



# FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO  
EMPRESARIAL

Folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del  
Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTOR:

Bruce Brandon Villano López

ASESOR:

Dr. Juan Apaza Quispe

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arte visual y sociedad: investigación de mercados en el ámbito de la comunicación gráfica,  
imagen corporativa y diseño del producto

LIMA – PERÚ

2018



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, *PRESENTADO EN LA MODALIDAD DE: INFORME DE TESIS*

Presentado por Don (a)

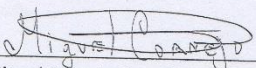
VILLANO LOPEZ, BRUCE BRANDON

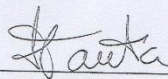
Cuyo Título es:

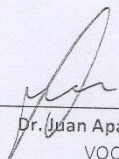
**FOLLETO SOBRE EL PORTAFOLIO PROFESIONAL Y LA PERCEPCIÓN EN EL CAMPO LABORAL DEL DISEÑADOR GRÁFICO DE LA GALERÍA CENTRO LIMA -2018**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la Resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (número) Quince (letra).

Lima, 06 de diciembre de 2018

  
Ph.D Miguel Antonio Cornejo Guerrero  
PRESIDENTE

  
Mg. Juan Jose Tanta Restrepo  
SECRETARIO

  
Dr. Juan Apaza Quispe  
VOCAL

**NOTA:** En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación está dedicado con mucho cariño a mi madre Regina que con mucho esfuerzo y de dedicación me apoyó en todo momento para lograr mis objetivos y también a mi familia a quien valoro los sacrificios que hicieron para brindarme lo mejor, sé que ellos se sienten orgullosos de mí como yo de ellos.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios y a mi madre Regina por los valores inculcados en mi persona, por darme siempre la fuerza suficiente cada vez que lo necesito. A mi familia que siempre me apoya y a mi compañera Mari Carmen por su apoyo incondicional y el cariño que me brinda en todo el tiempo desde que Dios la puso en mi camino. A mi hija Isabella que es mi motivación constante. A mis profesores que fueron mi apoyo y ampliaron mis conocimientos a lo largo de estos años de estudio de mi carrera universitaria y en la ejecución de mi tesis para mi graduación.



## DECLARACIÓN JURADA

Yo Bruce Brandon Villano López con DNI N° 43273674, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de diciembre del 2018



---

BRUCE BRANDON VILLANO LOPEZ

Señores Miembros de Jurado:

En cumplimiento de las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018, la misma que someto a vuestra consideración y espero cumpla con todos los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial.

**Bruce Brandon Villano López**

## ÍNDICE

CARATULA	i
PAGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática	1
1.2 Trabajos previos	2
1.3 Teorías relacionadas al tema	7
1.4 Marco conceptual	12
1.5 Formulación del problema	14
1.6 Justificación del estudio	14
1.7 Hipótesis	15
1.8 Objetivos	16
CAPITULO II: MÉTODO	
2.1 Diseño de investigación	16
2.2 Variables, operacionalización	17
2.3 Población y muestra	24
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	25
2.5 Métodos de análisis de datos	29
2.6 Aspecto éticos	43
CAPITULO III: RESULTADOS	44
CAPITULO IV: DISCUSIÓN	50

CAPITULO V: CONCLUSIONES	53
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES	55
CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
ANEXOS	59



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Clasificación de variables	17
Tabla N° 2: Ordenamiento de variables	18
Tabla N° 3: Tabla de Operacionalización de variables	19
Tabla N° 4: Evaluación de expertos	26
Tabla N° 5: Prueba binomial	27
Tabla N° 6: Resumen de procesamiento de datos	28
Tabla N° 7: Estadísticas de fiabilidad	29
Tabla N° 8: Frecuencia de variable Folleto: D1- Composición visual	30
Tabla N° 9: Frecuencia de variable Folleto: D1- Color	31
Tabla N° 10: Frecuencia de variable Folleto: D1- Tipografía	31
Tabla N° 11: Frecuencia de variable Folleto: D1- Contraste	32
Tabla N° 12: Frecuencia de variable Folleto: D2- Lenguaje	33
Tabla N° 13: Frecuencia de variable Folleto: D2- Formato	33
Tabla N° 14: Frecuencia de variable Folleto: D2- Disposición	34
Tabla N° 15: Frecuencia de variable Folleto: D2- Proporción	35
Tabla N° 16: Frecuencia de variable Percepción: D3- Sensación	35
Tabla N° 17: Frecuencia de variable Percepción: D3- Percepción	36
Tabla N° 18: Frecuencia de variable Percepción: D3- Conciencia	37
Tabla N° 19: Frecuencia de variable Percepción: D4- Forma	37
Tabla N° 20: Frecuencia de variable Percepción: D4- Tamaño	38
Tabla N° 21: Frecuencia de variable Percepción: D4- Color	39
Tabla N° 22: Prueba de chi cuadrado: Folleto y Percepción	40
Tabla N° 23: Prueba de chi cuadrado: Contenido gráfico y Percepción	41
Tabla N° 24: Prueba de chi cuadrado: Diseño del folleto y Percepción	42

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01 D1-Composicion visual	44
Gráfico N° 02 D1-Color	45
Gráfico N° 03 D1-Tipografia	46
Gráfico N° 04 D2-Lenguaje	47
Gráfico N° 05 D3-Conciencia	48
Gráfico N° 06 D3-Sensacion	49

## RESUMEN

La investigación tiene como principal objetivo comprobar la relación entre el folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del diseñador gráfico de la galería Centro Lima, 2018.

Durante el proceso de elaboración del proyecto de investigación se ejecutaron con la variable independiente folleto sobre el portafolio profesional y la variable dependiente percepción en el campo laboral del diseñador gráfico de la galería Centro Lima. El estudio de este proyecto es no experimental, diseño de investigación cualitativo y correlacional. Siendo la población estudiada finita y comprendida por los diseñadores de la galería Centro Lima. La muestra se encuentra representada por 272 diseñadores alcanzando un nivel de confianza del 95%. El muestreo aplicado es el no probabilístico, intencional o de conveniencia y se efectuó a través la técnica de encuesta, con un instrumento evaluado a través del cuestionario de 14 preguntas escaladas por el nivel de Likert y dirigido a los diseñadores de la galería Centro Lima. Cabe recalcar que los datos obtenidos fueron analizados mediante el software IBM SPSS Statistics, versión 24, en el que se realizó el análisis descriptivo, dando como resultado el coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach de 0,867, indicando con ello que el instrumento tratado es confiable y válido.

Asimismo, se realizó la comparación de hipótesis, mediante el cual entablo que existe una correlación afirmativa entre las variables y dimensiones y también la prueba de chi cuadrado dando como resultado  $0,000 < 0,05$  el cual admite que la hipótesis de investigación si precede con respecto a la relación del folleto sobre el portafolio profesional y la percepción del diseñador gráfico de la galería Centro Lima, 2018.

**Palabra clave:** Diseño, folleto, portafolio profesional, percepción.

## ABSTRACT

The main objective of the research is to verify the relationship between the brochure about the professional portfolio and the perception in the labor field of the graphic designer of the Centro Lima gallery, 2018.

During the process of preparing the research project, the independent variable brochure on the professional portfolio and the dependent variable perception in the labor field of the graphic designer of the Centro Lima gallery were executed. The study of this project is non-experimental, qualitative and correlational research design. The population studied is finite and understood by the designers of the Centro Lima gallery. The sample is represented by 272 designers reaching a confidence level of 95%. The sampling applied is the non-probabilistic, intentional or convenience and was carried out through the survey technique, with an instrument evaluated through the questionnaire of 14 questions escalated by the Likert level and addressed to the designers of the Centro Lima gallery. It should be noted that the data obtained was analyzed using IBM SPSS Statistics software, version 24, in which the descriptive analysis was carried out, resulting in the Cronbach alpha reliability coefficient of 0.867, indicating that the treated instrument is reliable and valid.

Likewise, the comparison of hypotheses was made, by means of which I establish that there is an affirmative correlation between the variables and dimensions and also the chi-squared test resulting in  $0.000 < 0.05$  which admits that the research hypothesis does precede with respect to to the relation of the brochure about the professional portfolio and the perception of the graphic designer of the Centro Lima gallery, 2018.

**Key word:** Design, brochure, professional portfolio, perception.

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA

Hoy en día a nivel mundial se puede observar una masificación y crecimiento del diseño gráfico, ya que abarca diferentes campos que competen a este rubro, un ejemplo palpable es como el nombre de una marca puede entenderse en las diferentes localizaciones de cada país del mundo, siendo fácilmente recordado por el consumidor, pero no podría tener el impacto que se necesita si no tuviera una gran campaña que respalde su nombre, aquí es donde el diseñador gráfico cumple un papel importante.

Del mismo modo en Latinoamérica también existe este concepto, ya que al igual que en el resto de los países la función del diseñador gráfico es muy importante para que las empresas expandan sus horizontes, ello conlleva a que el diseño gráfico abarque diversos campos y cubra muchas necesidades visuales y que son contempladas por empresas dedicadas al diseño, por ello, estas necesidades son abarcadas por profesionales dedicados al diseño gráfico, ya que en conjunto con las empresas y su entorno laboral desarrollan su potencial creativo, pero para saber el grado de habilidad y aprendizaje que tiene el diseñador gráfico, las empresas buscan un medio que les proporcione la información necesaria para medir ese valor, es entonces donde el portafolio profesional toma vital importancia dentro del campo laboral. Siendo el que brinda la información necesaria sobre el diseñador y lo que ha aprendido a lo largo de su experiencia, como menciona Carlos Montesinos “el portafolio es una síntesis, una recopilación de lo mejor producido en el transcurso de un periodo de tiempo, en ella se muestra sus trabajos realizados en su vida estudiantil y profesional”.

En el Perú la masificación de Universidades e Institutos, ha abierto la competencia dentro de las carreras profesionales y por ende la lucha por ocupar una plaza dentro de una empresa, como nos enfocamos directamente en el Diseñador Gráfico esta realidad lleva a ver cuál es el futuro del egresado dentro del campo laboral, según ASGRAP PERÚ en el año 2017 sustenta que un 62% de los diseñadores trabaja en empresa de diferentes rubros, 28% trabaja en pequeños estudios referentes al diseño y un 10% labora como freelance. Esto refleja que cierto porcentaje de profesionales del diseño no tienen las mismas oportunidades que tienen otros colegas frente al ámbito laboral. Es por ello la importancia de tener un portafolio

profesional correctamente implementado, ya que puede presentarse a una empresa que maneje el rubro al cual se especializa.

Este documento se realizó tanto de manera impresa como virtual, en ambos casos el diseño que presente el portafolio profesional depende de cómo el diseñador lo establezca, siendo un punto relevante, ya que con ello manifiesta su creatividad y potencial al campo laboral, pero dentro portafolio profesional y en específico el del documento virtual se llega a manifestar un proceso muy peculiar, ya que si bien tomamos otros diseños como modelo para hacer trabajos creativos, hay profesionales que simplemente toman un camino fácil, y copian esos modelos y lo presentan como suyos, obviamente esto es contraproducente y en definitiva se evidencia la hora de entregar trabajos creativos finales.

El poco conocimiento o la falta de importancia que tiene el diseñador gráfico en la elaboración de un portafolio de profesional, es lo que le impide a no desarrollarse como profesional del diseño, por lo tanto, se toma esta realidad como eje de justificación en la propuesta de elaboración de una guía impresa donde se busca informar y favorecer en el desarrollo de preparación para futuras actividades que se relaciones con su carrera, al mismo tiempo, observar cual es la perspectiva que tiene el diseñador gráfico de la Galería Centro Lima frente al ámbito laboral.

## **1.2 TRABAJOS PREVIOS**

En el contexto y amplitud internacional se propone a modo de evidencia investigaciones cuyo propósito es ampliar el conocimiento de estudio.

Jorge Demera (2016), para lograr el título profesional de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil, realizó la tesis “El portafolio profesional y su incidencia en el ámbito laboral del futuro diseñador gráfico”. En dicha investigación tuvo como objetivo desarrollar y orientar la importancia que tiene un portafolio que mediante metodologías de enseñanzas impartidas por los docentes y las destrezas que tienen los alumnos de la carrera en mención del centro de estudio de Guayaquil a la hora de presentar sus trabajos durante su etapa de aprendizaje y el cual prescindible en el ámbito laboral. Para ello se realizaron encuestas dirigidas a los estudiantes y al personal docente para obtener información sobre

objetivos planteados, también se realizó entrevista al Director de la Carrera de Diseño. Finalmente se llega a una de las conclusiones donde un 57% de los estudiantes concuerda que la implementación de taller sobre la elaboración de un portafolio profesional le abrirá las puertas al campo laboral.

Jesús Dávila Y Jesús Calderón (2016), para alcanzar el grado de licenciado en Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, realizó la tesis “Guía para elaborar un Portafolio Digital Profesional para diseñadores gráficos”. En dicha investigación se da a conocer el conocimiento que existe sobre la importancia y beneficio de tener un portafolio completo y actualizado, al mismo tiempo analizar los diferentes sistemas de evaluación en el desempeño laboral. La necesidad parte de demostrar que el portafolio digital no solo es una plataforma donde se almacena información. Por ello la investigación buscó ayudar al estudiante a identificar y reconocer las características de la construcción de un portafolio para que sea reconocido ante el mercado y también su implementación en el entorno web. Se basó en la encuesta a estudiantes de la carrera de diseño de la universidad, empleando las encuestas a todos los involucrados, y teniendo una finalidad aplicativa dentro de un estudio correlacional, ya que buscaba ver si la guía era una influencia para los diseñadores encuestados.

Llango y Andi (2016) para lograr el título de ingeniero en diseño gráfico en la Universidad de Cotopaxi, Latacunga-Ecuador, elaboraron la tesis titulada “Elaboración y diseño de un folleto fotográfico de los artesanos de la parroquia la Victoria de Cantón Pujilí, Cotopaxi-2016”. La tesis tuvo como objetivo principal plasmar un folleto fotográfico que muestre los diferentes trabajos que se realizaban de manera artesanal por los pobladores ubicados en la capilla La Victoria, tuvo también el propósito de cambiar las obligaciones de índole propagandístico para incentivar e incrementar la propuesta de comercio por las labores realizadas, para la investigación se realizó el tipo de análisis investigación descriptivo y al mismo tiempo en campo, asimismo como un planteamiento cuantitativo-cualitativo, también encuesta y la entrevista ambos conformados por 10 preguntas con opciones de respuesta variables “Sí” y “No”. La población fue conformada por 126 artistas artesanos ubicados en la capilla La Victoria de Pujilí, con una muestra conformada por 65 personas. Los creadores de la tesis concluyeron que la implementación, creación y diseño de un folleto estructuralmente fotográfico es muy importante y al mismo tiempo imprescindible para la



divulgación de la artesanía de la iglesia la Victoria, y es a través de esta pieza gráfica donde se transmite el propósito de la comunicación e información y guiar a los turistas sobre la calidad y variedad de sus productos artesanales y promocionan la venta de sus productos, la pieza grafica es de gran provecho para los artesanos, así como también para las comunidades aledañas a la iglesia.

Caiza y Chiaza (2016) para alcanzar y obtener la titulación de ingeniero en diseño gráfico en la Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga-Ecuador, desempeñaron la propuesta tesis cuyo título es “Diseño de un folleto ilustrado basado en la diagramación editorial, acerca de la historia, vida y tradiciones de los Chagras del Cantón Mejía, provincia de Pichincha, como medio de promoción turística, en el periodo 2015”. El proyecto de investigación tuvo como objetivo elaborar y esquematizar un folleto de índole fotográfico sobre los Chagras del Cantón Mejía, basándose en el esquema de diseño editorial, cuyo planteamiento era llamar la atención del turista y por esta pieza gráfica dar de conocimiento sobre las tradiciones históricas. Los responsables en el proyecto basaron su investigación en el campo, tanto explicativo como descriptivo, aplicando en él un diseño estructuralmente metodológico de planteamiento descriptivo, y análisis inductivo y científico. También utilizaron una perspectiva mixta aplicando con ello técnicas y matices de investigación como la encuesta, entrevista y observación conteniendo en ella 10 interrogantes con alternativas de respuestas entre dos variables. La población fue conformada por 110 pobladores y teniendo una muestra de alrededor 65 personas. Los creadores de la tesis llegaron a la conclusión que la implementación y realización de un folleto fotográfico e vectorial ocasionó un efecto en los integrantes población muestreada, este testimonio sustentado en el folleto estudiado fortaleció la identidad cultural de los Chagras.

Sergio Murillo (2017) para alcanzar el grado de instrucción en licenciado en diseño gráfico de la Universidad Cesar Vallejo, realizo la investigación sobre la “Relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017” en dicho proyecto admite que existe relación entre diseño y planteamiento de un folleto en base el uso responsable de aparatos móviles así como respuesta de los alumnos en parte de la investigación realizada. Para llegar al estudio de la investigación se realizó con una muestra en base a 292 alumnos mediante una investigación no experimental,

aplicando con ello la técnica de encuesta.

Jácome y Lidioma (2015) para adquirir el grado en mención de Ingeniero en Diseño Gráfico realizó la tesis sobre “Creación de un Folleto infográfico que involucre el estudio semiótico del danzante de Pujilí en el periodo 2014” su investigación busca crear un folleto creativo en función de la infografía y del análisis semiótico del danzante de Pujilí para el aprovechamiento del G.A.D. Municipal, la investigación es de tipo descriptivo y en base a estudio de campo, por ello se utilizó el método inductivo, descriptivo y científico. También en su realización utilizó un enfoque mixto mediante encuesta, observación y entrevista a una población de 238 colaboradores y teniendo como muestra a 50 personas. Las terminaciones a las que llegan con su investigación son que el folleto infográfico realizado, llegó a causar una impresión satisfactoria sobre los participantes conocedores del tema de la danza de Pujilí. La estructura e implementación de imágenes y análisis textual facilitó el entendimiento de la información, ya que ella sustentaba en las distintas propuestas por participantes aplicadas al tema de investigación.

Lisette Mantilla (2018) para adquirir el grado de ingeniería en Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad Técnica de Ambato realizó la investigación de “La percepción hacia el diseñador gráfico y su función como profesional en el mercado laboral de la ciudad de Ambato” en dicha investigación se basa en el estudio de dos enfoques: cualitativo y cuantitativo, respectivamente uno plantea el diseño de actividades y el otro un análisis de datos numéricos. Del total de encuestados, un 56% indicó que solo que desempeñan en el área de profesión, mientras que el 44% restante eligió más de una carrera a fin, lo que indica una consolidación de perfiles profesionales multidisciplinarios. Por ello, llega a la conclusión de la perspectiva y el rol profesional juegan un papel primordial para el desarrollo cognitivo en el diseñador gráfico y la percepción social que este tiene frente al mercado, las implementaciones de nuevas estrategias ayudaran a mejorar la valorización de esta profesión permitiéndole nuevos paradigmas de credibilidad dentro de ámbito profesional.

Jiménez (2016) para alcanzar el grado en Ciencias Sociales y Derecho realizó la investigación de “Diseño de un folleto fotográfico e ilustrado basado en la diagramación editorial, acerca de la historia, vida y tradiciones de los Chagras del Cantón Mejía, 2015” en dicha tesis tuvo como objetivo primario el diseñar y analizar la creación un folleto

fotográfico sobre los Chagras del Cantón de Mejía, utilizando el diseño vectorial y editorial, estimulando con ello al turista que llega al Perú y por ese medio de comunicación dar conocimiento sobre la historia, vida y continuas tradiciones que no han variado a lo largo del tiempo. El tipo de estudio de investigación utilizado fue aprobado para un análisis de campo, descriptivo, así como explicativo, aplicando diferentes métodos como descriptivo, inductivo y científico. También uso un planteamiento mixto ya que aplicó el proceso de investigación mediante un sondeo de investigación, entrevista y la observación en ella contenía 10 preguntas con opciones alternativas que se valían entre “Si” y “No”. Los habitantes investigados fueron de 110 pobladores con una muestra de 65 personas. Entre las conclusiones a la que llega el autor sustenta que la elaboración e implementación de un folleto fotográfico y también ilustrado plasmó una emoción en la población investigada y encuestada, la información planteada en el folleto fortaleció la identidad cultural de los pobladores de Chagras.

Con respecto al ámbito nacional se logró investigar antecedentes que respalden la problemática de investigación.

Rocio Choquehuanca (2017), para adquirir el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo, realizó la tesis sobre “Percepción de la imagen corporativa de la empresa Sodimac en los integrantes de especialistas, San Miguel 2017” en la investigación se buscó conocer como la percepción que tienen los distintos integrantes del entorno de Especialistas tiene un concepto sobre la percepción de Sodimac, San Miguel. En el mismo tuvo como resultado una manifestación positiva sobre el nivel de la percepción del comportamiento de cultura de identidad corporativa además de valorar las estrategias comunicativas mediante elementos de identidad visual, para este estudio se realizó la propagación de una encuesta como recolección y cuya cantidad de datos fue realizada a 180 integrantes de Sodimac, y mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple.

Azucena Llanos (2016), para lograr el título profesional licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad Señor de Sipán, realizó la tesis sobre “Representación social del diseñador gráfico frente al mercado laboral: Experiencias y necesidades para la creación del colegio profesional”. Para ello se basa en la creación de una pieza grafica

“infografía” donde busco plasmar y determinar la necesidad de creación de un colegio profesional como figura y entorno comunitario del diseñador gráfico frente a la lucha del campo laboral, y basado en los resultados de la investigación los egresados creen que se debe respaldar su profesión mediante un colegio profesional que les brinde seguridad, confianza y consolidación. La base de la investigación se definió como cualitativa, planteando cuestionarios de 8 preguntas, así como un muestreo aleatorio simple dentro del entorno estudiantil.

### **1.3 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA**

El análisis e investigación de este proyecto se forma por dos planteamientos importantes; el folleto sobre en base al portafolio profesional que debe tener todo profesional del diseño y la perspectiva que tiene sobre el campo laboral. En el primer aspecto se respalda en la definición del autor Carrasco (2016) y en el segundo aspecto del tema a investigar esta Arberich (2016).

Como primer concepto que abarca el proyecto de investigación se considera al portafolio como herramienta cuya finalidad es fomentar el aprendizaje que se ha adquirido, en el cual tiene la capacidad de adicionar con cada uno de los conocimientos ya adquiridos en el transcurso de los años de preparación, y cuyo objetivo es dar información sobre el avance de los procesos, así como los logros realizados mediante la aplicación del portafolio.

Es por ello que Carrasco (2016, p. 5) indica que el portafolio es un vehículo en el proceso del aprendizaje, usando diferentes estrategias y métodos que se realiza entre el educador y el aprendiz, con el objetivo de interactuar con el entendimiento y competencia adquirida y poder desarrollar todas las habilidades y plasmando sus destrezas a través de los trabajos realizados.

Finalmente relacionando el aspecto de investigación se toma en cuenta que el portafolio profesional es una recopilación de cada una de las actividades realizadas en un periodo de tiempo, donde se pone en evidencia las habilidades y experiencias que caracterizan a los profesionales, así mismo este documento consta de trabajos que reflejan todas las experiencias adquiridas a lo largo de la etapa profesional, dando mayor importancia al

aprendizaje asimilado durante la etapa estudiantil.

Con ello aumenta el desarrollo en el campo laboral y el crecimiento profesional dando a conocer al público objetivo cuales son las habilidades y destrezas que lo hace diferente y competente de otros diseñadores profesionales que también se dedican al mismo rubro. Esta pieza gráfica como herramienta es de gran y suma importancia ya que por ello se dará a conocer el crecimiento y desempeño que se ejecutará dentro del campo profesional, con los conocimientos adecuados para demostrar las habilidades y destrezas que se han adquirido en la etapa profesional.

El folleto como tal consta de un elemento gráfico y promociona el mensaje de manera tangible, esto mediante un orden y contenido que utiliza la información gráfica y textual. Un elemento no tan complejo a simple vista, pero con potencial desde su perspectiva gráfica y adaptable a cualquier esquema.

El folleto básicamente está formado por títulos internos, textos e imágenes que busca llamar la atención visual e intuitiva en la información que se desea brindar, como se menciona también el título interno y el cuerpo de texto son fundamentales para la estructura de un folleto, el tipo de tipografía que se utilice también va relacionado con la creatividad de su diseñador. Todos estos aspectos forman un conjunto de informaciones que se desea comunicar, el impacto y la respuesta por parte del público objetivo dependerá de diagramación que se realice y como se muestre, ya que existen diferentes formas de presentar un folleto que van desde dípticos (dos caras) hasta polípticos (más de cuatro caras).

En relación al primer aspecto del proyecto de investigación, el folleto al ser parte de una pieza gráfica del diseño sigue las reglas establecidas dentro del proceso grafico en él se establece los métodos de diseño que se dividen en dos partes como: contenido gráfico y diseño del folleto. Como menciona Carrasco (2016, p.02) puede haber una gran cantidad de métodos de Diseño, cada proyecto nos rivaliza a nuevos retos, ningún proyecto es semejante a otro. Pero podemos comenzar cada trabajo con unas cuantas guías generales y desde allí movernos hasta lo particular.

Estos conceptos son básicos y cada diseñador lo usa de manera directa al realizar un proceso gráfico, estas dimensiones que están involucrados en la creación de un folleto y están indicados como la composición, donde el peso de la composición se determina por el centro de interés y la ubicación espacial en dicho centro. Como indica Carrasco (2016, p.07) la función principal de la composición es conseguir imágenes visualmente atractivas para llamar la atención al centro de interés. Este a su vez desprende otros aspectos relevantes como la simetría, unidad y orden. El contraste, es un elemento importante para llamar la atención. También el color es primordial dentro del diseño, en este caso se aplica para el folleto y el portafolio ya que ambos son un medio tangible para ejercer una influencia directamente sobre el receptor. Como menciona Carrasco (2016, p.09) podemos aseverar la sensación del color nos permite captar el entorno de la naturaleza, así como la existencia de la luz, nuestro cerebro difunde estas sensaciones a través de nuestros órganos visuales.

El color se divide en la semiótica del color que a su vez se divide en la dimensión sintáctica, semántica y pragmática; Carrasco (2016, p.18) la semiótica como disciplina que se encuentra en la base del sistema cognitivo, permite analizar los elementos de la comunicación visual, la cual no solo ayuda al sistema de signos que integran un mensaje, sino que además también desarrollo una relación entre esos elementos de la comunicación visual. También se hace mención que el signo cromático es un elemento que está constituido por un significante y un signo cromático. Entonces se trata de una representación compuesta por una imagen cromática.

Otro aspecto concluyente es la tipografía, parte del concepto que es una herramienta básica del futuro diseñador así mismo, el realizar buen uso de la tipografía se ha convertido es una muestra relevante sobre la excelencia del trabajo de los mejores diseñadores gráfico. De este concepto se divide en la fuente tipográfica que determina el estilo o apariencia de un conjunto de grupo completo y también se suma la familias y fuentes tipográficas que es compuesto de tipos de tipografías, pero basados en una misma fuente.

Es importante tener en cuenta que la tipografía es un aspecto al que se presta atención, siendo relevante al momento de la impresión ya que su tamaño y su fuente utilizada resaltará en la respuesta del receptor. Desde este apartado precisa que los puntos involucrados

repercutan positiva o negativamente en un tiempo determinado. Como indica Carrasco (2016, p.38) los profesionales en diseño no solo establecen la parte externa de las obras, por el contrario, pretenden una organización de imágenes, titulares y textos, así como la asignación tipográfica que admite una lectura eficaz y legible, planteando una distribución asertiva que demuestre su objetivo que quieren demostrar. Esta expresión visual del lenguaje (tipografía) es parte esencial en la transformación de los caracteres individuales que dan como resultado las frases en mensajes.

Todo proceso de elaboración de un folleto se rige por un diseño ya que es un paso importante para plasmar toda la idea de información que se desea brindar al receptor. Teniendo conocimiento del aspecto anterior nos basamos en el diseño del folleto que tiene como indicador al formato, en el que se presentan y pueden ser volantes, dípticos, trípticos, cuadrípticos y polípticos. Según Carrasco (2016, p. 60) al realizar un diseño se debe tener en cuenta el área total del formato. En ocasiones el formato puede ser designado por el diseñador, resultando con ello una gama de posibilidades de estructura de composición.

Carrasco (2016, p.70) generalmente, las diversas partes con la que se establece una letra debe tener una información universal y factible, pero hoy en día aún es posible encontrar diversas formas de presentar y nombrar dichos elementos.

Otro valor a investigar es la disposición y debe tenerse en cuenta la comprensión lógica del folleto, misma que se establece como criterio general, la interpretación se ejecuta de izquierda a derecha, así como también de arriba a abajo. Por lo que generar un centro de interés ocasiona que la vista se fije con mayor atención, en caso contrario los elementos desordenados, dispersan la atención. Carrasco (2016, p.71) menciona que, en relación al texto, la imagen puede distribuirse en diferentes partes ocasionando con ello diversos puntos de interés. El diseñador decidirá el modo de distribuir las imágenes según busca crear un significado. Dentro del diseño del folleto se busca la proporción, el espacio en blanco, la letra y la imagen debe formar un equilibrio y una conjunción.

También se tiene cuenta la proporción dentro del folleto, mediante ello se logra dar una personalidad única y de impacto visual específico. Como menciona Carrasco (2016, p. 73)



colocar los elementos y el orden visual son fundamentales, pero hay otros aspectos que se deben tener en cuenta dentro del diseño del folleto. Para la proporción no siempre se tiene que llenar todo el espacio libre, se debe dejar sitios permisibles para que no contenga una vista tan atiborrada de elementos, dándole un espacio permisible de campo.

Finalmente, el lenguaje es otro aspecto importante en la comunicación ya que con ello se establece las funciones que propone el folleto, Carrasco (2016, p.71) indica que la información forma parte de un entorno de comunicaciones que depende de un emisor con un receptor (la persona) con un panorama a acarrear un conocimiento y su finalidad para ajustar la conducta. Esta estructura se toma dentro de este aspecto es el tipo de lenguaje que se estructura como informativo; donde generalmente impera el texto sobre la imagen y el formativo; que a diferencia de lo anterior, la imagen se refuerza de textos cortos, a su vez se establece las funciones del lenguaje como: la función de persuasión; lo que lleva al individuo a un repertorio de significados emotivos en función a una propuesta y la función creativa; donde el diseñador recurre a nuevas técnicas innovadoras para comunicar.

El segundo punto del proyecto de investigación se encamina en la percepción, el autor Alberich (2015, p.120) indica que es el proceso en el sujeto analiza, organiza, selecciona y aclara los distintos estímulos según sus experiencias, deseos (memoria, aprendizaje) y necesidades.

Del segundo aspecto se desprende el primer subtema que son los procesos sensoriales como menciona Alberich (2015, p.125) la percepción está involucrado de un subsistema de un sistema cognitivo más complejo que resulta de la percepción sensorial, memoria, conciencia, interpretación. Los procesos sensoriales se refieren principalmente a los sentidos por ello se tomará para la investigación, los indicadores como la sensación, percepción y conciencia y como indica el autor un proceso sensorial se desencadena a partir de los sentidos. Alberich (2015, p.128) existen diferentes maneras de como el cerebro interpreta un entrincado flujo de información de los múltiples sentidos y origina un sinfín de experiencias perceptuales que se mueven más allá de lo que percibimos moderadamente.

El segundo punto indicado en la investigación son las constancias perceptuales, ella se

describe a la percepción de los objetos que a su vez se mantienen estable e inalterable con respecto a los cambios en la estimulación de información sensorial. Cuando tenemos la percepción y la información estable de un objeto, conseguimos tener que reconocerlo desde cualquier ángulo, el autor Alberich (2015, p.130) indica que la información sensorial puede variar al modificarse la perspectiva y la iluminación, pero el objeto se aprecia como constante. Sin esta capacidad, tendríamos un mundo muy confuso. De este punto se puede desarrollar tres subtemas, las constancias de tamaño, donde depende de la experiencia (la información acerca del tamaño de los objetos almacenados en la memoria) y también de las señales de distancia. La forma son objetos que tienden a ser vistos con una forma constante, aunque las imágenes de la retina cambien al observarlos desde ángulos diferentes. El color al igual que lo anterior, percibimos que los objetos familiares conservan sus colores sin importar la información que llegue al ojo, estos indicadores nos dan un entendimiento y una mejor relación con el mundo y nos ayuda a entender mejor el objeto dentro del ambiente que nos rodea.

Arberich (2016, p.137), menciona que la memoria al igual que la experiencia ejercen un papel importante en la constancia perceptual, equilibrando los estímulos que con frecuencia se confunden.

#### **1.4 MARCO CONCEPTUAL**

Para reforzar los conceptos de las variables aquí tratados se dispone a definir la terminología:

Folleto: Indica que el folleto es una herramienta impresa, en el cual se puede asemejar diferentes formatos y longitudes donde tiene como fin brindar información generalizada de un producto o servicio, cuyo propósito es ayudar al cliente y buscar como resultado una decisión. (Greenbaum, 1991)

Composición visual: Dentro del concepto de diseño gráfico la composición visual es componer el formato en diferentes elementos gráficos partiendo de un concepto o idea para resultar en un concepto estético que provoque en el público objeto un estímulo de lectura ágil y fácil entendimiento. Los signos gráficos y elementos generados por medio de esta

composición son esenciales para medios psicológicos e intelectuales y que dan resultado en la pieza grafica compuesta. Todo el proceso constructivo se organiza con energía y fuerza. (Gual, 2010).

**Color:** El color forma parte clave del diseño y en especial del gráfico. Un vehículo colorido cuyo propósito es llamar y captar la atención, dirigir y canalizar al observador, además informarle del tipo de sensación que debe tener ante los colores mostrados. (Ambrose y Harris, 2008).

**Tipografía:** Esta se basa en diseño conceptualmente con tipos, esta terminología que se designa a los caracteres que involucra el alfabeto, los números y también los signos de puntuación, que todos ellos forman palabras, pequeñas frases o textos. El termino en función al tipo de letra se refiere al diseño de todo lo mencionado anteriormente (Poulion, 2012).

**Contraste:** El dinamismo de una composición libre, se plantea por el contraste en todos los aspectos expresivos posibles y que los distintos tipos elementos brinda. No se basa en normas si no en expresiones de una sensación con todas las plataformas posibles. Darle libertad a la composición resulta en transformación, evolución y movilidad. (Gual, 2010).

**Formato:** Este concepto se basa en longitudes o proporciones en diferentes distribuciones ya sea horizontal o vertical, de un determinado formato como papel, libro o diario. (Puig, 1995)

**Leguaje:** En este campo del proceso se realiza un envío de información, que se encuentra en la difusión visual, este tipo de lenguaje se fundamenta primordialmente en la imagen, pero también se encuentra integrado por un conglomerado de símbolos y elementos que nos facilitan la posibilidad de crear nuevos materiales de comunicación. (Proaps, 2007).

**Percepción:** Es un proceso de auto aprendizaje en el que el receptor, antes de analizar la nueva información, guárdaselo y archivarlos en su conciencia, estructura un esquema de

información anticipada, lo que le permite diferenciar el estímulo para aceptarlo rechazarlo según se adecue la propuesta que se le planteo esquemáticamente. (Neisser, 1967).

Sensación: Los órganos encargados de la estructura sensorial son los encargados de captar la estimulación que nos da el medio y mandarlo al cerebro que es donde se acumula y registra toda la información y que como resultado lo convierte en sesión. (Delval, 1995).

Forma: En nuestra mente se forman diferentes categorías y criterios que organizan las experiencias mediante datos y las categorías no están sometidas a la influencia del aprendizaje, por ende, la experiencia y los datos captados buscan la forma peculiar de organizarlos. (Estudios sociales, 2004).

Tamaño: Esta percepción de tamaño puede verse afectada por nuestra percepción de la profundidad, por lo tanto, nuestra capacidad para percibir el tamaño de un objeto a veces puede verse afectado drásticamente por la de percibir la distancia a la que está el objeto. (Ruiz, 2016).

Color: El color en cuanto a la percepción se debe asociar en el fondo con el que se realiza la acción perceptual y según la teoría del color, se ven mejor los colores si estos son complementarios. (Gonzales, 2004).

Portafolio: Se considera que la palabra portafolios desde un concepto educativo, el cual deriva de la relación anglosajona, Portfolio Assessment que se podría interpretar como “carpeta creativa” o “portfloio process” que se puede entender en castellano como “carpeta educativa”. Quiere decir que corresponde a la denominación de los aprendizajes que se realizan dentro de las aulas. (Villamar, 2009).

Portafolio: El significado de portafolio se puede entender de diferentes conceptos en nuestro país, y uno de ellos es tecina de recogida de datos, compilación, repertorio o colección de evidencia y al mismo tiempo de competencias profesionales, surge como respuesta al mundo del arte, la arquitectura y el diseño, se puede decir que el portafolio es

una técnica que surge de la necesidad de plasmar nuestra competencia para luchar en el ámbito laboral. Y como otras muchas técnicas nacidas netamente del entorno laboral o empresarial, son utilizados en el campo educativo, donde el estudiante implementará su propio diseño y lo ejecutara en el trabajo o i va postular a uno, este proceso se va perfeccionando con el tiempo y se vuelve más competitivo. (Taylor, 2010)

## **1.5 FORMULACION DEL PROBLEMA**

### **1.5.1 PROBLEMA GENERAL**

¿Qué relación existe entre el folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018?

### **1.5.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿Qué relación existe entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018?
- ¿Qué relación existe entre el diseño del folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018?

## **1.6 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO**

La investigación busca fundamentalmente como propósito contribuir y aportar la importancia del desarrollo de un portafolio para los Diseñadores Gráficos de la galería Centro Lima, mostrando con ello los contenidos que deberían ser implementados y analizados para los futuros trabajos que vayan a realizar como profesionales del Diseño Gráfico.

Por ello es necesario crear un folleto que sirva como guía para tener en cuenta los parámetros que serán el pilar de apoyo para el desarrollo de un portafolio, con el objetivo de aportar el desenvolvimiento profesional y personal en un contexto más organizado para los

jóvenes diseñadores, mostrando en ello sus capacidades y destrezas para cumplir un rol en el ámbito laboral.

Comúnmente los portafolios son estructuras que permiten que los Diseñadores Gráficos lleguen a identificar todas sus cualidades que se han establecido y desarrollado durante un tiempo de aprendizaje y que su resultado se vea reflejado en el campo laboral.

El objetivo del desarrollo de un portafolio es por consecuencia tener un archivar y una organización de nuestra información siendo esto de suma importancia del Diseñador Gráfico, al mismo tiempo puede tener información de los reconocimientos recibidos de sus trabajos previos, un ejemplo de realización durante su etapa de aprendizaje, esto influirá en su curriculum y en las experiencias adquiridas, hasta llegar a las cartas de recomendación.

Hay que resaltar que la intención y la visión que se busca al llevar a cabo con la elaboración de este proyecto de investigación, es para observar cual es la relación que existe entre el folleto sobre el portafolio profesional y la percepción del diseñador gráfico en el campo laboral, de este modo se estaría adicionando a nuestra carrera un instrumento de soporte mostrando con ello una nueva forma de comunicación visual que puede ser útil ante un problema social.

## **1.7 HIPÓTESIS**

### **1.7.1 HIPÓTESIS GENERAL**

**H<sub>i</sub>:** Existe relación entre el folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre el folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

### **1.7.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICOS**

#### **1.7.2.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICA**

**H<sub>1</sub>:** Si existe relación significativa entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

**H<sub>3</sub>:** Si existe relación significativa entre el diseño del folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el diseño del folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

## **1.8 OBJETIVOS**

### **1.8.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la relación entre la elaboración de un folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

### **1.8.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS**

- Determinar la relación existe entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.



- Determinar la relación existe entre el diseño del folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

## II. MÉTODO

### 2.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigativo empleo un análisis de estudio No experimental y también Transversal. Se basa en los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.152) que manifiestan que en una investigación No experimental no existe un empleo planeado de las variables a estudiar, por lo tanto, se precisa que el proceso a investigar será estudiado en su propio ambiente para luego ser analizados. También se basa en aplicada, ya que está enfatizado y aplicado al entendimiento para determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del diseñador gráfico y Transversal ya que brindara los datos en un tiempo único.

Esta investigación se determinar por ser de nivel correlacional debido a que entabla la correlación que existe entre las variables a estudiar según lo mencionan autores Hernández, Fernández y Baptista. (2014, p.89).

**Tabla 1.** Clasificación de las variables.

Profundidad de estudio	Correlacional
<b>Alcance temporal</b>	Descriptivo
<b>Finalidad</b>	Inv. Aplicada
<b>Fuente de datos</b>	Inv. Campo
<b>Amplitud</b>	Macro sociológico
<b>Tiempo en que se efectúa</b>	Inv. Sincrónico

### 2.2 OPERACIONALIZACIÓN

El trabajo de investigación se basa de dos variables, conforme a las variables cualitativas, puesto que sus componentes de estudio no se pueden enunciar numéricamente (Álvarez, 2007, p.16).

Variable X: Folleto

Carrasco (2016) el folleto es un instrumento impreso, que abarca diferentes tamaños y formatos, en ella se provee información general de un producto con el principal el objetivo de buscar el interés sobre la decisión en un usuario.

Variable Y: Percepción

Arberich (2015) menciona que es el conjunto de procesos mediante el cual una persona interpreta, organiza y selecciona la información de su entorno para plasmar una impresión consiente de la propia realidad aceptando directamente la comunicación visual.

**Tabla 2.** Ordenamiento de variables

TIPOS DE VARIABLE	SEGÚN SU NATURALEZA	SEGÚN SU IMPORTANCIA
Folleto sobre portafolio profesional	Cualitativa-Nominal	Variable X
Percepción	Cualitativa-Nominal	Variable Y

Tabla 3. Operacionalización de la variable

Variabl e	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de valoración
Folleto	El folleto está pensado y diseñado para brindar un mensaje y transmitirlo. El propósito es que llegue al receptor y sea comprendido con claridad. (Carrasco, 2016)	Un folleto es un documento impreso diseñado como instrumento divulgatorio o publicitario.	Contenido gráfico	Composición visual La importancia del punto de interés se fundamenta con el peso de la composición definido fundamentalmente por la ubicación espacial de dicho punto. (Carrasco, 2016)	1. ¿La composición visual del contenido del folleto capta tu interés para seguir observándolo?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
			Busca ordenar los titulares, las características e imágenes, distribuye las tipografías que permiten una lectura significativa y eficiente, buscando una	Color Es una sensación del cerebro que permite captar el entorno de la naturaleza y la existencia de la luz. (Carrasco, 2016)	2. ¿Te parecieron adecuados los colores utilizados en el folleto?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
			pieza racional que refleje el tema, estilo y objetivo del	Tipografía Es una técnica de la comunicación que se transcribe a través de la palabra impresa, y deben ser comunicadas con	3. ¿Crees que el tipo de letra utilizado le permite leer la información del folleto?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo

		contenido (Carrasco, 2016)	habilidad, eficacia y distinción. (Carrasco, 2016)		Muy en desacuerdo
			Contraste Factor importante para llamar la atención siendo una táctica visual que permite manifestar el significado. (Carrasco, 2016)	4. ¿El contraste de los colores utilizado en el contenido del folleto capta tu atención?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
		Diseño del folleto  Se diseña para ser leído y comprendido ágilmente. Captan la mirada y el interés del	Lenguaje Comunicar con claridad, fuerza y simplicidad, teniendo en cuenta el destinatario creando una forma de expresar el mensaje.(Carrasco, 2016)	5. ¿Entiende con claridad toda la información que se muestra en el folleto sobre el portafolio profesional?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
			Formato Es el área total de la que se dispone realizar un diseño. (Carrasco, 2016)	6. ¿El área del folleto es suficientemente adecuada para la	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

		observador en forma rápida.(Carrasco, 2016)		información presentada?	En desacuerdo Muy en desacuerdo	
			Disposición La imagen se ubica en diferentes partes en relación al texto, ocasionando de esta manera puntos de atracción diversos.(Carrasco, 2016)	7. ¿Existe jerarquía en las imágenes distribuidas dentro del diseño del folleto sobre el portafolio profesional?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo	
			Proporción Es armonía y unión entre el espacio en blanco, la imagen y la letra. (Carrasco, 2016)	8. ¿Existe armonía entre las imágenes, las letras y el espacio utilizados en el folleto sobre el portafolio profesional?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo	
Percepción	Simplemente un subsistema de un marco subjetivo más complejo que	Es el acto en que la persona capta o interpreta el entorno	Procesos sensoriales  Un proceso sensorial se	Sensación Se refiere a datos sensoriales puros de los sentidos, audición, visión olfato, gusto equilibrio, tacto. (Arberich, 2015)	9. ¿El diseño del folleto te estimula visualmente a interactuar con él?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo

incorpora el discernimiento táctil, la memoria, la consideración, el aprendizaje, el reconocimiento. (Arberich, 2015)	mediante un proceso sensorial directamente desde su perspectiva visual.	desencadena a partir de nuestros sentidos. (Arberich, 2015)			Muy en desacuerdo
		Percepción Conjunto de procesos mediante el cual una persona selecciona, organiza e interpreta la información de su entorno para formar una impresión consciente de la realidad.(Arberich, 2015)	10. ¿No presenta alguna dificultad al interactuar con el folleto sobre portafolio profesional?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo	
		Conciencia Todo lo que ve y procesa nuestro marco de la percepción se traduce por nuestra conciencia, obteniendo un información visual de nuestra condición.(Arberich, 2015)	11. ¿El folleto le permitió tomar conciencia sobre la importancia del portafolio profesional?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo	
		Constantes perceptuales	Forma Tendencia a ver un objeto de la misma forma sin importar	12. ¿Logra identificar la forma del folleto si se le	Muy de acuerdo De acuerdo

		La conciencia perceptual es nuestra forma de percibir que los objetos no cambian a pesar de las modificaciones en la estimulación sensorial(Arberich, 2015)	desde que ángulo se vea. (Arberich, 2015)	coloca desde otro ángulo?	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
			Tamaño Percepción de tamaño que un objeto conserva la misma dimensión sin importar la lejanía en la que se observa. (Arberich, 2015)	13. ¿Puede distinguir el tamaño del folleto si se le coloca a cierta distancia de ti?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
			Color Ayuda a comprender mejor el objeto dentro del ambiente que nos rodea, percibiendo los objetos familiares a pesar de los cambios en la formación sensorial.(Arberich, 2015)	14. ¿Los colores empleados te orientan a interactuar con el folleto?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

## 2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

### Población

La población que constituye el elemento de investigación está constituida por un total de 1000 personas dedicadas al diseño gráfico de la galería Centro Lima, 2018. Por consiguiente, determinamos que esta población es finita.

### Muestra

Para encontrar el tamaño de la muestra a una población finita se utiliza la siguiente fórmula:

N: Tamaño de la población = 1000

Z: Nivel de confianza (95%) = 1.96

p: probabilidad de éxito (50%) = 0.5

q: Probabilidad de Fracaso (50%) = 0.5

d: error máximo permitido (5%) = 0.05

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{d^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (1000) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (1000 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 278$$

Como resulta, esta muestra está conformado por 278 personas dedicadas al diseño gráfico de la galería Centro Lima, 2018.

### Técnica de Muestreo

La ejecución de muestreo que se realizó en este proyecto de investigación es el muestreo no probabilístico intencional o de conveniencia, ya que todos diseñadores gráficos fueron evaluados de manera aleatoria.



## **2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD**

### **Técnica**

La técnica que se utilizó en este trabajo de investigación se establece por la técnica de la encuesta, este nos permitirá compilar toda la información necesaria mediante las respuestas que otorguen los 278 diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

### **Instrumento**

El registro se realizó a través del cuestionario como instrumento de compilación de datos, en él se recolecta los datos esenciales del diseño del folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del diseñador gráfico, para esta investigación el cuestionario consta de 14 preguntas y para la recolección de datos se planteó el uso del método tipo Likert, de las cuales 08 preguntas pertenecen a la variable folleto sobre portafolio profesional y las 06 preguntas continuas pertenecen a la variable percepción.

En este estudio se aplicó la escala de medición de Likert, de las cuales cuenta con cinco opciones de respuesta que parten de los indicadores que se encuentran en la matriz de operacionalización de la variable folleto sobre portafolio profesional (independiente) y la variable concientización (dependiente), las cuales se presentan para la investigación de este proyecto.

Consiguientemente, la actitud de los encuestados se expresó mediante opiniones acerca de las dimensiones de las variables, la escala de medición va de 1 al 5 donde:

1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy en desacuerdo

**Validez:**

El instrumento de colección de datos fue analizado previamente a una evaluación de conformidad, con la ayuda de juicio de experto, siendo validado por tres especialistas, quienes evaluaron la ficha de instrumento de investigación haciendo uso de la ficha de evaluación de expertos.

Tabla N° 04 Evaluación de expertos

ITEMS	PREGUNTAS	EXPERTO1		EXPERTO2		EXPERTO3	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿El instrumento de recolección de datos tienes relación con el título de la investigación?	X		X		X	
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		X		X	
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de investigación?	X		X		X	
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		X		X	
5	¿La redacción de las preguntas en con sentido coherente?	X		X		X	
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada una de los elementos de los indicadores?	X		X		X	
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		X		X	

8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		X		X	
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X		X		X
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		X		X	
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		X		X	
	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>1</b>

Tabla N° 05: Prueba Binomial

<b>Prueba Binomial</b>						
		Categoría	N	Proporción observada	Pro. de prueba	Sig. Exacta (bilateral)
<b>Melchor_Aguero</b> <b>_Liliana</b>	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1.00		
<b>Tanta_Respreto</b> <b>_Juan</b>	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1.00		
<b>Rodarte_Santos</b> <b>Jessica</b>	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1.00		

La prueba binomial demuestra que el instrumento de medición es correcto y valido, ya que la evaluación del experto tiene que ser < 0.05 y como se observa en la tabla se obtiene 0.012, lo cual reafirma que el instrumento es válido.

**Confiabilidad:**

La confiabilidad del instrumento se establecio usando el estadistico de fiabilidad(Alfa de Cronbach), en este caso se le aplico a 278 diseñadores de la galeria Centro Lima,2018 de donde se obtiene los siguientes resultados:

Alfa de Cronbach(Formula)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

- $\alpha$  = Coeficiente de Confiabilidad
- $k$  = Número de ítems del instrumento
- $S_i^2$  = Varianza de cada ítem
- $S_t^2$  = Varianza del instrumento

Tabla N° 06

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	278	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	.0
	Total	278	100.0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Tabla N° 07

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.867	14

De acuerdo con el análisis del alfa de Cronbach  $\alpha$  se muestra como resultado 0,867, lo que significa que el instrumento es aceptable ya que está por encima de lo establecido 0.81 a 1.00.

Si se obtiene 0,25=> muestra baja confiabilidad

Si se obtiene 0,50 => la fiabilidad es media o ligera

Si el resultado excede el 0,75 =>es aceptable

Si el resultado es mayor a 0,90 => es elevada

## 2.5 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS

La investigación tiene como procedimiento el uso de la técnica cuantitativa, por lo tanto, el método ejecutado es el estadístico descriptivo, aplicando por ello como instrumento de colección de datos una encuesta constituida por 14 preguntas, sometido a la escala de Likert, donde se expresan por puntajes de 1 y 5 según clasificación.

El instrumento fue evaluado por tres asesores expertos y posteriormente se realizó la entrega del folleto y el cuestionario a doscientos setenta y ocho (278) diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, con el propósito de determinar la confiabilidad del instrumento utilizado.

Con la investigación analizada y obtenida se realizó una tabulación de datos mediante el software estadístico SPSS Statistics 24.0; el software realiza el cálculo de los resultados obtenidos de las 278 encuestas ejecutadas obteniéndose la fiabilidad del proyecto de investigación.

## 2.5.1 Análisis Descriptivo

Se describe los resultados obtenidos según la encuesta estructurada de 14 preguntas y 5 alternativas de respuesta.

### Pregunta 1:

Tabla N°8 Frecuencia de Variable Folleto, D1 – Composición visual

¿La composición visual del contenido del folleto capta tu interés para seguir observándolo?					
		Frecuencia	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	11	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	25	9.0	9.0	12.9
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	71	25.5	25.5	38.5
	De acuerdo	94	33.8	33.8	72.3
	Muy de acuerdo	77	27.7	27.7	100.0
	Total	278	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Mediante la tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 33.8% (94) de acuerdo y el 27.7% (77) muy de acuerdo, lo cual equivale al 61.5% (171) del total, declara que composición visual del folleto capta el interés, mientras que solo el 4% (11) considera que esta muy en desacuerdo.

## Pregunta 2:

Tabla N°9 Frecuencia de Variable Folleto, D1 – Color

<b>¿Te parecieron adecuados los colores utilizados en el folleto?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	7	2.5	2.5	2.5
	En desacuerdo	19	6.8	6.8	9.4
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	55	19.8	19.8	29.1
	De acuerdo	120	43.2	43.2	72.3
	Muy de acuerdo	77	27.7	27.7	100.0
	Total		278	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

En esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 43.2% (120) de acuerdo y el 27.7% (77) muy de acuerdo, lo cual equivale al 70.9% (197) del total, manifiesta que son adecuados los colores utilizados, mientras que solo el 2.5% (7) considera que esta muy en desacuerdo.

## Pregunta 3:

Tabla N°10 Frecuencia de Variable Folleto, D1 – Tipografía

<b>¿Crees que el tipo de letra utilizado le permite leer la información del folleto?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	5	1.8	1.8	1.8
	En desacuerdo	15	5.4	5.4	7.2
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	40	14.4	14.4	21.6
	De acuerdo	100	36.0	36.0	57.6
	Muy de acuerdo	118	42.4	42.4	100.0
	Total		278	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Del mismo modo en esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 36% (100) de acuerdo y el 42.4% (118) muy de acuerdo, lo cual equivale al 78.4% (218) del total, indica que el tipo de letra utilizado le permite leer la información del folleto, mientras que solo el 1.8% (5) considera estar muy en desacuerdo.

**Pregunta 4:**

Tabla N°11 Frecuencia de Variable Folleto, D1 – Contraste

<b>¿El contraste de los colores utilizado en el contenido del folleto capta tu atención?</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Muy en desacuerdo	12	4.3	4.3	4.3
	En desacuerdo	22	7.9	7.9	12.2
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	45	16.2	16.2	28.4
	De acuerdo	105	37.8	37.8	66.2
	Muy de acuerdo	94	33.8	33.8	100.0
	<b>Total</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Del mismo modo en esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 37.8% (105) de acuerdo y el 33.8% (94) muy de acuerdo, lo cual equivale al 71.6% (199) del total, indica que el contraste de los colores capta la atención en el folleto, mientras que solo el 4.3% (12) considera estar muy en desacuerdo.



### Pregunta 5:

Tabla N°12 Frecuencia de Variable Folleto, D2 – Lenguaje

<b>¿Entiende con claridad toda la información que se muestra en el folleto sobre el portafolio profesional?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	6	2.2	2.2	2.2
	En desacuerdo	13	4.7	4.7	6.8
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	64	23.0	23.0	29.9
	De acuerdo	99	35.6	35.6	65.5
	Muy de acuerdo	96	34.5	34.5	100.0
	Total		278	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

En esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 35.6% (99) de acuerdo y el 34.5% (96) muy de acuerdo, lo cual equivale al 70.1% (195) del total, menciona que la información se presenta con claridad en el folleto sobre portafolio profesional, mientras que solo el 2.2% (6) considera estar muy en desacuerdo.

### Pregunta 6:

Tabla N°13 Frecuencia de Variable Folleto, D2 – Formato

<b>¿El área del folleto es suficientemente adecuada para la información presentada?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	1.4	1.4	1.4
	En desacuerdo	16	5.8	5.8	7.2
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	46	16.5	16.5	23.7
	De acuerdo	107	38.5	38.5	62.2

	Muy de acuerdo	105	37.8	37.8	100.0
	Total	278	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

En esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 38.5% (107) de acuerdo y el 37.8% (105) muy de acuerdo, lo cual equivale al 76.3% (212) del total, menciona que el área del folleto es adecuada con respecto a la información presentada, mientras que solo el 1.4% (4) considera estar muy en desacuerdo.

### Pregunta 7:

Tabla N°14 Frecuencia de Variable Folleto, D2 – Disposición

<b>¿Existe jerarquía en las imágenes distribuidas dentro del diseño del folleto sobre el portafolio profesional?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	7	2.5	2.5	2.5
	En desacuerdo	22	7.9	7.9	10.4
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	50	18.0	18.0	28.4
	De acuerdo	102	36.7	36.7	65.1
	Muy de acuerdo	97	34.9	34.9	100.0
	Total	278	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Mediante esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 36.7% (102) de acuerdo y el 34.9% (97) muy de acuerdo, lo cual equivale al 71.6% (199) del total, menciona que existe jerarquía en las imágenes distribuidas en el diseño del folleto, mientras que solo el 2.5% (7) considera estar muy en desacuerdo.

### Pregunta 8:

Tabla N°15 Frecuencia de Variable Folleto, D2 – Proporción

<b>¿Existe armonía entre las imágenes, las letras y el espacio utilizados en el folleto sobre el portafolio profesional?</b>					
		Frecuenc ia	Porcenta je	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Váli do	Muy en desacuerdo	8	2.9	2.9	2.9
	En desacuerdo	22	7.9	7.9	10.8
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	48	17.3	17.3	28.1
	De acuerdo	90	32.4	32.4	60.4
	Muy de acuerdo	110	39.6	39.6	100.0
	Total	278	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Del mismo modo en esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 32.4% (90) de acuerdo y el 39.6% (110) muy de acuerdo, lo cual equivale al 72% (200) del total, indica que existe armonía entre los valores establecidos en el folleto, mientras que solo el 2.9% (8) considera estar muy en desacuerdo.

### Pregunta 9:

Tabla N°16 Frecuencia de Variable Percepción, D3 – Sensación

<b>¿El diseño del folleto te estimula visualmente a interactuar con él?</b>					
		Frecuenc ia	Porcenta je	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Váli do	Muy en desacuerdo	16	5.8	5.8	5.8
	En desacuerdo	16	5.8	5.8	11.5
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	61	21.9	21.9	33.5
	De acuerdo	118	42.4	42.4	75.9
	Muy de acuerdo	67	24.1	24.1	100.0
	Total	278	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Del mismo modo en esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 42.4% (118) de acuerdo y el 24.1% (67) muy de acuerdo, lo cual equivale al 66.5% (183) del total, indica que el diseño del folleto estimula a la interacción, mientras que solo el 5.8% (16) considera estar muy en desacuerdo.

**Pregunta 10:**

Tabla N°17 Frecuencia de Variable Percepción, D3 – Percepción

<b>¿No presenta alguna dificultad al interactuar con el folleto sobre el portafolio profesional?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	11	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	11	4.0	4.0	7.9
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	76	27.3	27.3	35.3
	De acuerdo	116	41.7	41.7	77.0
	Muy de acuerdo	64	23.0	23.0	100.0
	Total	278	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

En este caso en la tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 41.7% (116) de acuerdo y el 23% (64) muy de acuerdo, lo cual equivale al 64.7% (180) del total, menciona que no presenta dificultad al interactuar con el folleto, mientras que solo el 4% (11) considera estar muy en desacuerdo.

**Pregunta 11:**

Tabla N°18 Frecuencia de Variable Percepción, D3 – Conciencia

<b>¿El folleto te permitió tomar conciencia sobre la importancia del portafolio profesional?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	11	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	12	4.3	4.3	8.3
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	92	33.1	33.1	41.4
	De acuerdo	113	40.6	40.6	82.0
	Muy de acuerdo	50	18.0	18.0	100.0
	Total	278	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Mientras que en esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 40.6% (113) de acuerdo y el 18% (50) muy de acuerdo, lo cual equivale al 58.6% (163) del total, indica que el folleto le permitió tomar conciencia sobre la importancia del portafolio profesional, mientras que solo el 4% (11) considera estar muy en desacuerdo.

**Pregunta 12:**

Tabla N°19 Frecuencia de Variable Percepción, D4 – Forma

<b>¿Logra identificar la forma del folleto si se le coloca desde otro ángulo?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	9	3.2	3.2	3.2
	En desacuerdo	24	8.6	8.6	11.9
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	74	26.6	26.6	38.5
	De acuerdo	116	41.7	41.7	80.2

Muy de acuerdo	55	19.8	19.8	100.0
Total	278	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Mediante esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 41.7% (116) de acuerdo y el 19.8% (55) muy de acuerdo, lo cual equivale al 61.5% (170) del total, menciona que es perceptible identificar el folleto desde otro ángulo, mientras que solo el 3.2% (9) considera estar muy en desacuerdo.

### Pregunta 13:

Tabla N°20 Frecuencia de Variable Percepción, D4 – Tamaño

<b>¿Puedes distinguir el tamaño del folleto si se le coloca a cierta distancia de ti?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	17	6.1	6.1	6.1
	En desacuerdo	36	12.9	12.9	19.1
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	82	29.5	29.5	48.6
	De acuerdo	86	30.9	30.9	79.5
	Muy de acuerdo	57	20.5	20.5	100.0
	Total	278	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Mediante esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 30.9% (86) de acuerdo y el 20.5% (57) muy de acuerdo, lo cual equivale al 51.4% (143) del total, indica que colocándolo desde otra distancia aun así puede distinguir el folleto, mientras que solo el 6.1% (17) considera estar muy en desacuerdo.

## Pregunta 14:

Tabla N°21 Frecuencia de Variable Percepción, D4 – Color

¿Los colores empleados te orientan a interactuar con el folleto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	6	2.2	2.2	2.2
	En desacuerdo	19	6.8	6.8	9.0
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	71	25.5	25.5	34.5
	De acuerdo	94	33.8	33.8	68.3
	Muy de acuerdo	88	31.7	31.7	100.0
	Total		278	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Finalmente, en esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 33.8% (94) de acuerdo y el 31.7% (88) muy de acuerdo, lo cual equivale al 65.5% (182) del total, indica que los colores empleados orientan a la interacción con el folleto, mientras que solo el 2.2% (6) considera estar muy en desacuerdo.

### 2.5.2 ANÁLISIS INFERENCIAL

Para dar valor al nivel de correlación, se contrastó las hipótesis el cual se determina la correlación existente entre las variables y dimensiones.

#### Hipótesis General

**H<sub>i</sub>:** Existe relación entre folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

Tabla N°22 Prueba de chi cuadrado: folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significaci ón asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	155,320 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	92,634	16	,000
Asociación lineal por lineal	67,474	1	,000
N de casos válidos	278		
a. 16 casillas (64,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

### Interpretación:

Como el valor de sig (valor critico observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir que el folleto sobre el portafolio profesional se relaciona significativamente con la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

### Hipótesis Especifica 1

Respecto a las dimensiones: Contenido gráfico y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

**H<sub>1</sub>:** Si existe relación significativa entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.



Tabla N°23 Prueba de chi cuadrado: Contenido gráfico y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significaci ón asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	154,20 1 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	94,200	16	,000
Asociación lineal por lineal	71,715	1	,000
N de casos válidos	278		
a. 15 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

### Interpretación:

Como el valor de sig (valor critico observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir que el contenido gráfico se relaciona significativamente con la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

### Hipótesis Especifica 2

Respecto a las dimensiones: Diseño del folleto y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

**H<sub>1</sub>:** Si existe relación significativa entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

Tabla N°24 Prueba de chi cuadrado: Diseño del folleto y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	144,089 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	70,295	16	,000
Asociación lineal por lineal	53,403	1	,000
N de casos válidos	278		
a. 16 casillas (64,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

### Interpretación:

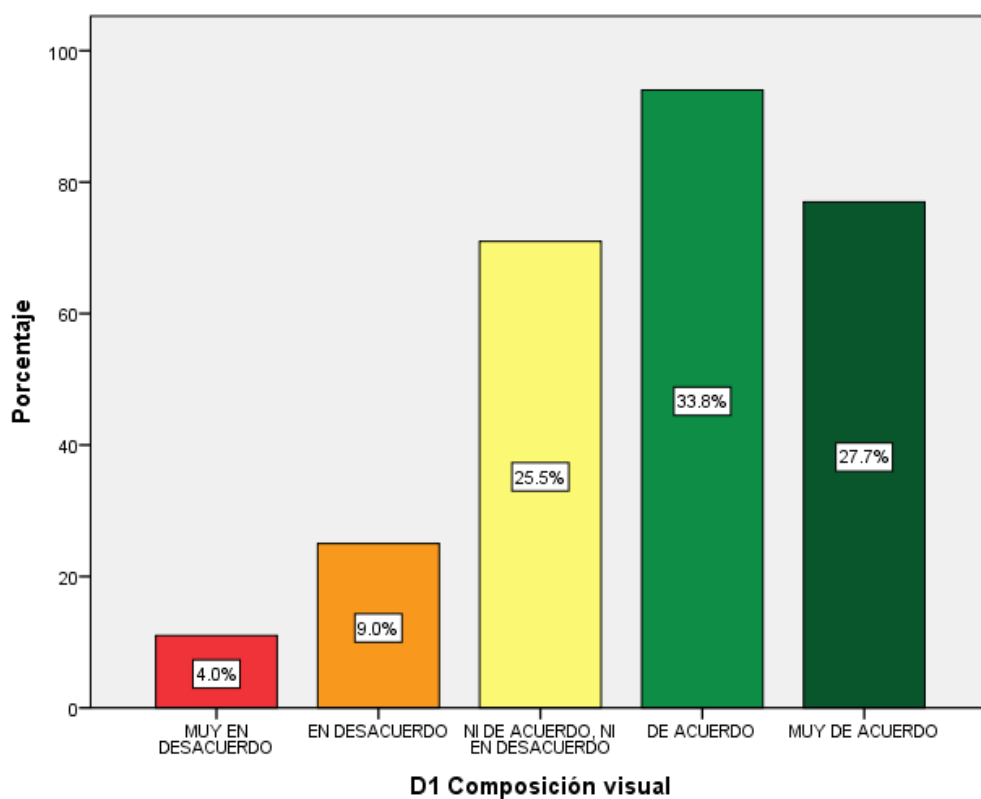
Como el valor de sig (valor crítico observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir que el diseño del folleto se relaciona significativamente con la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

## **2.6 ASPECTOS ÉTICOS**

En esta investigación se hace uso en cumplimiento de todos los aspectos éticos y morales, por lo tanto, no existe plagio ni incumplimiento, ya que se respetó a los autores quienes son citados respecto a la estimación de su aporte para la presente configuración. Se ha citado toda la información concerniente al estilo APA 14. También para el análisis de datos estadísticos se tomó como software de apoyo a SPSS 24, que fijo los parámetros adecuados para el proyecto de investigación. Así mismo toda la información respecto a la población fue tomada con suma confiabilidad en relación a la galería Centro Lima.

### III. RESULTADOS

Gráfico N° 01, ¿La composición visual del contenido del folleto capta tu interés para seguir observándolo?

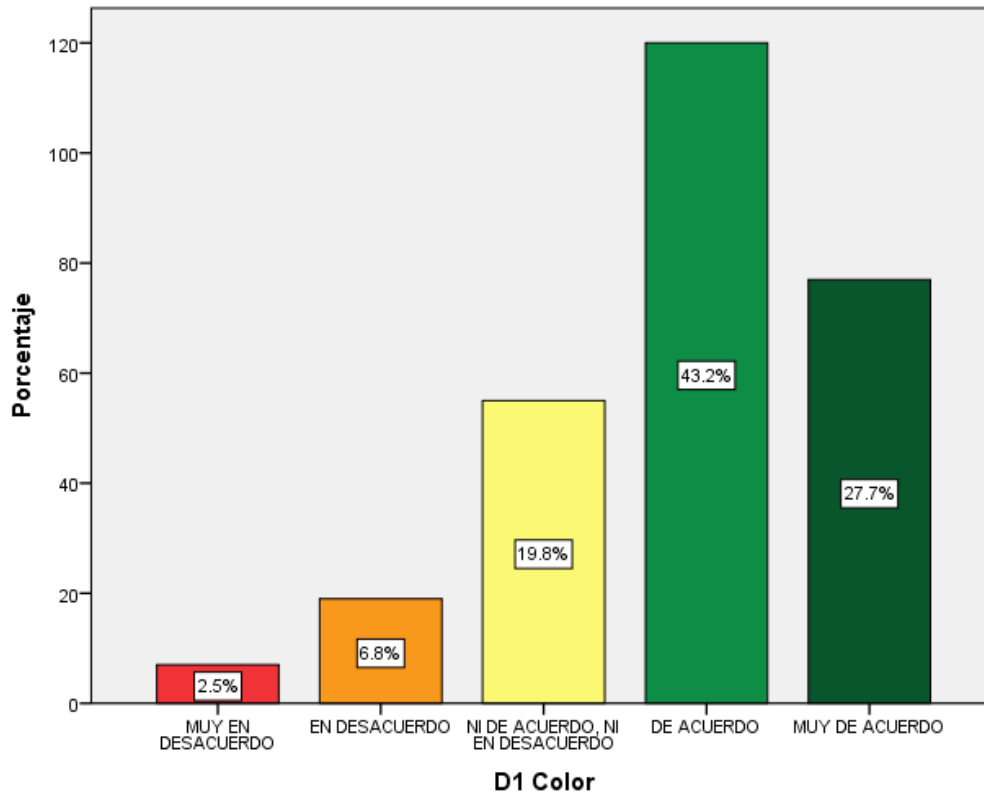


Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Interpretación:

Del total de 278 encuestados se obtuvo la siguiente, el 33.8% (94) de acuerdo y el 27,7% (77) muy de acuerdo, lo que equivale al 62,3% (171) de encuestados, manifiestan que la composición visual del folleto capta el interés para respectiva observación, podemos decir que el folleto es aceptado. Solo un 4% (11) muy en desacuerdo se considera que el folleto no capta su interés.

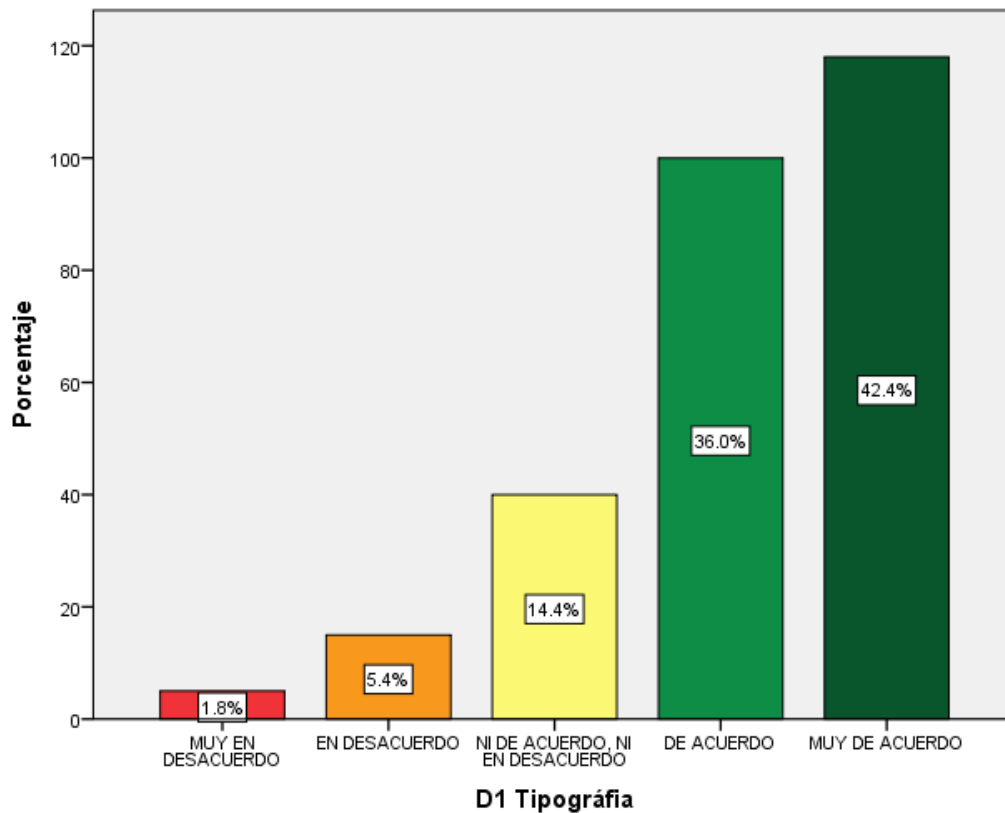
Gráfico N° 02, ¿Te parecieron adecuados los colores utilizados en el folleto?



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Del total de 278 encuestados se obtuvo la siguiente, el 43.2% (120) de acuerdo y el 27.7% (77) muy de acuerdo, lo cual equivale al 70.9% (197) del total, manifiesta que son adecuados los colores utilizados, siendo los mismos implementados en el folleto impreso y al mismo tiempo son atractivos y facilita su contenido, podemos decir que el folleto es aceptado. Solo el 2.5% (7) considera que esta muy en desacuerdo.

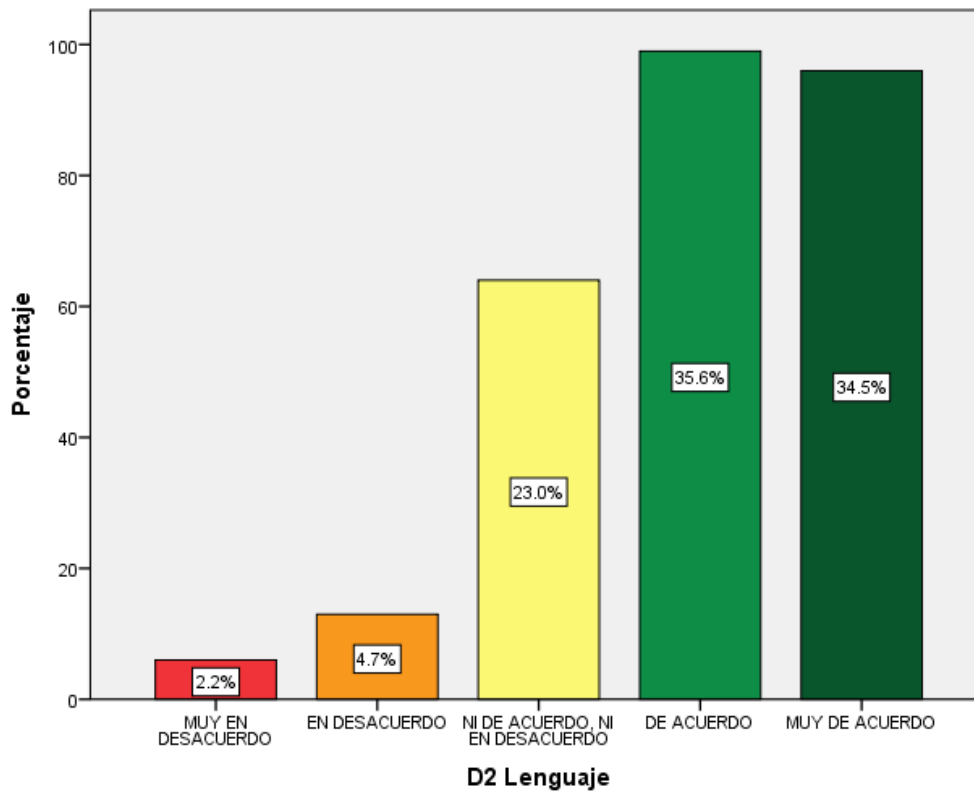
Gráfico N° 03, ¿Crees que el tipo de letra utilizado le permite leer la información del folleto?



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Del total de 278 encuestados se obtuvo la siguiente, el 36% (100) de acuerdo y el 42.4% (118) muy de acuerdo, lo cual equivale al 78.4% (218) del total, manifiesta que es acertado la tipografía utilizado en el folleto ya que el mismo facilito la información que se deseaba brindar, podemos decir que el folleto es aceptado, mientras que solo el 1.8% (5) considera estar muy en desacuerdo.

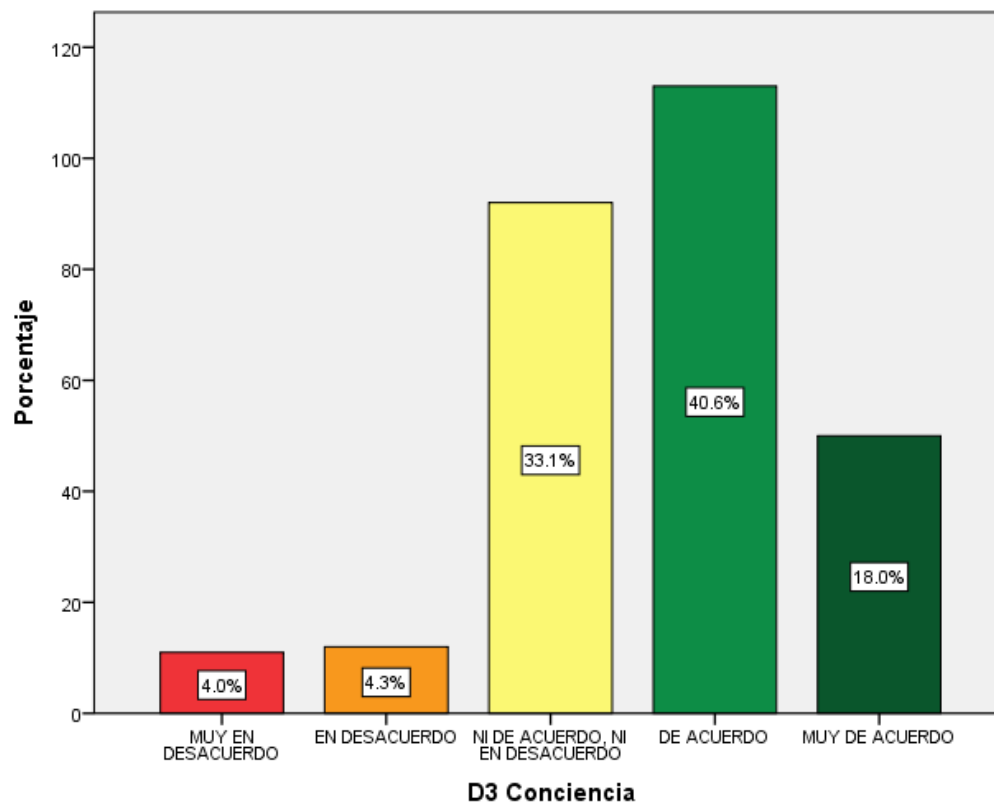
Gráfico N° 04, ¿Entiende con claridad toda la información que se muestra en el folleto sobre el portafolio profesional?



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Del total de 278 encuestados se obtuvo la siguiente, el 35.6% (99) de acuerdo y el 34.5% (96) muy de acuerdo, lo cual equivale al 70.1% (195) del total, manifiesta que entiende claramente lo que se justifica en la información del folleto, en este caso los diseñadores lo encuentran muy persuasivo, podemos decir que el folleto es aceptado, mientras que solo el 2.2% (6) considera estar muy en desacuerdo.

Gráfico N° 05, ¿El folleto te permitió tomar conciencia sobre la importancia del portafolio profesional?

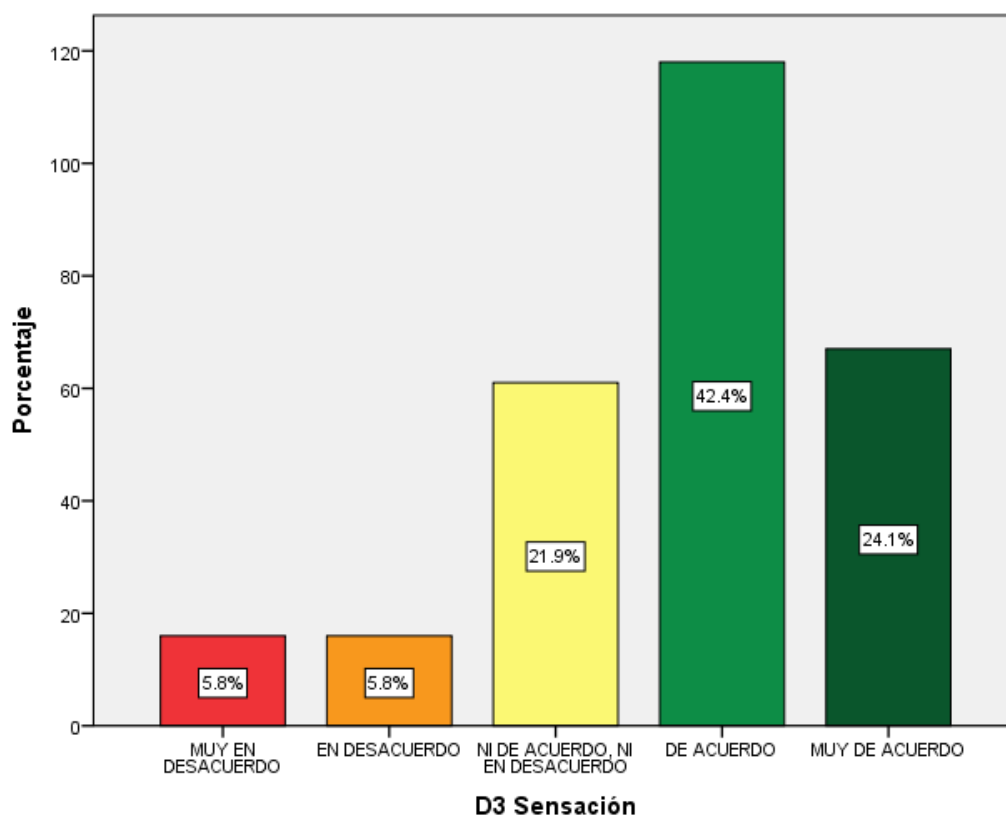


Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Mientras que en esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 40.6% (113) de acuerdo y el 18% (50) muy de acuerdo, lo cual equivale al 58.6% (163) del total, indica que el folleto le permitió tomar conciencia sobre la importancia del portafolio profesional, esto porque según los encuestados no le daban la adecuada importancia al valor que tiene este documento, por ello el folleto es aceptado, mientras que solo el 4% (11) considera estar muy en desacuerdo con el folleto.



Gráfico N° 06: ¿El diseño del folleto te estimula visualmente a interactuar con él?



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada el 28SET2018 a diseñadores gráficos de la galería Centro Lima, 2018.

Del mismo modo en esta tabla se puede observar que del total de 278 encuestados de la galería Centro Lima, el 42.4% (118) de acuerdo y el 24.1% (67) muy de acuerdo, lo cual equivale al 66.5% (183) del total, indica que el folleto llama la atención para interactuar con la pieza gráfica, esto es por la composición visual y la estimulación en los sentidos, podemos decir que el folleto es aceptado, mientras que solo el 5.8% (16) considera estar muy en desacuerdo.

#### IV. DISCUSIÓN

El objetivo general fue determinar la relación entre el folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018. En esta primera relación de variables, se aplicó la prueba de chi cuadrado y se manifestó que al ser la significancia de 0.000 menor que el 0.05, es con un 5% de probabilidad de error. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica, señalando que, si existe relación entre el folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

Como indica Jorge Demera (2016), en su tesis “El portafolio profesional y su incidencia en el campo laboral” la importancia de un portafolio es en medida desarrollar y orientar el objetivo que tiene la implementación de este documento, y apoya a la tesis de investigación ya que el folleto sobre el portafolio profesional es en suma demostrar la importancia de la misma, el autor demuestra que si existe importancia del portafolio durante la etapa estudiantil y que es importante en la etapa laboral. Al mismo tiempo concluye que 57% de los estudiantes concuerda en implementar talleres sobre la elaboración de portafolios profesionales los cuales le abrirá la puerta al campo laboral.

Para reforzar este concepto Jesús Dávila y Jesús Calderón (2016), mencionan en su investigación la importancia y el beneficio el tener un portafolio actualizado y completo, por ello su investigación que se basó en una encuesta y cuya finalidad estuvo dentro de un estudio correlacional, busco ayudar a identificar y reconocer las principales características de la construcción de un portafolio para que sea reconocido en el mercado. Esto en referencia a la hipótesis de la correlación de las variables folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral.

Como menciona Lidioma y Jácome (2015), y al mismo tiempo apoya esta tesis. Con cierto dote de diferencia en el que basa su investigación con un enfoque mixto y cuya muestra acapara 50 personas siendo menor a la muestra de la presente investigación. Pero, esta investigación es relevante ya que coinciden con el objetivo del estudio que está orientado entre la variable de creación de un folleto infográfico, donde estudia el propósito de la tipografía y del color en las imágenes emitidos en el folleto mostrando hincapié a este último

y se determina que estos elementos permiten captar la información mostrando como resultado un mensaje de conciencia y valoración sobre las características de los danzantes de Pujilí que es donde se enfoca principalmente.

LLango y Andi (2016), también apoya la hipótesis ya que su investigación es descriptiva, en ella utiliza la encuesta y la entrevista, con una muestra de 56 artesanos menor a la muestra que se tiene en la investigación. Pero su investigación es relevante para la tesis, porque se apoya en elementos visuales del diseño y el diseño del folleto sobre la ocupación artesanal, y da como resultado ayudar a mantener y mejorar las tradiciones que han ido perdiendo durante los años, esto da como resultado que los elementos gráficos aplicados en el folleto han logrado el objetivo de mejorar y conservar la identidad cultural de los involucrados.

Por otro lado, es reforzado por Carrasco (2016, p.02) puede existir una gran cantidad de métodos de diseño, cada uno nos rivaliza a nuevos retos, no teniendo proyectos semejantes, y comenzando los trabajos desde lo general hasta lo particular. Y mientras que Arberich (2015, p.120) menciona que el proceso perceptivo es a través del cual el individuo organiza, selecciona e interpreta los estímulos según sus experiencias y necesidades. En consecuencia. Los autores mencionados apoyan íntegramente la relación ente el folleto sobre el portafolio profesional y percepción en el campo laboral del diseñador gráfico.

En referencia a la primera hipótesis específica respecto a la relación entre el contenido grafico del folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral de la galería Centro Lima, se mostró con la prueba de chi cuadrado que existe una correlación positiva significativamente con un nivel de significancia de 0,000 inferior al 0.05, en respuesta al resultado se desaprueba la hipótesis nula y se reconoce la hipótesis de investigación lo que indica que existe una relación entre el contenido grafico del folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral de la galería Centro Lima.

Esto se refuerza con lo planteado por Caiza y Chicaiza (2016), cabe recalcar que su trabajo de tesis es descriptivo y explicativo. También cabe indicar que esta investigación tiene un enfoque mixto con una muestra de alrededor de 110 personas ya que se evalúa esta muestra al tener una población de 1000 personas. En este caso los autores concluyen que los

elementos del diseño dentro del contenido gráfico del folleto permiten dar a entender a los turistas y pobladores sobre el significado del mensaje de la tradición, vida e historia de los Chagras resaltando la trascendencia de la difusión del folleto fotográfico, este vehículo informativo a la vez permitió enfatizar la identidad de los Chagras del Cantón de Mejía.

Por otro lado, Jiménez (2016), apoya la investigación ya que la misma es cualitativa, y los instrumentos utilizados son la encuesta y la entrevista, y con una muestra de 121 personas con una población infinita mayor a mil, es fundamental tomar en referencia esta investigación ya que la campaña publicitaria se relaciona con las piezas gráficas y al mismo tiempo el folleto logra crear una conciencia en el público objetivo.

Al mismo tiempo para reforzar el contenido Carrasco (2016, p.71) menciona que, con respecto a la relación al texto y la imagen, ambos pueden distribuirse en diferentes partes dando como resultado diferentes puntos de interés. El diseñador decidirá el modo de distribuir el contenido para crear un significado, buscando con ello la proporción entre las letras, espacio en blanco y las imágenes para formar un equilibrio conjunto. Por consiguiente, el autor citado respalda la hipótesis de relación entre el contenido gráfico del folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral de la galería Centro Lima.

En la segunda hipótesis específica respecto a la relación entre el diseño del folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral de la galería Centro Lima, se evidencio con la prueba de chi cuadrado que existe una correlación positiva significativamente con un nivel de significancia de 0,000 inferior al 0.05, por lo tanto se desaprueba la hipótesis nula y se reconoce la hipótesis de investigación manifestando que existe una relación positivamente razonable entre el diseño del folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral de la galería Centro Lima.

Este resultado se apoya en Sergio Murillo (2017), en su tesis abarca el diseño del folleto como vehículo de concientización, su investigación es cualitativa se basa en la encuesta para recabar resultados, y un tipo de investigación no experimental, la muestra a la que aplica su investigación es a 292 alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017. Por lo tanto, su investigación es importante para dar testimonio a

esta investigación, porque se apoya de elementos visuales para el diseño y preparación de un folleto sobre el uso responsable de dispositivos móviles de la I.E. San Juan lo que da como resultado mejorar y mantener la conciencia y responsabilidad del uso adecuado de estos dispositivos, esto nos muestra que los elementos aplicados al diseño del folleto han logrado el propósito de la investigación principal.

Para apoyar esta investigación Carrasco (2016, p.73) resalta que colocar los elementos y el orden visual son fundamentales, pero al mismo tiempo hay que tener otros aspectos dentro del diseño del folleto, como la proporción y los espacios libres, así como los espacios permisibles para no tener una vista saturada de elementos.

También se toma en consideración las investigaciones de Lisette Mantilla (2018) su investigación sobre la percepción del diseñador gráfico y su función en el campo laboral, implementa aspecto de apoyo para la investigación ya que la percepción como variable general es estudiada en este proyecto, y se relaciona por su enfoque de estudio cualitativo, tomando como búsqueda de resultado la en cuenta a diseñadores gráficos, y llega a la conclusión que la perspectiva y el rol que desempeña juegan un papel importante en el desarrollo cognitivo en el diseñador gráfico y su percepción frente al campo laboral. Por otro lado, Azucena Llanos (2016) crea una pieza grafica donde busca plasmar la necesidad de crear un centro profesional donde el diseñador gráfico represente de manera social frente al mercado laboral, al igual que la investigación realizada se define como cualitativa, plantea el cuestionario de preguntas y un muestreo aleatorio simple dentro del entorno estudiantil.

Finalmente, Rocio Choquehuanca (2017) apoya a la tesis de investigación mediante el estudio de la percepción generado específicamente a la imagen corporativa y que se basa directamente a la imagen que se tiene de una empresa y como nos identificamos con la mismas, ya que la percepción frente al campo laboral es como nos relacionamos en este campo frente a la competencia, por ello realizo una recolección de datos de 180 integrantes con un muestreo probabilístico aleatorio simple que afectos prácticos se relaciona con la tesis estudiada.

## V. CONCLUSIÓN

La obtención de conclusiones, se realizaron a partir de los datos adquiridos y elaborados, quiere decir que los objetivos y la correlación de hipótesis definidos en la investigación se detallaran en los siguientes aspectos:

Primer:

La conclusión general, determina que existe relación positiva entre el folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018. Esto se afirma en los resultados logrados en la correlación de hipótesis de las variables con un valor de 0,000 (ver tabla) que es un resultado inferior a 0.005(inferior al 0,01 y al 99% de confianza). Este resultado confirma que la propuesta del diseño de un folleto sobre el portafolio profesional logro su propósito de crear percepción en los diseñadores de la galería Centro Lima, mediante las imágenes y textos descritos en su contenido los cuales fueron aceptados por ellos. Y también la percepción del diseñador frente al portafolio profesional y las consecuencias en el ámbito laboral.

Segundo:

Respecto a la primera conclusión específica, se evidenció que existe relación entre contenido grafico del folleto (composición visual, color, tipografía y contraste) sobre el portafolio profesional y la percepción (procesos sensoriales y constantes perceptuales) en el campo laboral de los diseñadores gráficos de la galería Centro Lima. Podemos afirmar que la composición visual, color, tipografía y contraste aplicados en el diseño del folleto logran llamar la atención de la distribución y al mismo tiempo captar el interés a leer la información, como también comprender con facilidad el contenida en el folleto.

Tercer:

Por último, en la conclusión específica se determina que existe relación entre el diseño del folleto (lenguaje, formato, disposición, proporción) sobre el sobre el portafolio profesional y la percepción (procesos sensoriales y constantes perceptuales) en el campo laboral de los diseñadores gráficos de la galería Centro Lima. Por consiguiente, podemos decir que el lenguaje utilizados en el folleto y el formato despierta el interés a interactuar al mismo tiempo comprender la información plasmada, la forma como está estructurado el

folleto, el mensaje expresado a través de sus gráficos, y como cada grafico representa situaciones individuales del diseñador, los mismos que despiertan emociones y; crean un momento de reflexión y toma de conciencia delante del valor del portafolio profesional en el campo laboral.

## VI. RECOMENDACIONES

Se propone las siguientes recomendaciones:

Realizar, fomentar y difundir campañas de concientización con respecto a la importancia del portafolio profesional, de manera que los diseñadores de la galería Centro Lima se encuentren debidamente informados de los efectos que genera tener un portafolio creativo ordenado y actualizado frente al ámbito competitivo.

Realizar campañas de valoración para que los empresarios que conforman el corazón de la galería Centro Lima, valoren también la importancia que tiene el portafolio profesional de un diseñador gráfico frente a la competencia que se vive día a día y como ayudaría a su empresa a incrementar la riqueza visual que lograría un diseñador debidamente competitivo.

Debido a que se realizó el estudio frente al ecosistema en el que se involucra diversos profesionales dedicados al diseño, en un plano extenso se puede ver que existe informalidad en todos los campos, así como también la inseguridad frente a lograr un trabajo seguro en un puesto al cual se postula, ya que los diseñadores pueden permanecer desde un mes hasta 7 u 8 meses frente a una galería(stand), ya con ese tiempo y por las condiciones en las que labora, le incentivan a cambiar de puesto y trabajar cerca de su antiguo trabajo, por este motivo se debería regularizar los puesto de trabajo(específicamente diseño gráfico) para que no exista una inseguridad de que el colaborar solo trabaje un par de meses y luego decida irse, lo que conlleva a que no se valore completamente todo su potencial y que solo sea meramente económico.

Finalmente, dentro de este entorno fomentar el taller de actualización para los diseñadores que forman parte de una empresa (dentro de la galería Centro Lima) y así lograr una identidad corporativa dando resultado que el diseñador se compenetre a un entorno laboral competitivo y sienta que es parte de esencial de la empresa.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bender, D. (2011). Portfolio desing manual. (1 Ed.). Recuperado de:

[https://issuu.com/tia.kgasu/docs/design\\_portfolio](https://issuu.com/tia.kgasu/docs/design_portfolio)

Centro de escritura Javeriano (Ed.). (2013). Normas APA. Cali, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de:

<http://portales.puj.edu.co/ftpcentroescritura/Recursos/Normasapa.pdf>

Cheng, K. (2006). Diseñar Tipografía. (1 Ed.). Barcelona: Gustavo Gili.

Coquehuanca, R. (2017), Percepción de la imagen corporativa de la empresa Sodimac en los integrantes del circulo de especialistas, San Miguel, 2017. (Tesis para obtener Titulo) de la Universidad Cesar Vallejo, Lima.

Dávila, J. y Calderón, J. (2016). Guía para elaborar un Portafolio Digital Profesional para diseñadores gráficos. (Tesis para obtener Titulo) de la Universidad de Juárez, México.

Demera, J. (2016). El portafolio profesional y su incidencia en el ámbito laboral del futuro diseñador gráfico. (Tesis para obtener Titulo) de la Universidad de Guayaquil, Ecuador.

García, I. & Gonzales, Z. (2012). El diseño siete versiones transversales. (1 Ed.). México: León. Recuperado de:

[https://books.google.com.pe/books?id=KKW9A3p4LDIC&pg=PA84&dq=folleto+plegado+es&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=folleto%20plegado%20es&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=KKW9A3p4LDIC&pg=PA84&dq=folleto+plegado+es&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=folleto%20plegado%20es&f=false)

Gomez, Y. (2013). Creando tu portafolio. (1 Ed.). Recuperado de:

<https://issuu.com/yasmerygs/docs/contenidoaf>

Hernández, R., Fernández, R. & Baptista, P. (2014) Metodología de la investigación (6 Ed.). Mexico: McGRAW-HILL.

Lidioma, M. (2015). Elaboración de un Folleto infográfico que involucre el estudio semiótico del danzante de Pujili utilidad del G.A.D. Municipal en el periodo 2014. (Tesis para obtener el Título). Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador.

- Liriano, G. (2016), Análisis de la influencia de la percepción de códigos visuales en la creatividad de los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas. (Tesis para obtener Título) de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.
- Llango, C. & Andi, E. (2016). Diseño y elaboración de un folleto fotográfico de los artesanos de la parroquia la Victoria, provincia de Cotopaxi periodo 2016. (Tesis para lograr el Título). Técnica de Cotopaxi, Ecuador.  
Recuperado de:  
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3645/1/T-UTC-000078.pdf>
- Llanos, A. (2016), Representación social del diseñador gráfico frente al mercado laboral: Experiencias y necesidades para la creación del colegio profesional. (Tesis para obtener Título) de la Universidad Señor de Sipán.
- López, G. (2010). La Profesión del Diseño. (2 Ed.). España: Madrid.
- Mantilla, L. (2018), La percepción hacia el diseñador gráfico y su función como profesional en el mercado laboral de la ciudad de Ambato. (Tesis para obtener Título) de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
- Mardones, S. (2015), El diseño gráfico y sus profesionales. Retos y definiciones. (Tesis para obtener Título) de la Universidad de Barcelona, Argentina.
- Melgar, M. (2017), La responsabilidad social del diseñador gráfico como eje transversal en la formación de los estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la facultad de comunicación social(FACSO) de la Universidad de Guayaquil. (Tesis para obtener Título) de la Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Mendives, E. (2017), La comunicación gráfica del sector del calzado y su relación con la percepción visual de las mujeres trujillanas. Caso: Lantana, 2017. (Tesis para obtener Título) de la Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- Mercado Negro (2017), ASGRAP da a conocer las cifras del panorama actual del diseño gráfico publicitario en el Perú.

Recuperado de:

<http://www.mercadonegro.pe/agrap-da-conocer-las-cifras-del-panorama-actual-del-diseno-grafico-publicitario-peru/>

Montesinos, C. (2013), Creando tu portafolio. (1 Ed.) Recuperado de:

<https://issuu.com/yasmerygs/docs/contenidoaf>

Moore, A., Pearce, M. (2014). Sensación, significado y aplicación del color. (1 Ed.). Chile: LFNT.

Moore, M., Pearce, A. (2010). Sensación, significado y aplicación del color. (2 Ed.). Chile: LFNT.

Murillo, S. (2017), Relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017. (Tesis para obtener Título) de la Universidad Cesar Vallejo, Lima.

Pecky, T. (2016). Portafolio. Recuperado de:

[https://issuu.com/54283/docs/pecky\\_tan\\_portfolio\\_2016\\_compress\\_u](https://issuu.com/54283/docs/pecky_tan_portfolio_2016_compress_u)

Taylor, F. (2010). Como crear un Portafolio y adentrarse en el mundo profesional. España: Editorial Gustavo Gili.

Villamar, F. M. (2009). Portafolio. Babahoyo: Prof. ISTB.

## ANEXOS

### Anexo N° 01 Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Qué relación existe entre el folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>1.¿Qué relación existe entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación entre la elaboración de un folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.</p> <p><b>Objetivo específicos</b></p> <p>1. Determinar la relación existe entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>H<sub>i</sub>: Existe relación entre el folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.</p> <p>H<sub>o</sub>: No existe relación entre el folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.</p> <p><b>Hipótesis específica</b></p> <p>H<sub>1</sub>: Si existe relación significativa entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.</p>	<p><b>Variable x:</b></p> <p>Folleto</p>	<p><b>1. Contenido gráfico:</b></p> <p>1.1 Composición visual</p> <p>1.2 Color</p> <p>1.3 Tipografía</p> <p>1.4 Contraste</p> <p><b>2. Diseño del folleto:</b></p> <p>2.1 Lenguaje</p> <p>1.2 Formato</p> <p>1.3 Disposición</p> <p>1.4 Proporción</p> <p><b>1. Procesos sensoriales</b></p> <p>1.1 Sensación</p> <p>1.2 Percepción</p> <p>1.3 Conciencia</p>	<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Tiempo: Transversal</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p>	<p><b>Población:</b></p> <p>La población que está constituida por un total de 1000 personas dedicadas al diseño gráfico de la galería Centro Lima, 2018.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>La muestra está conformada por 278 personas dedicadas al diseño gráfico de la galería Centro Lima,2018.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p><b>ESTADÍSTICOS:</b> Los datos serán procesados con el software estadístico SPSS 24.</p>

<p>Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018?</p> <p>2. ¿Qué relación existe entre el diseño del folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018?</p>	<p>2 Determinar la relación existe entre el diseño del folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.</p>	<p>H<sub>0</sub>: No existe relación significativa entre el contenido gráfico sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.</p> <p>H<sub>2</sub>: Si existe relación significativa entre el diseño del folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.</p> <p>H<sub>0</sub>: No existe relación significativa entre el diseño del folleto sobre un portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.</p>	<p><b>Variable Y:</b> Percepción</p>	<p><b>2.Constantes perceptuales</b></p> <p>2.1 Forma</p> <p>2.2 Tamaño</p> <p>2.3 Color</p>			
---	---	--	--	---	--	--	--

Anexo N° 02 Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de valoración
Folleto	El folleto está pensado y diseñado para brindar un mensaje y transmitirlo. El propósito es que llegue al receptor y sea comprendido con claridad. (Carrasco, 2016)	Un folleto es un documento impreso diseñado como instrumento divulgatorio o publicitario.	Contenido gráfico	Composición visual La importancia del punto de interés se fundamenta con el peso de la composición definido fundamentalmente por la ubicación espacial de dicho punto. (Carrasco, 2016)	4. ¿La composición visual del contenido del folleto capta tu interés para seguir observándolo?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
			Busca ordenar los titulares, las características e imágenes, distribuye las tipografías que permiten una lectura significativa y eficiente, buscando una pieza racional que refleje el tema, estilo y objetivo del contenido (Carrasco, 2016)	Color Es una sensación del cerebro que permite captar el entorno de la naturaleza y la existencia de la luz. (Carrasco, 2016)	5. ¿Te parecieron adecuados los colores utilizados en el folleto?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
				Tipografía Es una técnica de la comunicación que se transcribe a través de la palabra impresa, y deben ser comunicadas con habilidad, eficacia y distinción. (Carrasco, 2016)	6. ¿Crees que el tipo de letra utilizado le permite leer la información del folleto?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
				Contraste Factor importante para llamar la atención siendo una táctica visual que permite manifestar el significado. (Carrasco, 2016)	4. ¿El contraste de los colores utilizado en el contenido del folleto capta tu atención?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
			Diseño del folleto	Lenguaje Comunicar con claridad, fuerza y simplicidad, teniendo en cuenta el destinatario creando una forma de expresar el mensaje.(Carrasco, 2016)	5. ¿Entiende con claridad toda la información que se muestra en el folleto sobre el portafolio profesional?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
			Formato Es el área total de la que se dispone realizar un diseño. (Carrasco, 2016)	6. ¿El área del folleto es suficientemente adecuada para la información presentada?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo	

			<p>Disposición La imagen se ubica en diferentes partes en relación al texto, ocasionando de esta manera puntos de atracción diversos.(Carrasco, 2016)</p>	7. ¿Existe jerarquía en las imágenes distribuidas dentro del diseño del folleto sobre el portafolio profesional?	<p>Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo</p>	
			<p>Proporción Es armonía y unión entre el espacio en blanco, la imagen y la letra. (Carrasco, 2016)</p>	8. ¿Existe armonía entre las imágenes, las letras y el espacio utilizados en el folleto sobre el portafolio profesional?	<p>Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo</p>	
Percepción	<p>Simplemente un subsistema de un marco subjetivo más complejo que incorpora el discernimiento táctil, la memoria, la consideración, el aprendizaje, el reconocimiento. (Arberich, 2015)</p>	<p>Es el acto en que la persona capta o interpreta el entorno mediante un proceso sensorial directamente desde su perspectiva visual.</p>	<p>Procesos sensoriales Un proceso sensorial se desencadena a partir de nuestros sentidos. (Arberich, 2015)</p>	<p>Sensación Se refiere a datos sensoriales puros de los sentidos, audición, visión olfato, gusto equilibrio, tacto. (Arberich, 2015)</p>	9. ¿El diseño del folleto te estimula visualmente a interactuar con él?	<p>Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo</p>
				<p>Percepción Conjunto de procesos mediante el cual una persona selecciona, organiza e interpreta la información de su entorno para formar una impresión consciente de la realidad.(Arberich, 2015)</p>	10. ¿No presenta alguna dificultad al interactuar con el folleto sobre portafolio profesional?	<p>Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo</p>
				<p>Conciencia Todo lo que ve y procesa nuestro marco de la percepción se traduce por nuestra conciencia, obteniendo un información visual de nuestra condición.(Arberich, 2015)</p>	11. ¿El folleto le permitió tomar conciencia sobre la importancia del portafolio profesional?	<p>Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo</p>
			<p>Constantes perceptuales La conciencia perceptual es nuestra forma de percibir que los objetos no cambian a pesar de las modificaciones en la estimulación</p>	<p>Forma Tendencia a ver un objeto de la misma forma sin importar desde que ángulo se vea. (Arberich, 2015)</p>	12. ¿Logra identificar la forma del folleto si se le coloca desde otro ángulo?	<p>Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo</p>
				<p>Tamaño Percepción de tamaño que un objeto conserva la misma dimensión sin importar la lejanía en la que se observa. (Arberich, 2015)</p>	13. ¿Puede distinguir el tamaño del folleto si se le coloca a cierta distancia de ti?	<p>Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo</p>

		sensorial(Arberich, 2015)	Color Ayuda a comprender mejor el objeto dentro del ambiente que nos rodea, percibiendo los objetos familiares a pesar de los cambios en la formación sensorial.(Arberich, 2015)	14. ¿Los colores empleados te orientan a interactuar con el folleto?	Muy de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo, ni en desacuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo
--	--	---------------------------	---	--	---



Anexo N° 02 Tabla de evaluación de expertos



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: *Rodarte Santos Jessica Marisol*

Título y/o Grado:

Ph. D... ( )	Doctor... ( )	Magister... (X)	Licenciado... ( )	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: *César Vallejo*

Fecha: *27 09 2018*

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

*Folleto Sobre el Portafolio Profesional y la percepción en el campo laboral del diseñador gráfico de la galería Centro Lima - 2018*

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		<i>10</i>	<i>01</i>	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

 Apellidos y nombres del experto: *Melchor Aguirre Litziano*

Título y/o Grado:

Ph. D... ( )	Doctor... ( )	Magister... (x)	Licenciado... ( )	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

 Universidad que labora: *UCV*

 Fecha: *21.09.18*
**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**
*Folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del diseñador gráfico de la galería Centro Juma, 2018.*

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		<i>10</i>	<i>01</i>	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto:

*Tania Restrepo Llan*
**Título y/o Grado:**

Ph. D... ( )    Doctor... ( )    Magister... (x)    Licenciado... ( )    Otros. Especifique \_\_\_\_\_

Universidad que labora:

*UCV*

 Fecha: *25 Sept 2018*
**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**
*Folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del diseñador gráfico de la Politécnica Centro Sur, 2018.*

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		x	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>1</b>	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:





FACULTAD DE COMUNICACIONES

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO GRAFICO EMPRESARIAL

ENCUESTA

Ficha de datos socio demográficos:  
 Sexo: F() M()  
 Edad: años

Objetivo: Determinar la relación entre la elaboración de un folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.  
 Instrucciones: A continuación, encontrará una lista de 14 preguntas. En cada pregunta debe elegir una de las cinco opciones que la acompañan. Marca la respuesta con un (X)  
 1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy en desacuerdo

Dimensión	ITEMS	Escala de valoración				
		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy en desacuerdo
FOLLETO	1. ¿La composición visual del contenido del folleto capta tu interés para seguir observándolo?					
	2. ¿Te parecieron adecuados los colores utilizados en el folleto?					
	3. ¿Crees que el tipo de letra utilizado le permite leer la información del folleto?					
	4. ¿El contraste de los colores utilizado en el contenido del folleto capta tu atención?					
	5. ¿Entiende con claridad toda la información que se muestra en el folleto sobre el portafolio profesional?					
	6. ¿El área del folleto es suficientemente adecuada para la información presentada?					
	7. ¿Existe jerarquía en las imágenes distribuidas dentro del diseño del folleto sobre el portafolio profesional?					
	8. ¿Existe armonía entre las imágenes, las letras y el espacio utilizados en el folleto sobre el portafolio profesional?					
PERCEPCION	9. ¿El diseño del folleto te estimula visualmente a interactuar con él?					
	10. ¿No presenta alguna dificultad al interactuar con el folleto sobre portafolio profesional?					
	11. ¿El folleto le permitió tomar conciencia sobre la importancia del portafolio profesional?					
	12. ¿Logra identificar la forma del folleto si se le coloca desde otro ángulo?					
	13. ¿Puede distinguir el tamaño del folleto si se le coloca a cierta distancia de ti?					
	14. ¿Los colores empleados te orientan a interactuar con el folleto?					



## Anexo N° 04 Distribución de datos en SPSS

VALO2.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	SEXO	Cadena	2	0		Ninguno	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
2	EDAD	Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	PRE1	Numérico	2	0	¿La composici...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	PRE2	Numérico	2	0	¿Te parecieron ...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	PRE3	Numérico	2	0	¿Crees que el t...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	PRE4	Numérico	2	0	¿El contraste d...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	PRE5	Numérico	2	0	¿Entiende con ...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	PRE6	Numérico	2	0	¿El área del foll...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	PRE7	Numérico	2	0	¿Existe jerarquí...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	PRE8	Numérico	2	0	¿Existe armoní...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	PRE9	Numérico	2	0	¿El diseño del f...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	PRE10	Numérico	2	0	¿No presenta a...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	PRE11	Numérico	2	0	¿El folleto te pe...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	PRE12	Numérico	2	0	¿Logra identific...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	PRE13	Numérico	2	0	¿Puedes distin...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	PRE14	Numérico	2	0	¿Los colores e...	{1, MUY EN...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	SUMA	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
18	Var_Folleto	Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	Var_Percep...	Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	Contenido...	Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
21	Diseño_del_...	Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
22	Procesos_S...	Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
23	Constantes...	Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
36											
37											
38											
39											

Vista de datos **Vista de variables**

VALCO.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 23 de 23 variables

	SEXO	EDAD	PRE1	PRE2	PRE3	PRE4	PRE5	PRE6	PRE7	PRE8	PRE9	PRE10	PRE11	PRE12	PRE13	PRE14	SUMA	Var_Folleto	Var_Percipcion	Contenido_Gráfico	Disfco_el_Folleto	Procesos_Sensioles
1	M	28	3	4	5	2	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	49	30	19	14	16	6
2	M	37	3	4	5	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	49	29	20	16	13	6
3	M	18	2	4	5	5	4	3	3	2	2	3	4	5	1	2	45	28	17	16	12	6
4	F	19	2	3	3	3	4	3	4	1	4	4	3	3	4	5	46	23	23	11	12	11
5	M	23	3	4	3	4	5	4	4	4	5	3	3	3	1	3	49	31	18	14	17	11
6	M	37	3	5	3	4	3	4	3	5	2	3	2	3	2	3	45	30	15	15	15	3
7	M	20	3	5	4	3	5	4	3	2	5	4	3	4	4	5	54	29	25	15	14	11
8	F	30	3	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	51	30	21	16	14	10
9	M	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	65	43	22	20	20	14
10	F	25	3	5	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	2	4	52	33	19	18	15	10
11	M	19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	63	39	24	19	20	13
12	M	28	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	3	3	5	60	37	23	18	19	12
13	M	34	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	57	34	23	19	15	13
14	F	30	2	5	3	5	4	4	2	3	1	3	3	4	2	3	44	28	16	15	13	7
15	M	42	3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	64	38	26	18	20	11
16	F	25	3	4	2	3	4	4	4	3	2	5	4	5	3	5	51	27	24	12	15	11
17	M	21	3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	64	38	26	18	20	11
18	M	30	1	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	4	40	22	18	12	14	14
19	M	23	2	4	5	4	5	5	2	3	3	4	3	2	2	3	47	30	17	15	15	10
20	F	24	4	3	4	1	3	3	1	3	3	4	5	4	4	4	46	22	24	12	16	12
21	F	30	4	3	3	4	2	5	4	5	3	5	4	5	2	4	53	30	23	14	16	12
22	F	18	3	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	49	30	19	16	14	11
23	M	18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	40	30	20	20	16
24	M	20	3	4	4	5	5	5	3	3	4	3	5	5	2	3	54	32	22	16	16	12
25	M	20	4	5	2	3	5	4	3	5	5	4	1	3	3	4	51	31	20	14	17	16
26	M	20	3	4	5	1	2	5	1	3	5	1	3	1	4	2	40	24	16	13	11	8
27	M	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	40	30	20	20	16
28	M	21	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	62	35	27	18	17	13
29	M	20	3	3	4	2	3	5	4	4	3	3	4	3	2	2	45	28	17	12	16	10
30	M	25	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	64	36	28	19	17	13
31	F	26	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	63	35	28	19	16	13
32	M	26	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	61	36	25	19	17	12
33	F	24	3	1	5	3	5	5	5	3	1	5	1	1	3	3	44	30	14	12	18	7
34	M	27	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	3	5	63	35	28	18	17	16
35	F	33	3	4	5	3	5	4	3	5	3	4	2	3	1	2	47	32	15	15	17	6
36	F	19	4	1	5	4	1	4	1	5	1	4	4	4	1	4	51	31	22	16	15	15

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

VALCO.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 23 de 23 variables

	SEXO	EDAD	PRE1	PRE2	PRE3	PRE4	PRE5	PRE6	PRE7	PRE8	PRE9	PRE10	PRE11	PRE12	PRE13	PRE14	SUMA	Var_Folleto	Var_Percipcion	Contenido_Gráfico	Disfco_el_Folleto	Procesos_Sensioles
244	M	32	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	4	61	37	24	19	18	14
245	M	23	3	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	4	3	5	59	36	23	18	15	11
246	M	25	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	61	34	27	16	18	12
247	M	24	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	1	5	5	61	37	24	19	18	14
248	M	28	4	4	3	5	5	3	3	4	3	4	1	1	2	3	45	31	14	16	15	6
249	M	21	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	50	31	19	16	15	10
250	F	21	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	63	39	24	20	19	10
251	F	25	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	58	35	23	16	19	12
252	F	23	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	61	35	26	16	19	13
253	F	21	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	2	3	3	49	32	17	15	17	6
254	M	23	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	33	18	15	8	10	7
255	M	21	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	21	15	6	8	7	3
256	M	23	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58	35	23	19	16	12
257	M	40	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	5	58	36	22	16	20	16
258	M	21	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	62	35	27	18	17	12
259	M	26	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	66	38	28	18	20	16
260	M	25	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	58	34	24	18	16	12
261	M	23	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	61	34	27	17	17	13
262	M	19	3	2	2	3	2	3	4	5	3	3	3	4	3	3	43	24	19	10	14	6
263	M	21	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	55	33	22	14	19	12
264	M	23	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	60	35	25	19	16	12
265	M	33	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	52	31	21	16	15	11
266	M	31	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	63	38	25	19	19	12
267	M	20	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	47	27	20	12	15	6
268	M	20	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	54	33	21	16	17	11
269	M	19	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	66	37	29	17	20	16
270	M	20	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	64	38	26	19	19	13
271	M	31	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	60	36	24	17	19	12
272	M	31	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	58	36	22	19	17	6
273	M	23	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	56	34	22	17	17	12
274	M	31	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	57	36	21	17	19	11
275	M	35	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	44	26	18	12	14	5
276	M	19	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	49	27	22	14	13	10
277	M	20	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	52	35	17	19	16	10
278	M	32	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	59	37	22	17	20	11

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Anexo N° 05 Aspectos administrativos, recursos y presupuesto

**Recursos y presupuestos**

Para el proceso de desarrollo de esta investigación se invirtió la cantidad aproximada de S/ 98.0, misma que sirvió para el proceso de estudio. Se presenta a continuación una lista descriptiva con los gastos por cada proceso de ejecución realizado.

Descripción de gastos

Descripción de gastos	Costo unitario S/.	Cantidad	Importe S/.	Financiamiento
<b>Impresión del folleto en papel couche de ambos lados</b>	4.00	8	32	Recursos propios
<b>Impresión del folleto en material bond de 90gr. Ambas caras</b>	0.60	20	12	
<b>Impresión de encuesta en material bond.</b>	0.20	278	55.6	
<b>Movilidad y alimentación</b>	-	-	50	
<b>Impresión de anillados(3 juegos)</b>	10	3	30	
<b>Total</b>			<b>S/. 168.6</b>	

## Financiamiento

El financiamiento de todos los recursos usados en el proyecto de investigación, así como los recursos utilizados en la ejecución del desarrollo de investigación fue sostenible a través del propio investigador.

## Cronograma de ejecución

Para la realización de este proyecto de investigación se ejecutó las siguientes actividades:

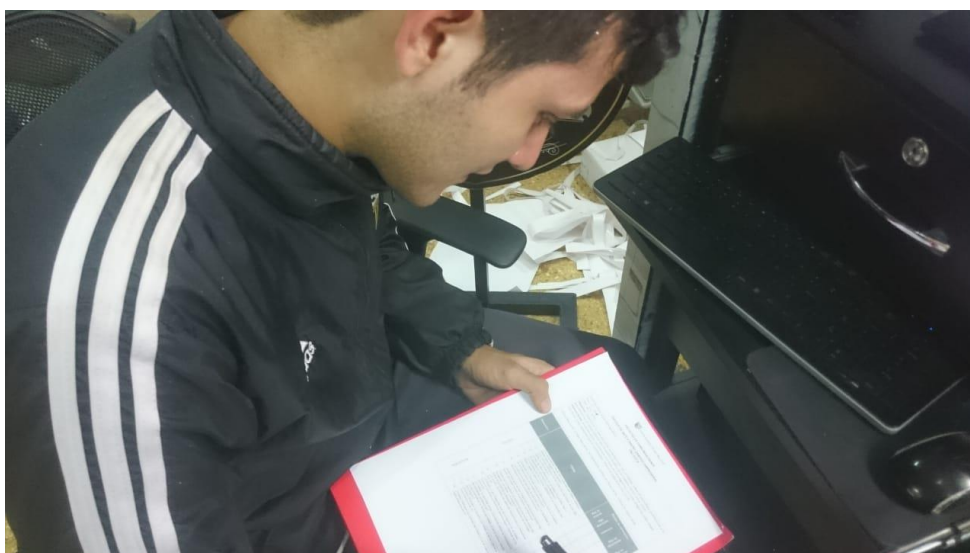
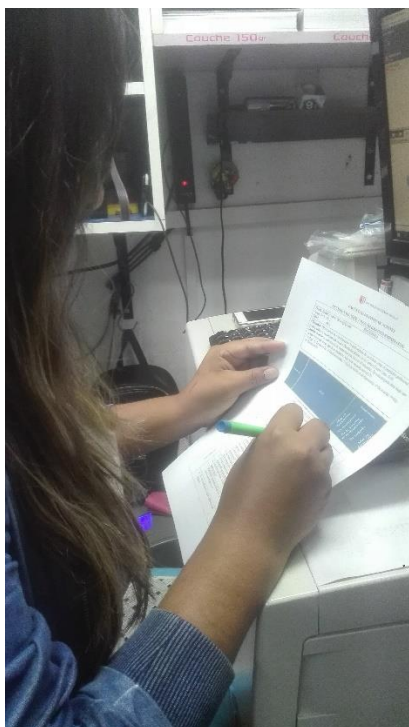
Cronograma de ejecución

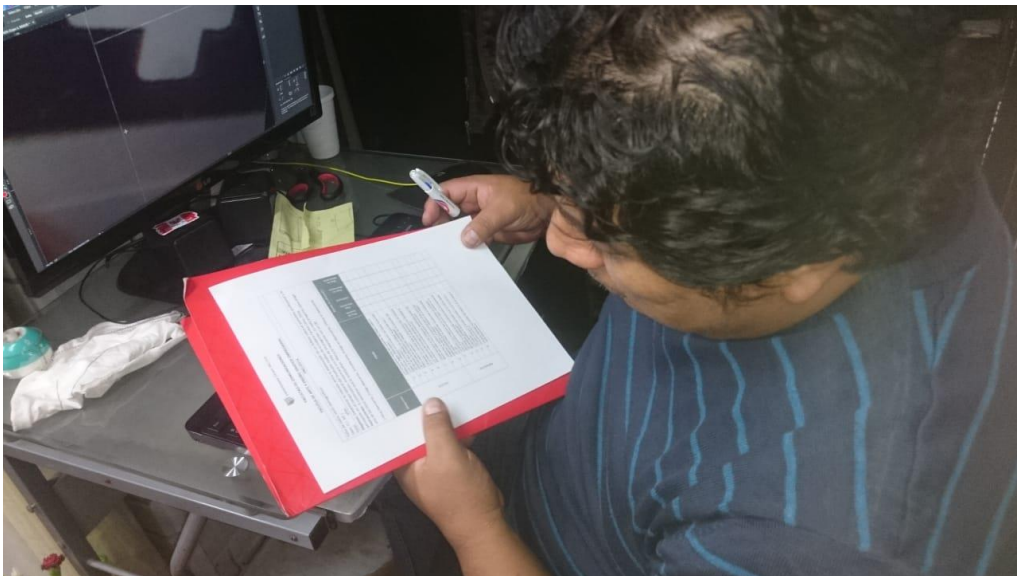
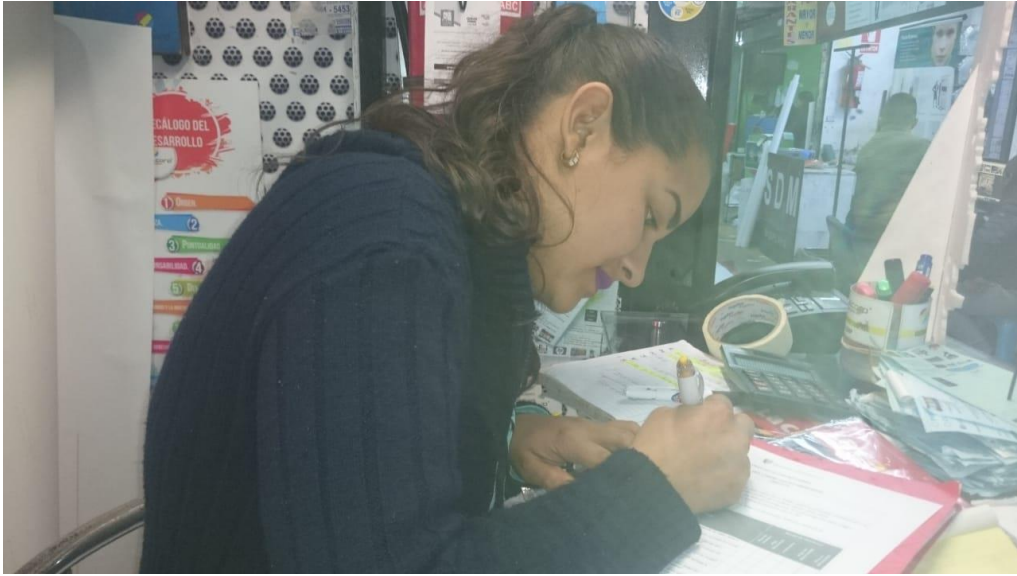
ACTIVIDADES	S. 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 5	S. 6	S. 7	S. 8	S. 9	S. 10	S. 11	S. 12	S. 13	S. 14
1.Reunión de coordinación.														
2.Reunión de coordinación.														
3.Reunión de coordinación.														
4.Recolección de investigación.														
5.Redacción de datos.														
6.JORNADA INVESTIGACION N°1														
7.Descripción de resultados.														
8.revisión y recomendación.														

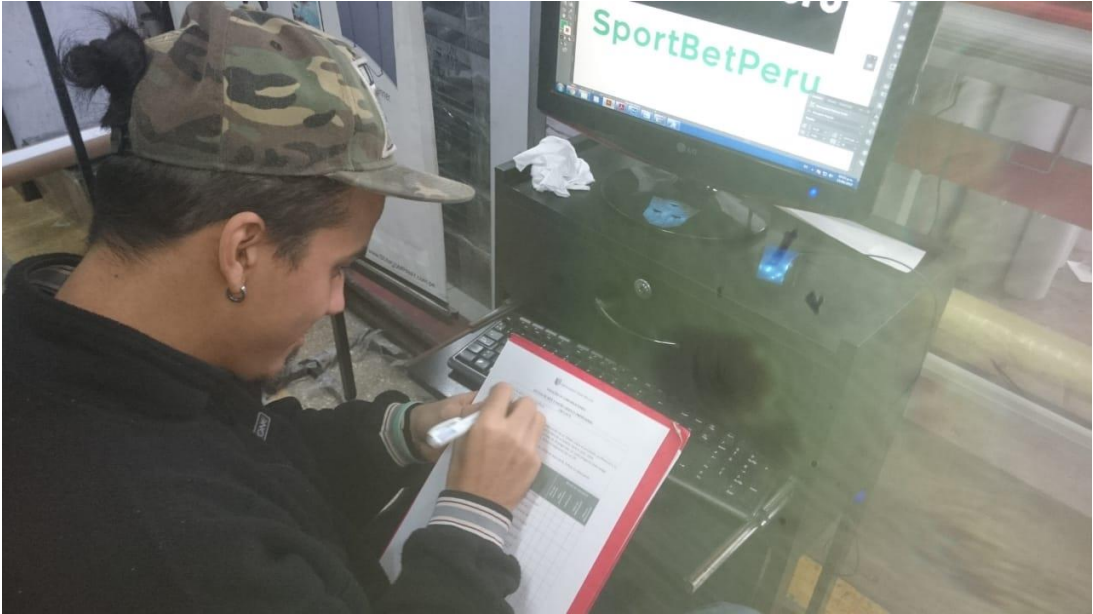


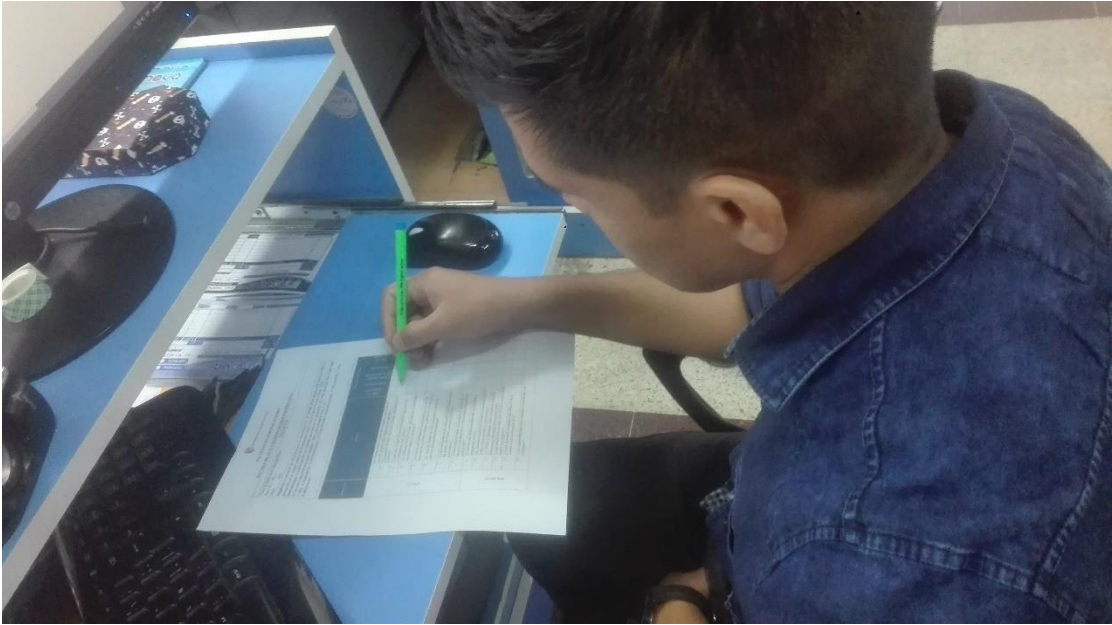


Anexo N° 06 Evidencia de encuesta(Fotografías)











## Anexo N° 07 Brief

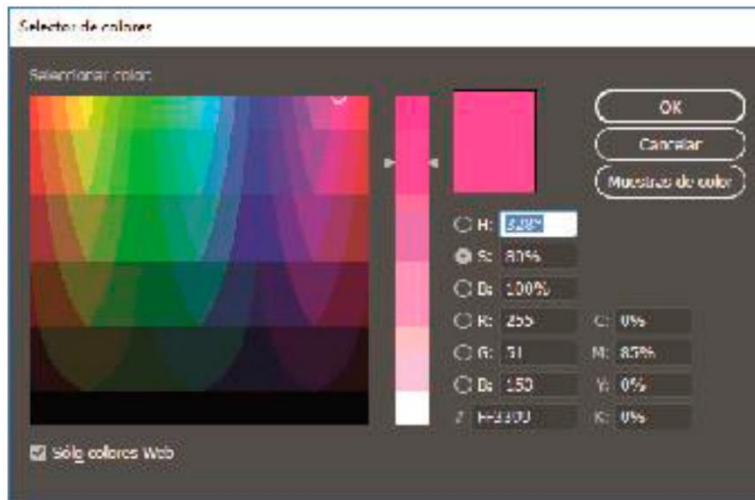
Nombre del proyecto: Folleto sobre el porafolio profesional y la percepción en el campo laboral del diseñador gráfico de la galería Centro Lima-2018.

Descripción del proyecto: La investigación planteada contribuirá en generar una guía de aprendizaje para los diseñadores de la galería Centro Lima donde se permita entender la importancia y los beneficios de tener actualizado un portafolio profesional en el ambito laboral

**Brief**

<p><b>Problema</b></p> <p>El poco conocimiento o la falta de importancia que tiene el diseñador gráfico en la elaboración de un portafolio de profesional, es lo que le impide a no desarrollarse como profesional del diseño, por lo tanto, se toma esta realidad como eje de justificación en la propuesta de elaboración de una guía impresa donde se busca informar y favorecer en el desarrollo de preparación para futuras actividades que se relaciones con su carrera.</p>	<p><b>Objetivo</b></p> <p>Informar sobre la importancia que tiene el portafolio profesional para los diseñadores y los beneficios de tener un portafolio actualizado en post de crecer a nivel profesional.</p>	<p><b>Público objetivo</b></p> <p>Jóvenes diseñadores gráficos que suelen trabajar sin ningún documento personal que avale su potencial creativo.</p>	<p><b>Estatus</b></p> <p>Se a pensando que mediante el diseño del folleto sobre el portafolio profesional puede hacer conocer de manera gráfica e informativa los beneficios que brinda la estructura de un portafolio y generar de alguna manera un valor de conciencia sobre su importancia.</p>
<p><b>Propuesta gráfica</b></p> <p>Para el desarrollo del folleto, se ha propuesto que la pieza sea intuitiva, novedosa y dinamica, contará con colores expuesto y piezas en forma de díptico que dentro de el tendrá la información relevante.</p>	<p><b>Elementos</b></p> <p><b>COLOR:</b> Se usó una paleta de colores pasteles y oscuros que hacen contraste entre ellos.</p> <p><b>IMÁGEN:</b> Me apoyo en imágenes que completentan la información y componen la atracción visual para una información más directa.</p> <p><b>TIPOGRAFÍA:</b> La tipografía utilizada es forte, en el caso de los títulos es sans serif.</p> <p><b>FORMA:</b> Se trabajó en un tamaño A3, con doblez.</p>	<p><b>Desarrollo gráfico</b></p> <p>Se trabajó mediante el programa Ilustrator.</p> <p>La impresión en couche de 90 gr.</p> <p>Se trabajó una propuesta de ejemplo y bocetos.</p> <p>Se desarrolló el diseño final con colores y elementos gráficos para una composicion.</p>	<p><b>Barreras</b></p> <p>Si no se logra un buen diseño no hay respuesta por parte del receptor, por ello se debe implementar correctamente la información.</p> <p><b>Palancas</b></p> <p>Se cuenta con los programas necesarios para el desarrollo del folleto. Se cuenta tambien con el conocimiento necesario para la creación de nuevas ideas gráficas.</p> <p><b>Tecnología</b></p> <p>Para el desarrollo de la pieza gráfica se cuenta con lo siguiente: Pc Tableta gráfica Programa Ilustrator</p>
<p><b>Alcance</b></p> <p>Se desarrolló en la galería Centro Lima, ubicado en el cercado de Lima, se les evaluó a todos los participantes mediante una encuesta y folleto, con el fin de lograr el objetivo del proyecto</p>			

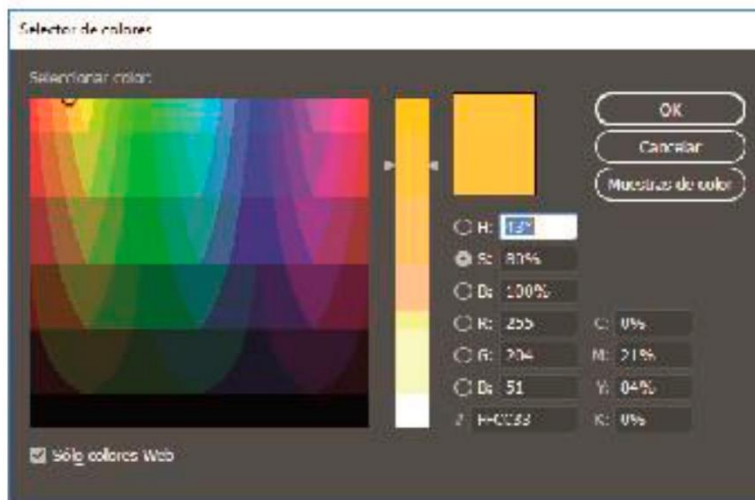
Anexo N° 08 Colores aplicados en el folleto



#FF3399



Bondad  
Creatividad  
Compasión  
Dignidad  
Espiritual



#FFCC33



Alegría  
Armonía  
Atracción  
Calma  
Poder  
Sabiduría



#66CC66












Naturaleza  
Esperanza  
Vida  
Salud  
Serenidad

Colores de fondo principal

-  #E8348B
-  #FED732

Colores de personajes - piel

-  #E3BC95
-  #BB9C87
-  #E2C8B5
-  #F3D1BB
-  #A2816C
-  #FED732
-  #D2947F
-  #D5AD95
-  #E8C0A8
-  #D8C2AB

Colores de personajes - cabello

-  #214767
-  #5C463C
-  #010101
-  #01D1D1B
-  #C4953D
-  #3D182D
-  #E5A354
-  #C09644
-  #A13F8F
-  #7D6354

Colores de personajes - vestimenta

-  #E66448
-  #FFFFFF
-  #48B1D6
-  #5B6577
-  #4166AE
-  #417ABD
-  #AE2D88
-  #A3195B
-  #142E3F
-  #DD5F9F
-  #010101
-  #7FC395
-  #4266AE
-  #1D71B8
-  #93A9D8
-  #36A9E1

-  #161A49
-  #F4991A

Colores de objetos

-  #4166AE
-  #5CB568
-  #DADADA
-  #7D6354
-  #50575C
-  #916191
-  #2FAC66
-  #35679A
-  #93A9D8
-  #E61E53
-  #006633
-  #F4991A
-  #010101
-  #B2B2B2
-  #95C11F
-  #F7E938
-  #815227
-  #D4C7C8
-  #CC3617
-  #4D4740
-  #575756
-  #F4E72F
-  #967D68
-  #7D4E24
-  #4266AE
-  #787272
-  #B48E5D
-  #9D9D9C
-  #B2B2B2
-  #683C11
-  #5C463C
-  #E6332A



## Anexo N° 09 Tipografía aplicada en el folleto

### Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789





...,"#\$%&()=?!

Tipografía de título

Tamaño en 40 pt.

Tipo de fuente: Calibri

Colores usados:

 #E80671  #E80641  #436B23  #FFFFFF



Tipografía interna

Aplicado a los números

Tamaño en 16 pt.

Tipo de fuente: Calibri

Colores usados:

 #E80671  #436B23  #FFFFFF

Calibri Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

...,"#\$%&()=?!

Tipografía interna

Aplicado a los números

Tamaño en 18 pt.

Tipo de fuente: Calibri Light

Colores usados:

 #142E3F  #FFFFFF

Anexo N° 10 Muestra del folleto

Dimensión: 24.3x35 cm



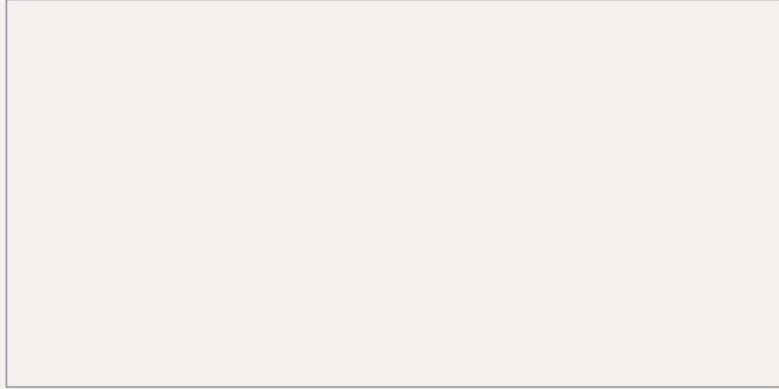
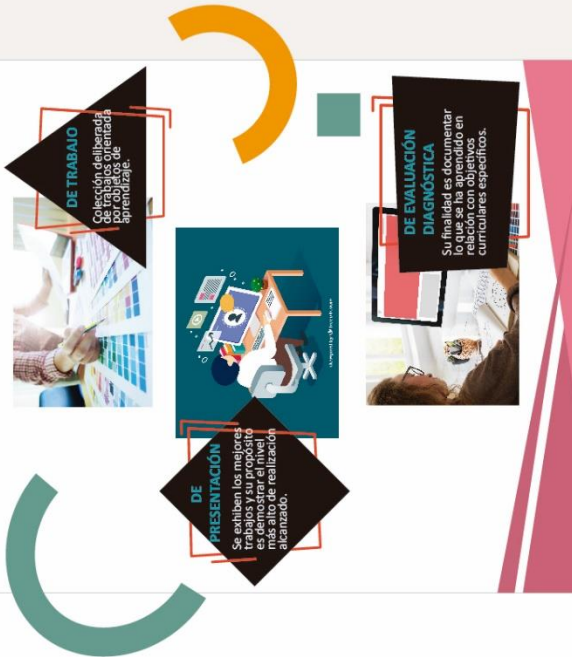


### ¿QUE ES UN PORTAFOLIO?



El portafolio es un contenedor de experiencias, documentos, imágenes y productos de cualquier otra índole que fueron dispuestos, como evidencia de un proceso de aprendizaje: estrategias, conocimiento, actitudes y creatividad

### TIPOS DE PORTAFOLIOS



Dimensión: 37x37 cm

### CARACTERÍSTICAS

Un portafolio profesional es la muestra de trabajos combinados y realizados personalmente que surge como resultado del proceso de selección, reflexión y generación de las piezas.

**RELEVANCIA**  
**ESTILO**  
**ORIGINALIDAD**  
**RAVVOO**  
**IDEAS**  
**PUBLICIDAD**

### IMPORTANCIA

El portafolio profesional funciona como una herramienta para la presentación del nuevo profesional, su concepto y diferentes aptitudes.

Apuntando siempre a la diferenciación personal.

Es importante dedicarle tiempo y esfuerzo en la colaboración y diseño.



Elegir y generar un orden de lectura con seguridad y profesionalismo para poder llegar a nuevas oportunidades de trabajo. La apariencia del portafolio y su contenido son las que hacen un papel clave en el portafolio y su función para darse a conocer profesionalmente.

Considera las piezas que son relevantes para la posición a la cual estas aplicando.

El estilo incluye la forma en que combinas la tipografía e imágenes.

Representa tu propio marca del autor, presentándose las creaciones originales.

Incluir un rango de variedad en tipos de diseños creados y otras piezas que hayas creado.

El portafolio debe representar tu habilidad de convertir tareas en ideas.

Si tu portafolio y diseños tienen baja calidad, los empleadores potenciales podrían no tomarte en serio.

### ¿CÓMO HACER UN PORTAFOLIO?

EL PORTAFOLIO SE COMPONE DE:

- PROCESO (PRODUCCIÓN Y SELECCIÓN)
- PRODUCTO (REFLEXIÓN Y PROYECCIÓN)

### CREAR UN ESQUEMA

La creación de un esquema del contenido te permitirá organizar mejor tus diseños.

1. Resumen: biografía, logros y reconocimientos.
2. Número de contacto: número de contacto, email y cuentas en redes sociales.
3. Clientes: tu variedad y calidad de clientes hablarán por ti.
4. Trabajos: procura presentarlos en orden, información detallada y en buena calidad.
5. Proceso: el tratamiento de objetivos y el que llevas con tu cliente.

### DETERMINAR OBJETIVOS

Cuando se elabora un portafolio no solo debes incluir tus mejores trabajos, sino una serie de diseños que incluyan diferentes mercados y públicos.

La carpeta de trabajo es una herramienta esencial para el profesional en el área de la creatividad y comunicación visual. Ten en cuenta que tu portafolio, dará una imagen tuya como persona y profesional ante sus clientes.

**EL PÚBLICO OBJETIVO**  
Si has sido contactado por un cliente específico.

**TIPO DE TRABAJO AL QUE PIENSAS POSTULARTE**  
El portafolio debe incluir los diseños relacionados al mercado objetivo.

### CLASIFICAR LOS TRABAJOS

Recuerda que sin importar el tipo de clasificación elegida, siempre debes presentar tus mejores trabajos realizados.

### INFORMACIÓN ADICIONAL

Los diseños de portafolios deben tener una buena calidad de impresión, y en caso de portafolios online procure siempre incluir imágenes en alta resolución. Pero ya sea para un portafolio impreso, PDF o web, todos sus diseños presentados deben ir acompañados de toda la información indispensable.

Recuerda un portafolio online, debe incluir: capturas de pantalla en páginas web, link de referencia e imágenes en alta resolución.

**Tipo de medios**  
Es primordial separar el trabajo de las categorías más utilizadas, como impresión, web e ilustración, etc.

**Tipo de trabajo**  
Dependiendo de su objetivo, puedes presentar los trabajos en diseño de libros, envases, carteles, tarjetas, etc.

**Tipo de industria o negocio**  
Otra opción es mostrar el trabajo por el tipo de industria, como la música, entretenimiento, abogacía, etc.

### EL PORTAFOLIO DE UN ILUSTRADOR

Un ilustrador es un artista gráfico que se especializa en la mejora de la comunicación escrita, a través de representaciones visuales que se corresponden con el contenido textual o con parte del mismo.

1. Elige poco y bien.
2. Ten un estilo homogéneo y reconocible.
3. Contextualiza tu trabajo.
4. Ten a mano originales o bocetos.
5. Cuida el diseño gráfico del portafolio.
6. Lleva tu trabajo que usará.
7. Sé práctico a la hora de elegir tamaño y forma.
8. La información de contacto siempre visible.

### EL PORTAFOLIO DE UN DISEÑADOR

Tener un portafolio con nuestros trabajos nos da la oportunidad para darnos a conocer, como para encontrar trabajo, por lo que a día de hoy es una necesidad para cualquier diseñador que quiera vivir de su creatividad.

1. Debe ser sencillo y directo.
2. Céntralo en tu experiencia.
3. Clasifica, no amontones todos tus diseños.
4. Decide cuál es tu público objetivo.
5. Tu portafolio es único y original.
6. Ten siempre actualizado tu portafolio.
7. Muestra primero tus mejores diseños.
8. Destaca tu información de contacto.



Dimensión: 40x10 cm

**PRESENTE SU PORTAFOLIO**

Ya cumplimos los pasos anteriores, debe dar forma a su portafolio, con un diseño ordenado, elegante y posiblemente minimalista (depende de su estilo).

Si su portafolio es impreso, busque un buen servicio de impresiones. Los colores deben quedar bien definidos; así como las formas. Si piensas incluir una imagen tuya, contrata un buen fotógrafo para darle un toque personalizado y de calidad al portafolio.



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo, *Juan Apaza Quispe*, docente de la Facultad Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad César Vallejo Campus Los Olivos, revisor de la tesis titulada

"FOLLETO SOBRE EL PORTAFOLIO PROFESIONAL Y LA PERCEPCIÓN EN EL CAMPO LABORAL DEL DISEÑADOR GRAFICO DE LA GALERIA CENTRO, LIMA -2018"

Del estudiante BRUCE BRANDON VILLANO LÓPEZ constato que la investigación tiene un índice de similitud de 28 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 11 de septiembre 2019



*Juan Apaza Quispe*  
Dr. Juan Apaza Quispe  
Coordinador de Investigación  
Arte & Diseño Gráfico Empresarial  
DNI: 10453803

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Resumen de coincidencias

28 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universida...	12 %
2	repositorio ucv.edu.pe	10 %
3	www.schbd.com	1 %
4	Entregado a Universida...	1 %
5	www.theblz.com	1 %
6	issuu.com	<1 %
7	repositorio.uamlna.edu...	<1 %







UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Villano López Bruce Brandon

D.N.I. : 43273674

Domicilio : Mz. b lote 24 Asociación Las Margaritas - SMP

Teléfono : Fijo : 3144414 Móvil : 933895411

E-mail : bruce.brandon1410@gmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias de la comunicación

Escuela : Arte y diseño gráfico empresarial

Carrera : Arte y diseño gráfico empresarial

Título : Licenciado en Arte y diseño gráfico empresarial

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....

Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Villano López Bruce Brandon

Título de la tesis:

Folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del  
Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

Año de publicación : 2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : .....

Fecha: 03/12/2018





# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Villano López, Bruce Brandon

---

INFORME TÍTULADO:

Folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018.

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

---

Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

SUSTENTADO EN FECHA: 06 / 12 / 2018

NOTA O MENCIÓN: 15



  
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

