en nuevas normalidades que se vayan presentando, dado que el diseño no es ajeno a las crisis y que su capacidad innovadora es fundamental para enfrentar desafíos del entorno. En conjunto, la investigación informa sobre la relevancia actual del diseño gráfico en situaciones de crisis y su capacidad para aportar soluciones creativas y adaptarse a contextos cambiantes, logrando ajustar su metodología en el proceso creativo.

En la Tabla 9, la relación entre la dimensión Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales y la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico se basó en el rango de correlación de -1 a +1. Con ello, el valor de prueba llegó a ,737 e hizo referencia a una correlación positiva media, es decir, si la Variable 2 aumenta, también aumenta dicha dimensión, según los responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas y viceversa si alguna disminuye. Se tuvo en cuenta un Sig. de 0.05 para declarar el valor como significativo. Precisamente, el Sig. resultó 0,000 equivalente al valor de correlación significativo. Lo expuesto, se asemeja al aporte de Gonzalez-Mardones (2016), quien reflexiona acerca del diseño, afirmando que posee una amplia lista de recursos que pueden ser usados por el diseñador para hacer realidad y potenciar un proyecto. Dichos recursos se derivan de un proceso que une la organización, materiales, estilo, tecnología, entre otros, para generar un propósito en cada propuesta.

Como limitación de la investigación, se tuvo la falta de fuentes de información que vinculen directamente la IA con el Proceso Creativo del Diseño Gráfico, siendo un tema de interés que debe ganar mayor notoriedad. Motivo por el cual, se enfatizaron los avances a nivel tecnológico que requieren de la competitividad laboral y, por ende, empresarial para ofrecer productos de calidad a los clientes.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Existe 77% de nivel alto correspondiente a la Variable 1, mientras que 95,1% de nivel alto de la Variable 2. Se comprobó la relación entre la variable Inteligencia Artificial y la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico de los responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas, siendo una correlación positiva media, mientras una variable aumenta, la otra lo hará de forma media, conforme lo establece la correlación con Rho de Spearman (0,734). En otras palabras, si existe una percepción positiva del uso de la IA, también se incrementará medianamente la percepción positiva de los profesionales de Lambayeque sobre el Proceso Creativo del Diseño Gráfico, siendo relevante sus competencias y habilidades para interactuar con nuevas tecnologías.

Existe 67,2% de nivel alto correspondiente a la primera dimensión tratada. Se comprobó la relación entre la dimensión Planificación de proyectos gráficos y la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico de los responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas, siendo una correlación positiva media, mientras la variable aumenta, la dimensión lo hará de forma media, según lo establece la correlación con Rho de Spearman (0,543). En este caso, si existe una percepción positiva de la optimización del Proceso Creativo del Diseño Gráfico, también se incrementará medianamente la percepción positiva de las actividades creativas que forman parte de la Planificación de proyectos gráficos, siendo importante especificar fecha de entrega.

Existe 75,4% de nivel alto correspondiente a la segunda dimensión tratada. Se comprobó la relación entre la dimensión Aporte visual para proyectos gráficos y la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico de los responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas, siendo una correlación positiva media, mientras la variable aumenta, la dimensión lo hará de forma media, conforme lo establece la correlación con Rho de Spearman (0,605). Por ende, si existe una percepción positiva de la optimización del Proceso Creativo del Diseño Gráfico, también se incrementará medianamente la percepción positiva de los elementos visuales y herramientas que conforman el Aporte visual para proyectos

gráficos, priorizando su calidad.

Existe 83,6% de nivel alto correspondiente a la tercera dimensión tratada. Se comprobó la relación entre la dimensión Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales y la variable Proceso Creativo del Diseño Gráfico de los responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas, siendo una correlación positiva media, mientras la variable aumenta, la dimensión lo hará de forma media, según lo establece la correlación con Rho de Spearman (0,737). En ese sentido, si existe una percepción positiva de la optimización del Proceso Creativo del Diseño Gráfico, también se incrementará medianamente la percepción positiva del criterio de los profesionales de Lambayeque, cuyas ideas creativas como Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales serán transmitidas de manera efectiva a los clientes.

4.2. Recomendaciones

A manera de sugerencia, desarrollar cursos específicos en la carrera profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial o afines que se centren en la integración de herramientas de Inteligencia Artificial. Se propone la creación de módulos que enseñen a los estudiantes a utilizar estas tecnologías de manera efectiva para su óptimo desempeño profesional.

A manera de recomendación, fomentar la colaboración entre diseñadores gráficos y expertos en IA. Se propone la creación de equipos interdisciplinarios en entornos educativos y profesionales para promover la sinergia entre la creatividad humana y las capacidades de la IA.

A manera de sugerencia, establecer estándares éticos y buenas prácticas sobre el uso de la IA en el Diseño Gráfico. Se propone la creación de directrices con enfoque en temas como transparencia, equidad y responsabilidad en la aplicación de estas tecnologías.

A manera de recomendación, seguir de cerca la evolución de las tecnologías de la IA relacionadas al Diseño Gráfico. Mantener actualizadas las investigaciones sobre las últimas herramientas y enfoques para garantizar la información con nuevas novedades de acuerdo a futuros descubrimientos.

REFERENCIAS

- Aguilar Juárez, M. J. y Gonzáles Pérez, L. I. (2015) *Análisis del rol entre egresados de Diseño Gráfico de la Universidad Señor de Sipán y Operadores Gráficos* [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/2315>
- Aguirre Félix Díaz, I., Argomedo Sotelo, G. Y., Monzón Ñañez, J. A. y Tuesta Izaguirre, C. A. (2021) *Impacto de la adopción de Inteligencia Artificial como estrategia de Negocio en las Empresas del sector servicios durante la época de pandemia en el Perú* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/21241>
- Albrieu, R., Rapetti, M., Brest López, C., Larroulet, P. y Sorrentino, A. (2018). Inteligencia artificial y crecimiento económico. Oportunidades y desafíos para Perú. *CIPPEC*, 1-38. <https://news.microsoft.com/uploads/prod/sites/41/2018/11/IA-y-Crecimiento-PERU.pdf>
- Andrade Molinares, M. (2017). Vinculaciones y bifurcaciones entre el arte y el diseño gráfico: una encrucijada. *Índex, revista de arte contemporáneo*, (4), 119-125. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-91992017000200119
- Armas Morales, C. E. (2021). La Inteligencia Artificial en empresas peruanas e impactos laborales en los trabajadores. *Iberoamerican Business Journal*, 5(1), 83–105. <https://doi.org/10.22451/5817.ibj2021.vol5.1.11053>

- Armas Morales, C. E. y Anicama Pescorán, J. E. (2022). ¿Inteligencia artificial un fenómeno socioeconómico? Despido del trabajador por automatización empresarial. *Revista Digital Investigación y Negocios*, 15(25), 139-151.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372022000100013&script=sci_arttext
- Balmaceda, M. I., Villar, A. L. y Cascón, A. L. (2019). La tecnología y su relación con el diseño desde la mirada de estudiantes que eligen la carrera de Diseño Gráfico en la UNSJ. *PAAKAT. Revista de Tecnología y Sociedad*, (16).
<http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/343/html>
- Bastidas Campaña, P. N. y Morquecho Sevillano, I. S. (2018) *El Diseñador frente a los desafíos de la nueva tecnología* [Tesis de Licenciatura, Universidad Estatal de Milagro].
<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/4055>
- Benítez, R., Cencerrado Barraqué, A., Escudero, G. y Kanaan, S. (2018). *Inteligencia artificial avanzada*. Universidad Abierta de Cataluña.
<http://hdl.handle.net/10609/140427>
- Bermejo Sanz, E. (2018). Inteligencia artificial y pensamiento del diseño o Design Thinking. *Revista de Estudios de Juventud*, (118), 49-57.
http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/29/publicaciones/3._inteligencia_artificial_y_pensamiento_del_diseno_o_design_thinking.pdf
- Bolívar Buestán Sarmiento, J. y Chumi Vintimilla, R. N. (2022) *El Diseño Generativo como alternativa para la creación de una marca dinámica* [Tesis de Licenciatura, Universidad del Azuay].

<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/12056/1/17583.pdf>

Briz Reyes, M. (2017) *Análisis de los bloqueos de la creatividad en artistas visuales.*

Un estudio cualitativo [Tesis de Doctorado, Universidad Politécnica de Valencia]. <http://hdl.handle.net/10251/90558>

Caldas Vianna, B. (2020). Generative Art: Between the Nodes of Neuron Networks.

Artnodes, (26), 1-9. <https://doi.org/10.7238/a.v0i26.3350>

Campos Requejo, F. H. y Saavedra Neyra, E. (2022) *Personal branding como*

herramienta para posicionar la imagen profesional de egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/9992>

Carvajal Cantor, S. P. y Ibañez Cely, D. C. (2022). Diseño como eje de innovación

en el marco de la economía social. *Designio. Investigación en diseño gráfico y estudios de la imagen*, 4(1), 1-14. <https://doi.org/10.52948/ds.v4i1.528>

Castillo Naranjo, S. L. (2022) *La relación entre el diseño gráfico y el indicador MBTI*

en la identificación de perfiles psicológicos para explicar aptitudes y capacidades de los diseñadores en los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/34640>

Català Domènech, J. M. (2023). Imaginación artificial y neobarroco. *Novos Olhares*,

11(2), 78-85. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2022.205383>

Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. (2020).

Inteligencia artificial: transformaciones y retos en el sector editorial.

CERLALC. <https://cerlalc.org/publicaciones/dosier-inteligencia-artificial-transformaciones-y-retos-en-el-sector-editorial/>

Chorowski, M. y Crócamo, L. (2022) *La democratización del diseño gráfico en la era digital. La producción de contenido visual mediante el uso de la aplicación Canva por parte de 'no diseñadores gráficos' y su incidencia en la profesión* [Tesis de Licenciatura, Universidad de la República]. <https://hdl.handle.net/20.500.12008/36302>

Cisneros Ríos, R. E. (2022) *Valoración de los estimulantes creativos cognitivos para mejorar el desempeño laboral en el diseñador gráfico* [Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Nuevo León]. <http://eprints.uanl.mx/id/eprint/23737>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2021). *Tecnologías digitales para un nuevo futuro*. CEPAL. <https://hdl.handle.net/11362/46816>

Corvalán, J. G. (2019). *Prometea. Inteligencia Artificial para transformar organizaciones públicas*. Editorial Astrea. https://dpicuantico.com/libros/prometea_oea.pdf

Cruz-Silva, J. y Gordillo-Pérez, S. (2022). Inteligencia artificial en el campo laboral: conflicto de rol y bienestar. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 26(1), 52-61. <https://doi.org/10.17979/redma.2022.26.1.9041>

Dallery Gallery. (2022). *DALL-E 2 prompt book*. <https://dallery.gallery/wp-content/uploads/2022/07/The-DALL%C2%B7E-2-prompt-book-v1.02.pdf>

Dávila Urrutia, J. R. (2015) *Fundamentos de diseño gráfico hipermedia: principios teóricos y aportaciones metodológicas* [Tesis de Doctorado, Universidad

Complutense de Madrid].

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/33359/1/T36461.pdf>

de la Barrera Medina, M., Almeida, L. y Vilchis Esquivel, L. del C. (2020). *El Diseño gráfico. Las transformaciones tecnológicas de una profesión creativa.*

Universidad Autónoma de Aguascalientes.

<https://doi.org/10.33064/UAA/978-607-8714-57-5>

De Los Santos Villao, K. M. (2016) *Análisis comparativo de la evolución de los programas de diseño gráfico editorial* [Tesis de Licenciatura, Universidad

Técnica Estatal de Quevedo].

<http://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/1842>

Diego Olite, F. M., Morales Suárez, I. del R. y Vidal Ledo, M. J. (2023). Chat GPT: origen, evolución, retos e impactos en la educación. *Revista Cubana de*

Educación Médica Superior, 37(2), 1-23.

[https://www.researchgate.net/publication/371905851_Articulo_de_posicion_](https://www.researchgate.net/publication/371905851_Articulo_de_posicion_Chat_GPT_Origen_Evolution_Challenges_and_Impacts_on_Education)

[Chat_GPT_Origen_Evolution_Challenges_and_Impacts_on_Education](https://www.researchgate.net/publication/371905851_Articulo_de_posicion_Chat_GPT_Origen_Evolution_Challenges_and_Impacts_on_Education)

Directorio de Universidad Señor de Sipán S.A.C. (2023). *Resolución N° 053 - 2023/PD-USS.*

<https://www.uss.edu.pe/uss/TransparenciaDoc/RegInvestigacion/C%C3%B3digo%20de%20C3%89tica.pdf>

Elgammal, A. & Mazzone, M. (2021). Artists, Artificial Intelligence and Machine-based Creativity in Playform. *Artnodes*, (26), 1-8.

<http://doi.org/10.7238/a.v0i26.3366>

Fernández García, J., López García, V. y Fernández Morán, J. C. (2018). *Diseño*

estratégico. Guía Metodológica. Fundación Prodintec.

http://www.prodintec.es/attachments/article/273/fichero_16_4747.pdf

Flores-Figueroa, J. de J. (2021). Fundamentos para la crítica del diseño gráfico. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 29(58), 156-176.
<http://dx.doi.org/10.20983/noesis.2020.3.8>

Gonzalez-Mardones, S. (2016) *El diseño gráfico y sus profesionales. Retos y definiciones* [Tesis de Doctorado, Universidad de Barcelona].
<http://hdl.handle.net/10803/373908>

Granados Ferreira, J. (2022). Análisis de la inteligencia artificial en las relaciones laborales. *Revista CES Derecho*, 13(1), 111-132.
<https://doi.org/10.21615/cesder.6395>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.^a ed.). Mc Graw Hill Education.
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Husted Ramos, S., Rodríguez Garay, G. O. y Álvarez Chávez, M. P. (2019). Las habilidades blandas: el perfil de diseñador gráfico con enfoque tecnológico digital. *Revista Electrónica sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 5(9), 1-21.
<https://www.ctes.org.mx/index.php/ctes/article/view/705>

Jaime Cepeda, M. y Salas Carrillo, J. C. (2020). La formación de profesionales en el diseño gráfico. Estudio de las competencias y habilidades necesarias para el campo laboral. *Actas de Diseño*, 26(26), 133-139.
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/2221>

- Lizarazo Mendieta, L. E. y Latorre Otavo, B. S. (2023) *¿Funcionalidad o estética, qué factor predomina en las piezas gráficas empresariales y por qué? Análisis a través de la matriz de datos* [Tesis de Licenciatura, Universidad Santo Tomás]. <http://hdl.handle.net/11634/49493>
- Llanos Vásquez, A. del M. (2016) *Representación social del diseñador gráfico frente al mercado laboral: experiencias y necesidades para la creación del colegio profesional* [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/3145>
- Marín Mamani, G. (2023). El impacto negativo del uso de la inteligencia artificial en el proceso de diseño arquitectónico. *Revista de Arquitectura y Urbanismo TAYPI*, 2(1), 10-12. <http://revistas.unap.edu.pe/journal/index.php/TAYPI/article/view/716>
- Mancipe López, L. D. (2018). El diseño gráfico y de comunicación. Una aproximación al objeto de estudio y a la pertinencia de la profesión en las pymes manufactureras colombianas. *Revista Nexus*, 310-321. <http://hdl.handle.net/10893/11915>
- Marcos Alba, C. L. y Olivares Ruiz, J. (2014). *Percepción y Pensamiento Gráfico. Estrategias gestálticas en la docencia de E.G.A. y el Diseño Gráfico*. Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/41945>
- Martínez Montenegro, D. R. (2019) *Perfil del estudiante de la carrera de artes & diseño gráfico empresarial de la Universidad Señor de Sipán, 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/8333>

- Martínez Osorio, P. A. y Castellanos Tuirán, A. (2023). Inteligencia Artificial en Arquitectura, Urbanismo y Diseño: Abriendo Nuevas Fronteras Creativas. *Revista Procesos Urbanos*, 10(1), 1-5.
<https://revistas.cecar.edu.co/index.php/procesos-urbanos/article/view/617/783>
- Mayorga-Flórez, J. A., Flórez-Duarte, N. Y., Pérez, B. D. y Velásquez-Carrascal, B. L. (2018). Competencias y habilidades que debe tener el diseñador gráfico, al momento de expandir sus conocimientos en el entorno laboral. *Revista de Investigación Convicciones*, 4(8), 49-55.
<https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/237>
- Meliá de Alba, V. (2019). *Las ideas. Conceptos y técnicas creativas*. Publicaciones de la Universidad Jaime I. <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia150>
- Morales Holguín, A. y González Bello, E. (2021). Interdisciplinariedad en la formación universitaria del diseño gráfico: entre la teoría y la práctica. *Educación*, 30(58), 228-249.
<http://dx.doi.org/10.18800/educacion.202101.011>
- Murillo Moreno, L. (2018). *Fundamentos de Servicio al Cliente*. Fondo editorial Areandino. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/3523>
- Ochoa Hermida, M. I. (2021) *Recopilación, Análisis y Documentación de la gestión en la práctica profesional del Diseño Gráfico, cambios y adaptaciones a raíz del Covid-19 para la elaboración de una nueva metodología de trabajo* [Tesis de Licenciatura, Universidad del Azuay].

<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10997>

Oliver, N. (2020). *Inteligencia Artificial, naturalmente. Un manual de convivencia entre humanos y máquinas para que la tecnología nos beneficie a todos*. Red.es. <https://www.ontsi.es/es/publicaciones/Inteligencia-artificial%2C-naturalmente>

Olvera-Yerena, E. (2022). La IA en el borde del fin del mundo. *Figuras. Revista académica de investigación*, 4(1), 80-86. <https://doi.org/10.22201/fesa.26832917e.2022.4.1.247>

Palacios Garcés, C. (2017). Conceptos fundamentales en la búsqueda del origen del diseño gráfico moderno en el Perú. *CIC*, 1, 8-15. <https://hdl.handle.net/20500.12637/204>

Pardiñas Remeseiro, S. (2020) *Inteligencia Artificial: un estudio de su impacto en la sociedad* [Tesis de Licenciatura, Universidad de La Coruña]. <http://hdl.handle.net/2183/28479>

Peña Casallas, N. (2020). El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 30(2), 101-112. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n2.81512>

Pérez León, E. V. y Rojas Arévalo, D. I. (2019) *Impacto de la inteligencia artificial en las empresas con un enfoque global* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/628123>

Pernia Añazgo, A. A. (2019) *Estrategia metodológica para contribuir al desarrollo de la creatividad artística en los estudiantes de Diseño Gráfico de un instituto*

- técnico superior de Lima* [Tesis de Maestría, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/9618>
- Plana Ballber, M. (2023) *Diseño y desarrollo de una página web para la venta de prompts utilizados en inteligencias artificiales* [Tesis de Maestría, Universidad Abierta de Cataluña]. <http://hdl.handle.net/10609/147738>
- Plazas, H. (2017). *Diseño de Procesos*. Fondo editorial Areandino. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1492>
- Quintana, M., Vargas, S. y Said, W. (2017). La creatividad en el diseño: componentes sistémicos. ¿Más codiseño, menos enseñanza? *Arte, Individuo y Sociedad*, 29(3), 445-462. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513557288002>
- Rajadell Carreras, M. (2019). *Creatividad. Emprendimiento y mejora continua*. Editorial Reverté. <https://www.marcialpons.es/media/pdf/creatividad.pdf>
- Ramírez Tomalá, R. R. (2023) *Adobe Photoshop como herramienta de comunicación visual en los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Comunicación de la UPSE, 2022* [Tesis de Licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9127>
- Ramírez Valenzuela, F. C. (2019) *El eslabón perdido del fenómeno del diseño: la deficiencia de la enseñanza estética en la carrera de diseño de la facultad de arquitectura y urbanismo de la Universidad de Chile* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/177403>

- Reyes Fabela, A. M. y Pedroza Flores, R. (2018). *La Profesión del Diseño. Expresiones y experiencias*. Fondo Editorial CIME-UAEM. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/80198>
- Rico Sesé, J. (2020). El diseñador gráfico en la era de la Inteligencia Artificial. *EME Experimental Illustration, Art & Design*, 8(8), 66–73. <https://doi.org/10.4995/eme.2020.13210>
- Rodríguez Gutiérrez, S., Trejo Alba, C. y Hernández Torres, E. L. (2020). Análisis prospectivo del diseño gráfico en México. *Zincografía*, (8), 109-120. <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i8.78>
- Rouhiainen, L. (2018). *Inteligencia Artificial. 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro futuro*. Alienta Editorial. https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/40/39307_Inteligencia_artificial.pdf
- Rubio Coronado, A. F. (2022). Hacia una nueva apertura en la arquitectura. *Xpacial*, 1(1), 10-19. <https://revistas.uaa.mx/index.php/xpacial/article/view/4068>
- Schimpf, A. V. (2019) *Cambios profundos en Diseño Gráfico con la Aparición de los Procesos de Diseño Generativo* [Tesis de Maestría, Universidad Internacional de La Rioja]. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/8236>
- Solís Tumbaco, C. X. (2018) *Guía de actividades para promover la creatividad artística en los diseñadores gráficos* [Tesis de Licenciatura, Universidad Israel]. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1757>
- Stael Apolo, M. E. (2016) *Desarrollo de un producto editorial donde se evidencien*

técnicas creativas [Tesis de Licenciatura, Universidad del Azuay].
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/5993>

Suárez-Carballo, F., Martín-Sanromán, J. R. y Galindo-Rubio, F. (2020). La estética del error en el diseño gráfico contemporáneo: conexiones entre el glitch, la cultura posdigital y el New Ugly. *Revista 180*, (46), 2-14.
[https://doi.org/10.32995/rev180.num-46.\(2020\).art-802](https://doi.org/10.32995/rev180.num-46.(2020).art-802)

Toral Córdova, C. I. (2018) *Experimentación de métodos que ayuden al diseñador a afrontar bloqueos creativos* [Tesis de Licenciatura, Universidad del Azuay].
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8044>

Valenzuela Suárez, C. C. (2021). Diseño gráfico en el Perú de inicios del siglo XX: Los carteles avant garde de Elena Izcue, 1930-1940. *Revista de Investigación en Arte y Diseño A&D*, (8), 76-88.
<https://doi.org/10.18800/ayd.202101.006>

West, R. & Burbano, A. (2021). AI, Arts & Design: Questioning Learning Machines. *Artnodes*, (26), 1-9. <http://doi.org/10.7238/a.v0i26.3390>

ANEXOS



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Código:	F2.PP2-PR.02
Versión:	02
Fecha:	18/04/2024
Hoja:	93 de 219

Yo, DIEGO ALONSO BACA CÁCERES, docente del curso de Investigación II del Programa de estudios de **Artes & Diseño Gráfico Empresarial** y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 1351-2023/FADHU-USS del(los) estudiante(s) DANITZA RIVADENEYRA PRADA, titulada EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PROCESO CREATIVO DEL DISEÑO GRÁFICO EN PROFESIONALES DE LAMBAYEQUE.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 12% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación en la Universidad Señor de Sipán S.A.C., aprobada mediante Resolución de Directorio N° 221-2019/PD-USS.

Pimentel, 21 de marzo de 2024.

Mg. Baca Cáceres Diego Alonso


DNI N° 44223682



ACTA DE APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo **DIEGO ALONSO BACA CACERES** quien suscribe como asesor designado mediante Resolución de Facultad N° 1352-2023/FADHU-USS, del proyecto de investigación titulado **EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL PROCESO CREATIVO DEL DISEÑO GRÁFICO EN PROFESIONALES DE LAMBAYEQUE**, desarrollado por el(los) estudiante(s): **RIVADENEYRA PRADA DANITZA**, del programa de estudios de **ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**, acredito haber revisado, y declaro expedito para que continúe con el trámite pertinente.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

BACA CACERES DIEGO ALONSO	DNI: 44223682	
---------------------------	---------------	---

Pimentel, 21 de marzo de 2024.

Anexo A. Operacionalización de Variables y Matriz de Consistencia Lógica

Tabla 10

Operacionalización de la Variable 1: Inteligencia Artificial

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Valores finales	Tipo de variable	Escala de medición
Inteligencia Artificial	Cuando se habla de la IA, el libro de Rouhiainen (2018) menciona que las máquinas son capaces de valerse de algoritmos y adquirir conocimiento de manera autónoma, gracias a que aprenden en base a los datos para decidir de forma similar a las personas. Las máquinas	Saberes de 61 responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas con respecto a la inteligencia artificial. Lo mencionado, se midió con un cuestionario, considerando	Planificación de proyectos gráficos Aporte visual para proyectos gráficos Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales	Generación de ideas Optimización del tiempo Bloqueo creativo Referente creativo Criterio estético Criterio funcional	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8 9, 10 11, 12	Cuestionario	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo De acuerdo Totalmente de acuerdo	Categórica (Ordinal)	Escala de Likert 1 2 3 4 5

basadas en IA se diferencian de las personas al no necesitar descanso para analizar extensas cantidades de información simultáneamente, cuya proporción de errores cometidos es significativamente menor (p. 17).	el análisis de la planificación de proyectos gráficos, aporte visual para proyectos gráficos y valor agregado del diseñador gráfico en productos finales.
---	---

Nota. Esta tabla evidenció la definición conceptual y operacional de la Variable 1, acompañadas de otros aspectos relevantes en la investigación cuantitativa. Fuente: Elaboración propia (2023).

Tabla 11

Operacionalización de la Variable 2: Proceso Creativo del Diseño Gráfico

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Valores finales	Tipo de variable	Escala de medición
Proceso Creativo del Diseño Gráfico	Plazas (2017) comenta en su libro que los diseñadores tienden a aplicar diversas metodologías de diseño en sus procesos creativos, no obstante, lo que les permitirá diferenciarse de su competencia es la iniciativa	Saberes de 61 responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas con respecto al proceso creativo del diseño gráfico. Lo mencionado, se midió con un cuestionario,	Pensamiento disruptivo Expresión gráfica Competencias genéricas	Selección de ideas Innovación Representación de ideas Equilibrio visual Pensamiento creativo Comunicación con clientes	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8 9, 10 11, 12	Cuestionario	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo De acuerdo Totalmente de acuerdo	Categórica (Ordinal)	Escala de Likert 1 2 3 4 5

de investigar las necesidades de los clientes para lograr una aproximación al producto deseado, a través de pruebas del prototipo (p. 121).	considerando el análisis del pensamiento disruptivo, expresión gráfica y competencias genéricas.
---	---

Nota. Esta tabla expuso la definición conceptual y operacional de la Variable 2, considerando otros aspectos de suma importancia en la investigación cuantitativa. Fuente: Elaboración propia (2023).

Tabla 12

Matriz de Consistencia Lógica

Título: El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque				
Problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Materiales y Método
Problema General	Hipótesis General	Objetivo General	V1: Inteligencia Artificial D1: Planificación de proyectos gráficos Generación de ideas Optimización del tiempo D2: Aporte visual para proyectos gráficos Bloqueo creativo Referente creativo D3: Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales Criterio estético Criterio funcional V2: Proceso Creativo del Diseño Gráfico D1: Pensamiento disruptivo Selección de ideas	Tipo: Aplicada Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Nivel: Correlacional Muestra: 61 responsables de la creación, rejuvenecimiento o construcción visual de marcas Instrumento: Cuestionario compuesto por 24 ítems con escala de Likert Estadística: Descriptiva e inferencial
¿De qué manera el uso de la inteligencia artificial se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque?	H1: El uso de la inteligencia artificial se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque	Analizar la manera en que el uso de la inteligencia artificial se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.		
Problemas específicos	Hipótesis Específicas	Objetivos Específicos		
¿De qué manera la planificación de proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque?	La planificación de proyectos gráficos se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1).	Identificar la manera en que la planificación de proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.		
¿De qué manera el aporte visual para proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque?	El aporte visual para proyectos gráficos se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1).	Reconocer la manera en que el aporte visual para proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.		
¿De qué manera el valor agregado del diseñador	Lambayeque (H1).	Explicar la manera en que el		


gráfico en productos finales se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque?

El valor agregado del diseñador gráfico en productos finales se relaciona significativamente con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque (H1).

valor agregado del diseñador gráfico en productos finales se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.

Innovación
D2: Expresión gráfica
Representación de ideas
Equilibrio visual
D3: Competencias genéricas
Pensamiento creativo
Comunicación con clientes

Nota. Esta tabla sintetizó la metodología de la investigación cuantitativa. Fuente: Elaboración propia (2023).


	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2

Anexo B. Validación del instrumento


1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1.1. Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

1. NOMBRE DEL JUEZ		Dra. Julia Beatriz Pelaez Cavero
2.	PROFESIÓN	Educación Artística
	ESPECIALIDAD	Mención en Artes Plásticas y Visuales
	GRADO ACADÉMICO	Doctora en Comunicación Social
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	Directora Escuela de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la Facultad de Humanidades (5 años y 3 meses) y Directora de Responsabilidad Social Universitaria (2 años y 9 meses) en la USS, Docente universitaria (3 años y 3 meses) en la Universidad Privada del Norte y USS, Asesora de Tesis en la USS, Evaluadora de Proyecto en la Universidad Tecnológica del Perú.
	CARGO	Directora de Escuela de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la Facultad de Humanidades - Universidad Señor de Sipán
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1.	NOMBRES Y APELLIDOS	Danitza Rivadeneyra Prada
3.2.	PROGRAMA DE PREGRADO	Artes & Diseño Gráfico Empresarial
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista () Cuestionario (X) Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p>GENERAL Analizar la manera en que el uso de la inteligencia artificial se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la manera en que la planificación de proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque. - Reconocer la manera en que el aporte visual para proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque. - Explicar la manera en que el valor agregado del diseñador gráfico en productos finales se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (X) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO. Por favor, si está en desacuerdo, especifique sus sugerencias.		
N°	DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	
1	Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico.	A (X) D () SUGERENCIAS:

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2

13	Los diseñadores tienen la responsabilidad de encontrar soluciones gráficas que aborden problemáticas en el contexto de una propuesta gráfica y mantener su identidad.	A (X) D () SUGERENCIAS:
14	Los desafíos al seleccionar ideas en productos generados por inteligencia artificial, incluyen evaluar la creatividad, coherencia y funcionalidad de las propuestas.	A (X) D () SUGERENCIAS:
15	La combinación de la creatividad del diseñador gráfico con las ideas e imágenes generadas por inteligencia artificial da lugar a soluciones visuales innovadoras y sorprendentes.	A (X) D () SUGERENCIAS:
16	El diseñador gráfico explora y experimenta con las ideas generadas por inteligencia artificial para aportar nuevas formas de expresión visual.	A (X) D () SUGERENCIAS:
17	Terminada la selección de ideas e imágenes como referentes, el diseñador gráfico utiliza su experiencia para elegir elementos visuales de uso en la generación de conceptos de manera clara y atractiva.	A (X) D () SUGERENCIAS:
18	El diseñador reconoce la selección cuidadosa de elementos visuales en la representación de ideas para transmitir exitosamente el mensaje deseado.	A (X) D () SUGERENCIAS:
19	El diseñador gráfico hace uso del equilibrio visual para comunicar con armonía y facilitar la comprensión de la información visual de acuerdo a los conceptos de proyectos gráficos.	A (X) D () SUGERENCIAS:
20	El diseñador gráfico tiene la capacidad de utilizar los principios de equilibrio visual al evitar la producción de diseños desequilibrados, visualmente desacertados.	A (X) D () SUGERENCIAS:
21	El uso de la inteligencia artificial puede aumentar la competitividad empresarial en el ámbito creativo.	A (X) D () SUGERENCIAS:
22	Los colaboradores deben capacitarse constantemente para adaptarse al manejo de la inteligencia artificial, con la finalidad de mantenerse activos en el mercado laboral.	A (X) D () SUGERENCIAS:
23	Establecer un canal de comunicación con los clientes es primordial para generar confianza, saber con precisión las necesidades del proyecto gráfico y tomar decisiones más asertivas.	A (X) D () SUGERENCIAS:
24	Las habilidades de toma de decisiones	A (X) D ()

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2


estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo.	SUGERENCIAS:
PROMEDIO OBTENIDO	A (X) D ()
6. COMENTARIOS GENERALES El jueves 21 de septiembre de 2023 a las 4:05 p.m., se realizó la validación del instrumento en una reunión vía Zoom, donde participaron el juez experto y tesista. Se adjunta enlace de reunión en mención: https://us04web.zoom.us/j/71921311207?pwd=nKG0rOvuz03drZyASkan1Xf2F5xCrd.1	
7. OBSERVACIONES Ninguna.	



Dra. Julia Beatriz Pelaez Cavero

Colegiatura N° 1618149832 – Colegio de Profesores del Perú

Juez Experto

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2

2. Ficha de validación según AIKEN


I. Datos generales

Apellidos y nombres del informante	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Dra. Pelaez Cavero, Julia Beatriz	Directora de Escuela de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la Facultad de Humanidades - Universidad Señor de Sipán	Cuestionario con escala de Likert	Rivadenebra Prada, Danitza
Título de la Investigación: El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque			

II. Aspectos de validación de cada ítem


Estimada Dra. Julia Beatriz Pelaez Cavero, complete la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto. Escriba (A) acuerdo o (D) desacuerdo en la segunda columna. Asimismo, si tiene alguna opción o propuesta de modificación, escriba en la columna correspondiente.

ÍTEMS	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
1	Acuerdo	Ninguna
2	Acuerdo	Ninguna
3	Acuerdo	Ninguna
4	Acuerdo	Ninguna
5	Acuerdo	Ninguna
6	Acuerdo	Ninguna
7	Acuerdo	Ninguna
8	Acuerdo	Ninguna
9	Acuerdo	Ninguna
10	Acuerdo	Ninguna
11	Acuerdo	Ninguna
12	Acuerdo	Ninguna
13	Acuerdo	Ninguna
14	Acuerdo	Ninguna
15	Acuerdo	Ninguna
16	Acuerdo	Ninguna
17	Acuerdo	Ninguna
18	Acuerdo	Ninguna
19	Acuerdo	Ninguna
20	Acuerdo	Ninguna
21	Acuerdo	Ninguna
22	Acuerdo	Ninguna
23	Acuerdo	Ninguna
24	Acuerdo	Ninguna

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS			
	GUÍA		Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN		Versión:	2

III. Opinión de aplicabilidad del instrumento, certificado de validez de contenido del instrumento

N°	Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
	Dimensión 1 Planificación de proyectos gráficos								
1	Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico.	X		X		X		X	
2	La clave para generar un diseño efectivo utilizando inteligencia artificial reside en comprender y aprovechar la descripción proporcionada en el prompt.	X		X		X		X	
3	La inteligencia artificial mejora el análisis de información para la toma de decisiones en poco tiempo, acelera los flujos de trabajo en el diseño gráfico y optimiza los plazos de entrega.	X		X		X		X	
4	La inteligencia artificial mejora la eficiencia en la exploración de múltiples conceptos y variantes en proyectos gráficos, optimizando el tiempo de estas actividades.	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Aporte visual para proyectos gráficos								
1	La inteligencia artificial ayuda a los diseñadores a superar bloqueos creativos al ofrecer nuevas perspectivas y enfoques creativos que abren nuevas oportunidades de diseño.	X		X		X		X	
2	La inteligencia artificial no lo es todo, para salir del bloqueo creativo se debe complementar con el entrenamiento de la creatividad constante por parte del diseñador al especializarse.	X		X		X		X	
3	La inteligencia artificial	X		X		X		X	

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS			
	GUÍA			Código: F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN			Versión: 2

	acelera el proceso de generación de ideas al proporcionar referencias visuales y conceptuales relevantes, brindando una fuente de inspiración para superar el bloqueo.								
4	En el ámbito del diseño, la inteligencia artificial no se trata de replicar o imitar, sino que ofrece la oportunidad de encontrar inspiración a gran escala, aprovechando sus beneficios y ventajas para impulsar la creatividad e innovación.	X		X		X		X	
	Dimensión 3 Valor agregado del diseñador gráfico para productos finales	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	El criterio estético del diseñador gráfico es fundamental para asegurar la calidad visual de los productos generados por inteligencia artificial.	X		X		X		X	
2	El criterio estético en los productos generados por inteligencia artificial no solo es cuestión de gusto personal, sino que busca encontrar un equilibrio entre la estética y funcionalidad.	X		X		X		X	
3	El criterio funcional del diseñador puede marcar la diferencia entre un producto generado por inteligencia artificial que cumple con sus funciones de manera efectiva y otro que carece de coherencia y utilidad.	X		X		X		X	
4	Validar y realizar ajustes pertinentes a resultados ofrecidos por inteligencia artificial es necesario para cumplir con las exigencias personales y del cliente.	X		X		X		X	
	Dimensión 1 Pensamiento disruptivo	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	Los diseñadores tienen la responsabilidad de encontrar soluciones gráficas que aborden problemáticas en el contexto de una propuesta gráfica y	X		X		X		X	



Universidad
Señor de Sipán

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS

GUÍA

Código:


F-PC-USS

DE PRODUCTOS ACADÉMICOS
DE LOS CURSOS DE
INVESTIGACIÓN

Versión:

2

	mantener su identidad.								
2	Los desafíos al seleccionar ideas en productos generados por inteligencia artificial, incluyen evaluar la creatividad, coherencia y funcionalidad de las propuestas.	X		X		X		X	
3	La combinación de la creatividad del diseñador gráfico con las ideas e imágenes generadas por inteligencia artificial da lugar a soluciones visuales innovadoras y sorprendentes.	X		X		X		X	
4	El diseñador gráfico explora y experimenta con las ideas generadas por inteligencia artificial para aportar nuevas formas de expresión visual.	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Expresión gráfica	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	Terminada la selección de ideas e imágenes como referentes, el diseñador gráfico utiliza su experiencia para elegir elementos visuales de uso en la generación de conceptos de manera clara y atractiva.	X		X		X		X	
2	El diseñador reconoce la selección cuidadosa de elementos visuales en la representación de ideas para transmitir exitosamente el mensaje deseado.	X		X		X		X	
3	El diseñador gráfico hace uso del equilibrio visual para comunicar con armonía y facilitar la comprensión de la información visual de acuerdo a los conceptos de proyectos gráficos.	X		X		X		X	
4	El diseñador gráfico tiene la capacidad de utilizar los principios de equilibrio visual al evitar la producción de diseños desequilibrados, visualmente desacertados.	X		X		X		X	
	Dimensión 3 Competencias genéricas	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	El uso de la inteligencia	X		X		X		X	

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2

	artificial puede aumentar la competitividad empresarial en el ámbito creativo.							
2	Los colaboradores deben capacitarse constantemente para adaptarse al manejo de la inteligencia artificial, con la finalidad de mantenerse activos en el mercado laboral.	X		X		X		X
3	Establecer un canal de comunicación con los clientes es primordial para generar confianza, saber con precisión las necesidades del proyecto gráfico y tomar decisiones más asertivas.	X		X		X		X
4	Las habilidades de toma de decisiones estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo.	X		X		X		X


Observaciones (precisar si hay suficiencia):

El instrumento presenta suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Dra. Pelaez Cavero, Julia Beatriz


Especialidad: Mención en Artes Plásticas y Visuales

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2


1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1.1. Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

1. NOMBRE DEL JUEZ		Mg. Jessy Gray Cumpa Guerra
2.	PROFESIÓN	Ciencias de la Comunicación
	ESPECIALIDAD	Diseño y Producción Audiovisual
	GRADO ACADÉMICO	Magíster en Ciencias con mención en Docencia Universitaria e Investigación Educativa
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	Docente universitaria (1 año) en la USS, Marketing en la UDL (6 meses), Freelancer en Producción Audiovisual (10 años), Marketing en Corporación Rojas (3 años).
	CARGO	Docente Tiempo Completo de Escuela de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la Facultad de Derecho y Humanidades - Universidad Señor de Sipán
TÍTULO DE LA INVESTIGACION: El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1.	NOMBRES Y APELLIDOS	Danitza Rivadeneyra Prada
3.2.	PROGRAMA DE PREGRADO	Artes & Diseño Gráfico Empresarial
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista () Cuestionario (X) Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p>GENERAL Analizar la manera en que el uso de la inteligencia artificial se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la manera en que la planificación de proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque. - Reconocer la manera en que el aporte visual para proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque. - Explicar la manera en que el valor agregado del diseñador gráfico en productos finales se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (X) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO. Por favor, si está en desacuerdo, especifique sus sugerencias.		
N°	DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	
1	Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico.	A (X) D () SUGERENCIAS:
2	La clave para generar un diseño efectivo	A (X) D ()

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2


	utilizando inteligencia artificial reside en comprender y aprovechar la descripción proporcionada en el prompt.	SUGERENCIAS:
3	La inteligencia artificial mejora el análisis de información para la toma de decisiones en poco tiempo, acelera los flujos de trabajo en el diseño gráfico y optimiza los plazos de entrega.	A (X) D () SUGERENCIAS:
4	La inteligencia artificial mejora la eficiencia en la exploración de múltiples conceptos y variantes en proyectos gráficos, optimizando el tiempo de estas actividades.	A (X) D () SUGERENCIAS:
5	La inteligencia artificial ayuda a los diseñadores a superar bloqueos creativos al ofrecer nuevas perspectivas y enfoques creativos que abren nuevas oportunidades de diseño.	A (X) D () SUGERENCIAS:
6	La inteligencia artificial no lo es todo, para salir del bloqueo creativo se debe complementar con el entrenamiento de la creatividad constante por parte del diseñador al especializarse.	A (X) D () SUGERENCIAS:
7	La inteligencia artificial acelera el proceso de generación de ideas al proporcionar referencias visuales y conceptuales relevantes, brindando una fuente de inspiración para superar el bloqueo.	A (X) D () SUGERENCIAS:
8	En el ámbito del diseño, la inteligencia artificial no se trata de replicar o imitar, sino que ofrece la oportunidad de encontrar inspiración a gran escala, aprovechando sus beneficios y ventajas para impulsar la creatividad e innovación.	A (X) D () SUGERENCIAS:
9	El criterio estético del diseñador gráfico es fundamental para asegurar la calidad visual de los productos generados por inteligencia artificial.	A (X) D () SUGERENCIAS:
10	El criterio estético en los productos generados por inteligencia artificial no solo es cuestión de gusto personal, sino que busca encontrar un equilibrio entre la estética y funcionalidad.	A (X) D () SUGERENCIAS:
11	El criterio funcional del diseñador puede marcar la diferencia entre un producto generado por inteligencia artificial que cumple con sus funciones de manera efectiva y otro que carece de coherencia y utilidad.	A (X) D () SUGERENCIAS:
12	Validar y realizar ajustes pertinentes a resultados ofrecidos por inteligencia artificial es necesario para cumplir con las exigencias personales y del cliente.	A (X) D () SUGERENCIAS:
13	Los diseñadores tienen la responsabilidad	A (X) D ()

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2

	replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo.	
PROMEDIO OBTENIDO		A (X) D ()
6. COMENTARIOS GENERALES		
El martes 3 de octubre de 2023 a las 9:33 a.m., se realizó la validación del instrumento en una reunión vía Zoom, donde participaron el juez experto y tesista. Se adjunta enlace de reunión en mención: https://us04web.zoom.us/j/75159267728?pwd=TopFUXaWEDBCQtxmi1AYXdg3F5nKt0.1		
7. OBSERVACIONES		
Ninguna.		



Mg. Jessy Gray Cumpa Guerra
Juez Experto

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2

2. Ficha de validación según AIKEN


I. Datos generales

Apellidos y nombres del informante	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Mg. Cumpa Guerra, Jessy Gray	Docente Tiempo Completo de Escuela de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la Facultad de Derecho y Humanidades - Universidad Señor de Sipán	Cuestionario con escala de Likert	Rivadenebra Prada, Danitza
Título de la Investigación: El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque			

II. Aspectos de validación de cada ítem


Estimada Mg. Jessy Gray Cumpa Guerra, complete la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto. Escriba (A) acuerdo o (D) desacuerdo en la segunda columna. Asimismo, si tiene alguna opción o propuesta de modificación, escriba en la columna correspondiente.

ÍTEMS	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
1	Acuerdo	Ninguna
2	Acuerdo	Ninguna
3	Acuerdo	Ninguna
4	Acuerdo	Ninguna
5	Acuerdo	Ninguna
6	Acuerdo	Ninguna
7	Acuerdo	Ninguna
8	Acuerdo	Ninguna
9	Acuerdo	Ninguna
10	Acuerdo	Ninguna
11	Acuerdo	Ninguna
12	Acuerdo	Ninguna
13	Acuerdo	Ninguna
14	Acuerdo	Ninguna
15	Acuerdo	Ninguna
16	Acuerdo	Ninguna
17	Acuerdo	Ninguna
18	Acuerdo	Ninguna
19	Acuerdo	Ninguna
20	Acuerdo	Ninguna
21	Acuerdo	Ninguna
22	Acuerdo	Ninguna
23	Acuerdo	Ninguna
24	Acuerdo	Ninguna

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2


III. Opinión de aplicabilidad del instrumento, certificado de validez de contenido del instrumento

N°	Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
	Dimensión 1 Planificación de proyectos gráficos								
1	Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico.	X		X		X		X	
2	La clave para generar un diseño efectivo utilizando inteligencia artificial reside en comprender y aprovechar la descripción proporcionada en el prompt.	X		X		X		X	
3	La inteligencia artificial mejora el análisis de información para la toma de decisiones en poco tiempo, acelera los flujos de trabajo en el diseño gráfico y optimiza los plazos de entrega.	X		X		X		X	
4	La inteligencia artificial mejora la eficiencia en la exploración de múltiples conceptos y variantes en proyectos gráficos, optimizando el tiempo de estas actividades.	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Aporte visual para proyectos gráficos								
1	La inteligencia artificial ayuda a los diseñadores a superar bloqueos creativos al ofrecer nuevas perspectivas y enfoques creativos que abren nuevas oportunidades de diseño.	X		X		X		X	
2	La inteligencia artificial no lo es todo, para salir del bloqueo creativo se debe complementar con el entrenamiento de la creatividad constante por parte del diseñador al especializarse.	X		X		X		X	
3	La inteligencia artificial	X		X		X		X	

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS			
	GUÍA			Código: F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN			Versión: 2

	acelera el proceso de generación de ideas al proporcionar referencias visuales y conceptuales relevantes, brindando una fuente de inspiración para superar el bloqueo.								
4	En el ámbito del diseño, la inteligencia artificial no se trata de replicar o imitar, sino que ofrece la oportunidad de encontrar inspiración a gran escala, aprovechando sus beneficios y ventajas para impulsar la creatividad e innovación.	X		X		X		X	
	Dimensión 3 Valor agregado del diseñador gráfico para productos finales	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	El criterio estético del diseñador gráfico es fundamental para asegurar la calidad visual de los productos generados por inteligencia artificial.	X		X		X		X	
2	El criterio estético en los productos generados por inteligencia artificial no solo es cuestión de gusto personal, sino que busca encontrar un equilibrio entre la estética y funcionalidad.	X		X		X		X	
3	El criterio funcional del diseñador puede marcar la diferencia entre un producto generado por inteligencia artificial que cumple con sus funciones de manera efectiva y otro que carece de coherencia y utilidad.	X		X		X		X	
4	Validar y realizar ajustes pertinentes a resultados ofrecidos por inteligencia artificial es necesario para cumplir con las exigencias personales y del cliente.	X		X		X		X	
	Dimensión 1 Pensamiento disruptivo	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	Los diseñadores tienen la responsabilidad de encontrar soluciones gráficas que aborden problemáticas en el contexto de una propuesta gráfica y	X		X		X		X	

	mantener su identidad.								
2	Los desafíos al seleccionar ideas en productos generados por inteligencia artificial, incluyen evaluar la creatividad, coherencia y funcionalidad de las propuestas.	X		X		X		X	
3	La combinación de la creatividad del diseñador gráfico con las ideas e imágenes generadas por inteligencia artificial da lugar a soluciones visuales innovadoras y sorprendentes.	X		X		X		X	
4	El diseñador gráfico explora y experimenta con las ideas generadas por inteligencia artificial para aportar nuevas formas de expresión visual.	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Expresión gráfica	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	Terminada la selección de ideas e imágenes como referentes, el diseñador gráfico utiliza su experiencia para elegir elementos visuales de uso en la generación de conceptos de manera clara y atractiva.	X		X		X		X	
2	El diseñador reconoce la selección cuidadosa de elementos visuales en la representación de ideas para transmitir exitosamente el mensaje deseado.	X		X		X		X	
3	El diseñador gráfico hace uso del equilibrio visual para comunicar con armonía y facilitar la comprensión de la información visual de acuerdo a los conceptos de proyectos gráficos.	X		X		X		X	
4	El diseñador gráfico tiene la capacidad de utilizar los principios de equilibrio visual al evitar la producción de diseños desequilibrados, visualmente desacertados.	X		X		X		X	
	Dimensión 3 Competencias genéricas	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	El uso de la inteligencia	X		X		X		X	

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2

	artificial puede aumentar la competitividad empresarial en el ámbito creativo.							
2	Los colaboradores deben capacitarse constantemente para adaptarse al manejo de la inteligencia artificial, con la finalidad de mantenerse activos en el mercado laboral.	X		X		X		X
3	Establecer un canal de comunicación con los clientes es primordial para generar confianza, saber con precisión las necesidades del proyecto gráfico y tomar decisiones más asertivas.	X		X		X		X
4	Las habilidades de toma de decisiones estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo.	X		X		X		X


Observaciones (precisar si hay suficiencia):

El instrumento presenta suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Cumpa Guerra, Jessy Gray


Especialidad: Diseño y Producción Audiovisual

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2


1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1.1. Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

1. NOMBRE DEL JUEZ		Mg. Suleika Eliana Ugaz Braco	
2.	PROFESIÓN	Diseño Gráfico / Ingeniería Informática	
	ESPECIALIDAD	Ingeniería Informática	
	GRADO ACADÉMICO	Magíster en Educación	
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	Coordinadora Académica del Proyecto Telefónica - Zegel Ipae. Docente universitaria con más de 10 años en la enseñanza superior: Docente de Escuela de Comunicación en la USAT, Docente de Escuela de Artes & Diseño Gráfico Empresarial en la Universidad Señor de Sipán (9 años), Docente de Escuela de Ingeniería de Sistemas en la Universidad César Vallejo (Piura) y Docente de Escuela de Artes & Diseño Gráfico Empresarial en la UCV (Lima Norte). Docente en institutos: Idat, SENATI y Zegel Ipae.	
CARGO	Docente Tiempo Parcial de Escuela de Comunicación de la Facultad de Humanidades - Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo		
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque			
3. DATOS DEL TESISISTA			
3.1.	NOMBRES Y APELLIDOS	Danitza Rivadeneyra Prada	
3.2.	PROGRAMA DE PREGRADO	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista () Cuestionario (X) Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p>GENERAL Analizar la manera en que el uso de la inteligencia artificial se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la manera en que la planificación de proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque. - Reconocer la manera en que el aporte visual para proyectos gráficos se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque. - Explicar la manera en que el valor agregado del diseñador gráfico en productos finales se relaciona con el proceso creativo del diseño gráfico en profesionales de Lambayeque. 	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (X) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO. Por favor, si está en desacuerdo, especifique sus sugerencias.			
N°	DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO		
1	Los algoritmos de inteligencia artificial	A (X)	D ()

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2


	identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico.	SUGERENCIAS:
2	La clave para generar un diseño efectivo utilizando inteligencia artificial reside en comprender y aprovechar la descripción proporcionada en el prompt.	A (X) D () SUGERENCIAS:
3	La inteligencia artificial mejora el análisis de información para la toma de decisiones en poco tiempo, acelera los flujos de trabajo en el diseño gráfico y optimiza los plazos de entrega.	A (X) D () SUGERENCIAS:
4	La inteligencia artificial mejora la eficiencia en la exploración de múltiples conceptos y variantes en proyectos gráficos, optimizando el tiempo de estas actividades.	A (X) D () SUGERENCIAS:
5	La inteligencia artificial ayuda a los diseñadores a superar bloqueos creativos al ofrecer nuevas perspectivas y enfoques creativos que abren nuevas oportunidades de diseño.	A (X) D () SUGERENCIAS:
6	La inteligencia artificial no lo es todo, para salir del bloqueo creativo se debe complementar con el entrenamiento de la creatividad constante por parte del diseñador al especializarse.	A (X) D () SUGERENCIAS:
7	La inteligencia artificial acelera el proceso de generación de ideas al proporcionar referencias visuales y conceptuales relevantes, brindando una fuente de inspiración para superar el bloqueo.	A (X) D () SUGERENCIAS:
8	En el ámbito del diseño, la inteligencia artificial no se trata de replicar o imitar, sino que ofrece la oportunidad de encontrar inspiración a gran escala, aprovechando sus beneficios y ventajas para impulsar la creatividad e innovación.	A (X) D () SUGERENCIAS:
9	El criterio estético del diseñador gráfico es fundamental para asegurar la calidad visual de los productos generados por inteligencia artificial.	A (X) D () SUGERENCIAS:
10	El criterio estético en los productos generados por inteligencia artificial no solo es cuestión de gusto personal, sino que busca encontrar un equilibrio entre la estética y funcionalidad.	A (X) D () SUGERENCIAS:
11	El criterio funcional del diseñador puede marcar la diferencia entre un producto generado por inteligencia artificial que cumple con sus funciones de manera efectiva y otro que carece de coherencia y utilidad.	A (X) D () SUGERENCIAS:
12	Validar y realizar ajustes pertinentes a	A (X) D ()

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2

	decisiones más asertivas.	
24	Las habilidades de toma de decisiones estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo.	A (X) D () SUGERENCIAS:
PROMEDIO OBTENIDO		A (X) D ()
6. COMENTARIOS GENERALES El lunes 9 de octubre de 2023 a las 10:00 p.m., el juez experto realizó la validación del instrumento.		
7. OBSERVACIONES Ninguna.		



Mg. Suleika Eliana Ugaz Braco
Juez Experto

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2

2. Ficha de validación según AIKEN


I. Datos generales

Apellidos y nombres del informante	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Mg. Ugaz Braco, Suleika Eliana	Docente Tiempo Parcial de Escuela de Comunicación de la Facultad de Humanidades - Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo	Cuestionario con escala de Likert	Rivadeneira Prada, Danitza
Título de la Investigación: El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque			

II. Aspectos de validación de cada ítem


Estimada Mg. Suleika Eliana Ugaz Braco, complete la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto. Escriba (A) acuerdo o (D) desacuerdo en la segunda columna. Asimismo, si tiene alguna opción o propuesta de modificación, escriba en la columna correspondiente.

ÍTEMS	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
1	Acuerdo	Ninguna
2	Acuerdo	Ninguna
3	Acuerdo	Ninguna
4	Acuerdo	Ninguna
5	Acuerdo	Ninguna
6	Acuerdo	Ninguna
7	Acuerdo	Ninguna
8	Acuerdo	Ninguna
9	Acuerdo	Ninguna
10	Acuerdo	Ninguna
11	Acuerdo	Ninguna
12	Acuerdo	Ninguna
13	Acuerdo	Ninguna
14	Acuerdo	Ninguna
15	Acuerdo	Ninguna
16	Acuerdo	Ninguna
17	Acuerdo	Ninguna
18	Acuerdo	Ninguna
19	Acuerdo	Ninguna
20	Acuerdo	Ninguna
21	Acuerdo	Ninguna
22	Acuerdo	Ninguna
23	Acuerdo	Ninguna
24	Acuerdo	Ninguna

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS			
	GUÍA		Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN		Versión:	2

III. Opinión de aplicabilidad del instrumento, certificado de validez de contenido del instrumento

N°	Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
	Dimensión 1 Planificación de proyectos gráficos								
1	Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico.	X		X		X		X	
2	La clave para generar un diseño efectivo utilizando inteligencia artificial reside en comprender y aprovechar la descripción proporcionada en el prompt.	X		X		X		X	
3	La inteligencia artificial mejora el análisis de información para la toma de decisiones en poco tiempo, acelera los flujos de trabajo en el diseño gráfico y optimiza los plazos de entrega.	X		X		X		X	
4	La inteligencia artificial mejora la eficiencia en la exploración de múltiples conceptos y variantes en proyectos gráficos, optimizando el tiempo de estas actividades.	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Aporte visual para proyectos gráficos								
1	La inteligencia artificial ayuda a los diseñadores a superar bloqueos creativos al ofrecer nuevas perspectivas y enfoques creativos que abren nuevas oportunidades de diseño.	X		X		X		X	
2	La inteligencia artificial no lo es todo, para salir del bloqueo creativo se debe complementar con el entrenamiento de la creatividad constante por parte del diseñador al especializarse.	X		X		X		X	
3	La inteligencia artificial acelera el proceso de generación de ideas al	X		X		X		X	

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS								
	GUÍA						Código:	F-PC-USS	
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN						Versión:	2	

	proporcionar referencias visuales y conceptuales relevantes, brindando una fuente de inspiración para superar el bloqueo.								
4	En el ámbito del diseño, la inteligencia artificial no se trata de replicar o imitar, sino que ofrece la oportunidad de encontrar inspiración a gran escala, aprovechando sus beneficios y ventajas para impulsar la creatividad e innovación.	X		X		X		X	
	Dimensión 3 Valor agregado del diseñador gráfico para productos finales	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	El criterio estético del diseñador gráfico es fundamental para asegurar la calidad visual de los productos generados por inteligencia artificial.	X		X		X		X	
2	El criterio estético en los productos generados por inteligencia artificial no solo es cuestión de gusto personal, sino que busca encontrar un equilibrio entre la estética y funcionalidad.	X		X		X		X	
3	El criterio funcional del diseñador puede marcar la diferencia entre un producto generado por inteligencia artificial que cumple con sus funciones de manera efectiva y otro que carece de coherencia y utilidad.	X		X		X		X	
4	Validar y realizar ajustes pertinentes a resultados ofrecidos por inteligencia artificial es necesario para cumplir con las exigencias personales y del cliente.	X		X		X		X	
	Dimensión 1 Pensamiento disruptivo	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	Los diseñadores tienen la responsabilidad de encontrar soluciones gráficas que aborden problemáticas en el contexto de una propuesta gráfica y mantener su identidad.	X		X		X		X	
2	Los desafíos al	X		X		X		X	



Universidad
Señor de Sipán

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS

GUÍA

Código:


F-PC-USS

DE PRODUCTOS ACADÉMICOS
DE LOS CURSOS DE
INVESTIGACIÓN

Versión:

2

	seleccionar ideas en productos generados por inteligencia artificial, incluyen evaluar la creatividad, coherencia y funcionalidad de las propuestas.								
3	La combinación de la creatividad del diseñador gráfico con las ideas e imágenes generadas por inteligencia artificial da lugar a soluciones visuales innovadoras y sorprendentes.	X		X		X		X	
4	El diseñador gráfico explora y experimenta con las ideas generadas por inteligencia artificial para aportar nuevas formas de expresión visual.	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Expresión gráfica	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	Terminada la selección de ideas e imágenes como referentes, el diseñador gráfico utiliza su experiencia para elegir elementos visuales de uso en la generación de conceptos de manera clara y atractiva.	X		X		X		X	
2	El diseñador reconoce la selección cuidadosa de elementos visuales en la representación de ideas para transmitir exitosamente el mensaje deseado.	X		X		X		X	
3	El diseñador gráfico hace uso del equilibrio visual para comunicar con armonía y facilitar la comprensión de la información visual de acuerdo a los conceptos de proyectos gráficos.	X		X		X		X	
4	El diseñador gráfico tiene la capacidad de utilizar los principios de equilibrio visual al evitar la producción de diseños desequilibrados, visualmente desacertados.	X		X		X		X	
	Dimensión 3 Competencias genéricas	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	El uso de la inteligencia artificial puede aumentar la competitividad	X		X		X		X	

	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS		
	GUÍA	Código:	F-PC-USS
	DE PRODUCTOS ACADÉMICOS DE LOS CURSOS DE INVESTIGACIÓN	Versión:	2

	empresarial en el ámbito creativo.								
2	Los colaboradores deben capacitarse constantemente para adaptarse al manejo de la inteligencia artificial, con la finalidad de mantenerse activos en el mercado laboral.	X		X		X		X	
3	Establecer un canal de comunicación con los clientes es primordial para generar confianza, saber con precisión las necesidades del proyecto gráfico y tomar decisiones más asertivas.	X		X		X		X	
4	Las habilidades de toma de decisiones estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo.	X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

El instrumento presenta suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Ugaz Braco, Suleika Eliana

Especialidad: Ingeniería Informática

Anexo C. Cuestionario

Cuestionario de validez

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

CUESTIONARIO APLICADO A RESPONSABLES DE LA CREACIÓN,
REJUVENECIMIENTO O CONSTRUCCIÓN VISUAL DE MARCAS

Presentación:

Estimado (a), se le invita a participar en este cuestionario de carácter anónimo con el fin de recolectar datos significativos en una investigación universitaria titulada El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque.

Por esa razón, se requiere sinceridad en sus respuestas.

Se agradece de antemano su colaboración en este proceso de investigación.

Términos que ayudan a la comprensión de las preguntas:

Algoritmos: Secuencia estructurada y organizada de operaciones sistemáticas utilizadas para realizar un cálculo específico y encontrar la solución a un tipo particular de problemas de manera efectiva.

Prompt: Descripción textual de lo que se desea generar a través de la inteligencia artificial, ya sean ideas o imágenes.

Datos Generales:

Profesión: _____

Cargo actual: _____

Tabla 13

Cuestionario de validez

N°	Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Variable 1: Inteligencia Artificial		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Planificación de proyectos gráficos						
1	Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico.					
2	La clave para generar un diseño efectivo utilizando inteligencia artificial reside en comprender y aprovechar la descripción proporcionada en el prompt.					
3	La inteligencia artificial mejora el análisis de información para la toma de decisiones en poco tiempo, acelera los flujos de trabajo en el diseño gráfico y optimiza los plazos de entrega.					
4	La inteligencia artificial mejora la eficiencia en la exploración de múltiples conceptos y variantes en proyectos gráficos, optimizando el tiempo de estas actividades.					
Dimensión 2: Aporte visual para proyectos gráficos						
5	La inteligencia artificial ayuda a los diseñadores a superar bloqueos creativos al ofrecer nuevas perspectivas y enfoques creativos que abren nuevas oportunidades de diseño.					
6	La inteligencia artificial no lo es todo, para salir del bloqueo creativo se debe complementar con el entrenamiento de la creatividad constante por parte del diseñador al especializarse.					
7	La inteligencia artificial acelera el proceso de generación de ideas al proporcionar referencias visuales y					

conceptuales relevantes, brindando una fuente de inspiración para superar el bloqueo.

- 8 En el ámbito del diseño, la inteligencia artificial no se trata de replicar o imitar, sino que ofrece la oportunidad de encontrar inspiración a gran escala, aprovechando sus beneficios y ventajas para impulsar la creatividad e innovación.

Dimensión 3: Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales					
9	El criterio estético del diseñador gráfico es fundamental para asegurar la calidad visual de los productos generados por inteligencia artificial.				
10	El criterio estético en los productos generados por inteligencia artificial no solo es cuestión de gusto personal, sino que busca encontrar un equilibrio entre la estética y funcionalidad.				
11	El criterio funcional del diseñador puede marcar la diferencia entre un producto generado por inteligencia artificial que cumple con sus funciones de manera efectiva y otro que carece de coherencia y utilidad.				
12	Validar y realizar ajustes pertinentes a resultados ofrecidos por inteligencia artificial es necesario para cumplir con las exigencias personales y del cliente.				

Variable 2: Proceso Creativo del Diseño Gráfico	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Dimensión 1: Pensamiento disruptivo					
1	Los diseñadores tienen la responsabilidad de encontrar soluciones gráficas que aborden problemáticas en el contexto de una propuesta gráfica y mantener su identidad.				
2	Los desafíos al seleccionar ideas en productos generados por inteligencia artificial, incluyen evaluar la creatividad, coherencia y funcionalidad de las propuestas.				

3 La combinación de la creatividad del diseñador gráfico con las ideas e imágenes generadas por inteligencia artificial da lugar a soluciones visuales innovadoras y sorprendentes.

4 El diseñador gráfico explora y experimenta con las ideas generadas por inteligencia artificial para aportar nuevas formas de expresión visual.

Dimensión 2: Expresión gráfica

5 Terminada la selección de ideas e imágenes como referentes, el diseñador gráfico utiliza su experiencia para elegir elementos visuales de uso en la generación de conceptos de manera clara y atractiva.

6 El diseñador reconoce la selección cuidadosa de elementos visuales en la representación de ideas para transmitir exitosamente el mensaje deseado.

7 El diseñador gráfico hace uso del equilibrio visual para comunicar con armonía y facilitar la comprensión de la información visual de acuerdo a los conceptos de proyectos gráficos.

8 El diseñador gráfico tiene la capacidad de utilizar los principios de equilibrio visual al evitar la producción de diseños desequilibrados, visualmente desacertados.

Dimensión 3: Competencias genéricas

9 El uso de la inteligencia artificial puede aumentar la competitividad empresarial en el ámbito creativo.

10 Los colaboradores deben capacitarse constantemente para adaptarse al manejo de la inteligencia artificial, con la finalidad de mantenerse activos en el mercado laboral.

11 Establecer un canal de comunicación con los clientes es primordial para generar confianza, saber con precisión las necesidades del proyecto gráfico y tomar decisiones más asertivas.

- 12 Las habilidades de toma de decisiones estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo.

Nota. Este cuestionario fue validado a través del juicio de expertos. Fuente:

Elaboración propia (2023).

Cuestionario de aplicación

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

CUESTIONARIO APLICADO A RESPONSABLES DE LA CREACIÓN,
REJUVENECIMIENTO O CONSTRUCCIÓN VISUAL DE MARCAS

Presentación:

Estimado (a), se le invita a participar en este cuestionario de carácter anónimo con el fin de recolectar datos significativos en una investigación universitaria titulada El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque.

Por esa razón, se requiere sinceridad en sus respuestas.

Se agradece de antemano su colaboración en este proceso de investigación.

Términos que ayudan a la comprensión de las preguntas:

Algoritmos: Secuencia estructurada y organizada de operaciones sistemáticas utilizadas para realizar un cálculo específico y encontrar la solución a un tipo particular de problemas de manera efectiva.

Prompt: Descripción textual de lo que se desea generar a través de la inteligencia artificial, ya sean ideas o imágenes.

Datos Generales:

Profesión: _____

Cargo actual: _____

Tabla 14*Cuestionario de aplicación*

N°	Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	¿Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico?					
2	¿La clave para generar un diseño efectivo utilizando inteligencia artificial reside en comprender y aprovechar la descripción proporcionada en el prompt?					
3	¿La inteligencia artificial mejora el análisis de información para la toma de decisiones en poco tiempo, acelera los flujos de trabajo en el diseño gráfico y optimiza los plazos de entrega?					
4	¿La inteligencia artificial mejora la eficiencia en la exploración de múltiples conceptos y variantes en proyectos gráficos, optimizando el tiempo de estas actividades?					
5	¿La inteligencia artificial ayuda a los diseñadores a superar bloqueos creativos al ofrecer nuevas perspectivas y enfoques creativos que abren nuevas oportunidades de diseño?					
6	¿La inteligencia artificial no lo es todo, para salir del bloqueo creativo se debe complementar con el entrenamiento de la creatividad constante por parte del diseñador al especializarse?					
7	¿La inteligencia artificial acelera el proceso de generación de ideas al proporcionar referencias visuales y conceptuales relevantes, brindando una fuente de inspiración para superar el bloqueo?					
8	¿En el ámbito del diseño, la inteligencia artificial no se trata de replicar o imitar, sino que ofrece la oportunidad de encontrar inspiración a gran escala, aprovechando sus					

beneficios y ventajas para impulsar la creatividad e innovación?

9 ¿El criterio estético del diseñador gráfico es fundamental para asegurar la calidad visual de los productos generados por inteligencia artificial?

10 ¿El criterio estético en los productos generados por inteligencia artificial no solo es cuestión de gusto personal, sino que busca encontrar un equilibrio entre la estética y funcionalidad?

11 ¿El criterio funcional del diseñador puede marcar la diferencia entre un producto generado por inteligencia artificial que cumple con sus funciones de manera efectiva y otro que carece de coherencia y utilidad?

12 ¿Validar y realizar ajustes pertinentes a resultados ofrecidos por inteligencia artificial es necesario para cumplir con las exigencias personales y del cliente?

13 ¿Los diseñadores tienen la responsabilidad de encontrar soluciones gráficas que aborden problemáticas en el contexto de una propuesta gráfica y mantener su identidad?

14 ¿Los desafíos al seleccionar ideas en productos generados por inteligencia artificial, incluyen evaluar la creatividad, coherencia y funcionalidad de las propuestas?

15 ¿La combinación de la creatividad del diseñador gráfico con las ideas e imágenes generadas por inteligencia artificial da lugar a soluciones visuales innovadoras y sorprendentes?

16 ¿El diseñador gráfico explora y experimenta con las ideas generadas por inteligencia artificial para aportar nuevas formas de expresión visual?

17 ¿Terminada la selección de ideas e imágenes como referentes, el diseñador gráfico utiliza su experiencia para elegir elementos visuales de uso en la generación de conceptos de manera clara y atractiva?

- 18 ¿El diseñador reconoce la selección cuidadosa de elementos visuales en la representación de ideas para transmitir exitosamente el mensaje deseado?
- 19 ¿El diseñador gráfico hace uso del equilibrio visual para comunicar con armonía y facilitar la comprensión de la información visual de acuerdo a los conceptos de proyectos gráficos?
- 20 ¿El diseñador gráfico tiene la capacidad de utilizar los principios de equilibrio visual al evitar la producción de diseños desequilibrados, visualmente desacertados?
- 21 ¿El uso de la inteligencia artificial puede aumentar la competitividad empresarial en el ámbito creativo?
- 22 ¿Los colaboradores deben capacitarse constantemente para adaptarse al manejo de la inteligencia artificial, con la finalidad de mantenerse activos en el mercado laboral?
- 23 ¿Establecer un canal de comunicación con los clientes es primordial para generar confianza, saber con precisión las necesidades del proyecto gráfico y tomar decisiones más asertivas?
- 24 ¿Las habilidades de toma de decisiones estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo?

Nota. Este cuestionario se encuentra elaborado en este enlace <https://forms.gle/HhN9Q3GLJPMTRPax8> que fue destinado a los participantes de la prueba piloto y se tuvo otro enlace <https://forms.gle/MtnynqGCDmJoo1Lx6> para quienes participaron en la muestra. Fuente: Elaboración propia (2023).


Anexo D. Aplicación del cuestionario

PRUEBA PILOTO - Formularios

docs.google.com/forms/d/10Ll3PbBvI06CFny3V6Z7wYg9ZOHM0zF1KW1V2G4So/edit

PRUEBA PILOTO

Preguntas Respuestas Configuración



CUESTIONARIO APLICADO A RESPONSABLES DE LA CREACIÓN, REJUVENECIMIENTO O CONSTRUCCIÓN VISUAL DE MARCAS

Estimado (a), se le invita a participar en este cuestionario de carácter anónimo con el fin de recolectar datos significativos en una investigación universitaria titulada El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque.

Por esa razón, se requiere sinceridad en sus respuestas.

Se agradece de antemano su colaboración en este proceso de investigación.

Terminos que ayudan a la comprensión de las preguntas:

Algoritmos: Secuencia estructurada y organizada de operaciones sistemáticas utilizadas para realizar un cálculo específico y encontrar la solución a un tipo particular de problemas de manera efectiva.

Prompt: Descripción textual de lo que se desea generar a través de la inteligencia artificial, ya sean ideas o imágenes.

Buscar

13:08 28/11/2023

PRUEBA PILOTO - Formularios

docs.google.com/forms/d/10Ll3PbBvI06CFny3V6Z7wYg9ZOHM0zF1KW1V2G4So/edit

PRUEBA PILOTO

Preguntas Respuestas Configuración

24 ¿Las habilidades de toma de decisiones estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo?

Totalmente en desacuerdo


En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

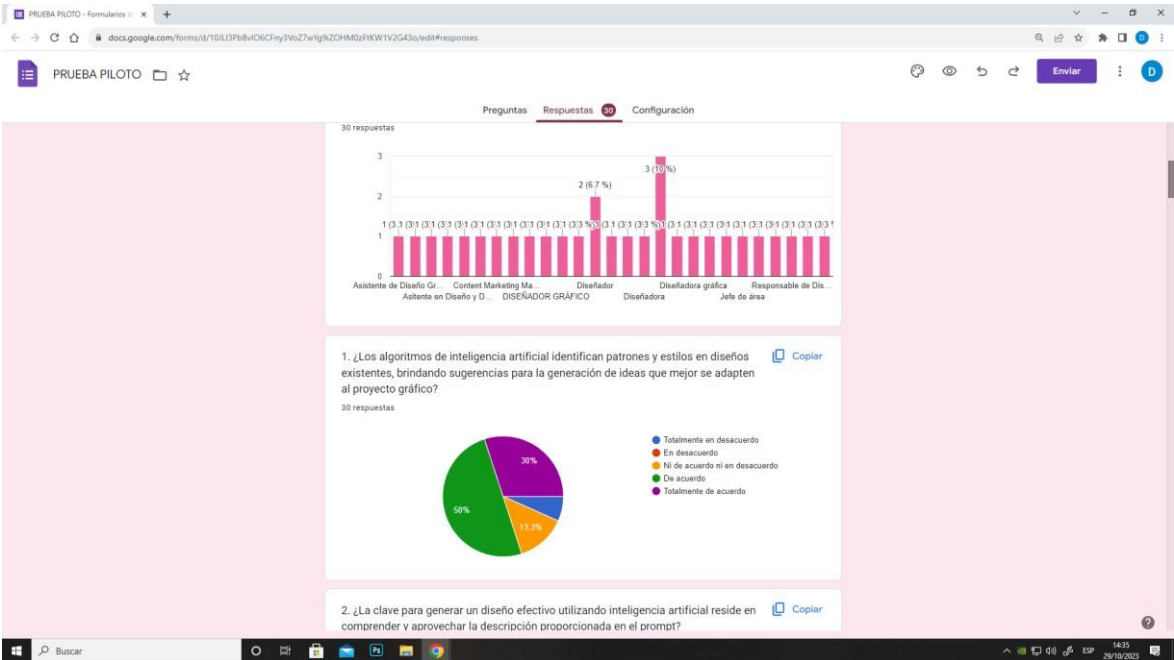
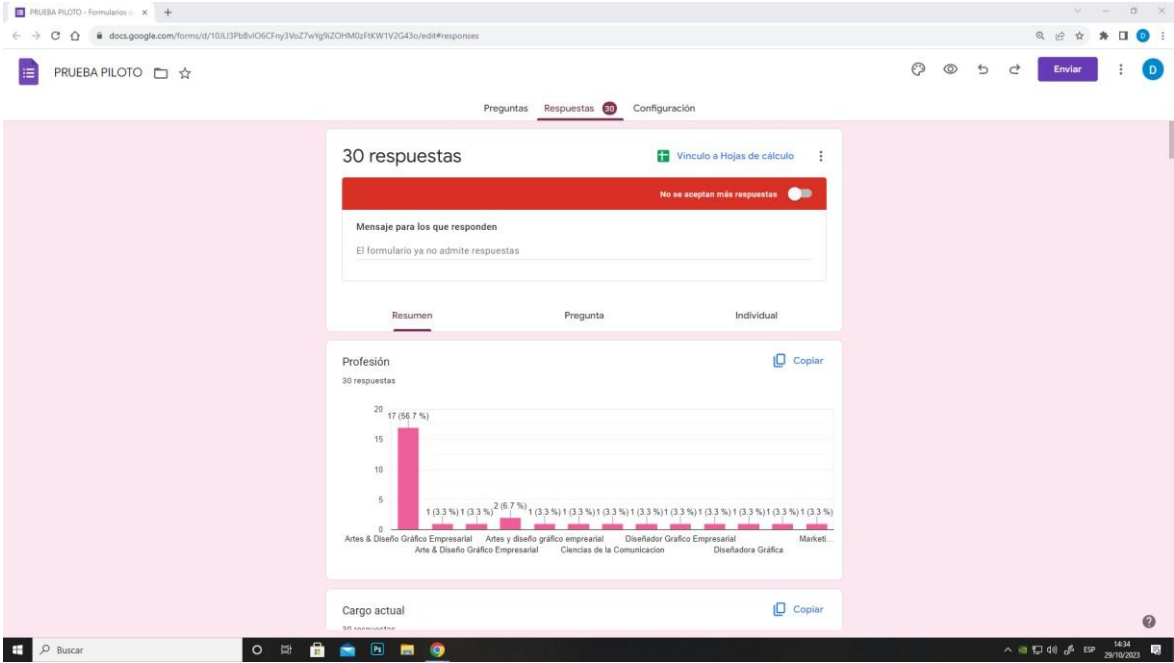
Totalmente de acuerdo

Título de imagen



Buscar

13:08 28/11/2023




MUESTRA - Formularios de Google

docs.google.com/forms/d/1m9-eUhpUjWWCIZSVLEy338CCQU-6r4L7w5FS6MpuU0/edit

MUESTRA ☆

Preguntas Respuestas 0 Configuración



CUESTIONARIO APLICADO A RESPONSABLES DE LA CREACIÓN, REJUVENECIMIENTO O CONSTRUCCIÓN VISUAL DE MARCAS

Estimado (a), se le invita a participar en este cuestionario de carácter anónimo con el fin de recolectar datos significativos en una investigación universitaria titulada El uso de la Inteligencia Artificial en el Proceso Creativo del Diseño Gráfico en profesionales de Lambayeque.

Por esa razón, se requiere sinceridad en sus respuestas.

Se agradece de antemano su colaboración en este proceso de investigación.

Términos que ayudan a la comprensión de las preguntas:

Algoritmos: Secuencia estructurada y organizada de operaciones sistemáticas utilizadas para realizar un cálculo específico y encontrar la solución a un tipo particular de problemas de manera efectiva.

Prompt: Descripción textual de lo que se desea generar a través de la inteligencia artificial, ya sean ideas o imágenes.

Enviar

Buscar

13:50 28/11/2023

MUESTRA - Formularios de Google

docs.google.com/forms/d/1m9-eUhpUjWWCIZSVLEy338CCQU-6r4L7w5FS6MpuU0/edit


MUESTRA ☆

Preguntas Respuestas 1 Configuración

24. ¿Las habilidades de toma de decisiones estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Título de imagen



Enviar

Buscar

13:50 28/11/2023

MUESTRA - Formularios de Google

docs.google.com/forms/d/1m9-eUhpUjWWC1Z5VLEy338CCQU-6r4L7w5f56MpuU/edit#responses

MUESTRA

Preguntas Respuestas 61 Configuración

61 respuestas [Ver en Hojas de cálculo](#)

No se aceptan más respuestas

Mensaje para los que responden
El formulario ya no admite respuestas

Resumen Pregunta Individual

Profesión 61 respuestas [Copiar](#)

Profesión	Cantidad	Porcentaje
Artes y Diseño Gráfico	25	41 %
Administración de E...	1	1 %
Comunicado Social	3	4.9 %
Diseñador gráfico	4	6.6 %

Cargo actual

MUESTRA - Formularios de Google

docs.google.com/forms/d/1m9-eUhpUjWWC1Z5VLEy338CCQU-6r4L7w5f56MpuU/edit#responses

MUESTRA

Preguntas Respuestas 61 Configuración

61 respuestas

Diseñador Gráfico
Diseñadora Gráfica
Diseñadora Gráfica
Diseñador Gráfico
Asistente Administrativo
Directora Creativa
Analista de marketing
Consultora
Encargado de Marketing

1. ¿Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico? [Copiar](#)

61 respuestas

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
De acuerdo	36	59 %
Totalmente de acuerdo	11	18 %

● Totalmente en desacuerdo
 ● En desacuerdo
 ● Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 ● De acuerdo
 ● Totalmente de acuerdo

Anexo E. Prueba Piloto

Tabla 15

Base de Datos de Prueba Piloto con Escala de Likert de Totalmente en desacuerdo a Totalmente de acuerdo

Inteligencia Artificial														
N°	Profesión	Cargo actual	Planificación de proyectos gráficos				Aporte visual para proyectos gráficos				Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales			
			P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
1	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Directora de Diseño Publicitario	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
2	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
3	Ciencias de la Comunicación	Responsable de Imagen Institucional	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
4	Marketing y Dirección de Empresas	Asistente de Marketing y Comercial	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo

5	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
6	Comunicaciones de Marketing	Productora Audiovisual	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
7	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Community Manager, Diseñador Publicitario	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
8	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
9	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
10	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Asistente de Diseño y Diseño de Planos	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
11	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Community Manager	Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo

12	Ciencias Publicitarias	Productor General	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
13	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Content Marketing Manager	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
14	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Responsable de Diseño y Edición	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
15	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
16	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
17	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Creadora de Contenido, Diseñadora Gráfica	Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
18	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica y Audiovisual	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo

19	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Creadora de Contenido Audiovisual, Diseñadora Gráfica	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
20	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
21	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
22	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
23	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefe de Diseño	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
24	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Asistente de Marketing	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
25	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Marketing	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo

26	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
27	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Asistente de Diseño Gráfico	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
28	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
29	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Director Creativo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
30	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Social Media Manager	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo

Proceso Creativo del Diseño Gráfico

Pensamiento disruptivo					Expresión gráfica					Competencias genéricas			
N°	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	
1	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	

11	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
12	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
13	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
14	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
15	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
16	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
17	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
18	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

19	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
20	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
21	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
22	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
23	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
24	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
25	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
26	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo

27	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
28	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
29	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
30	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo

Nota. Esta tabla reflejó las respuestas de los participantes de la Prueba Piloto con respecto a las preguntas provenientes de las dimensiones de la Variable 1 y Variable 2. Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

Tabla 16

Base de Datos de Prueba Piloto con Escala de Likert del 1 al 5

Marca temporal	1. ¿Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico?	2. ¿La clave para generar un diseño efectivo utilizando inteligencia artificial reside en comprender y aprovechar la descripción proporcionada en el prompt?	3. ¿La inteligencia artificial mejora el análisis de información para la toma de decisiones en poco tiempo, acelera los flujos de trabajo en el diseño gráfico y optimiza los plazos de entrega?	4. ¿La inteligencia artificial mejora la eficiencia en la exploración de múltiples conceptos y variantes en proyectos gráficos, optimizando el tiempo de estas actividades?	5. ¿La inteligencia artificial ayuda a los diseñadores a superar bloqueos creativos al ofrecer nuevas perspectivas y enfoques creativos que abren nuevas oportunidades de diseño?	6. ¿La inteligencia artificial no lo es todo, para salir del bloqueo creativo se debe complementar con el entrenamiento de la creatividad constante por parte del diseñador al especializarse?	7. ¿La inteligencia artificial acelera el proceso de generación de ideas al proporcionar referencias visuales y conceptuales relevantes, brindando una fuente de inspiración para superar el bloqueo?	8. ¿En el ámbito del diseño, la inteligencia artificial no se trata de replicar o imitar, sino que ofrece la oportunidad de encontrar inspiración a gran escala, aprovechando sus beneficios y ventajas para impulsar la creatividad e innovación?	9. ¿El criterio estético del diseñador gráfico es fundamental para asegurar la calidad visual de los productos generados por inteligencia artificial?	10. ¿El criterio estético en los productos generados por inteligencia artificial no solo es cuestión de gusto personal, sino que busca encontrar un equilibrio entre la estética y funcionalidad?	11. ¿El criterio funcional del diseñador puede marcar la diferencia entre un producto generado por inteligencia artificial que cumple con sus funciones de manera efectiva y otro que carece de coherencia y utilidad?	12. ¿Validar y realizar ajustes pertinentes a resultados ofrecidos por inteligencia artificial es necesario para cumplir con las exigencias personales y del cliente?
12/10/2023	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5
12/10/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
12/10/2023	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
12/10/2023	4	5	3	4	4	2	3	4	5	4	3	4
12/10/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12/10/2023	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5

13/10/2023	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
13/10/2023	4	5	3	3	4	5	3	5	4	4	4	4
13/10/2023	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14/10/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14/10/2023	1	4	4	3	5	1	5	5	4	4	3	4
14/10/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15/10/2023	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4
15/10/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16/10/2023	5	5	3	4	4	5	4	4	5	3	5	4
16/10/2023	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
16/10/2023	1	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4
16/10/2023	3	4	2	2	3	5	3	3	4	4	5	4
17/10/2023	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
17/10/2023	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	4	5
17/10/2023	5	4	3	3	5	5	5	5	5	1	5	5
18/10/2023	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
23/10/2023	3	5	4	3	2	4	3	4	5	3	5	5
23/10/2023	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	2
23/10/2023	5	5	1	5	5	4	4	4	3	4	4	4
23/10/2023	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4

24/10/2023	3	3	2	2	2	5	1	1	3	4	5	3
24/10/2023	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
27/10/2023	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29/10/2023	5	3	4	4	3	4	3	4	5	5	3	4

13. ¿Los diseñadores tienen la responsabilidad de encontrar soluciones gráficas que aborden problemáticas en el contexto de una propuesta gráfica y mantener su identidad?	14. ¿Los desafíos al seleccionar ideas en productos generados por inteligencia artificial, incluyen evaluar la creatividad, coherencia y funcionalidad de las propuestas?	15. ¿La combinación de la creatividad del diseñador gráfico con las ideas e imágenes generadas por inteligencia artificial da lugar a soluciones visuales innovadoras y sorprendentes?	16. ¿El diseñador gráfico explora y experimenta con las ideas generadas por inteligencia artificial para aportar nuevas formas de expresión visual?	17. ¿Terminada la selección de ideas e imágenes como referentes, el diseñador gráfico utiliza su experiencia para elegir elementos visuales de uso en la generación de conceptos de manera clara y atractiva?	18. ¿El diseñador reconoce la selección cuidadosa de elementos visuales en la representación de ideas para transmitir exitosamente el mensaje deseado?	19. ¿El diseñador gráfico hace uso del equilibrio visual para comunicar con armonía y facilitar la comprensión de la información visual de acuerdo a los conceptos de proyectos gráficos?	20. ¿El diseñador gráfico tiene la capacidad de utilizar los principios de equilibrio visual al evitar la producción de diseños desequilibrados, visualmente desacertados?	21. ¿El uso de la inteligencia artificial puede aumentar la competitividad empresarial en el ámbito creativo?	22. ¿Los colaboradores deben capacitarse constantemente e para adaptarse al manejo de la inteligencia artificial, con la finalidad de mantenerse activos en el mercado laboral?	23. ¿Establecer un canal de comunicación con los clientes es primordial para generar confianza, saber con precisión las necesidades del proyecto gráfico y tomar decisiones más asertivas?	24. ¿Las habilidades de toma de decisiones estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo?
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5

4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5
5	4	3	3	4	4	4	5	3	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5

5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
2	3	4	2	3	3	5	2	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5
5	5	3	3	4	5	5	5	3	5	4	4

Nota. Esta tabla reflejó las respuestas de los participantes de la Prueba Piloto con respecto a las preguntas provenientes de las dimensiones de la Variable 1 y Variable 2. Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

Tabla 17*Suma total de Variable 1 y Variable 2 de Prueba Piloto*

N°	SUMA		SUMA TOTAL
	Inteligencia Artificial	Proceso Creativo del Diseño Gráfico	
1	53	59	112
2	48	52	100
3	58	58	116
4	45	52	97
5	48	48	96
6	58	58	116
7	55	58	113
8	48	53	101
9	47	47	94
10	48	48	96
11	43	54	97
12	48	47	95
13	51	59	110
14	48	48	96
15	51	59	110
16	57	56	113
17	45	51	96
18	42	49	91
19	50	54	104
20	50	56	106
21	51	60	111
22	43	44	87
23	46	55	101
24	48	54	102
25	48	48	96
26	49	51	100

27	34	40	74
28	54	54	108
29	60	57	117
30	47	51	98

Nota. En base a las respuestas de los participantes de la Prueba Piloto, se generó la suma total de variables que aportó a la expresión mediante varianza de preguntas y análisis de correlaciones. Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

La siguiente expresión mediante varianza de preguntas permitió calcular el Alfa de Cronbach en Microsoft Excel 2019 MSO:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left| 1 - \frac{\sum V_i}{V_T} \right|$$

α: Alfa de Cronbach 0.899

k: Número de preguntas 24

Tabla 18

Varianza de cada pregunta

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	
Vi: Varianza de cada pregunta	1.067816092	0.39195402	0.82298851	0.67126437	0.8091954	0.90229885	0.82758621	0.64827586	0.39195402	
	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19
	0.72298851	0.44137931	0.51034483	0.46436782	0.32643678	0.44137931	0.57586207	0.36781609	0.32758621	0.24827586

P20	P21	P22	P23	P24	
0.51609195	0.68505747	0.25747126	0.21724138	0.3954023	13.0310345

Nota. Esta tabla detalló la varianza de cada pregunta planteada a los participantes de la Prueba Piloto. Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

Vt: Varianza total	93.84022989
Factor 1	1.043478261
Factor 2	0.861135949

Tabla 19*Análisis de correlaciones*

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
SUMA	0.533134355	0.58355036	0.56555522	0.59117004	0.54977783	0.24795423	0.73562876	0.73566631	0.72228335

P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19
0.05763291	0.23789453	0.68464012	0.72226057	0.74929563	0.65581735	0.63654349	0.88236322	0.78052783	0.40863565

P20	P21	P22	P23	P24
0.70641827	0.31624832	0.60845593	0.64076408	0.36947011

Nota. Esta tabla mostró el análisis de correlaciones correspondiente a las 24 preguntas planteadas a los participantes de la Prueba Piloto. Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

Tabla 20

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
Total		30	100,0

Nota. Esta tabla consideró a los 30 participantes de la Prueba Piloto. a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Tabla 21

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,899	24

Nota. Esta tabla se basó en las 24 preguntas planteadas a los 30 participantes de la Prueba Piloto. El resultado del Alfa de Cronbach de ,899 fue bueno y favorable para esta tesis. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Tabla 22*Estadísticas de total de elemento*

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. ¿Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico?	97,8000	84,234	,450	,897
2. ¿La clave para generar un diseño efectivo utilizando inteligencia artificial reside en comprender y aprovechar la descripción proporcionada en el prompt?	97,5333	87,154	,538	,894
3. ¿La inteligencia artificial mejora el análisis de información para la toma de decisiones en poco tiempo, acelera los flujos de trabajo en el diseño gráfico y optimiza los plazos de entrega?	98,0333	84,723	,497	,895
4. ¿La inteligencia artificial mejora la eficiencia en la exploración de múltiples conceptos y variantes en proyectos gráficos, optimizando el tiempo de estas actividades?	97,9000	85,128	,532	,894
5. ¿La inteligencia artificial ayuda a los diseñadores a superar bloqueos creativos al ofrecer nuevas perspectivas y enfoques creativos que abren nuevas oportunidades de diseño?	97,6333	85,068	,480	,895
6. ¿La inteligencia artificial no lo es todo, para salir del bloqueo creativo se debe complementar con el entrenamiento de la creatividad constante por parte del diseñador al especializarse?	97,6000	90,179	,153	,905
7. ¿La inteligencia artificial acelera el proceso de generación de ideas al proporcionar referencias visuales y conceptuales relevantes, brindando una fuente de inspiración para superar el bloqueo?	97,7667	81,702	,688	,889

8. ¿En el ámbito del diseño, la inteligencia artificial no se trata de replicar o imitar, sino que ofrece la oportunidad de encontrar inspiración a gran escala, aprovechando sus beneficios y ventajas para impulsar la creatividad e innovación?	97,5667	83,013	,694	,890
9. ¿El criterio estético del diseñador gráfico es fundamental para asegurar la calidad visual de los productos generados por inteligencia artificial?	97,3333	85,471	,689	,891
10. ¿El criterio estético en los productos generados por inteligencia artificial no solo es cuestión de gusto personal, sino que busca encontrar un equilibrio entre la estética y funcionalidad?	97,8000	93,614	-,030	,908
11. ¿El criterio funcional del diseñador puede marcar la diferencia entre un producto generado por inteligencia artificial que cumple con sus funciones de manera efectiva y otro que carece de coherencia y utilidad?	97,5667	91,220	,172	,901
12. ¿Validar y realizar ajustes pertinentes a resultados ofrecidos por inteligencia artificial es necesario para cumplir con las exigencias personales y del cliente?	97,5667	84,875	,642	,891
13. ¿Los diseñadores tienen la responsabilidad de encontrar soluciones gráficas que aborden problemáticas en el contexto de una propuesta gráfica y mantener su identidad?	97,3000	84,769	,686	,890
14. ¿Los desafíos al seleccionar ideas en productos generados por inteligencia artificial, incluyen evaluar la creatividad, coherencia y funcionalidad de las propuestas?	97,3000	85,872	,722	,891
15. ¿La combinación de la creatividad del diseñador gráfico con las ideas e imágenes generadas por inteligencia artificial da lugar a soluciones visuales innovadoras y sorprendentes?	97,5667	85,840	,614	,892
16. ¿El diseñador gráfico explora y experimenta con las ideas generadas por inteligencia artificial para aportar nuevas formas de expresión visual?	97,6667	85,057	,586	,892
17. ¿Terminada la selección de ideas e imágenes como referentes, el diseñador gráfico utiliza su experiencia para elegir elementos visuales de uso en la generación de conceptos de manera clara y atractiva?	97,4333	83,840	,867	,888

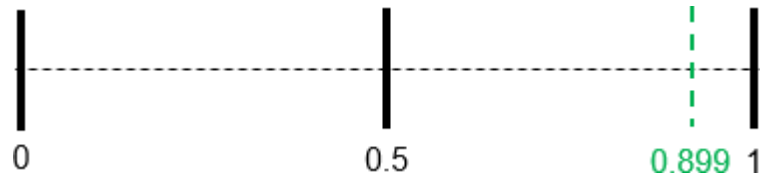
18. ¿El diseñador reconoce la selección cuidadosa de elementos visuales en la representación de ideas para transmitir exitosamente el mensaje deseado?	97,2667	85,513	,756	,890
19. ¿El diseñador gráfico hace uso del equilibrio visual para comunicar con armonía y facilitar la comprensión de la información visual de acuerdo a los conceptos de proyectos gráficos?	97,1667	90,144	,364	,897
20. ¿El diseñador gráfico tiene la capacidad de utilizar los principios de equilibrio visual al evitar la producción de diseños desequilibrados, visualmente desacertados?	97,4000	84,524	,666	,891
21. ¿El uso de la inteligencia artificial puede aumentar la competitividad empresarial en el ámbito creativo?	97,8333	89,454	,236	,901
22. ¿Los colaboradores deben capacitarse constantemente para adaptarse al manejo de la inteligencia artificial, con la finalidad de mantenerse activos en el mercado laboral?	97,2333	88,116	,574	,894
23. ¿Establecer un canal de comunicación con los clientes es primordial para generar confianza, saber con precisión las necesidades del proyecto gráfico y tomar decisiones más asertivas?	97,0667	88,271	,611	,894
24. ¿Las habilidades de toma de decisiones estéticas, comprensión del contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicadas por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo?	97,3000	89,734	,311	,898

Nota. Media de escala si el elemento se ha suprimido, Varianza de escala si el elemento se ha suprimido, Correlación total de elementos corregida, Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido son aspectos que aportaron significativamente al contenido de esta tesis. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Figura 6

Alfa de Cronbach – Escala de Inteligencia Artificial y Proceso Creativo del Diseño

Gráfico (Índice de consistencia interna)



Nota. El Índice de Confiabilidad alcanzado fue de 0.899, por ende, el instrumento de medición fue confiable y de consistencia interna buena. Fuente: Elaboración propia (2023).

8	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
9	Ciencias de la Comunicación	Encargado de Marketing	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
10	Comunicación Social	Director Creativo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
11	Ciencias de la Comunicación	Asesor	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
12	Artes & Diseño Gráfico Empresarial, Marketing	Diseñador Gráfico	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
13	Administración de Empresas	Gerente General	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
14	Marketing	Gerente General	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
15	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Diseño	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
16	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Ejecutiva de Cuentas Digital	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
17	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Visual Merchandising	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	
18	Ingeniería de Sistemas, Administración de Empresas	Gerente	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
19	Ciencias de la Comunicación	Comunicadora	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo

20	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Director Creativo, Diseñador Gráfico	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
21	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Especialista en Creatividad	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
22	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
23	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Supervisor Comercial	En desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
24	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Productor Creativo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
25	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
26	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Imagen Institucional	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
27	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Directora de Marketing	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
28	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico, Publicista Senior	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
29	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora, Fotógrafa	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
30	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Creadora de marcas, Ilustradora Digital	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

31	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Asesor de Imagen Personal, Consultor de Imagen Institucional, Asesor de Proyectos Culturales	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
32	Ciencias de la Comunicación	Director Ejecutivo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
33	Ciencias de la Comunicación	Jefa de Marketing	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
34	Comercio y Negocios Internacionales	Gerente de Proyectos	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
35	Arte & Diseño gráfico empresarial	Subgerente, Diseñador	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
36	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Instructor	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
37	Educación Inicial, Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Administrativa y Asesora de imagen institucional	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
38	Ingeniería Industrial	Realizador Audiovisual	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
39	Producción de Diseño Gráfico y Artes Publicitarias	Auxiliar en Medios y Experiencia de Cliente	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo

40	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo
41	Ciencias Publicitarias, Ciencias de la Comunicación	Comunicador	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
42	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
43	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Marketing y Diseño Gráfico	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
44	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Fotógrafa	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
45	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
46	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Imagen	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
47	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Redactora Creativa	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
48	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
49	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Especialista en Artes y Diseño Gráfico, Fotografía, Manejo de drone	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo

50	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
51	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora, Community Manager	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
52	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo
53	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Analista de Comunicación Interna	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
54	Marketing y Negocios Internacionales	Supervisor	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
55	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
56	Comunicación Social	Director	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
57	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
58	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Marketing	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
59	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico, Community Manager	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
60	Comunicación Social	Gerente General	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo

61	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Artista Plástico	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
----	------------------------------------	------------------	------------	------------	------------	------------	--------------------------------	-----------------------	------------	------------	------------	--------------------------------	-----------------------	------------

Proceso Creativo del Diseño Gráfico

N°	Pensamiento disruptivo				Expresión gráfica				Competencias genéricas			
	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
1	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
2	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
3	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
4	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
5	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
6	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
7	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
8	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

53	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
54	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
55	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
56	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
57	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
58	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
59	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
60	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
61	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Nota. Esta tabla reflejó las respuestas de los participantes de la Muestra con respecto a las preguntas provenientes de las dimensiones de la Variable 1 y Variable 2. Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

Tabla 24

Base de Datos de Muestra con Escala de Likert del 1 al 5

Inteligencia Artificial														
			Planificación de proyectos gráficos				Aporte visual para proyectos gráficos				Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales			
Marca temporal	Profesión	Cargo actual	1. ¿Los algoritmos de inteligencia artificial identifican patrones y estilos en diseños existentes, brindando sugerencias para la generación de ideas que mejor se adapten al proyecto gráfico?	2. ¿La clave para generar un diseño efectivo utilizando inteligencia artificial reside en comprender y aprovechar la descripción proporcionada en el prompt?	3. ¿La inteligencia artificial mejora el análisis de información para la toma de decisiones en poco tiempo, acelera los flujos de trabajo en el diseño gráfico y optimiza los plazos de entrega?	4. ¿La inteligencia artificial mejora la eficiencia en la exploración de múltiples conceptos y variantes en proyectos gráficos, optimizando el tiempo de estas actividades?	5. ¿La inteligencia artificial ayuda a los diseñadores a superar bloqueos creativos al ofrecer nuevas perspectivas y enfoques creativos que abren nuevas oportunidades de diseño?	6. ¿La inteligencia artificial no lo es todo, para salir del bloqueo creativo se debe complementar con el entrenamiento de la creatividad constante por parte del diseñador especializado?	7. ¿La inteligencia artificial acelera el proceso de generación de ideas al proporcionar referencias visuales y conceptuales relevantes, brindando una fuente de inspiración para superar el bloqueo?	8. ¿En el ámbito del diseño, la inteligencia artificial no se trata de replicar o imitar, sino que ofrece la oportunidad de encontrar inspiración a gran escala, aprovechando sus beneficios y ventajas para impulsar la creatividad e innovación?	9. ¿El criterio estético del diseñador gráfico es fundamental para asegurar la calidad visual de los productos generados por inteligencia artificial?	10. ¿El criterio estético en los productos generados por inteligencia artificial no solo es cuestión de gusto personal, sino que busca encontrar un equilibrio entre la estética y funcionalidad?	11. ¿El criterio funcional del diseñador puede marcar la diferencia entre un producto generado por inteligencia artificial que cumple con sus funciones de manera efectiva y otro que carece de coherencia y utilidad?	12. ¿Validar y realizar ajustes pertinentes a resultados ofrecidos por inteligencia artificial es necesario para cumplir con las exigencias personales y del cliente?

3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Asistente Administrativo	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Directora Creativa	3	3	2	2	1	5	1	3	5	4	5	5
3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	3	5	3	2	2	5	3	3	5	3	5	5
3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Analista de Marketing	3	5	5	4	4	5	4	3	4	3	5	4
3/11/2023	Ciencias de la Comunicación	Consultora	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5

4/11/2023	Ciencias de la Comunicación	Encargado de Marketing	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4
4/11/2023	Comunicación Social	Director Creativo	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4/11/2023	Ciencias de la Comunicación	Asesor	2	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
4/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial, Marketing	Diseñador Gráfico	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2
5/11/2023	Administración de Empresas	Gerente General	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5/11/2023	Marketing	Gerente General	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Diseño	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5
5/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Ejecutiva de Cuentas Digital	4	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	5
5/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Visual Merchandising	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	2	4

5/11/2023	Ingeniería de Sistemas, Administración de Empresas	Gerente	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5/11/2023	Ciencias de la Comunicación	Comunicadora	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Director Creativo, Diseñador Gráfico	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Especialista en Creatividad	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	3	3	2	3	2	5	2	4	5	2	5	4
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Supervisor Comercial	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Productor Creativo	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	3
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	3	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5

6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Imagen Institucional	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Directora de Marketing	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico, Publicista Senior	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora, Fotógrafa	4	3	3	2	2	5	3	4	4	4	5	4
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Creadora de marcas, Ilustradora Digital	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
7/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Asesor de Imagen Personal, Consultor de Imagen Institucional, Asesor de Proyectos Culturales	2	3	2	1	2	3	3	3	3	1	2	1
7/11/2023	Ciencias de la Comunicación	Director Ejecutivo	4	3	3	3	2	5	3	4	5	5	5	5

7/11/2023	Ciencias de la Comunicación	Jefa de Marketing	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
7/11/2023	Comercio y Negocios Internacionales	Gerente de Proyectos	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
7/11/2023	Arte & Diseño gráfico empresarial	Subgerente, Diseñador	4	5	3	3	3	5	4	3	5	5	5	5
8/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Instructor	3	2	2	1	2	3	1	3	1	1	2	2
10/11/2023	Educación Inicial, Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Administrativa y Asesora de imagen institucional	4	4	3	3	2	5	5	4	4	4	4	5
10/11/2023	Ingeniería Industrial	Realizador Audiovisual	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
14/11/2023	Producción de Diseño Gráfico y Artes Publicitarias	Auxiliar en Medios y Experiencia de Cliente	4	4	3	2	3	4	2	3	4	4	4	4
15/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	4	5	4	3	3	5	4	4	4	3	3	5

16/11/2023	Ciencias Publicitarias, Ciencias de la Comunicación	Comunicador	4	4	4	4	3	5	2	2	5	3	5	5
16/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	4	4	1	3	3	5	3	3	4	3	4	2
17/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Marketing y Diseño Gráfico	5	5	4	3	4	5	3	4	5	4	5	5
17/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Fotógrafa	3	2	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5
18/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
18/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Imagen	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3
19/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Redactora Creativa	4	5	3	3	4	5	4	4	5	2	5	5
20/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5

20/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Especialista en Artes y Diseño Gráfico, Fotografía, Manejo de drone	3	3	4	3	3	3	2	3	5	3	3	3
20/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
21/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora, Community Manager	4	4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	4
21/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	3	4
21/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Analista de Comunicación Interna	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
21/11/2023	Marketing y Negocios Internacionales	Supervisor	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
22/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
23/11/2023	Comunicación Social	Director	5	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4

			que aborden problemáticas en el contexto de una propuesta gráfica y mantener su identidad?	inteligencia artificial, incluyen evaluar la creatividad, coherencia y funcionalidad de las propuestas?	imágenes generadas por inteligencia artificial da lugar a soluciones visuales innovadoras y sorprendentes?	inteligencia artificial para aportar nuevas formas de expresión visual?	diseñador gráfico utiliza su experiencia para elegir elementos visuales de uso en la generación de conceptos de manera clara y atractiva?	en la representación de ideas para transmitir exitosamente el mensaje deseado?	con armonía y facilitar la comprensión de la información visual de acuerdo a los conceptos de proyectos gráficos?	equilibrio visual al evitar la producción de diseños desequilibrados, visualmente desacertados?	empresarial en el ámbito creativo?	adaptarse al manejo de la inteligencia artificial, con la finalidad de mantenerse activos en el mercado laboral?	primordial para generar confianza, saber con precisión las necesidades del proyecto gráfico y tomar decisiones más asertivas?	contexto y conceptos creativos, aún no han sido replicados por la inteligencia artificial, siendo oportunidad para que los diseñadores transmitan mensajes efectivos y conecten emocionalmente con el público objetivo?
3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Asistente Administrativo	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
3/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Directora Creativa	4	5	3	4	5	5	5	5	3	3	5	5

6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Supervisor Comercial	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Productor Creativo	5	4	5	5	4	4	4	4	2	5	5	4
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	5	5
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Imagen Institucional	5	5	3	4	4	4	4	5	3	5	5	3
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Directora de Marketing	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico, Publicista Senior	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5
6/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora, Fotógrafa	5	4	3	2	5	5	5	5	3	4	5	5

18/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
18/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Imagen	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
19/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Redactora Creativa	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5
20/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora Gráfica	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Especialista en Artes y Diseño Gráfico, Fotografía, Manejo de dron	5	4	3	3	3	4	5	5	5	3	3	5	4
20/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4
21/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora, Community Manager	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5
21/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3

21/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Analista de Comunicación Interna	5	3	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5
21/11/2023	Marketing y Negocios Internacionales	Supervisor	3	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4
22/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
23/11/2023	Comunicación Social	Director	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
23/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñadora	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5
23/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Jefa de Marketing	4	5	4	3	4	4	4	5	1	3	5	5
23/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Diseñador Gráfico, Community Manager	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
23/11/2023	Comunicación Social	Gerente General	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4

24/11/2023	Artes & Diseño Gráfico Empresarial	Artista Plástico	5	5	3	4	4	4	5	5	3	5	5	5
------------	--	------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Nota. Esta tabla reflejó las respuestas de los participantes de la Muestra con respecto a las preguntas provenientes de las dimensiones de la Variable 1 y Variable 2. Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

24	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	3	49
25	3	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	50
26	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	49
27	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	56
28	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4	47
29	4	3	3	2	2	5	3	4	4	4	5	4	43
30	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	55
31	2	3	2	1	2	3	3	3	3	1	2	1	26
32	4	3	3	3	2	5	3	4	5	5	5	5	47
33	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	55
34	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	48
35	4	5	3	3	3	5	4	3	5	5	5	5	50
36	3	2	2	1	2	3	1	3	1	1	2	2	23
37	4	4	3	3	2	5	5	4	4	4	4	5	47
38	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
39	4	4	3	2	3	4	2	3	4	4	4	4	41
40	4	5	4	3	3	5	4	4	4	3	3	5	47
41	4	4	4	4	3	5	2	2	5	3	5	5	46
42	4	4	1	3	3	5	3	3	4	3	4	2	39
43	5	5	4	3	4	5	3	4	5	4	5	5	52
44	3	2	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5	45
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
46	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	42
47	4	5	3	3	4	5	4	4	5	2	5	5	49
48	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	57
49	3	3	4	3	3	3	2	3	5	3	3	3	38
50	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	43
51	4	4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	4	49
52	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	3	4	47
53	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	46
54	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	52
55	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	51

56	5	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	47
57	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	52
58	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	48
59	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	42
60	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	48
61	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	48

Nota. Se hizo esta baremación para obtener el rango de 48 que resulta de restar el máximo de 60 con el mínimo de 12, asimismo, la amplitud entre respuestas de 16 que resulta de dividir el rango entre 3 niveles (Bajo 12 - 27, Medio 28 - 43 y Alto 44 - 60). Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

24	5	4	5	5	4	4	4	4	2	5	5	4	51
25	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	5	5	52
26	5	5	3	4	4	4	4	5	3	5	5	3	50
27	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	57
28	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	51
29	5	4	3	2	5	5	5	5	3	4	5	5	51
30	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	52
31	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	22
32	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	53
33	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59
34	4	4	4	4	4	2	4	2	5	5	5	3	46
35	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	56
36	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
37	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	54
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
39	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	50
40	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	54
41	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5	51
42	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	5	3	42
43	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	52
44	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
45	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	46
46	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	45
47	5	5	3	3	5	5	5	5	3	3	5	5	52
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
49	5	4	3	3	3	4	5	5	3	3	5	4	47
50	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	53
51	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	55
52	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	48
53	5	3	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	51
54	3	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4	52
55	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	57

56	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	51
57	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	57
58	4	5	4	3	4	4	4	5	1	3	5	5	47
59	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	45
60	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	51
61	5	5	3	4	4	4	5	5	3	5	5	5	53

Nota. Se hizo esta baremación para obtener el rango de 48 que resulta de restar el máximo de 60 con el mínimo de 12, asimismo, la amplitud entre respuestas de 16 que resulta de dividir el rango entre 3 niveles (Bajo 12 - 27, Medio 28 - 43 y Alto 44 - 60). Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

Tabla 27*Baremación de Dimensión 1 de Variable 1 de Muestra*

Planificación de proyectos gráficos					
	I1		I2		
N°	P1	P2	P3	P4	SUMA
1	4	5	4	5	18
2	4	4	4	4	16
3	5	5	4	4	18
4	3	3	2	2	10
5	3	5	3	2	13
6	3	5	5	4	17
7	5	5	5	5	20
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	5	5	5	5	20
11	2	4	5	4	15
12	2	2	2	4	10
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	4	4	3	4	15
16	4	4	2	4	14
17	4	4	4	4	16
18	5	5	5	5	20
19	4	4	3	3	14
20	4	4	3	4	15
21	4	4	4	4	16
22	3	3	2	3	11
23	2	4	3	4	13
24	4	5	5	5	19

25	3	4	3	3	13
26	4	4	4	5	17
27	5	4	5	5	19
28	4	4	3	4	15
29	4	3	3	2	12
30	4	5	4	4	17
31	2	3	2	1	8
32	4	3	3	3	13
33	4	5	5	5	19
34	5	5	4	4	18
35	4	5	3	3	15
36	3	2	2	1	8
37	4	4	3	3	14
38	5	5	4	4	18
39	4	4	3	2	13
40	4	5	4	3	16
41	4	4	4	4	16
42	4	4	1	3	12
43	5	5	4	3	17
44	3	2	3	3	11
45	4	4	4	4	16
46	4	4	3	3	14
47	4	5	3	3	15
48	4	5	5	5	19
49	3	3	4	3	13
50	3	3	4	3	13
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	5	17
53	4	5	4	3	16
54	4	5	5	5	19
55	4	4	4	4	16
56	5	4	3	4	16

57	4	3	4	4	15
58	4	4	3	4	15
59	3	2	3	3	11
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16

Nota. Se hizo esta baremación para obtener el rango de 16 que resulta de restar el máximo de 20 con el mínimo de 4, asimismo, la amplitud entre respuestas de 5 que resulta de dividir el rango entre 3 niveles (Bajo 4 - 8, Medio 9 - 14 y Alto 15 - 20).

Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

Tabla 28*Baremación de Dimensión 2 de Variable 1 de Muestra*

Aporte visual para proyectos gráficos					
	I3		I4		
N°	P5	P6	P7	P8	SUMA
1	5	4	4	5	18
2	4	4	4	4	16
3	4	5	4	4	17
4	1	5	1	3	10
5	2	5	3	3	13
6	4	5	4	3	16
7	5	5	5	5	20
8	4	3	4	5	16
9	3	4	4	4	15
10	5	5	4	5	19
11	4	5	4	4	17
12	4	4	2	4	14
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	4	5	4	4	17
16	4	5	4	4	17
17	4	5	4	4	17
18	5	5	5	5	20
19	3	4	3	4	14
20	4	5	4	5	18
21	4	5	4	5	18
22	2	5	2	4	13
23	4	4	4	4	16
24	4	5	4	4	17

25	4	5	4	4	17
26	4	5	4	5	18
27	3	5	4	5	17
28	3	3	4	5	15
29	2	5	3	4	14
30	4	5	4	5	18
31	2	3	3	3	11
32	2	5	3	4	14
33	5	5	4	5	19
34	4	4	4	4	16
35	3	5	4	3	15
36	2	3	1	3	9
37	2	5	5	4	16
38	5	5	5	5	20
39	3	4	2	3	12
40	3	5	4	4	16
41	3	5	2	2	12
42	3	5	3	3	14
43	4	5	3	4	16
44	3	5	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	4	4	3	3	14
47	4	5	4	4	17
48	4	5	4	5	18
49	3	3	2	3	11
50	4	4	3	4	15
51	3	5	3	5	16
52	3	4	3	4	14
53	3	4	4	4	15
54	4	4	4	5	17
55	4	5	4	4	17
56	3	5	3	4	15

57	4	5	4	4	17
58	3	5	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	3	15
61	3	5	4	4	16

Nota. Se hizo esta baremación para obtener el rango de 16 que resulta de restar el máximo de 20 con el mínimo de 4, asimismo, la amplitud entre respuestas de 5 que resulta de dividir el rango entre 3 niveles (Bajo 4 - 8, Medio 9 - 14 y Alto 15 - 20).

Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

Tabla 29*Baremación de Dimensión 3 de Variable 1 de Muestra*

Valor agregado del diseñador gráfico en productos finales					
	I5		I6		
N°	P9	P10	P11	P12	SUMA
1	4	4	5	5	18
2	5	5	4	5	19
3	5	4	5	5	19
4	5	4	5	5	19
5	5	3	5	5	18
6	4	3	5	4	16
7	5	5	5	5	20
8	5	4	4	5	18
9	5	5	4	4	18
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	2	14
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	5	4	4	5	18
17	4	5	2	4	15
18	5	5	5	5	20
19	4	4	4	3	15
20	5	4	5	4	18
21	5	5	5	4	19
22	5	2	5	4	16
23	4	4	4	2	14
24	3	3	4	3	13

25	5	5	5	5	20
26	3	3	4	4	14
27	5	5	5	5	20
28	5	4	4	4	17
29	4	4	5	4	17
30	5	5	5	5	20
31	3	1	2	1	7
32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	5	17
34	4	2	4	4	14
35	5	5	5	5	20
36	1	1	2	2	6
37	4	4	4	5	17
38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	16
40	4	3	3	5	15
41	5	3	5	5	18
42	4	3	4	2	13
43	5	4	5	5	19
44	4	4	5	5	18
45	4	4	4	5	17
46	4	3	4	3	14
47	5	2	5	5	17
48	5	5	5	5	20
49	5	3	3	3	14
50	4	4	4	3	15
51	4	5	4	4	17
52	4	5	3	4	16
53	4	3	4	4	15
54	4	4	4	4	16
55	4	5	4	5	18
56	4	4	4	4	16

57	5	5	5	5	20
58	4	5	4	4	17
59	4	3	4	4	15
60	4	4	5	4	17
61	4	3	5	4	16

Nota. Se hizo esta baremación para obtener el rango de 16 que resulta de restar el máximo de 20 con el mínimo de 4, asimismo, la amplitud entre respuestas de 5 que resulta de dividir el rango entre 3 niveles (Bajo 4 - 8, Medio 9 - 14 y Alto 15 - 20).

Fuente: Microsoft Excel 2019 MSO (2023).

Tabla 30

Baremación de Muestra en herramienta estadística

VAR1	VAR2	DIM1	DIM2	DIM3	Variable1	Variable2	Dimensión1	Dimensión2	Dimensión3
54	53	18	18	18	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
51	58	16	16	19	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
54	57	18	17	19	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
39	52	10	10	19	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto
44	51	13	13	18	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto
49	49	17	16	16	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
60	60	20	20	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
50	52	16	16	18	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
49	49	16	15	18	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
59	58	20	19	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
52	60	15	17	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
38	45	10	14	14	Medio	Alto	Medio	Medio	Medio
60	60	20	20	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
60	60	20	20	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
52	51	15	17	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
49	48	14	17	18	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto
48	49	16	17	15	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
60	60	20	20	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
43	47	14	14	15	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto
51	50	15	18	18	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
53	57	16	18	19	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
40	53	11	13	16	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto
43	47	13	16	14	Medio	Alto	Medio	Alto	Medio
49	51	19	17	13	Alto	Alto	Alto	Alto	Medio
50	52	13	17	20	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto
49	50	17	18	14	Alto	Alto	Alto	Alto	Medio
56	57	19	17	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
47	51	15	15	17	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
43	51	12	14	17	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto
55	52	17	18	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
26	22	8	11	7	Bajo	Bajo	Bajo	Medio	Bajo
47	53	13	14	20	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto
55	59	19	19	17	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
48	46	18	16	14	Alto	Alto	Alto	Alto	Medio
50	56	15	15	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
23	24	8	9	6	Bajo	Bajo	Bajo	Medio	Bajo
47	54	14	16	17	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto
58	60	18	20	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
41	50	13	12	16	Medio	Alto	Medio	Medio	Alto
47	54	16	16	15	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
46	51	16	12	18	Alto	Alto	Alto	Medio	Alto
39	42	12	14	13	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio
52	52	17	16	19	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
45	51	11	16	18	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto
49	46	16	16	17	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
42	45	14	14	14	Medio	Alto	Medio	Medio	Medio
49	52	15	17	17	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
57	60	19	18	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
38	47	13	11	14	Medio	Alto	Medio	Medio	Medio
43	53	13	15	15	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto
49	55	16	16	17	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
47	48	17	14	16	Alto	Alto	Alto	Medio	Alto
46	51	16	15	15	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

52	52	19	17	16	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
51	57	16	17	18	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
47	51	16	15	16	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
52	57	15	17	20	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
48	47	15	16	17	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
42	45	11	16	15	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto
48	51	16	15	17	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
48	53	16	16	16	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Nota. Los valores 1, 2 y 3 fueron clasificados por Bajo, Medio y Alto en las variables y dimensiones de la Variable 1. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

Tabla 31

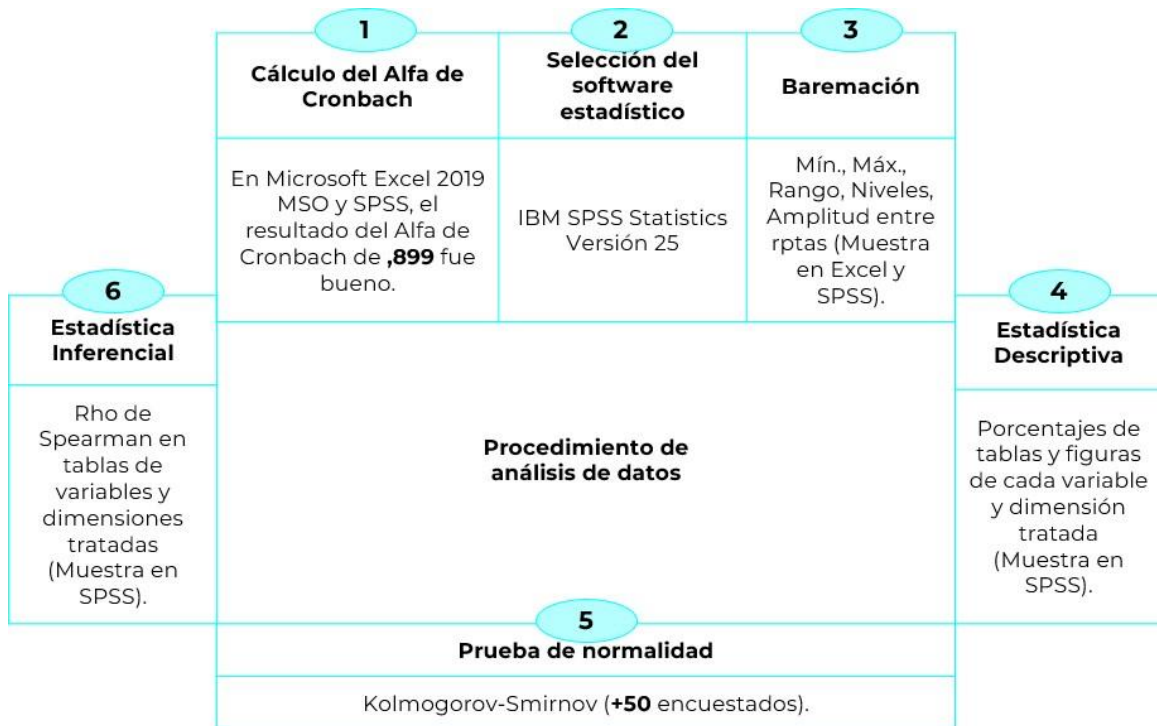
Prueba de normalidad

Kolmogorov-Smirnov^a			
	Estadístico	gl	Sig.
VAR1	,139	61	,005
VAR2	,150	61	,002

Nota. Se obtuvo un Sig. de ,005 por la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov. De esa manera, se designó la prueba de hipótesis no paramétrica: Rho de Spearman. a. Corrección de significación de Lilliefors. Fuente: IBM SPSS Statistics Versión 25 (2023).

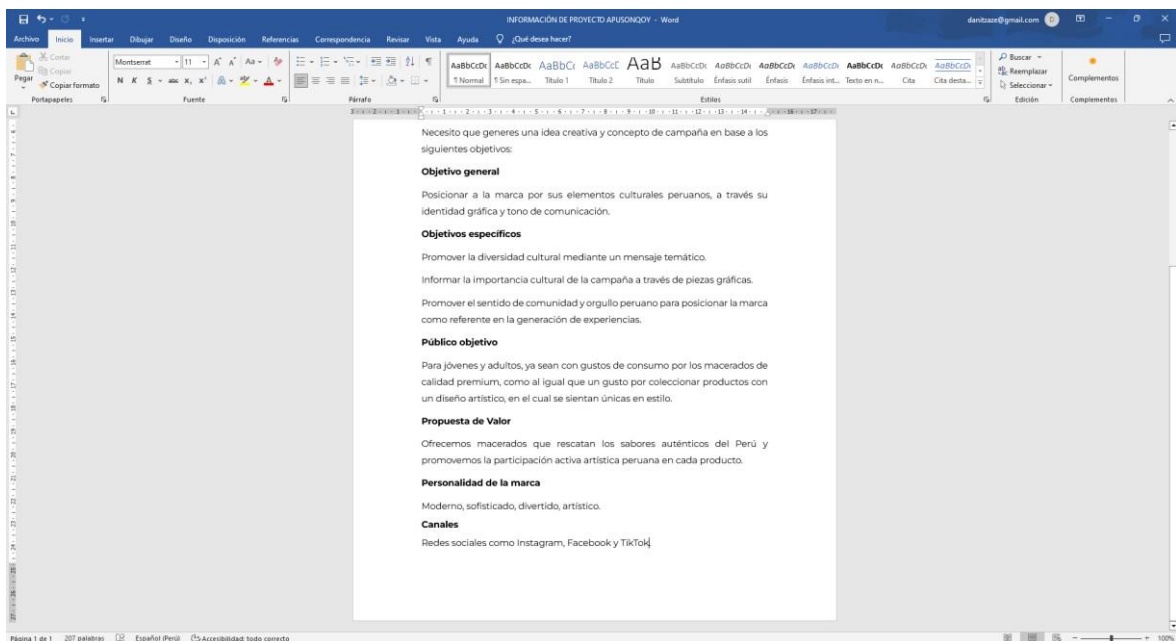
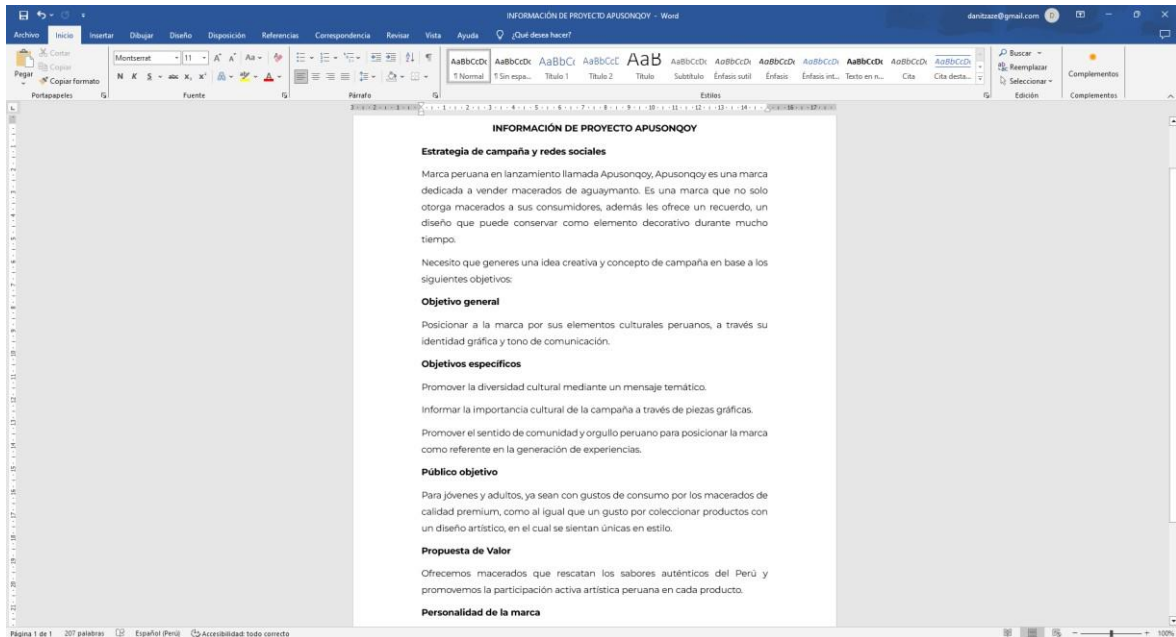
Figura 7

Procedimiento de análisis de datos



Nota. Los datos analizados fueron cuantitativos. Fuente: Elaboración propia (2023).

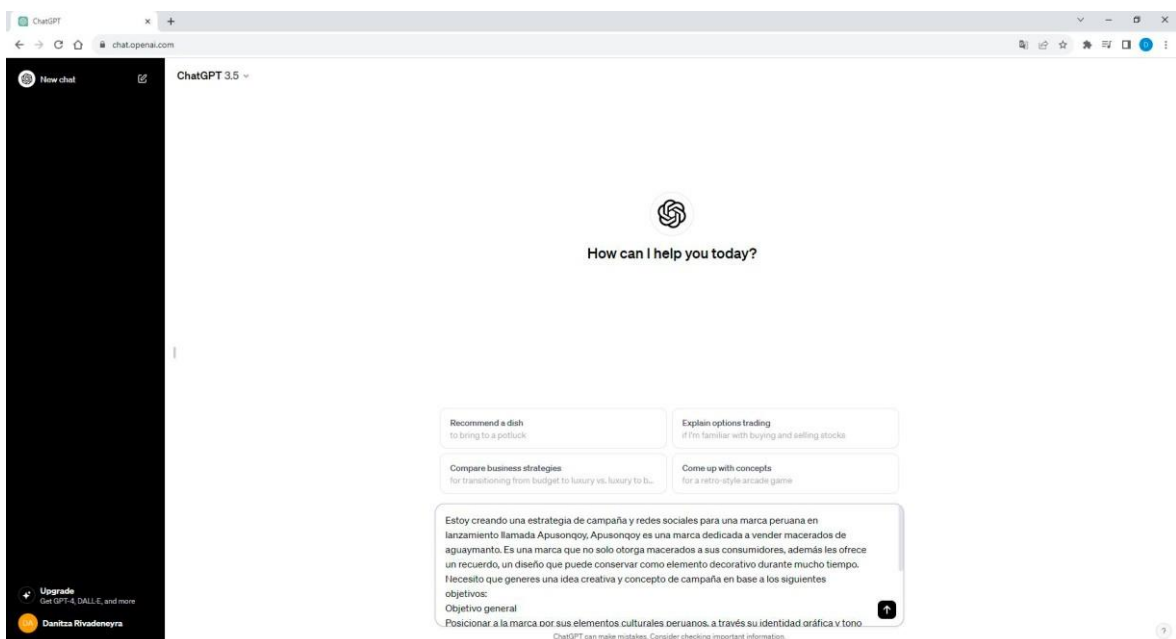
Anexo G. Simulación de Planificación creativa en ChatGPT



Nota. Datos base sobre la marca que fueron necesarios para brindar información de interés del proyecto a ChatGPT. De esa manera, la IA en mención pudo generar lo solicitado y moldearlo para la propuesta al cliente. Fuente: Elaboración propia (2023).



Nota. Prompt inicial para realizar las preguntas correctas a ChatGPT y así genere una propuesta que permita aterrizar las ideas, según la finalidad del proyecto gráfico. Cabe resaltar que se puede comenzar brindando información sobre las actividades que se piensan hacer, complementándose con datos fijos sobre el proyecto “[]”. Fuente: Elaboración propia (2023).



chat.openai.com/c/b2719bd0-5b2a-43cc-a13e-f527470ae696

New chat

ChatGPT 3.5

You

Estoy creando una estrategia de campaña y redes sociales para una marca peruana en lanzamiento llamada Apusonqoy. Apusonqoy es una marca dedicada a vender macerados de aguaymanto. Es una marca que no solo otorga macerados a sus consumidores, además les ofrece un recuerdo, un diseño que puede conservar como elemento decorativo durante mucho tiempo.

Necesito que generes una idea creativa y concepto de campaña en base a los siguientes objetivos:

Objetivo general
Posicionar a la marca por sus elementos culturales peruanos, a través su identidad gráfica y tono de comunicación.

Objetivos específicos
Promover la diversidad cultural mediante un mensaje temático.
Informar la importancia cultural de la campaña a través de piezas gráficas.
Promover el sentido de comunidad y orgullo peruano para posicionar la marca como referente en la generación de experiencias.

ChatGPT

Campaña "Raíces en Cada Sorbo" para Apusonqoy

Concepto:
Exploraremos las ricas raíces culturales del Perú a través de una campaña que no solo ofrece macerados de aguaymanto, sino que sumerge a los consumidores en una experiencia única que celebra la diversidad y promueve un profundo sentido de comunidad y orgullo peruano.

Mensaje Temático:
"Raíces en Cada Sorbo" invita a los consumidores a descubrir la riqueza cultural del Perú a través de los macerados de Apusonqoy. Cada botella es más que una bebida; es un viaje sensorial que te conecta con las tradiciones, colores y sabores de una nación rica en historia.

Message ChatGPT...

ChatGPT can make mistakes. Consider checking important information.

chat.openai.com/c/b2719bd0-5b2a-43cc-a13e-f527470ae696

New chat

ChatGPT 3.5

Identidad Gráfica:
Utilizaremos colores vibrantes que reflejen la paleta diversa de la cultura peruana. Diseños inspirados en motivos indígenas, patrones textiles andinos y elementos icónicos de la cultura peruana estarán presentes en las etiquetas de los productos. La marca Apusonqoy se convertirá en un embajador visual de la autenticidad cultural.

Tono de Comunicación:
El tono será cálido, inclusivo y educativo. Nos dirigiremos a nuestros consumidores como parte de una gran familia, compartiendo historias detrás de cada sabor y destacando la importancia de preservar y celebrar la diversidad cultural peruana.

Piezas Gráficas:

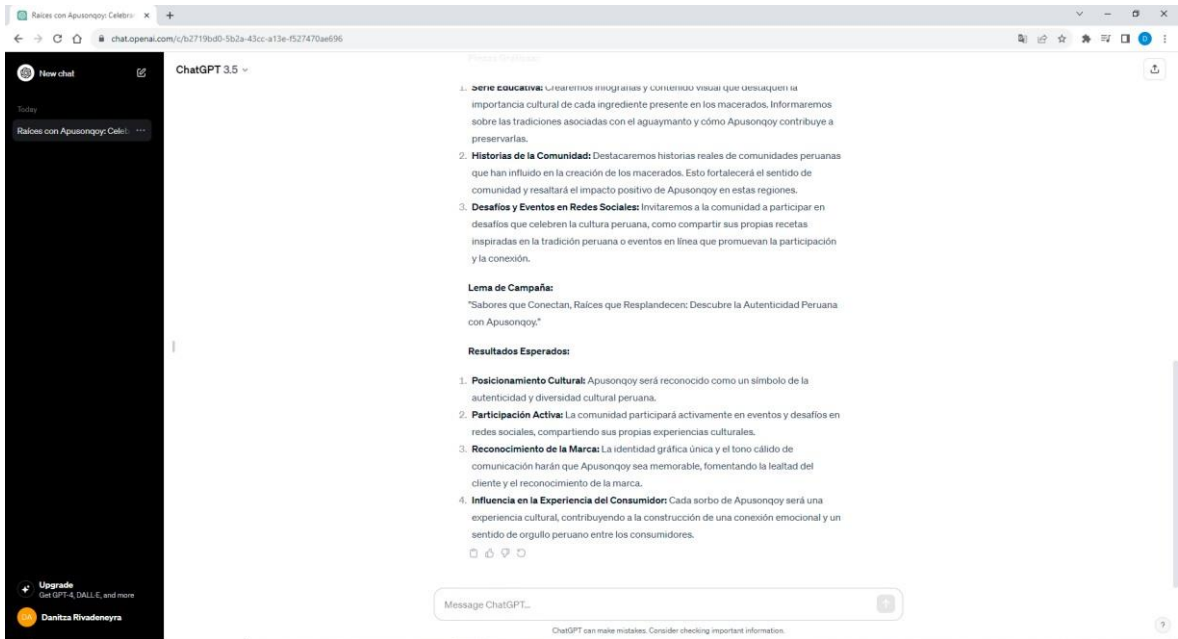
- Serie Educativa:** Crearemos infografías y contenido visual que destaquen la importancia cultural de cada ingrediente presente en los macerados. Informaremos sobre las tradiciones asociadas con el aguaymanto y cómo Apusonqoy contribuye a preservarlas.
- Historias de la Comunidad:** Destacaremos historias reales de comunidades peruanas que han influido en la creación de los macerados. Esto fortalecerá el sentido de comunidad y resaltará el impacto positivo de Apusonqoy en estas regiones.
- Desafíos y Eventos en Redes Sociales:** Invitaremos a la comunidad a participar en desafíos que celebren la cultura peruana, como compartir sus propias recetas inspiradas en la tradición peruana o eventos en línea que promuevan la participación y la conexión.

Lema de Campaña:
"Sabores que Conectan, Raíces que Resplandecen: Descubre la Autenticidad Peruana con Apusonqoy."

Resultados Esperados:

Message ChatGPT...

ChatGPT can make mistakes. Consider checking important information.



Nota. Realización de simulación con IA, específicamente, ChatGPT al utilizar un proyecto ficticio para comprobar su funcionamiento ante procesos de conceptualización y planificación de campaña en productos elaborados por diseñadores gráficos. Fuente: Elaboración propia - ChatGPT (2023).

Anexo H. Evidencia del proceso

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Recursos humanos y presupuesto

Recursos humanos

El aporte no monetario de la investigación estuvo integrado por:

- Investigadora: Rivadeneyra Prada, Danitza.
- Asesor metodológico y teórico: Mg. Baca Cáceres, Diego Alonso.

Lo mencionado, se debió a la inversión de tiempo en la elaboración y asesoramiento de la investigación por parte de los recursos humanos.

Presupuesto

Tabla 32

Detalle presupuestal

N°	PARTIDA	DESCRIPCIÓN	MONTO SOLES	MES Y AÑO DE EJECUCIÓN
BIENES				
1	Equipos y bienes duraderos	- Actividad: Computadora. - Detalle: Monitor, CPU, componentes, mouse, teclado, cámara, estabilizador.	3,860.00	Abril a julio de 2023
		- Actividad: Engrapador. - Detalle: 1 unidad.	7.50	Abril a julio de 2023
		- Actividad: USB. - Detalle: 1 unidad.	28.00	Julio de 2023
2	Materiales e Insumos	- Actividad: Papel bond (tamaño A4). - Detalle: 400 hojas.	10.00	Abril a julio de 2023
		- Actividad: Botellas de tinta para impresiones. - Detalle: 4 unidades.	115.00	Abril a julio de 2023

		- Actividad: Lapiceros. - Detalle: 3 unidades.	3.00	Abril a julio de 2023
		- Actividad: Grapas. - Detalle: 1 caja.	3.50	Abril a julio de 2023
		- Actividad: Resaltador. - Detalle: 1 unidad.	2.00	Abril a julio de 2023
SERVICIOS				
3	Servicios de terceros	- Actividad: Suministro de energía eléctrica. - Detalle: S/ 120.00 x 4 meses.	480.00	Abril a julio de 2023
		- Actividad: Internet - Detalle: S/ 75.00 x 4 meses.	300.00	Abril a julio de 2023
Total			S/ 4,809.00	

Nota. Esta tabla especificó aspectos relevantes del presupuesto. Fuente: Elaboración propia (2023).

Financiamiento

La investigación fue autofinanciada por parte de la investigadora.

Cronograma de Ejecución

Tabla 33

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Presentación del esquema del Proyecto de Investigación cuantitativo.																	
Elección del tema.																	
Elaboración de la Introducción.																	
Elaboración del Material y Método.																	
Presentación del primer avance del Proyecto de Investigación.																	
Elaboración de Aspectos Administrativos y Referencias.																	
Levantamiento de observaciones.																	
Presentación y exposición final del Proyecto de Investigación.																	

Nota. En el contenido de esta tabla, se evidenciaron las actividades programadas 2023-I de la investigación cuantitativa. Fuente: Elaboración propia (2023).