

DISEÑO DE UNA APP MÓVIL PARA LA VINCULACIÓN DE ESTUDIANTES EN EL
ÁMBITO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE SOACHA

Presentado por:
Luis Enrique Castro Gómez
Jeisson Mauricio Montero Melo
Jhoan Fernando Rincón Aldana

Asignatura:
Proyecto de grado

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA
Soacha, Cundinamarca-Colombia
2017

DISEÑO DE UNA APP MÓVIL PARA LA VINCULACIÓN DE ESTUDIANTES EN EL
ÁMBITO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE SOACHA

Presentado por:
Luis Enrique Castro Gómez
Jeisson Mauricio Montero Melo
Jhoan Fernando Rincón Aldana

Docente:
Giovanny Garzón

Asignatura:
Proyecto de grado

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA
Soacha, Cundinamarca-Colombia
2017

AGRADECIMIENTOS

A nuestros profesores por guiarnos en nuestra formación como investigadores y diseñadores, además por brindarnos el conocimiento necesario para poder culminar esta parte de nuestra formación como tecnólogos.

Al grupo de trabajo y compañeros por sus ánimos a lo largo de la carrera, y en especial a nuestras familias por ser nuestro apoyo incondicional.

TABLA DE CONTENIDO.

Contenido

TABLA DE CONTENIDO.....	4
1. RESUMEN Y ABSTRACT.....	6
2. INTRODUCCIÓN.....	7
3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	10
4. PROBLEMATICA.....	10
4.1 Contexto.....	10
4.2 Descripción del problema.....	11
5. INTERFACE DE INVESTIGACIÓN.....	13
6. JUSTIFICACIÓN.....	14
7. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	17
7.1 MARCO CONCEPTUAL.....	17
7.1.1 Aplicaciones.....	17
7.1.2 Comunicación.....	21
7.1.3 Empresa.....	23
7.1.4 Habilidad.....	25
7.1.5 Competencia.....	26
7.2 MARCO TEÓRICO.....	27
7.2.1 Comunicación gráfica y las aplicaciones móviles.....	27
7.2.2 Aplicaciones móviles y empresa.....	29
8. ESTADO DEL ARTE.....	31
9. OBJETIVO GENERAL.....	36
10. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	36
11. LÍMITES Y ALCANCE DE LA PROPUESTA.....	36
12. METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS.....	37
12.1 Conclusión.....	54
13. CRONOGRAMA.....	57
14. JUSTIFICACIÓN DE SU PIEZA GRÁFICA.....	58
15. ANÁLISIS CONCEPTUAL.....	59

15.1 Conceptos formales.	59
15.2 Conceptos estructurales.....	61
16. PROCESO DE FABRICACIÓN	63
17. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	64
17.1 Primera etapa:.....	64
17.2 Segunda etapa:.....	64
17.3 Tercera Etapa	64
18. PRESUPUESTO	66
19. IMPLEMENTACIÓN	67
20. CONCLUSIONES DEL PROYECTO	69
21. BIBLIOGRAFIA	72
22. ANEXOS DEL PROYECTO	77

1. RESUMEN Y ABSTRACT

Realizar las prácticas profesionales como proceso de formación profesional, y uno de los más importantes, porque allí se demuestra y se pone a prueba todo lo aprendido en la academia, es el primer acercamiento a lo que muchos llaman “la vida real”, donde las exigencias pueden ser mucho mayores a la universidad.

Mediante este proyecto se quiere facilitar la vinculación de los estudiantes de comunicación gráfica sede Soacha con empresas del municipio, mediante los dispositivos móviles que se han convertido en uno de los principales medios de comunicación y de información para los jóvenes, por esto mismo a partir del uso de varias técnicas de investigación, se logró identificar al grupo objetivo y las necesidades que tienen de conseguir un lugar adecuado para realizar sus prácticas acorde a sus habilidades, y un lugar donde se pueda potenciar aún más dichas habilidades, mediante el prototipo de la aplicación se guiara al estudiante, para que se vincule lo más pronto posible a una empresa , la app será accesible y le ahorrara tiempo.

ABSTRACT

To carry out professional practices as a process of professional training, and one of the most important, because everything is learned and tested in the academy, it is the first approach to what many call "real life", where the Demands may be much higher than the university.

This project aims to facilitate the linking of Soacha graphic communication students with companies in the municipality, through the mobile devices that have become one of the main means of communication and information for young people. The use of various research techniques, the identification of the target group and the needs they have in order to obtain a suitable place to carry out their practices according to their abilities, and a place where they can be further strengthened, through the application will guide the Student, to link as soon as possible to a company, the app will be accessible and save you time.

2. INTRODUCCIÓN.

Los jóvenes estudiantes de una carrera profesional en la actualidad están sufriendo uno de los problemas que ha venido en aumento a lo largo de los años en el país, este problema es el desempleo, ya sea por la falta de experiencia, o porque aspiran un salario más alto de lo que les ofrecen, generando en los jóvenes interrogantes como, “¿será que valió la pena los 5 años de estudio?”, “¿será que si estudie lo correcto?”, entre otras, que ponen en cuestión si en realidad la universidad es la salida del desempleo, otra dificultad muy común es que cuando encuentra una vacante esta se ubica en un lugar muy lejano de donde vive el aspirante. Por eso es importante que mientras estén en la universidad puedan obtener experiencia laboral mediante las prácticas profesionales, las prácticas profesionales según uniminuto es, “La Práctica profesional, es una de las estrategias de la Proyección Social en UNIMINUTO, la cual se concibe como una actividad

pedagógica complementaria a la formación del estudiante en su área disciplinar y adquiere su relevancia desde la interacción permanente entre la universidad, la sociedad y el mundo laboral. Por su clara orientación humanista y social, UNIMINUTO concibe la práctica profesional más allá de una vinculación del estudiante a un sector público, privado o social específico” UNIMINUTO (2013).

La universidad Uniminuto está haciendo un esfuerzo para que cada estudiante tenga un lugar seguro confiable donde pueda realizar sus prácticas profesionales, además brinda la opción de hacer las prácticas en la misma universidad, o en empresas que el estudiante pueda contactar, convirtiéndose en un problema ya que muchas veces los estudiantes no conocen las empresas donde puedan requerir de un practicante en el municipio. Situación que se podrá repetir cuando el estudiante se gradué y busque una vacante ya no como practicante, si no como empleado.

En la actualidad múltiples portales de empleo contribuyen a que la búsqueda de empleo sea más sencilla y eficaz, al entrar a estos portales, en su mayoría se van descartando las opciones de buenas vacantes, primero porque la vacante no es acorde a lo estudiado o porque necesitan personal de más de un año de experiencia.

Para las nuevas generaciones se está apuntando en sacarle el mayor provecho a las aplicaciones móviles, que se puede definir como; programas que se pueden descargar y acceder a través de un Smartphone o algún dispositivo que cuente con internet, gracias a las tiendas de aplicaciones. Gracias al aumento de ventas de dispositivos móviles, se ha pensado que la manera más dinámica y

eficiente para llegar al público son las aplicaciones, ya que cada vez es más frecuente su uso bien sea de carácter profesional, de ocio y entretenimiento, además cada vez es más rentable adquirir un dispositivo móvil que cuente con servicios de internet, por esto mismo se han creado aplicaciones que generan a cada usuario un beneficio especial. Retomando el tema sobre las dificultades de conseguir una práctica segura, aun no se han creado aplicaciones que faciliten la vinculación de los practicantes con empresas, se han creado aplicaciones similares que facilitan a sus usuarios conseguir empleo de manera efectiva, en algunos casos unas más populares que otras, gracias a la seguridad que puedan generarle al usuario.

De acuerdo a lo interior es importante escoger el medio apropiado para hacer una contribución mediante el campo gráfico a los jóvenes practicantes de la carrera de comunicación gráfica de Uniminuto sede Soacha, ya que encontrar una empresa donde hacer sus prácticas exige un método, una disciplina y un horario, volviendo la búsqueda de un trabajo muy arduo. Para disminuir alguna de estas exigencias que sufren los jóvenes semestre tras semestre, se despertó el interés de realizar por medio de la comunicación gráfica el prototipo de una aplicación que cumpla con todos los estándares de diseño y funcionalidad de las aplicaciones móviles, que facilite la vinculación de practicantes de comunicación gráfica con empresas del municipio de Soacha.

3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo potenciar a través de la comunicación gráfica el mercado de las Apps, diseñando el prototipo de una aplicación móvil, que facilite la vinculación de estudiantes practicantes de comunicación gráfica con empresas del municipio de Soacha?

4. PROBLEMATICA

4.1 Contexto.

El municipio de Soacha se caracteriza por ser uno de los más poblados de Cundinamarca, para el año 2017 cuenta con más de según la alcaldía, “533.718 habitantes, repartido en porcentaje de hombres y mujeres, entre el 52% hombres y el 48% mujeres” Alcaldía de Soacha (2017). El municipio según la alcaldía cuenta con miles de empresas (4.913) de las que 4.759 son microempresas, la principal actividad económica de estas empresas es el comercio de alimentos, según el tipo de organización jurídica, en el municipio de Soacha, el 87,56% de las empresas están registradas en la Cámara de Comercio de Bogotá como personas naturales, en su mayor parte microempresas (4.281), y el 12,44% corresponde a personas jurídicas. El municipio de Soacha cuenta con tres universidades de educación superior de las que solo un pequeño porcentaje se gradúa a tiempo y otro gran porcentaje no termina la universidad.

A pesar de la cantidad de empresas que tiene el municipio, es muy difícil que los estudiantes practicantes encuentren una empresa donde puedan necesitar de

sus capacidades como empleado o practicante. Según el programa el comunicador grafico se puede desempeñar en:

- Empresas de diseño y comunicación.
- Agencias de publicidad.
- Industria de la impresión y las artes gráficas.
- Editoriales y medios de comunicación como periódicos, revistas, canales de televisión, portales de noticias e internet.
- Empresas fotográficas y productoras de video y cine.
- Empresas de diseño Web y multimedia.
- Entidades de educación e investigación.
- Su propia empresa de comunicación gráfica. UNIMINUTO (s.f)

Según lo anterior a pesar de tener varios campos en los que se puede desempeñar un comunicador gráfico, son desconocidas sus habilidades y fortalezas con empresas que necesiten de sus servicios.

4.2 Descripción del problema

En el currículo universitario la asignatura que debe tener la mayor importancia son las prácticas profesionales, ya que se convierte en una actividad pedagógica complementaria a la formación del estudiante en su área disciplinar, donde el estudiante aplica sus conocimientos teóricos en el ámbito práctico, esta práctica adquiere su relevancia desde la relación permanente entre la institución de educación superior, la sociedad y el mundo laboral. Conseguir donde desarrollar la práctica profesional no es tarea fácil para todos. En algunos casos, las universidades

lo facilitan al tener convenios con empresas las cuales reciben una cantidad determinada de estudiantes, pero en otros casos, son los mismos estudiantes quienes deben encontrar la empresa que les brinde la oportunidad de realizarla.

Muchos estudiantes no saben dónde acudir para realizar las prácticas profesionales ya que no conocen que empresas tienen interés de tener un practicante en la empresa, haciendo notoria la carencia de algunas universidades que no se enfocan o no ven la trascendencia que puede llegar a tener a nivel profesional realizar la práctica profesional en un lugar indicado. Sin embargo la asignatura práctica profesional no se contempla con obligatoriedad en todos los currículos académicos en el país. De hecho, hay carreras cuyos estudiantes no realizan la misma y en otros casos, es opcional, ya sea porque el estudiante decida hacerla o no sin que esto afecte su plan académico o porque puede escoger la misma como proyecto de grado, es decir, en vez de realizar una tesis.

Para estos casos, son varias las empresas en el país que publican avisos clasificados solicitando practicantes, ya sea en periódicos o en bases empresariales en internet, como por ejemplo el elempleo.com o en computrabajo.com.co. Para estas, como criterios de búsqueda, se sugieren los términos: practicantes, estudiantes y prácticas. Por otro lado, hay organizaciones que contemplan entre sus programas hacia la comunidad, la recepción de practicantes para su formación laboral. Ejemplos internacionales son el Programa de Prácticas que implementa el Banco Mundial, el Programa Leonardo Da Vinci de la Unión Europea, el Programa de Empleo Invierno y Verano del Banco Interamericano de Desarrollo o el programa Study, Work and Travel en Australia. Universaria (2006)

El perfil profesional que exige la carrera de comunicación gráfica para con sus estudiantes debe ser uno de los principales factores que pueden justificar el conocimiento teórico que debe tener el comunicador gráfico, el cual se puede aplicar a empresas del municipio. El perfil que busca UNIMINUTO es:

- Resuelve problemas comunicativos y los soluciona con lenguajes gráficos, audiovisuales y multimedia.
- Crea estrategias de comunicación utilizando los medios audiovisuales, impresos y tridimensionales del diseño.
- Desarrolla, ejecuta y controla proyectos gráficos, publicitarios, editoriales y multimedia.
- Manifiesta una sensibilidad que le permite actuar en consecuencia con las necesidades sociales de los grupos o comunidades a las que se dirige.
- Está en capacidad de participar en acciones de investigación teórico - prácticas sobre la comunicación gráfica.
- Fomenta en su campo una actitud crítica y creativa para transformar su medio social.
- Colabora con los medios de comunicación de manera responsable y ética.

UNIMINUTO (s.f).

5. INTERFACE DE INVESTIGACIÓN

La interface del proyecto está enfocada a la innovación social y productiva, porque se incorporó el conocimiento a la producción de un bien o servicios, a partir de las tics y la innovación tecnológica aplicada en el ámbito universitario. Las

sublineas de investigación aplicadas por la comunicación gráfica y el presente proyecto son:

Comunicación, cultura y pensamiento visual: Esta sublinea de investigación se implementó en el proyecto, gracias a los procesos llevados a cabo desde enfoques teóricos y referentes, tomando como enfoque un grupo objetivo y a partir de la investigación desarrollar una solución visual.

Gestión gráfica y pensamiento tecnológico: Esta sublinea de investigación también se aplica al proyecto porque ya es el desarrollo de una estrategia de diseño, para el grupo objetivo implementando el uso de las nuevas tendencias en tecnología, en este caso las aplicaciones que serán potenciadas a nivel grafico gracias a la experiencia y conocimiento adquirido a lo largo del tecnólogo.

6. JUSTIFICACIÓN

Al identificar las dificultades que tienen los practicantes de universidades para conseguir un lugar donde realizar sus prácticas profesionales en empresas relacionadas con la carrera estudiada, y la falta de conocimiento de las empresas sobre las habilidades y desempeño que puede ejercer un comunicador grafico en una empresa, y la trascendencia que tienen las prácticas profesionales para un estudiante universitario, hace que se convierta la búsqueda en un problema que demanda de mucho tiempo por parte del aspirante a práctica.

Es importante por esto, mediante la comunicación gráfica dar una solución que facilite ese vínculo entre empresa y practicante que es tan importante en la formación profesional, para esto es importante conocer mediante la base de datos de la carrera, las empresas que tienen convenio con la universidad y la cantidad de estudiantes que semestralmente hacen las prácticas, y poder generar que los estudiantes se pueden vincular con las empresas.

La problemática o pregunta problema con la que se trabajara a lo largo del proyecto va enfocada específicamente a los estudiantes de últimos semestres de la carrera de Tecnología en Comunicación Gráfica sede Soacha, para que mediante el prototipo de una aplicación se les facilite la vinculación con empresas del municipio donde puedan realizar su práctica profesional, la aplicación será el medio por el que el estudiante y las empresas tendrán interacción y será el primer contacto empresa estudiante. Por parte del estudiante conociendo las empresas que hay en el municipio en las que se pueda desempeñar laboralmente, y para las empresas conociendo a los estudiantes de comunicación gráfica de Uniminuto, esto le facilitara a los estudiantes la tarea ardua de conseguir un lugar donde realizar las prácticas profesionales, además generaría que las empresas interesadas acepten a los estudiantes no por su experiencia laboral, si no por las capacidades que se reflejen en su portafolio, así mismo los estudiantes recibirán experiencia, la cual les servirá a la hora de buscar un empleo ya que la experiencia laboral es la principal causa de desempleo en los jóvenes, el prototipo de la aplicación se encaminara en tener un diseño sencillo, pero muy bueno estéticamente para complacer a los practicantes.

Este prototipo de aplicación es fácil de descargar mediante códigos QR que se encontraran ubicados en las piezas creadas para promocionar la aplicación, además esta aplicación no tratara de confundir a sus usuarios, si no que servirá como guía, mediante el uso de mapas e iconos para que su comprensión sea efectiva y no se convierta en una aplicación que en vez de ayudar a sus usuarios les cause molestias, por esto gracias a esto se tomaron precauciones en hacerla con un diseño sencillo pero con elementos visuales que aporten a su estética y lo más importante a su usabilidad, así que el ahorro de tiempo que le va a generar la aplicación a sus usuarios será considerable.

Mediante las otras piezas graficas como ya se mencionó, servirán para promocionar la aplicación, pero además de esto abran piezas graficas de apoyo, como un manual de uso, y recursos multimedia, también se evitara el uso de información innecesaria para que la aplicación se enfoque solo en cumplir con su objetivo principal, así mismo hacer el esfuerzo para que esta aplicación no se utilice solo para estudiantes de comunicación gráfica, sino que se utilice en el resto de carreras, y porque no en otras universidades.

7. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

7.1 MARCO CONCEPTUAL

7.1.1 Aplicaciones.

Hoy en día la forma en que la sociedad se conecta a la red, cambió radicalmente y gracias a ello ha contribuido en parte en la manera por la cual se están adquiriendo los llamados teléfonos inteligentes o Smartphone, ya que más de la mitad del parque de teléfonos móviles poseen conexiones a internet y a través de estos dispositivos han mejorado su calidad, mientras que sus precios se han disminuido drásticamente.

Todo esto provoco que los dispositivos móviles se conviertan en uno de los principales medios de conexión a la red; Desde hace tiempo para cualquier empresa o persona, es imprescindible tener presencia en la red, sin embargo no lo es del todo suficiente porque las nuevas reglas de juego, hacen necesario que los contenidos sean además accesibles y de fácil comprensión a través de cualquier dispositivo móvil. Mobile marketing Association(2011) en su libro “Blanco de apps” incluye de forma concreta que “Las apps móviles tanto para teléfonos y Tablet, se están convirtiendo en un elemento cotidiano para todas las personas consumistas y con las cuales se pueden interrelacionar con los demás a través de los terminales”

Por lo cual muchas de estas aplicaciones, ya están preinstaladas y funcionan en los móviles o Tablet cuando salen a la venta, pero la mayoría de ellas deberán

descargarlas e instalarlas los usuarios, para poder disfrutarlas de manera más cómoda y agradable, por consiguiente estas aplicaciones se han convertido en un elemento muy importante para comunicarse, intercambiar, relacionarse y comerciar con demás usuarios sin la necesidad de estar en el lugar de la venta “además de ser en ocasiones soportes publicitarios para terceros (una de los formatos más efectivos en la comunicación publicitaria y de marketing)”. Marketing Association(2011).

Desde el lanzamiento de los Smartphone y en especial con los iPhone en el año 2007, cambio de forma drástica la forma de interactuar con los teléfonos convirtiéndolos en un elemento muy necesario y de la vida cotidiana, además de ayudar a potenciar las capacidades de este tipo de equipos con lo cual mejora la experiencia que puede tener el usuario. “Las apps pueden clasificarse en base a distintos criterios, aunque en este documento se han elegido dos clasificaciones:

- Según el entorno de ejecución, es decir, “dónde funciona la aplicación”.
- En base a las funcionalidades que aporta al usuario.” (pág. 2 Mobile marketing Association(2011).

Los actuales terminales y sus capacidades de hardware permiten la creación de apps con funcionalidades en muchos casos inimaginables hasta hace unos años y brindan a los usuarios experiencias únicas. “Algunos ejemplos de la combinación de las capacidades del teléfono para crear estas apps son:

- La incorporación de GPS, brújula digital y cámaras de alta capacidad, permiten desarrollar funciones como la realidad aumentada en las aplicaciones.
- Giroscopio y acelerómetro que permiten que mediante movimientos horizontales y

verticales del móvil podamos girar la pantalla o activar una función dentro de la aplicación.” (pág. 5) Mobile marketing Association(2011).

En una entrevista de título “Entrevista a nuestros expertos en Apps para sistemas móviles”: dentro de la cual tiene como tema principal el sistema por medio del cual consideran a las aplicaciones móviles en la actualidad.

“En noviembre de 2009 se comenzó a desarrollar aplicaciones móviles multiplataforma. En febrero de 2012 se incorporó a Veiss Comunicación y es uno de los responsables del área de Apps móviles. Y además en este explica de una forma más convencional y explícita la manera en que estas están relacionadas con la actualidad. “El hecho de que las tabletas y teléfonos inteligentes dispongan de cámara de fotos y sistemas de geolocalización, abre un mundo de posibilidades que hasta ahora eran impensables: se puede enviar publicidad de tiendas, restaurantes que están a menos de 500 metros del usuario; se puede enviar imágenes con problemas de tráfico, indicando la posición del atasco; hasta se puede detallar en qué punto de la vía pública hay una baldosa rota que necesita ser reparada”. (Acosta J. B., 2013)”

Acosta da una gran opinión sobre como las apps pueden llegar a influenciar a sus clientes, además de las múltiples funcionalidades que ofrecen las distintas apps y a la cantidad de usuarios a los cuales puede tener alcance, y así dar a conocer lo comprometido que se encuentran con sus usuarios.

Otro punto a tratar fue que las apps se encuentran por diferentes clasificaciones o formas para su uso y comercio; existen las que ayudan en la cotidianidad como lo pueden ser apps de notas, de calendario / recordatorios, localizar un sitio con gran exactitud, por otro lado se encuentran apps las cuales son

utilizadas para hobbies o tiempos de diversión y ocio, como lo son apps de redes sociales (Facebook, Twitter, Etc.), Música, películas, noticias, entre otras.

La ((UTE).) O “Unidad de Tecnología Educativa de la universidad de Valencia” realizó un trabajo en cual tiene como énfasis principal y explicado en otra forma. “Los sistemas Multimedia, en el sentido que hoy se da al término, son básicamente sistemas interactivos con múltiples códigos”. Bartolomé (1994)

También realizar un gran énfasis en la multimedia, esta hace referencia al uso combinado de diferentes medios de comunicación: texto, imagen, sonido, animación y video. Los programas informáticos que utilizan de forma combinada y coherente con sus objetivos diferentes medios, y permiten la interacción con el usuario son aplicaciones multimedia interactivas. La multimedia se puede presentar de diferentes maneras y medios de comunicación como los son auditivo y visual los cuales facilitan el aprendizaje y generando mayor adaptabilidad a capacidades tan comunes como memoria visual, comprensión visual, memoria auditiva, comprensión oral, etc.

Dentro de todos estos ámbitos cabe resaltar que un elemento de gran importancia para la realización de esta app es la de la interactividad y según el estudio de ((UTE).) Interactividad basada en los sistemas de hipertexto¹, que permiten decidir y seleccionar la tarea que deseamos realizar, rompiendo la estructura lineal de la información.

¹ El hipertexto es una red de información formada a partir de un conjunto de unidades de texto que se conectan por múltiples enlaces.

A partir de lo expuestos por los anteriores autores se puede concluir que las aplicaciones en la actualidad es un elemento el cual es utilizado por todas las personas, se pueden utilizar para diferentes ocasiones y diferentes situaciones lo cuales generan una interacción con los usuarios de manera visual, auditiva, e intelectual para así poder realizar una tarea que deseemos realizar, de forma rápida y óptima para el usuario el cual la valla a ejecutar.

7.1.2 Comunicación

La comunicación es un medio de conexión por medio del cual las personas para transmitir o intercambiar mensajes y así poder comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir e intercambiar ideas, información o algún significado, o alguna experiencia de la cual tengamos conocimiento y se la deseemos pasa a otra persona, además dentro del proceso de comunicar existe un emisor, un receptor y una conexión , al momento de una persona enviar un mensaje ya sea por un correo electrónico, un aviso de prensa, una carta escrita a mano, un programa de televisión, ETC. Es necesario que el mensaje para enviar sea de forma clara y concisa para que el receptor lo capte e intérprete de la manera en la cual fue enviada.

“En el modelo comunicativo utilizado por Paulo Freire, se da por sentada la existencia de interlocutores, así como una comunicación horizontal en un proceso dialógico entre educando y educador en el que todos aprenden de todos; por tanto la relación de comunicación es bidireccional”. Educomunicación (2010).

Fonseca Yerena Maria del Socorro (2000) En el libro “Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica” Con base en las definiciones citadas, hay comunicación cuando en una expresión que corresponde a la realidad de un sujeto hay intercambio de ideas con otro u otros; cuando existe la intención psicológica de unión; cuando dos o más individuos logran pensar y sentir en tal forma que las ideas de unos se vuelven bienes compartidos de los otros, se hacen comunes.

Normalmente los seres humanos nos comunicamos de diversas maneras a las cuales se les denominaron leguajes, la cual puede entenderse de forma más clara como un conjunto de signos estructurados los cuales pueden dar a conocer entender alguna mensaje o palabra hacia otra persona.

En el libro Fonseca Yerena Maria del Socorro (2000) “La comunicación Oral” explica el lenguaje como: el más trascendental de los inventos que ha desarrollado el hombre para comprender su mundo, y desempeña una función central en las sociedades civilizadas, pues influye tanto en su nivel de desarrollo y progreso como en el del conocimiento

Según el libro “Fundamentos de Marketing” expresa de la siguiente manera el concepto de comunicación ,“la comunicación tendrá como objeto informar acerca de la existencia del producto dando a conocer sus características, ventajas y necesidades que satisface; A lo largo de la transmisión del mensaje pueden darse interferencias, ruido, que es cualquier perturbación que se produce en el proceso de transmisión y recepción de un mensaje impidiendo la correcta interpretación” Stanton William (2007).

Para final dentro de la comunicación influyen varios factores como el medio por el cual se transmite, el ambiente el tipo de mensaje para transmitir, la

persona a la cual va a ir dirigido el mensaje y la duración de este y la comunicación no solo se trata de informar, sino de provocar un estímulo dentro del consumidor que lo mueva a la acción y provoque una retroalimentación, y con esto el proceso debería concluir con la obtención de una respuesta favorable del destinatario del mensaje.

7.1.3 Empresa

Dentro del mundo cotidiano La empresa es una entidad conformada por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual puede dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de un servicio para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con lo cual se logra obtener una utilidad o beneficio".

La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio".

Según el libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como:

"Una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados". Julio García y Cristóbal Casanueva (2001).

Este libro se centra en especificar la metodología y manera de enseñar la conformación de una empresa; la cual no únicamente utilizada es considerada

dentro de los ámbitos universitarios si no también dentro del ámbito laboral, ya que se utiliza para la formación de los trabajadores por medio de planes los cuales se aplican a la autoformación ocupacional.

Otro autor el cual da una definición de la empresa según el libro “Diccionario de Economía” plantea una definición cotidiana acerca de la empresa como una entidad dentro de la cual se puede obtener recursos naturales

“Organización que coordina la disposición de los recursos y factores a los efectos de generar un producto o servicio, con el objeto de obtener un beneficio a partir de su transacción en el mercado, siendo el riesgo inherente a dicha actividad empresarial.” Simon Andrade (2009).

.A partir de la definición dada por el diccionario de la Real Academia Española

“Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.”, partiendo de esta definición se puede definir como una entidad u organización la cual está dedicada específicamente a la realización, fabricación de actividades industriales, mercantiles o para la prestación de servicio hacia la comunidad/ sociedad con fines únicamente lucrativos.

Para concluir a partir de la definición de los tres anteriores autores se puede definir el concepto de empresa de la siguiente manera: una entidad u organización conformada por recursos humanos, materiales, técnicos y profesionales que ejerzan y ofrezcan una colaboración a la empresa por medios de sus conocimientos, y dependiendo de la actividad en la cual se vaya a desempeñar la empresa ya sea ofreciendo un producto o un servicio para todas las personas a cambio de un precio razonable y acorde a lo ofrecido por dicha entidad.

A partir de lo expuestos por los anteriores autores se puede resumir y relacionar que la empresa ofrece varios servicios como lo don salir a realizar diversas actividades las cuales pueden obtener una remuneración económica, y dentro de nuestro proyecto es de gran importancia ya que al obtener la información de la empresa, se puede detallar a que empresas se pueden involucrar dentro del prototipo de la aplicación móvil, y la influencia que estas tendrán.

7.1.4 Habilidad.

Para realizar una acción muchos autores desde sus perspectivas nos dan una pequeña definición de cómo ven desde su punto de vista la definición de habilidad Según Petrovsky es "...el dominio de un sistema complejo de acciones psíquicas y prácticas necesarias para una regulación racional de la actividad con la ayuda de los conocimientos y hábitos que la persona posee". (Hernández, 2009). está es la definición que definición que nos cita un autor en su artículo de revista hace referencia a lo que en realidad es una habilidad, estos son los hábitos y conocimiento que poseen las personas durante su vida para después aplicarlo en el habito en el cual se vaya a desempeñar.

Actualmente, las habilidades que se buscan en el mercado o las necesidad del mercado hacía un comunicador grafico o diseñador se basa en las habilidades que ellos posean, para las vacantes que cada persona tenga en su empresa, una de las habilidades que busca una empresa es que su la persona sea creativa y logre dar respuestas por medio de la comunicación incluyendo el diseño, la estética y la

construcción de piezas que logren innovar y dejar un mensaje claro, tener habilidad en el manejo de software del diseño, como programas de ilustración, animación, edición entre otros. Saber resolver problemas, de la cotidianidad por medio de piezas gráficas, saber construir una estrategia a la hora de realizar una campaña para una empresa.

Para tener más claridad en el tema de que como es el perfil de estudiante de comunicación gráfica se realizara la definición de dos conceptos, específicos capacidad y competencia.

7.1.5 Competencia.

La competencia básicamente se basa en la capacidad, habilidad que posee una persona para desarrollar algo según , una persona competente se conoce cuando posee conocimiento , motivaciones o intereses por surgir, de acuerdo al espacio la persona de desempeña de una mejor manera siendo competente, “Desde la psicología la competencia se define como : Como capacidad psicológica de adaptación al ambiente que incluye los elementos objetivos y subjetivos y que se adaptan a la edad del sujeto ” (Rubio) en esta pequeña cita se puede entender como está autora se refiere a la competencia desde la psicología, diciéndonos que para ser competitivo, sin importar la edad siempre se va a adaptar al ámbito.

Según el SENA mediante una serie de decretos, logra evaluar y certificar la competencia laboral de las personas, que tiene un vínculo directo con esta entidad pública, para estos procesos se deben tener en cuenta unos pasos claros que son la

evaluación, certificación y algunas normas de competencia laboral para que se logren implementar estrategias de desarrollo y gestión empresarial, según el SENA existen otras entidades que prestan el servicio certificaciones laborales, por medio de ellas miden las competencias de una persona en cuanto a conocimiento producto y desempeño por parte de las persona que necesitan de una certificación, con este proceso mejoran la calidad de las empresas en diferentes sectores y regiones de Colombia.

“El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, mediante Decreto 249 de 2004 Artículo 12, es el responsable en Colombia de evaluar y certificar la competencia laboral de los colombianos; y a través del Decreto 933 de 2003 en su Artículo 19 Certificación de Competencias Laborales, es autorizado para Evaluar y Certificar la competencia Laboral”. (SENA)

7.2 MARCO TEÓRICO

7.2.1 Comunicación gráfica y las aplicaciones móviles.

Según el libro “Diseño de la interfaz gráfica web en función de los dispositivos móviles” especifica dentro de la variedad de dispositivos móviles ya sean por su marca o modelo, el diseñador debe enfocarse en esos aspectos los cuales son de gran importancia al momentos que el usuario comencé a experimentar y utilizar la aplicación con lo cual ofrece tanto una dificultad como un reto para este y así poder enfocarse en el objetivo primordial de la aplicación al cual es la de satisfacer a su usuario.

“El diseñador no sólo debe realizar bosquejos o propuestas de diseño de la interfaz en función de las variables que presenta el Internet móvil, sino que además debe proponer versatilidad, precisión y continuidad en el sitio, buscando ofrecer un dominio por parte del usuario con respecto la información, suficientemente simple y rápido.” Alliey (2009).

Además para la realización de una aplicación móvil toca tener en cuenta diversos aspectos los cuales son Wireless Application Protocol o WAP, las conexiones de Wi-Fi y los exploradores web (Opera Mobile, Opera Mini, Safari, Internet Explorer Mobile, Teashark), Flash Lite. (Págs. 46- 53).

En el sitio web de nombre “Aplicaciones Mviles Colombia” se encuentra un seccion la cual esta centrada en las aplicaciones móviles para el sector de la educación.

“Colombia tiene grandes retos para obtener un servicio educativo de amplia cobertura y calidad. El uso de las TIC puede verse como un componente de innovación que puede contribuir en el mejoramiento de calidad y cobertura de la educación, en este sentido, los contenidos digitales educativos o aplicaciones móviles para la educación juegan un papel muy importante como apoyo a la enseñanza, no sólo en el aula, sino en cualquier lugar a través de la producción de aplicaciones de alta calidad que se encuentren por la red para que puedan ser utilizados y reutilizados por todos los actores del sector educativo.” RicardoE (2012).

Las TIC o mejor conocidas como tecnologías de la información y comunicación las cuales se encargan de manipular y gestionar la información por medio de 3 categorías las cuales son: Las Redes, Los terminales y los servicios.

Dentro de las redes se encuentran las Telefonías Móviles; el cual es un método elemental para poder realizar una conexión a internet ya sea por el uso de un modem o un teléfono básico. Otra es la banda ancha la cual establece y hace referencia a la capacidad de acceder a internet de una forma superior.

7.2.2 Aplicaciones móviles y empresa

La relación que existe entre las aplicaciones móviles y la empresa son muy estrechas ya que en cada uno se puede utilizar para el ámbito laboral y poderlas realizar de forma organizada y eficaz, dentro de este proyecto se utilizaran esta relación para crear un vínculo entre los estudiantes de comunicación gráfica y las empresas de diseño las cuales requieran u ofrezcan un lugar para que un estudiante realice sus prácticas profesionales.

“Las aplicaciones de negocios son herramientas computacionales cuyo objetivo principal es ayudar a las empresas u organizaciones a gestionar su negocio de manera eficiente, automatizando procesos, incorporando mejores prácticas y, si son bien utilizadas, pueden llegar a ser incluso diferenciadores por sobre la competencia.” Alberto Merino P. (2013).

Sin embargo a partir de esto salen preguntas como: ¿Cómo realizar la conexión y que a su vez esta genere ingresos a la empresa?, para tener esto en cuenta es necesario.

Según una investigación realizada por la universidad javeriana en el año 2005 para la carrera de ingeniería de sistemas, dentro de la cual se especifica la creación una tecnología por medio de la cual pueden realizar de forma automática los diferentes procesos y tareas los cuales se presentan a diario en la organización.

“Teniendo en cuenta esta investigación, es posible utilizar de manera más eficiente las herramientas workflow. Además es posible considerar aspectos como: soporte a la cadena de valor, factores críticos y métricas, para conseguir mejores resultados en la aplicación y manejo de procesos en la organización.” Borbón Luis C. Villarreal José V. (2005).

Dentro de las empresas las aplicaciones móviles han tenido un gran impacto por que dieron la facilidad y agilidad con la cual puedan obtener un mejor flujo de ventas y además de poder controlar los diversos movimientos que esta realiza continuamente.

“La pregunta que deben hacerle las empresas de desarrollo a los empresarios es ¿y porque no un app? Claro está todo depende de las necesidades del cliente, pero la realidad actual y las tendencias del momento apuntan al uso permanente de Smartphone, la vida diaria gira en torno a un teléfono inteligente, pues hay personas que se atreven a decir que tienen toda su vida allí, muchas de estas personas son dependientes de los Smartphone” kijhotechnologies, (2015).

A partir de estas palabras se puede concluir que dependiendo de lo que desea el cliente y el uso que le quiera realizar se comenzara a realizar la app, en el caso de este proyecto va enfocado hacia los estudiantes que van a comenzar a realizar su práctica profesional y así puedan tener una base con la cual poder encontrar el sitio en donde las desean realizar y sin tanto complique y cumplirlas en el menor tiempo.

8. ESTADO DEL ARTE

Los siguientes antecedentes presentan en concreto un resumen de investigaciones o trabajos realizados para la creación de aplicaciones relacionadas con el objetivo de la investigación, más concretamente aplicaciones que faciliten la vinculación de sus usuarios con una empresa, todo esto con el propósito de implementar a nuestro proyecto cosas positivas que aporten a las decisiones que se deben tomar y las que no, a la hora de la realización del prototipo de la aplicación. Para dar inicio con la recopilación de antecedentes se ha referenciado en una serie de documentos, el siguiente artículo del periódico portafolio escrito por Javier Acosta en el 2017, Dream Jobs: La app que le ayuda a ubicar un trabajo cerca a su casa.

“Nuestra plataforma le brinda a su organización acceso a una comunidad laboral de personas que tienen la posibilidad de elegir en dónde quieren trabajar a través de la integración de un sistema de Geo-localización que nos convierte en los primeros en el mundo en ofrecer una solución única para generar bienestar y calidad de vida a sus futuros colaboradores reduciendo los costos de la rotación laboral en su empresa.”. (Acosta J. , 2017)

El anterior artículo nos habla de cómo una app móvil llamada Dream Jobs le está facilitando a las personas encontrar un trabajo en donde se puedan desenvolver, y que este trabajo quede cerca a su casa, esta es una aplicación que cuenta con geolocalización, y que no sólo está beneficiando a las personas, sino también a las empresas, es una app que ya se ha vinculado con varias identidades públicas de Bogotá dándole un mayor reconocimiento, el propósito de Dream Jobs es generar oportunidades laborales para todas las personas por igual, una de las cosas que tiene en cuenta Dream Jobs es que si una persona es feliz también es productiva. La

geolocalización es uno de los principales aportes que puede generar esta aplicación al proyecto ya que hace dinámica la búsqueda y precisa, además porque le da riqueza a los recursos gráficos de la aplicación y también por la utilización de iconos que aportan a su comprensión.

Para tener un mejor entendimiento de como una aplicación puede ser útil, para conseguir empleo la página web El mundos.es publicó un artículo escrito por *Portaltic/Ep* en el 2016 Jobandtalent, una red social española para buscar empleo.

“La idea del proyecto surgió, según explican sus fundadores, inspirada en las necesidades vividas en carne propia. "Cuando haces una búsqueda de empleo, decidir qué carrera seguir y ver las oportunidades es muy difícil", explica Navío. (Portatiltc, 2010).

En una primera estancia este proyecto nace a partir de la necesidad de buscar empleo, porque normalmente buscar empleo es algo difícil, está problemática se da alrededor de todo el mundo, al crear esta aplicación móvil sus creadores, se basaron en la experiencia que cada uno de ellos ha tenido cuando se dirige a buscar trabajo en alguna empresa y no les sale la oferta.

Los jóvenes se dieron cuenta que podían realizar un proyecto en donde se encontrarían muchas oportunidades para los jóvenes, este proyecto es creado por tres jóvenes emprendedores españoles, decidieron generar herramientas utilizando la web 2.0 para crear dicha empresa esta fue la idea de diseñar una plataforma en línea, que su objetivo se basaba en ayudar a jóvenes a buscar trabajo con buenas empresas de acuerdo al papel profesional que desarrolle cada joven. “Nos dimos cuenta de que, a pesar de invertir mucho tiempo y esfuerzo, teníamos la certeza de

que había muchas oportunidades a nuestro alrededor a las que no podíamos acceder", (Portatilc, 2010) esta aplicación Jobandtalent, es una empresa que apoya la relación directa del aspirante con una empresa, la app se convierte en un tipo de red social en donde las empresas pueden contactarse con los perfiles de los usuarios de manera rápida y eficaz.

Lograr dicha interacción y relación entre las empresas y practicantes mediante un chat es el principal aporte para tener en cuenta para la investigación y el diseño de la aplicación, además porque han logrado tener la confianza de empresas y usuarios, tanto así que se pueden firmar contratos mediante la aplicación, otro valor agregado para tener en cuenta para la aplicación.

El siguiente artículo es publicado por una de las entidades públicas más grande de Colombia, El SENA en su artículo, lanza aplicación móvil para buscar empleo “ La agencia pública del empleo es la herramienta gratuita de intermediación para que los colombianos encuentren una oportunidad a los empresarios hallen su capital humano” (Noguera, 2016) este proyecto nace a partir de la necesidad que requiere una persona al buscar empleo la entidad pública del SENA presta un servicio de intermediación, para que las personas puedan participar en las diferentes postulaciones de empleos en el país y se puedan vincular fácilmente con las empresas que requieren personal, beneficiando a la población colombiana.

Esta aplicación mi SPE es una aplicación móvil que facilita, la búsqueda de un trabajo que se acople a las personas que lo necesiten, esta aplicación se puede utilizar mediante un celular o una Tablet, fácilmente se puede descargar gratis sin

costo alguno además de las ofertas, que allí ofrecen (Noguera, 2016), “la app tiene otros dos tipos de información: noticias sobre trabajo y mapas con las oficinas de la Agencia Pública de Empleo”. Señaló Alfonso Prada, director general de la Entidad, como anteriormente dice el director de la entidad SENA, está es una aplicación que ayuda a buscar ofertas de empleo, noticias de trabajo con agencias públicas de empleo.

El aporte grafico que deja esta aplicación no es mucha ya que no cuenta con elementos que destaquen de gran manera, el único elemento grafico que se destaca es su isologo por su gama cromática ya que se diferencia entre los demás logotipos de apps enfocadas a la búsqueda de empleo, también uno de los aportes que hace al proyecto es el hecho de que una de sus funciones sea publicar noticias sobre nuevos empleos, ya que van actualizando contenidos lo que le genera al usuario la necesidad de informarse y así mismo a utilizarla, a pesar de esto no ha tenido mucho éxito y es calificada como mala, debido a sus pocas funciones.

Para concluir como último antecedente se pudo recopilar, la historia una aplicación móvil que desde el 2002 y 2003 fue lanzada al público y ha sido realmente exitosa, en el artículo de esta página web publicidad y mercadeo, el autor Vergara Vargas (2011) publica LinkedIn, su historia y caso de éxito “Esta red social orientada a establecer contactos profesionales y de negocios fue fundada en diciembre de 2002 y lanzada en mayo de 2003. Su creador fue Reid Hoffman.” (Vargas, 2011) LinkedIn es una comunidad, que va a orientada a empresas o al negocio, es una empresa que crea el perfil de profesional de alguien y puede poner a la persona en contacto con varias empresas, tuvo un impacto muy rápido en la

sociedad porque se volvió en una aplicación móvil muy funcional, que suple la necesidad de personas en busca de trabajo.

Lograr que los usuarios puedan interactuar con las empresas y crear automáticamente una hoja de vida desde el perfil, es uno de los aportes que genera esta aplicación al proyecto, aparte de esto la implementación de un estilo particular a cada uno de sus iconos, la hacen diferente a los demás y por esto mismo se destaca, lograr una buena usabilidad y desechar información innecesaria, son los factores que pueden aportar al proyecto para tener buenas funciones en la aplicación.

9. OBJETIVO GENERAL

Potenciar a través de la comunicación gráfica el mercado de las Apps, diseñando el prototipo de una aplicación móvil, que facilite la vinculación de estudiantes practicantes de comunicación gráfica con empresas del municipio de Soacha.

10. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Caracterizar a los estudiantes de tecnología en comunicación gráfica del municipio de Soacha.
- Analizar diferentes aplicaciones móviles a nivel gráfico, que tengan como objetivo facilitar la búsqueda de empleo.
- Diseñar el prototipo de una aplicación móvil que facilite la vinculación de estudiantes practicantes con empresas del municipio de Soacha.

11. LÍMITES Y ALCANCE DE LA PROPUESTA

El compromiso con el proyecto es lograr el desarrollo y el diseño del prototipo de la aplicación, y las respectivas piezas para la divulgación y promoción de la misma, donde se verá reflejado el estudio del grupo objetivo, desde factores

que se deben tener en cuenta para el diseño, hasta las necesidades que se van a suplir gracias a la aplicación.

Uno de los alcances principales es lograr la vinculación directa entre estudiante y empresa, ya que por el momento se está logrando la interacción a partir del contenido publicado pero sirviendo como intermediarios, el objetivo es que en el perfil del estudiante se muestre un portafolio que especifique el campo donde el practicante mejor se desempeña y así lograr que no solo sea el estudiante el que busque una empresa acorde a sus capacidades, sino que también las empresas puedan visualizar el perfil del estudiante, elegirlo y comunicarse a partir de lo que muestre en su perfil o portafolio, para esto se requiere ampliar el grupo de trabajo o adquirir conocimientos en programación para esas nuevas funcionalidades.

Los limitantes del proyecto son principalmente, de recursos ya que para lograr tener una aplicación más completa en cuanto a sus funciones toca pagar, además la falta de conocimiento en programación hacen el trabajo más arduo.

12. METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS.

De acuerdo al primer objetivo de investigación que es, caracterizar a los estudiantes de comunicación gráfica de UNIMINUTO sede Soacha, se eligieron tres técnicas para la recolección de información cualitativa, además de esto tres puntos de vista diferentes sobre los comunicadores gráficos, desde la experiencia de los

docentes, egresados y estudiantes de quinto y sexto semestre de la carrera, para lograr una caracterización más completa.

Para la recolección de información desde el punto de vista de los docentes se utilizó la técnica de la entrevista que es según J.Murillo (s.f) “La entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando.” El tipo de entrevista que se selecciono fue la estructurada, ya que previamente a la entrevista se seleccionaron cuatro preguntas acordes a la información que se quería obtener y así no hacer tediosa la recolección de la información, el instrumento utilizado para tomar el registro de las entrevistas fue la grabadora, para no perder detalle de las percepciones de los docentes de manera fluida y rápida, para realizar la entrevista se seleccionaron a tres docentes especializados en distintas áreas de la comunicación gráfica del programa, el objetivo la entrevista era caracterizar al estudiante y su desempeño como comunicador gráfico, donde de acuerdo a las preguntas los docentes respondieron lo siguiente.

A partir de la primera pregunta, pudimos obtener como dato en donde se está desempeñando el comunicador grafico egresado en el ámbito laboral, actualmente según los profesores los comunicadores gráficos, se desempeñan en tres áreas diferentes el diseño gráfico, diseño análogo y el diseño digital los estudiantes aprenden varias herramientas para poderse desenvolver en todo lo que tiene que ver con el mundo digital, diseño web, marketing, edición, animación, creación de piezas

de comunicación interna o comunicación externa, también se encuentra el área de emprendimiento en donde cada estudiante lleva a cabo sus ideas a la realidad después de un procesos que se lleva a cabo la universidad, según unas encuestas realizadas por el programa de tecnología en comunicación gráfica el 60% de estudiantes graduados hasta la fecha de hoy se están desempeñando en campos que tienen que ver con el diseño gráfico, el diseño editorial y todo lo que tiene que ver con publicidad exterior, muy pocos estudiantes se están desempeñando en el campo del sistema digital.

Es importante saber actualmente cuales son las necesidades que actualmente requiere el mercado actual en cuanto a nivel gráfico, actualmente según las entrevistas realizadas, se necesitan personas que sepan de herramientas digitales, que tengan conocimientos sobre el diseño web, a nivel animación, a nivel de redes sociales, también en la construcción de aplicativos móviles. Actualmente se están requiriendo comunicadores gráficos para creación de escenarios virtuales, para videojuegos, conceptualización artística para video juegos, por otra parte se están manejando estrategias de internet, en cuanto al nivel de impresión se está manejando cosas interesantes que tiene el mercado, la fotografía es una necesidad del mercado que sigue vigente, cabe resaltar al bueno que está pasando en el mercado y es que la empresa ya está solicitando diseñadores de planta para que difunda la marca y cuide todos los medios de comunicación.

Se puede concluir que el estudiante de tecnología en Comunicación Gráfica de la UNIMINUTO, le ofrece al mercado no solo la capacidad de desarrollar piezas comunicativas acordes a objetivos y necesidades del cliente aportando en todo el

proceso el comunicador grafico está en capacidad de hacer una estrategia y después de la estrategia al desarrollo de piezas comunicativas otras capacidades, además las competencias básicas que necesita un tecnólogo, es diferenciar que es el color, que tipografía se requiere, como manejarla, manejar estructuras teóricas de la comunicación, como hacer una fotografía básica, como hacer una animación básica, como hacer una página web con las herramientas que existen en el medio y entonces este es el plus que tiene un comunicador gráfico, que está en capacidad de pensar, echarle cabeza a lo que finalmente desarrolla a nivel gráfico, esto se va puliendo y se vuelve profesional dentro la tecnología.

Para seguir caracterizando a los estudiantes de comunicación gráfica, pero esta vez desde el punto de los estudiantes de 5° y 6° semestre se utilizó la técnica de las encuestas que son según, J.Quintanal (s.f) es, “Se trata de una técnica de investigación basada en las declaraciones emitidas por una muestra representativa de una población concreta y que nos permite conocer sus opiniones, actitudes, creencias, valoraciones subjetivas, etc. Dada su enorme potencial como fuente de información, es utilizada por un amplio espectro de investigadores”, las encuestas se les aplicaron a quince estudiantes de la carrera de manera escrita, para agilizar la metodología, estas encuestas contenían preguntas que acorde a la información que se quería recoger eran estructuradas o no estructuradas, cada una de las preguntas iba centrada en las experiencias y al desarrollo de sus habilidades a lo largo de la carrera. El instrumento utilizado para la recolección de información fue una matriz de análisis la cual sirve para organizar los datos recogidos, categorizarlos y sacar una información concreta que contribuya a la caracterización.

Las primeras preguntas o requisitos que se les solicitaron a los encuestados sirvió para caracterizarlos acorde a datos personales para sacar datos cuantitativos, como se puede observar en el siguiente grafico de acuerdo a la información ofrecida por 16 estudiantes de la carrera de 5° y 6° semestre, se logró recoger que el rango de edad de los estudiantes más amplio esta entre los 19 años con un 27% y los de menor rango están entre los 25 años con solo el 7% entre los encuestados. Con estos datos también nace una nueva cifra que es a qué edad empezaron los estudiantes con la carrera y en la que el rango de edad que se destaca son los 17 años con un 36%, esto quiere decir que los estudiantes empiezan la carrera en una edad temprana son los que generalmente logran llegar a los últimos semestres.

Dentro de la información recolectada en las encuestas se encontraron también datos demográficos, en cuanto al estrato donde el estrato 2 y 3 es el más común entre los estudiantes encuestados de comunicación gráfica, y datos geográficos donde se evidencio que solo 3 personas no viven dentro del municipio de Soacha.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, los estudiantes de comunicación gráfica deciden estudiar la carrera por gusto o por ampliar su conocimiento en una rama de la misma, además califican su desempeño a lo largo de la carrera como bueno, por cumplir con cada una de las actividades asignadas y por la evolución que han tenido en cuanto a sus habilidades y a su nivel de conceptualizar para dar soluciones gráficas, por otra parte los que califican su desempeño como bajo es debido al poco tiempo que tienen disponible, o porque saben que pueden llegar a realizar un trabajo de mejor calidad. Las principales habilidades de los

comunicadores gráficos son la ilustración y la fotografía, por esto mismo las asignaturas que más le gustan son las relacionadas en esas ramas y le invierten más tiempo y empeño a pulir y mejorar en lo que se sienten más cómodos.

Los estudiantes de comunicación gráfica de uniminuto tienden a utilizar en cuanto a software de diseño el programa Illustrator, que sirve en especial para editar gráficos vectoriales, el siguiente programa que más utilizan es Photoshop que es usado principalmente para el retoque de fotografías y gráficos, así mismo los estudiantes manifiestan que el conocimiento en estos programas es de más del 50% de manera autónoma, ya que hace falta profundizar en la utilización de software dentro del programa, debido a esto, la mayoría recurren a tutoriales y a investigar cuando se les complica el manejo de alguna de la herramientas que les brinda el software.

Acorde a lo anterior se pudo deducir que los programas que más utilizan los estudiantes van enlazados a sus gustos y a la asignatura que más les gusta, y por esto tratan de investigar e informarse a profundidad sobre el uso del software. Por otra parte en la encuesta se les pregunto a los estudiante de cual creían que era el mejor lugar para realizar las practicas profesional y en su mayoría respondieron que era mejor en una empresa, ya que en esta etapa se muestra todo lo aprendido en la academia aplicado en el sector empresarial o laboral, además porque es una de las formas de adquirir experiencia en este sector lo cual le podrá servir para su hoja de vida y portafolio. Por esto es importante facilitarle las posibilidades que puedan vincularse con empresas del municipio y que mejor que con una aplicación móvil.

Para continuar con la caracterización unos de los grupos objetivos al cual se le aplicaron encuestas cerradas y abiertas de una forma estructurada fueron los estudiantes egresados de Tecnología en Comunicación Gráfica , gracias al programa, se pudieron obtener las copias de unas encuestas actuales realizadas a los estudiantes en donde se le realizaron una serie de 27 preguntas en donde el estudiante se logran caracterizar, por medio de las mismas, para el análisis de estos resultados se necesitó realizar una matriz en donde los datos obtenidos fueron los siguientes:

Muchos estudiantes, terminan su tecnólogo en comunicación gráfica pero muchos no saben cuál es su definición o que significa la comunicación gráfica según las encuestas, se pudo definir como el profesional que es competente y es capaz de solucionar necesidades graficas a los que lo necesiten, según las competencias que se brindan en Uniminuto existen algunas que le han sido de más utilidad a las personas a la hora de ir a conseguir un trabajo, de 15 estudiantes encuestados se pudo obtener la siguiente información, a los estudiantes egresados los programas o materias que le han sido útiles en su momento, son el manejo de programas de adobe, la ilustración, el diseño web , la fotografía, los impresos y por último la multimedia se puede evidenciar que es lo que el mercado también necesita en la actualidad, para el diseño del prototipo de la aplicación móvil dentro de sus funcionalidades, busca montar el perfil de estudiantes de Comunicación Gráfica que este próximo a hacer las prácticas profesionales y así se pueda a hacer notar en el ámbito empresarial de Soacha, y sea contratado según su fuerte, en el ámbito del diseño.

El campo en donde los estudiantes egresados más se desempeñan en la actualidad, son en el diseño gráfico, publicidad y mercadeo, cine y animación de 15 personas, encuestada 15 nos contestaron, que en el campo en donde más se están desempeñando en el área de diseño gráfico, según registrado en las entrevistas de los profesores todos los estudiantes tienen la capacidad de saber de todo un poco en cuanto a comunicación gráficas.

Después de que los estudiantes terminan su tecnólogo en comunicación gráfica le has tocado de forma autónoma interiorizar en cada de una las competencias o habilidades que los mismos desarrollan teniendo en cuenta que un estudiante de Uniminuto, tiene para ofrecerle al mercado lo que este está pidiendo en la actualidad, profundizar en cada competencia genera que el estudiante posea un perfil profesional mejor, según las entrevistas realizadas a los profesores y realizadas a los estudiantes egresados de Uniminuto, un comunicador debe de tener habilidades y aptitudes, debe tener conocimiento en el manejo y conocimiento de programas digitales como la animación, el diseño de páginas web, la realización de aplicaciones móviles y muchas más ramas de la comunicación gráfica. La carrera de tecnología en comunicación gráfica debería implementar la profundización de algunas de las cosas que el mercado está pidiendo hasta el día de hoy, como por ejemplo el diseño digital, la creación de estrategias para campañas, la animación, la fotografía según lo que respondieron los estudiantes egresados y los profesores entrevistados respondiendo a las necesidades actuales del mercado.

Si la universidad, lanzara un curso extensivo de cual materia le interesaría, según los 15 estudiantes egresados encuestados dijeron, que si la universidad diera

una materia sería, la que comentara que es lo que se está manejando actualmente, en el mercado y de qué manera de está ejecutando y cuales con sus necesidades, según lo preguntado en la anterior pregunta que horario sería bueno para tomar el curso extensivo, sus respuestas fueron que en las noches y en los días sábados, para la siguiente pregunta se quiso saber que opinan los estudiantes de que la carrera en Tecnología en Comunicación Gráfica, se vuelva profesional dicen o responden algunos desde hace mucho tiempo la esperamos, parece ser lo más pertinente después de haber estudiado el tecnólogo, dentro de la especialización tecnología que requiere el mercado laboral todo lo referente a las herramientas digitales , y pues también va de la mano según la competencia que el estudiante egresado.

Según las preguntas cerradas, para la encuesta, según de 20 jóvenes citados, tan solo 15 estudiantes participaron y de estos la mayoría respondió, que la mayoría está aplicando los conocimientos adquiridos en la universidad, supliendo las necesidades que necesita el mercado como anteriormente nos explicaban los profesores encuestados, se pudo evidenciar que de 15 estudiantes encuestados, si quiere seguir sus estudios después de haber terminado su carrera tecnológica, solo 11 nos respondieron que si van a seguir estudiando.

De acuerdo a las tercera pregunta, se le pregunto al estudiante egresado, si sabe cuáles son los beneficios que tiene al seguir o no seguir su carrera tecnológica, profesional de 15 estudiantes encuestados, solo nos respondieron 14 de ese grupo sus respuesta fue, que no conocen los beneficios que poseen al terminar sus estudios.

Según las encuestas para recolectar la información de 15 estudiantes, encuestados solo nos respondieron 14, de esa parte la mayoría nos respondió, que en el nivel que está interesado culminar sus estudios son la maestría profesional y la especialización profesional.

Para esta pregunta de 15 estudiantes encuestados, solo nos respondieron 13 y su respuesta fue que si conocen, instituciones, que brinden especializaciones según la habilidad y competencia que presente cada estudiantes

Según el resultado de la pregunta #6 de 15 estudiantes encuestados, solo contestaron 11 y la respuesta con mayor voto fue el sí, partiendo de que le pregunta hacía énfasis en que si al estudiante le gustaría realizar una especialización tecnológica en comunicación gráfica.

Tal y como lo estudiante de 5 y 6 semestre, también quieren continuar con una especialización profesional, en las competencias vistas durante la tecnología en comunicación gráfica, acorde a sus habilidades y a las competencias que el mercado necesita actualmente, para la finalizar en la pregunta #7 nos respondieron según los intereses en los que el estudiante quiere profundizar, de 15 estudiantes encuestados la mayoría nos respondieron que se quieren profundizar en el diseño de las páginas web, animación, marketing digital, diseño editorial y mercadeo.

La misión de UNIMINUTO es la de formar profesionales competentes, ético orientados y líderes de procesos de transformación social, según los estudiantes egresados, la misión de Uniminuto se cumple cuando el estudiante graduado empiece a emprender desde sus carreras intentando seguir fortalecer la carrera de

comunicación gráfica. Además la educación brindada en Uniminuto influye a que el estudiante. Cambia la vida de las personas según las necesidades que ellas tengan por medio de lo gráfico, también se puede decir que lo estudiantes egresados nos respondieron que algunos de los contenidos vistos durante la carrera son influyentes para el cambio en el entorno social y la disciplina profesional, por medio de piezas graficas generar el cambio en la sociedad, nosotros los comunicadores somos la parte que facilita la comunicación a los grupos objetivos.

Teniendo en cuenta su trabajo actual como comunicador gráfico y con el papel de egresado, que temas cree que pueden ir dentro de las materias que vio durante la carrera, la respuesta de los egresado en su mayoría dice que hay que enfocarse en la realización de estrategias conceptuales, entendiendo el mundo que nos rodea, también se puede evidenciar que el diseño web, animación, ilustración digital, diseño de apps móvil, son las competencias que está pidiendo en el mercado, en la cual se deben tener en cuenta para el proceso de los estudiantes que aún se encuentra en un proceso dentro de la universidad, irles mostrando que trabaja el mercado desde los primero semestres, teniendo en cuenta cuales son las necesidades que tiene una empresa para ir aumentando cada día más la validad de su programa, actualmente las empresas está contratando estudiantes con experiencias que sepan solucionar cada tipo de problema por medio del diseño, personas que sepan manejar más de un programa de diseño y que poco apoco vaya desarrollando más sus habilidades.

Según las encuestas realizadas a los estudiantes egresados nos respondieron las cosas positivas y negativas que tiene el programa, unas de las cosas positivas

que nos pudieron contar es que se ven muchas materias, que son necesarias, lo negativo es que su profundización es muy poca, en lo negativo también se encuentra que faltan herramientas y equipos en donde el estudiante pueda aprender y desenvolverse mejor, al positivo es que a pesar de la ausencia de herramientas el trabajo fue mucho y duro y por último dijeron que hace falta más profundización en la parte digital., el perfil del estudiante de Uniminuto le hace falta más calidad, porque faltan muchas herramientas para formar el perfil de un estudiante de Uniminuto, durante todo el proceso el programa me ayudo a formarme mejor como persona a superar mis debilidades, me ayudo a ser emprendedor desde la misma y me permitió alcanzar la primera meta profesional.

Al lograr caracterizar a los estudiantes practicantes de comunicación gráfica, el siguiente paso es resolver el segundo objetivo de la investigación que es, analizar diferentes aplicaciones móviles a nivel gráfico, desde como son visualmente, funcionalidades y características, para así tener referentes y no caer en el plagio a la hora de diseñar el prototipo de la aplicación, además escoger apps que tengan como objetivo facilitar la búsqueda de empleo, el análisis es a partir de conceptos básicos para lograr un buen diseño. La primera actividad que se realizó fue una investigación de contenidos, para este caso fue la búsqueda de tres aplicaciones que se encargaran de facilitar la búsqueda de empleo, las cuales se asemejan al objetivo del proyecto, estas aplicaciones se escogieron por medio de la play store según las calificaciones dadas por los usuarios, además se seleccionaron aplicaciones que tuvieran características particulares en sus diseño, todo esto para saber qué es lo que se debe tener en cuenta y lo que no se debe hacer a la hora de realizar el prototipo

de la aplicación, con el fin de hacer una aplicación que pueda satisfacer las necesidades del usuario desde su diseño hasta con sus funcionalidades.

El análisis se realizará desde un enfoque cualitativo, ya que no necesita mediciones, sino que necesita describir objetivamente cualidades de las aplicaciones, para lograr analizar efectivamente las aplicaciones primero se realizó una investigación documental, la cual según, E. Becerra(2012) es, “se ocupa del estudio de problemas planteados a nivel teórico y la información para abordarlos se encuentra fundamentalmente en materiales impresos, audiovisuales y/o electrónicos, es decir en llamadas fuentes secundarias”; , de acuerdo a lo anterior esta es la técnica más viable para realizar el análisis de las aplicaciones, para esta investigación se utilizaron fuentes electrónicas , una de estas es la plataforma play store que se encarga de la distribución de aplicaciones móviles y desde esta plataforma tomar información de las aplicaciones e imágenes de la interfaz que contribuyan a la recolección de información , además de esta información se seleccionaron algunos artículos que hablarán sobre las aplicaciones escogidas , esta información está justificada en los antecedentes.

Para realizar la síntesis de la información, se utilizó como herramienta una matriz de análisis, que según, E. Becerra (2012) se encarga de, “esta técnica de investigación documental alude a la forma de obtener y registrar datos e información mediante la elaboración de un módulo o matriz que permita escoger el producto de la indagación en las fuentes investigadas. Es usual su utilización para el contraste o comparación de teorías, enfoques, postulados, etc. De autores sobre temáticas específicas; registros estadísticos de indicadores económicos, sociales,

educativos, etc.; ventajas, desventajas, modelos, sobre los cuales se generaría el análisis e interpretación de acuerdo a los propósitos de la investigación respectiva.”

La herramienta ideal para tener un orden en el análisis de una manera simple y objetiva.

Antes de realizar la matriz se seleccionaron aspectos importantes para evaluar a nivel gráfico de cada una de las aplicaciones, con el objetivo de que cada uno de los aspectos seleccionados fueran los necesarios y lograrán contribuir a la prototipo de aplicación que se realizará. El primer término que se tuvo en cuenta para realizar el análisis fue la usabilidad que se puede definir como, “La usabilidad en general tiene que ver con la forma en que se usa algún elemento (herramienta, dispositivo electrónico, etc.), es la facilidad con que se usa y si permite hacer lo que se necesita, particularmente la usabilidad de una aplicación de software se refiere a la facilidad con que los usuarios pueden utilizar la misma para alcanzar un objetivo concreto”, J.Enriquez (2013), de acuerdo a lo anterior para lograr identificar la usabilidad es necesario utilizar la aplicación o buscar fuentes que califiquen las usabilidades de esta, basados en la experiencia del usuario al utilizar la aplicación, por otra parte también era importante analizar uno de los elementos que permiten la interacción y la experiencia del usuario con la aplicación los cuales son los botones, según, BBVAOPEN4U (2017) “Los botones son uno de los elementos más comunes en cualquier aplicación nativa. Son la forma más habitual en la que interactuamos con la interfaz de usuario, junto a campos de texto (ya sean formularios o buscadores). Y aunque parezcan elementos sencillos de diseñar, lo cierto es que no lo son.”, al reconocer la importancia de los botones en las

aplicaciones era importante reconocer las características de estos, una de estas es que los botones no deben confundir y deben funcionar de manera efectiva de acuerdo al objetivo que se le asigne, adicionalmente tener una acción y lo más importante que sea legible y se vea como un botón, los botones pueden ser circulares, cuadrangulares con puntas redondeadas, o de solo texto, que según BBVAOPEN4U (2017), se dividen en tres tipos,” existen tres tipos básicos de botones de interacción: Raised Button (el rectangular con esquinas redondeadas), Floating Action Button (circular) y Flat Button (sólo textual)”, por esto es importante conocer qué hace un botón lo que es, y cómo se ven y funcionan en las aplicaciones seleccionadas.

El color uno de los elementos que le dan identidad a cualquier cosa, además es capaz de transmitir y evocar emociones según la psicología del color, que según SCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY VIC (s.f). “El color es capaz de estimular o deprimir, puede crear alegría o tristeza. Así mismo, determinados colores despiertan actitudes activas o por el contrario pasivas. Con colores se favorecen sensaciones térmicas de frío o de calor, y también podemos tener impresiones de orden o desorden.”, reconocer lo que transmite cada color permite saber si las aplicaciones seleccionadas hicieron una buena elección en su gama cromática, además que los colores que se seleccionan transmitan emociones acorde al objetivo de cada app, y reconocer las gamas cromáticas que pueden ser utilizadas en la aplicación que se va a diseñar. Por otra parte un elemento que contribuye a la legibilidad y comprensión del contenido es la tipografía que según el diseño gráfico y, A.Dalia (s.f), “La Tipografía como disciplina del Diseño Gráfico estudia los

distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. El diseñador gráfico en su tarea cotidiana debe conocer las familias tipográficas para poder expresar correctamente la idea que requiere conceptuar.”, al lograr reconocer la tipografía desde su estructura y sus tipos, es importante reconocer cual es el tipo que es más adecuado para las aplicaciones móviles las cuales requieren ser muy legibles por el tamaño de la fuente que se utiliza para los dispositivos, por esto mismo al analizar las tipografías y sus tipos se llegó a una conclusión de cuál sería la más viable para las aplicaciones, estas son las palo seco, que se caracterizan por su legibilidad y su forma sencilla que no confunden ni cansa la vista al utilizarse en bloques de texto.

El siguiente elemento en analizar es meramente visual y se caracteriza por su fácil reconocimiento convirtiéndose en un idioma universal, este elemento es el icono, que según, E.Carballo(s.f), “ Un icono es una imagen o representación que sustituye a un objeto o a una idea por analogía o simbólicamente. La palabra ícono o icono viene del griego y significa imagen. El término se emplea para referir a imágenes, signos y símbolos que son utilizados para representar conceptos u objetos”, es importante por esto, analizar qué porcentaje de uso de las aplicaciones está entre texto e imagen y distinguir cual se destaca y cual permite mejor su comprensión, además cuales pueden construir por su estilo, color y forma, en lograr fácil reconocimiento a los iconos utilizados en el proyecto. También es importante saber cómo ordenar la información mencionada anteriormente, bien sea imágenes, iconos y texto, para facilitar la experiencia del usuario con la app por su legibilidad y facilidad de comprenderla, para esto se utiliza una diagramación que se define

según, El uso de retícula en la maquetación (s.f), “La diagramación es la organización de los contenidos dentro de la página. Buscará una estética agradable. La distribución de los contenidos o diagramación estará basada en una retícula. La retícula aportará un armazón donde apoyar los diferentes contenido” , es relevante reconocer que una buena diagramación es la que le da un estilo y un orden a una determinada información, por esto se analizará la diagramación de cada aplicación y como han distribuido su información , aunque las aplicaciones se caracterizan por tener una diagramación rígida, por el formato cuadrangular que ofrecen los dispositivos móviles, aun siendo así hay aplicaciones que se esfuerzan por diagramar de una forma diferente la información bien sea utilizando más o menos elementos que mejoran su comprensión de acuerdo a su grupo objetivo.

Para finalizar con los criterios tenidos en cuenta para el análisis y posteriormente realizar la matriz, son las funciones que pueden brindar cada aplicación, lo cual las hace diferentes unas a otras, estas apps pueden ser bien estructuradas y completas, o puede pasar lo contrario y ser aplicaciones innecesarias que no vale la pena descargar, en las funcionalidades responde a lo que el usuario puede hacer dentro de esa interfaz principal que sirve como eje de todo el entorno digital, lo importante de las funcionalidades es que cada elemento puesto en la app en realidad cumpla con lo que el usuario quiere hacer. En los anexos del proyecto se encontrará a profundidad el análisis de las tres aplicaciones seleccionadas acorde a los factores explicados previamente y posteriormente a eso la información organizada en una matriz de análisis con los datos más destacados de cada una de estas.

Para concluir es importante pensar la manera de complacer a los usuarios y generarles la confianza para que descarguen una aplicación, por medio de un diseño y de elementos básicos que por lo más mínimo que parezca puede generar un impacto positivo o negativo dependiendo los gustos y percepciones de cada usuario, LinkedIn es uno de los principales referentes por la funcionalidad, legibilidad y comprensión por medio de elementos sencillos como son los iconos de la aplicación, además se destaca ya que no trata de confundir al usuario con información engañosa e inconclusa. Hay que tener en cuenta que todo comienza desde la realización de un buen logo, desde ese punto se sabe si se van a tomar las decisiones correctas en cuanto a diseño y aportes gráficos en la aplicación, ya que uno de los fracasos de múltiples empresas comienzan por un mal logo e identidad gráfica, en fin todas las aplicaciones analizadas aportan al proyecto, y aportan a las decisiones que se deben tomar y cuáles no tomar para llegar a tener una el prototipo de una aplicación útil para los practicantes de Uniminuto.

12.1 Conclusión.

Finalmente al analizar los resultados se pudo caracterizar como es el perfil de un comunicador gráfico según los datos recolectados por medio de encuestas y entrevistas realizadas a docentes y a los mismos estudiantes. El estudiante de comunicación gráfica es capaz de suplir la necesidad a la empresa que requiera de sus servicios en el ámbito laboral del municipio de Soacha, porque durante en el transcurso de la carrera el estudiante explota sus habilidades según sus gustos diseño web, animación, ilustración, diagramación, edición digital, multimedia entre otras, según la pregunta problema o hipótesis, que es el diseño de una app móvil que

facilitara la vinculación de estudiantes con el ámbito empresarial de Soacha, esta problemática surge a partir de que el estudiante al realizar sus prácticas profesionales, no se les facilita la vinculación directa con una empresa formal a tiempo, por eso se pensó en esta app móvil que cuenta con una funcionalidad en donde el estudiante puede encontrar la ubicación exacta de las empresas donde puede realizar sus prácticas, acorde a las necesidades de la empresa y a sus habilidades, además de estos datos de la empresa donde puede comunicarse y de esta forma crear un vínculo entre practicante y empresa. Según lo que se propuso en los antecedentes es que diferentes aplicaciones móviles para la búsqueda de empleo, fueron bases para la creación del prototipo de la aplicación móvil llamada Praxuapp, se tomaron pequeños elementos según la funcionalidad de la app, como por ejemplo la búsqueda de trabajo, la geolocalización de la empresa teniendo en cuenta el sector en este caso el ámbito empresarial de Soacha, y finalmente teniendo en cuenta su diseño en cuanto a forma, color y tipografía con la misión de volverse una aplicación para implementar en otros programas de la universidad.

En el proceso de implementación de instrumentos de investigación en el proyecto, se evidencia el compromiso que tiene el estudiante por aprender empíricamente después de adquirir el conocimiento en el aula, y de acuerdo a las percepciones y la experiencia de los docentes las empresas actualmente necesitan personas que sepan el manejo de la mayoría de herramientas digitales, cuando un estudiante de Uniminuto realiza sus prácticas profesionales en una empresa es más propenso a que al terminar su carrera, pueda obtener trabajo en otra empresa por su experiencia, muchos estudiantes se sienten identificados con el proyecto realizado

por que más de uno le ha tocado realizar sus prácticas en un ámbito no empresarial, los resultados que se concluyeron, ayudaron a identificar si verdaderamente se cumplieron los objetivos estipulados al comienzo del trabajo, y se respondieron inquietudes que se tenían para empezar a realizar la pieza gráfica en cuanto al grupo objetivo, las entrevistas realizadas a los profesores, también fueron claves para realizar la caracterización de los estudiantes porque que conocen muy bien las habilidades de los estudiantes y el mercado en donde un comunicador grafico se puede desenvolver. Y saben que es lo que el comunicador gráfico de Uniminuto tiene para ofrecerle al mismo.

Teniendo en cuenta la investigación esté es un proyecto que con el tiempo, se puede retomar, para probar si en realidad el prototipo de la aplicación móvil es útil para que un estudiante Uniminuto puedan realizar sus prácticas profesionales en el ámbito empresarial de Soacha, se podría decir que este proyecto es una primera parte de lo que se puede realizar, en este caso se ejecutó la investigación y el diseño del prototipo de la aplicación, este es un proyecto que puede tomar fuerza y no solo beneficiara a los estudiantes de comunicación gráfica de Soacha. Para su ejecución la realización de esta producto grafico se necesitó de una investigación teórica, un diseñador, un editor , un diagramador como anteriormente se nombraba, para la realización del producto grafico se necesitó de un material teórico, que al final nos ayudara con la sustentación de la misma pieza, esté es un producto que a su tiempo generara trabajo de estudiantes en el ámbito empresarial de Soacha, este producto hace parte de la innovación, es algo viable para cada estudiante y es algo que a futuro se puede implementar para beneficio de la facultad.

14. JUSTIFICACIÓN DE SU PIEZA GRÁFICA

Teniendo en cuenta el público objetivo al que se enfoca la investigación y la pieza grafica elegida, se hizo énfasis en tener un recurso grafico acorde a las tendencias de consumo de los jóvenes, se seleccionaron los dispositivos móviles y a su vez la aplicaciones, en la cual se hacen cada vez más populares por lo cómodas que resultan bien sea para utilizarlas para ocio, entretenimiento, para estar actualizados en una determinada información o en temas de interés, este recurso grafico combina elementos visuales, de información y de interacción, lo cual la hace llamativa y pueda despertar el interés de los jóvenes en conocerla.

El objetivo también es que los jóvenes de comunicación gráfica vean la aplicación como una herramienta que los podrá beneficiar en su proceso de prácticas profesionales, ya que es el primer acercamiento al ámbito laboral, además volver practico el proceso para vincularse a una empresa y ahorrarle tiempo, todo esto a partir de lineamientos técnicos de diseño se desarrolló la identidad visual de la prototipo aplicación pensada especialmente para comunicadores gráficos.

15. ANÁLISIS CONCEPTUAL

El prototipo de la aplicación Praxuapp fue pensada y enfocada en tener un diseño con el que los comunicadores gráficos se sintieran identificados y percibieran que es una aplicación solo para ellos, partiendo desde la composición seleccionada para la creación del imagotipo, por sus forma y tipografía dinámica representando el constante proceso llevado a cabo por el comunicador grafico para generar ideas y explotar su creatividad.

15.1 Conceptos formales.

El color es una de las principales características del diseño del prototipo de la aplicación y las piezas gráficas, ya que se escogió una gama cromática amplia y aun así genera armonía, y un buen contraste uno a otro, como medio de comunicación no verbal esto le da una jerarquía y una identidad a la aplicación, la elección de colores fue según la psicología del color y lo que cada uno representa, la combinación de colores cálidos y fríos, los colores cálidos que dan la sensación de actividad, alegría y dinamismo, y los colores fríos representando la seguridad, confianza y tranquilidad.



Los conceptos de ilustración que se eligieron para la aplicación y piezas graficas fueron el uso de vectores, que de acuerdo a la investigación es la técnica que más utilizan los comunicadores gráficos por la calidad que generan a sus piezas finales, además de esto el uso de iconos con un estilo minimalista que se caracterizan por ser sencillo, con el fin de tener mayor legibilidad y no traten de confundir a los usuarios.

La tipografía seleccionada para el Imagotipo hace parte de la familia de las manuscritas o script, que se caracterizan por tener libertad en cada uno de sus trazos, y por el efecto que dan de creatividad, dinamismo y elegancia, el tamaño de fuente y del imagotipo son muy similares para que una cosa no se destaque más que otra sino que se complementen como un solo elemento así se vean totalmente diferentes. La fuente utilizada para el prototipo de la aplicación hace parte de la familia de las sans serif o palo seco, se eligió por su legibilidad ya que es la más indicada de acuerdo al formato que brindan los dispositivos móviles, de igual manera es ideal para utilizarla en bloques de texto y aun siendo así no generarle confusión al usuario con lo que se quiera expresar.



La diagramación de la aplicación es muy limitada, ya que la plataforma utilizada para crear la aplicación se trabaja por medio de una plantilla que ya viene establecida, así que hay que buscar la manera de que el color y las formas utilizadas le den un poco más de dinamismo a la aplicación, así que la diagramación se estableció por bloques de texto cuadrangulares, para generar un orden con la información que se utilizó.

15.2 Conceptos estructurales

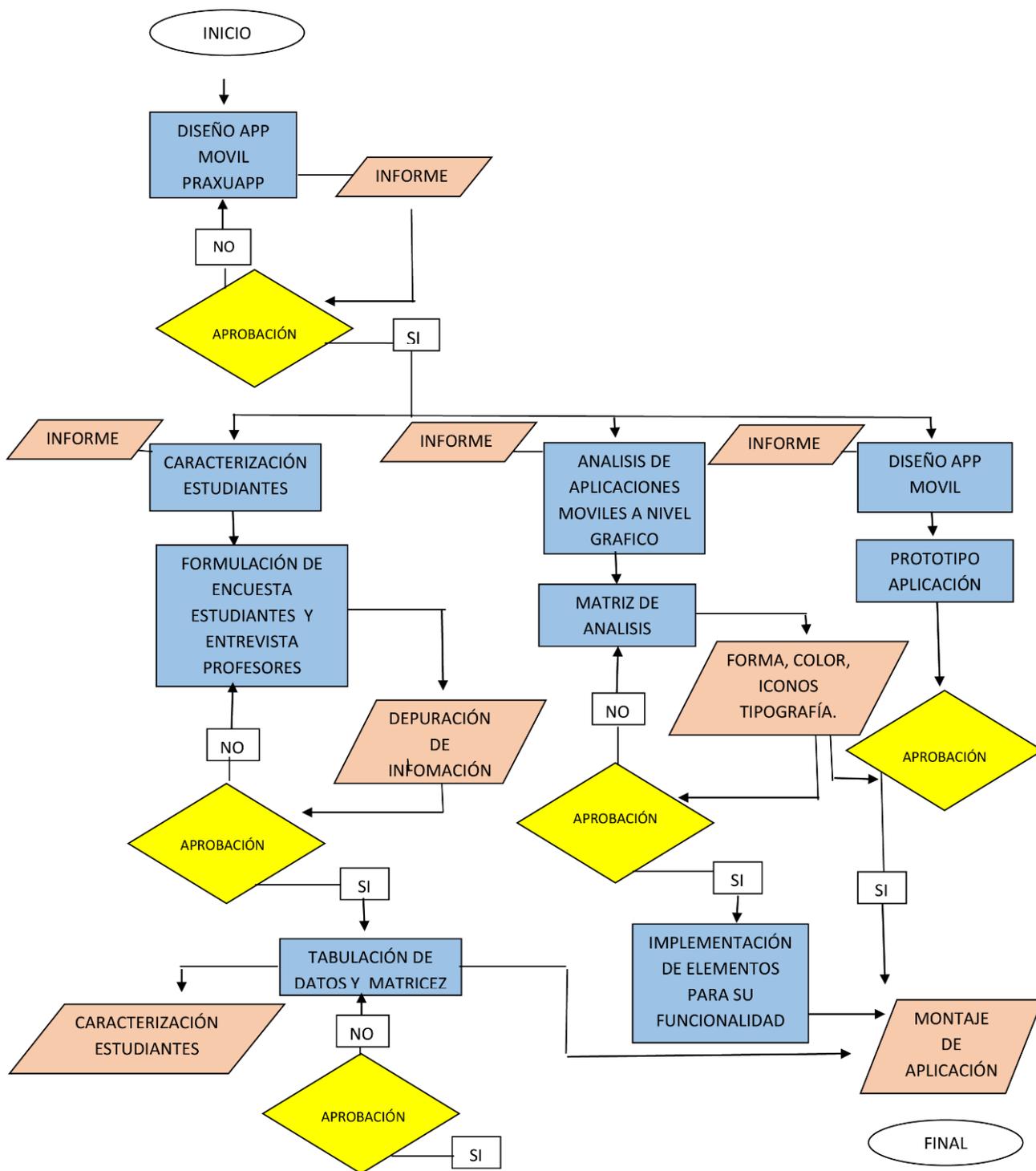
El prototipo de la aplicación se compone de una pantalla de inicio en la que se implementó el logotipo de la aplicación y dos botones, uno tiene la función de registro, allí se hace el ingreso de datos personales lo cual le crea instantáneamente el perfil, el otro botón utilizado para la pantalla de inicio es ingresar donde se encuentra un menú general con tipografía y color, además de esto un menú con iconos en la parte inferior que se puede visibilizar en cada una de las interfaces de la aplicación.

En la interfaz de publicaciones se encuentra información sobre novedades que estén ofreciendo las empresas, mediante una galería de fotos que se cambian al deslizar el dedo sobre ellas, además de esto el usuario puede interactuar y comentar si la información es de su interés. En la siguiente interfaz es la de localización donde se implementó la geolocalización, en esta parte se encuentra un mapa con las empresas donde hay vacantes para realizar las prácticas profesionales, al oprimir el marcador de la empresa sale información de la dirección y número de teléfono, además al oprimir la nube lo envía directamente a información más detallada sobre la empresa, en la siguiente interfaz de empresas como su nombre lo indica están las empresas donde pueden ser realizadas sus prácticas con sus respectivos datos de contacto.

En la interfaz de perfil salen los datos ingresados en el registro, además de esto se puede editar la foto de perfil, en la siguiente interfaz llamada prácticas, se encuentra información de las modalidades de las prácticas con su respectiva información, también se encuentra un botón de formatos donde salen los documentos que deben tener los estudiantes y los profesores para la vinculación, al oprimir el botón de click aquí, salen los formatos en one drive para descargarlos.

Por último se encuentra la interfaz de configuración que se compone de tres botones, el de ayuda y soporte salen los datos de contacto de la aplicación, y aparte de esto se puede interactuar haciendo sugerencias, adicionalmente un botón llamado acerca de, donde se encuentra información de la aplicación como la misión, visión y valores, el último botón de esta interfaz es el de cerrar sesión, que lo envía a la primera interfaz de la app.

16. PROCESO DE FABRICACIÓN



17. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Para la realización de este prototipo de la aplicación móvil llamada Praxuapp fue necesario pasar por tres etapas, que son importantes llevar a cabo antes de la realización de la aplicación de acuerdo al orden que se tomó.

17.1 Primera etapa:

Para esta etapa, se inicia con la investigación del tema escogido para el proyecto que se va a realizar, como primer objetivo se planteó caracterizar a los estudiantes de comunicación gráfica, para esta caracterización fue necesario realizar encuestas y entrevistas, que incluían profesores y estudiantes después de tener los datos recolectados fue necesario realizar matrices para analizarlos y graficarlos.

17.2 Segunda etapa:

Para la segunda etapa, fue necesario realizar un estado del arte en donde nos mostraba como antecedentes las aplicaciones que se han creado para la búsqueda de empleo, para ello se realizó, una matriz describiendo a cada aplicación en cuanto a su color, forma tipografía y funcionalidades tomando cosas, que nos sirven para nuestra pieza gráfica.

17.3 Tercera Etapa

Finalmente para la tercer etapa, se hace la unión de la información recolectada en la etapa número 1 y en la número 2, aplicándolo finalmente a la realización del prototipo de la aplicación móvil, incluyendo las funciones

respectivas que llevara a cabo la pieza gráfica, que será montada en mobin cube, en donde será exportada y guardada para poder descargarla en la playstore

COSTO TOTAL	ESCALAS DE PROD			
COSTO MAT. PRIMA	ITEM	CANT	\$ UNIT	VALOR TOTAL
COSTO MANO DE OBRA				
COSTO DE PRODUCCIÓN				
C.I.F (%)				
COSTO TOTAAL PRODUCCION				
UTILIDAD				

19. IMPLEMENTACIÓN

La estrategia para la implementación de la aplicación se segmentó el mercado de acuerdo al objetivo del proyecto, que son los estudiantes de 5° y 6° semestre de comunicación gráfica de UNIMINUTO sede Soacha, es haciendo uso de diversas piezas gráficas para promocionar la aplicación móvil, bien sea impresas o digitales, ya que los comunicadores gráficos tienden utilizar estos recursos para divulgar una determinada información.

Para poder promocionar el prototipo de aplicación móvil en redes sociales primero se tuvo en cuenta en una estrategia de comunicación en redes sociales, lo primero que se realizó fue un cuadro de tendencias, donde se definieron las necesidades básicas de la aplicación móvil, allí se definieron los cambios que puede generar a gran escala gracias a los beneficios que puede generar, y la influencia de las redes sociales y avances tecnológicos que motivan a crear una innovación, también se definen las expectativas en cuando a las funciones que va a tener la aplicación, se seleccionan referentes y sus aportes en la app, los medios de descarga

en este caso por medio de código QR y la forma de la que se pueden generar ingresos que es por medio de la suscripción de cada usuario, y por ultimo definir qué tipo de innovación se está generando.

En segundo lugar lo que se realizo fue un branding que sirve para definir la identidad grafica de la aplicación, desde el método IDEA, que significa identificar, diferenciar, explicar y aplicar. Para identificar se establece la misión, visión y valores de la aplicación que se transforma en una marca. En diferenciar se seleccionan los logos de aplicaciones o marcas que tienen un objetivo similar al proyecto y se demuestra la diferenciación con la competencia, en explicar se muestra como fue el proceso para desarrollar el imagotipo, por último es aplicar y es mostrar como se ve el imagotipo de la marca aplicado en diferentes plataformas.

Después de esto al tener una identidad grafica definida, ya se puede implementar una estrategia para divulgar la información, para este prototipo de aplicación se va a hacer uso de las redes sociales, en las que se publicaran banners anunciando el lanzamiento de la marca, sus usos, como pueden descargarla etc. Para los usos se realizaran dos tipos de piezas en la digital se hará un video tutorial de cómo utilizarla este video se publicara en la cuenta de YouTube de la aplicación, y en la página de Facebook, además de esto al conocer cuál es el medio que tienen los comunicadores gráficos para comunicarse que es el grupo de Facebook, también allí se publicaran novedades de conveniencia para los usuarios.

Los medios impresos que se utilizaran serán, un manual instructivo, un exhibidor de los instructivos, un cartel anunciando el lanzamiento. Todas las piezas

tanto digitales como impresas o físicos, tendrán el código QR como parte de la implementación de la inteligencia artificial para llevar a cabo la descarga.

20. CONCLUSIONES DEL PROYECTO

Como resultado de la investigación se logró recoger información de cómo son los comunicadores gráficos del municipio de Soacha y cuáles son sus necesidades acorde a lo que está exigiendo el mercado, durante la investigación se pudo concluir que los comunicadores gráficos de 5° y 6° semestre, muestran su interés en indagar en temas de su interés para fortalecer sus habilidades, además que el comunicador grafico entra al programa por gusto, por esto mismo el empeño y las ganas de mejorar día a día hacen que se pueda destacar en el mercado a pesar de la competencia, por esto es conveniente que desde sus prácticas profesionales pueda explotar sus habilidades en el campo donde se sienta a gusto y pueda vincularse a tiempo, estas causas fueron las que motivaron a diseñar el prototipo de una aplicación que pudiera contribuir a solucionar ese problema, la aplicación ofrece las funciones para lograrlo, ya que una de sus ventajas es que brinda la información necesaria sobre las empresas y los documentos o requisitos que debe tener el practicante para poderse vincular a una empresa, gracias a la aplicación que fue pensada de acuerdo a lo investigado exclusivamente en su grupo objetivo desde su diseño hasta sus funciones, con el fin de lograr beneficiar a sus usuarios ahorrándoles tiempo en una tarea que puede resultar ardua si no se tienen contactos directos con empresas donde se podría desempeñar el practicante.

Es importante de acuerdo a la información recolectada y según los estudiantes que ellos puedan realizar las prácticas profesionales en una empresa, para adquirir experiencia que aunque sea poca contribuye a su proyecto de vida en el ámbito laboral y profesional, es pertinente como innovación fortalecer la propuesta ya que podría ser la primera universidad donde se hiciera uso de una aplicación para vincular a sus estudiantes practicantes con empresas. Los aspectos que hay que mejorar son en cuanto a sus funciones ya que la herramienta utilizada para desarrollar la aplicación limita mucho al diseñador porque se trabaja a partir de una plantilla, si no se es usuario Premium, a pesar de esto se logró crear un prototipo con la información necesaria para que se pueda usar, y facilitar la búsqueda de vacantes para practicantes.

Desde un principio se plantearon una serie de objetivos, en base a los mismos se pudo obtener una recolección de información y se pudieron generar a partir de ellos varios análisis, que ayudarían a dar una mejor realización para el prototipo de aplicación que se realizó, en primera estancia se buscó caracterizar al estudiante de Tecnología en Comunicación Gráfica tanto egresados, como los que se encuentran estudiando a actualmente están en diferentes semestres, que según los datos arrojados la mayoría de cuarto y sexto semestre, en edades de 18 a 25 años de edad, una de las preguntas, que se les realizó que cuales eran sus preferencias en cuanto a manejo de software, de esto lo que más le agrada a los estudiantes fueron la ilustración y la fotografía, estos datos sirvieron de base para lograr implementar en el diseño de piezas del prototipo de la aplicación fueron de gran ayuda, para dirigirnos a nuestro público objetivo, otros datos que se pudieron evidenciar, es el

estudio que se le realizó a la competencia de otras aplicaciones que su función se enfocara en la búsqueda de empleo antes de lograr el prototipo de aplicación, fueron bases fundamentales, para el diseño, no solo para su funcionalidad si no, también para sus formas, colores tipografía, significado de iconos y demás, para lograr el lanzamiento de la aplicación los medios que se escogieron fueron online y off-line, por un lado fue la red social Facebook en donde se creó una fan page, realizando diferentes piezas promocionando la llegada de la aplicación, otro medio para hacer llegar la información a los estudiantes es el grupo creado por el programa de Tecnología en Comunicación Gráfica en donde a diario se le está informando al estudiantes que es lo que pasa alrededor de la universidad y del programa, otro medio informativo utilizado para la aplicación de piezas fue la página conocida, como Youtube, en donde se montó el video tutorial de esta aplicación, en donde se explica a paso su uso, siendo así una aplicación de fácil manejo a la hora de descargarla..

Finalmente, gracias a la realización del prototipo de la aplicación se pudieron ver falencias, como por ejemplo, en cuanto a que se deberían implementar más clases en donde se le exija más al estudiantes los manejos de Software digitales, que es lo que actualmente está pidiendo el mercado.

21. BIBLIOGRAFIA

- UNIMINUTO (2013), prácticas profesionales, recuperado de,
<http://www.uniminuto.edu/web/fchs/practicas-profesionales>
- UNIMINUTO (s.f), Tecnología en comunicación gráfica, recuperado de,
<http://www.uniminuto.edu/web/bogota-presencial/comunicacion-grafica>
- Universaria (2006), práctica profesional, recuperado de,
<http://noticias.universia.net.co/movilidad-academica/noticia/2006/06/26/256635/practica-profesional.html>
- ACOSTA (2017), Dream Jobs: la app que le ayuda a ubicar un trabajo cerca a su casa, recuperado de,
<http://www.portafolio.co/economia/empleo/dream-jobs-la-aplicacion-para-conseguir-trabajo-502919>
- PORTATILC (2010) recuperado de de,
<http://www.elmundo.es/elmundo/2010/06/22/navegante/1277204762.html>
- NOGUERA (2016) Servicio de empleo SENA, recuperado de,
<https://agenciapublicadeempleo.sena.edu.co/Paginas/APE.aspx>
- VARGAS (2011) Publicidad y mercadeo, recuperado de,
<http://www.revistapym.com.co/destacados/linkedin-su-historia-su-caso-exito>
- J.Andréu Abela (s.f), Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada, recuperado de,
<http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

- Google play (s.f) , Dream Jobs, recuperado de,
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gongoplay.dreamjobs&hl=es> 41
[9](#)
- SCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY VIC (s.f) , Psicología del color, recuperado de,
<http://www.eartvic.net/~mbaurierc/materials/20%20Selectivitat/Psicologia%20del%20color.pdf>
- Manual del Catedrático (2012), el minimalismo, recuperado de,
<https://teoria4usps.files.wordpress.com/2012/06/el-minimalismo.pdf>
- Aspectos didácticos acerca de las habilidades como contenido de aprendizaje (2009), recuperado de,
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2009000300006
- E.Becerra(2012) Recuperado de
<https://nticsaplicadasalainvestigacion.wikispaces.com/file/view/guia+para+elaboracion+de+instrumentos.pdf>
- J.Enriquez(2013) Recuperado de
<file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador.EQUIPO3/Mis%20documentos/Downloads/Dialnet-UsabilidadEnAplicacionesMoviles-5123524.pdf>
- BBVAOPEN4U (2017) Recuperado de
<https://bbvaopen4u.com/es/actualidad/botones-dentro-de-las-aplicaciones-consejos-para-desarrolladores-front-end>
- A.Dalia (s.f) Recuperado de
http://coreditec.com.co/libros/introduccion_tipografia.pdf

- J.Murillo Recuperado de
[https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entre_vista_\(trabajo\).pdf](https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entre_vista_(trabajo).pdf)
- Alcaldía de Soacha (2017 recuperado de,
<http://www.alcaldiasoacha.gov.co/secretaria/secretaria-de-planeacion-y-ordenamiento-territorial/38-nuestro-municipio/indicadores/365-indicador-poblacion>
- SENA recuperado de
<http://seccl.sena.edu.co/>
- Mobile Marketing Association (2011), Blanco de apps (Pag. 90), Recuperado de,
<http://www.mmaspain.com/wp-content/uploads/2015/09/Libro-Blanco-Apps.pdf>
- Springer Link (2008), Mobile Marketing: Achieving Competitive Advantage through Wireless Technology, Recuperado de,
<https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.dddmp.4350102>
- Puro Marketing (2013), Las aplicaciones en móviles, los nuevos catálogos de las empresas, Recuperado de,
<http://www.puromarketing.com/96/15033/aplicaciones-moviles-nuevos-catalogos-empresas.html>
- Universidad de la rioja (2013), Marketing móvil basado en aplicaciones, Recuperado de,
http://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000222.pdf
- Socialetic (2012), la importancia de las apps móviles, recuperado de,
<http://www.socialetic.com/la-importancia-de-las-apps-moviles.html>

- Alberto Cabello Mayero (2013), Entrevista a nuestros expertos en apps para sistemas móviles, Recuperado de,
<http://www.veiss.com/blog/entrevista-a-nuestros-expertos-en-apps-para-sistemas-moviles/>
Unidad de Tecnología Educativa (UTE) (S.F), Universidad de Valencia, aplicaciones multimedia interactivas, recuperado de,
<http://www.uv.es/bellohc/logopedia/NRTLogo4.pdf>
- Educomunicación (2010), Didáctica de la Educomunicación, recuperado de,
<https://didacticaeducomunicacion.wordpress.com/autor-y-modelo-teorico-de-comunicacion-paulo-freire/>
- Ivan Thompson (2008), Definición de comunicación, recuperado de,
<https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
- María del Socorro Fonseca Yerena (2011), Comunicación Oral y escrita, recuperado de,
<https://espacioculturayarte.files.wordpress.com/2016/05/comunicacion-oral.pdf>
- Diego Monferrer Tirado (2013), Fundamentos de marketing, recuperado de,
<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Diccionario de la lengua española (S.F), Definición de empresa, recuperado de,
<http://dle.rae.es/?id=EsuT8Fg>
- Eumed (S.F), Diccionario de economía (Pag 53), Recuperado de,
<http://www.eumed.net/diccionario/dee/dee.pdf>
- Ivan Thompson (S.F), Definición de empresa, recuperado de,

http://webquest.carm.es/majwq/public/files/files_user/gerardobernabe/definicion_de_empresa.pdf

- Aplicaciones móviles para la educación (2012), Desarrollo y evolución de las aplicaciones móviles, recuperado de, <http://aplicacionesmovilescolombia.blogspot.com.co/2012/10/desarrollo-y-evolucion-de-las.html>
- Ana Milagro Luzardo Alliey (2009), Diseño de la interfaz gráfica web en función de los dispositivos móviles, recuperado de,
- http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/43.luzardo.pdf

22. ANEXOS DEL PROYECTO

ENCUESTA ESTUDIANTES

SEMESTRE: ____ EDAD: ____ EDAD QUE ENTRO A LA CARRERA: ____ LUGAR DONDE VIVE:
 _____ ESTRATO: _____

Objetivo de la investigación: Potenciar a través de la comunicación gráfica una aplicación móvil, que facilite la vinculación de estudiantes practicantes con empresas del municipio de Soacha.

1. ¿Cuál es el software que más utiliza a la hora trabajar?

a. Illustrator	c. After effects
b. Photoshop	d. Premiere
c. Otra: _____	

2. ¿Cómo ha sido su desempeño como comunicador gráfico a lo largo de la carrera? ¿Por qué?

3. ¿Cuál ha sido la asignatura que más le ha gustado de comunicación gráfica?

a. Mercadeo y publicidad	c. Ilustración
b. Fotografía	d. Otra: _____

4. ¿Después de conocer las bases de la comunicación gráfica, qué porcentaje de aprendizaje en software de diseño, ha sido empíricamente? ¿Por qué?

5. ¿Cuál considera que es su principal habilidad en la comunicación gráfica?

a. Ilustración	c. Edición de video
b. Fotografía	d. Creación de identidad corporativa
e. Otra: _____	

6. ¿Por qué razón decidió estudiar comunicación gráfica?
 RTA:

7. ¿En qué lugar cree que es más viable realizar las prácticas profesionales?

a. Universidad	c. Casa
b. Empresa	d. Otra: _____

8. ¿Al terminar el tecnólogo en comunicación gráfica, quiere seguir la carrera profesional?

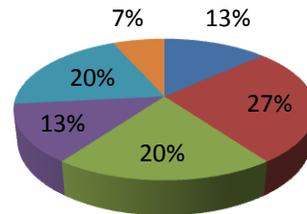
a. Sí	b. No
-------	-------

¿Dónde? _____

Con que enfoque: _____

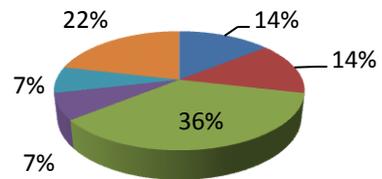
EDAD ESTUDIANTES

■ 18 años ■ 19 años ■ 20 años ■ 21 años ■ 23 años ■ 25 años



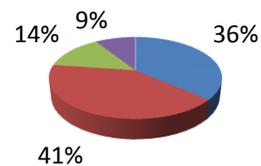
EDAD EN LA QUE EMPEZARON LA CARRERA

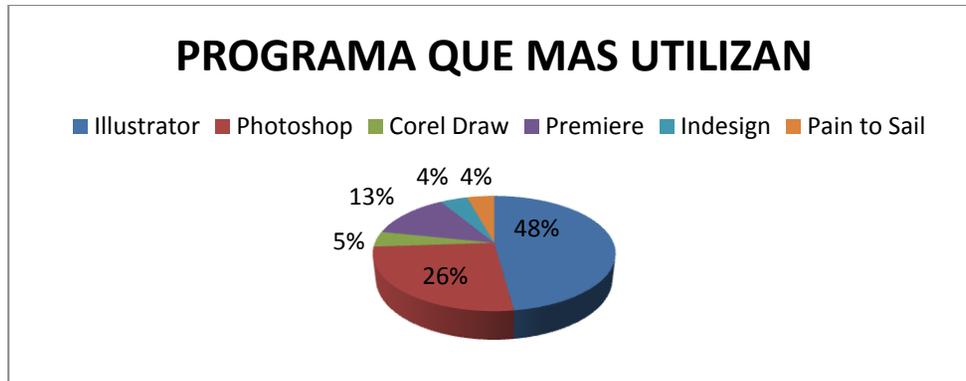
■ 15 años ■ 16 años ■ 17 años ■ 18 años ■ 19 años ■ 20 años



HABILIDADES COM.GRAFICOS

■ Fotografia ■ Ilustracion ■ Edicion de video ■ Id. Corporativa





ENTREVISTA PROFESORES.

1. ¿Cuáles son los campos de la comunicación gráfica en donde los estudiantes mejor se desenvuelven?

2. ¿Dónde crees que los estudiantes egresados de Tecnología en Comunicación Gráfica se están desempeñando laboralmente en la actualidad?

3. ¿Cuáles son las necesidades del mercado actual en cuanto a nivel grafico?

4. ¿Qué le ofrece un estudiante egresado de Tecnología en Comunicación gráfica al mercado?

ENTREVISTA #1 (a).

1. ¿Dónde crees usted que los estudiantes egresados de Tecnología en Comunicación Gráfica se están desempeñando laboralmente en la actualidad?

Actualmente el programa de tecnología en comunicación gráfica está enfocado en tres áreas de desempeño, una de ellas es el área de diseño gráfico en donde los estudiantes aprenden habilidades, manejo de herramientas, diseño análogo está es una área, la otra es en el área digital, donde los estudiantes aprenden varias herramientas para poderse desenvolver en todo lo que tiene que ver con el mundo digital, diseño web, marketing, edición , animación, el último área en el que se encuentran trabajando es en el emprendimiento, en donde le llevan al llevar al cabo sus ideas a la realidad, después de un proceso que se le van enseñando en la misma universidad.

2. ¿Cuáles son los campos de la comunicación gráfica en donde los estudiantes más se desenvuelven?

Actualmente los estudiantes egresados según las encuestas que se tienen el 60% de los graduados hasta la fecha de hoy se están desempeñando en todo lo que tiene que ver con diseño gráfico, diseño editorial y todo lo que tiene que ver con publicidad exterior, muy pocos están en el campo del sistema digital.

3. ¿Cuáles son las necesidades del mercado actual en cuanto a nivel grafico?

Actualmente se están necesitando personas que estén manejando todas las herramientas digitales y sobre todo que tengan conocimiento a nivel web, a nivel animación y a nivel de redes sociales.

4. ¿Qué le ofrece un estudiante egresado de Tecnología en Comunicación gráfica al mercado?

Nuevos conocimientos, personas con ganas de salir adelante, personas con actitud de creerse devorar el mundo y con ganas de aprender, eso es lo que actualmente se le está ofreciendo a los comunicadores gráficos.

ENTREVISTA #2(a)

1. ¿Dónde crees usted que los estudiantes egresados de Tecnología en Comunicación Gráfica se están desempeñando laboralmente en la actualidad?

Los campos de la comunicación gráfica, donde los estudiantes mejor se desenvuelven son aquellos razonados con la creación de piezas de comunicación interna, comunicación externa y diseño web.

2. ¿Cuáles son los campos de la comunicación gráfica en donde los estudiantes más se desenvuelven?

Desempeñando en áreas de comunicación interna y externa, se están desempeñando en empresas de publicidad y de mercadeo y se están desempeñando en áreas de diseño web.

3. ¿Cuáles son las necesidades del mercado actual en cuanto a nivel grafico?

Definitivamente el mercado actual está necesitando comunicadores gráficos que estén en capacidad, de no solo desarrollar piezas para medios tradicionales, sino además para medios digitales esto significa que no solo, cuando digo medios digitales no son solo sitios web, además de sitios web aplicativos móviles, piezas para revistas digitales, piezas para periódicos digitales se están requiriendo comunicadores gráficos, para creación de escenarios virtuales para videojuegos y conceptualización artística de juegos, creación de personajes para video juegos, se requieren comunicadores gráficos para libros digitales y en general para la industria digital,

4. ¿Qué le ofrece un estudiante egresado de Tecnología en Comunicación gráfica al mercado?

El estudiante de tecnología en comunicación gráfica de la UNIMINUTO le ofrece al mercado no solo la capacidad de desarrollar piezas comunicativas acordes a objetivos y necesidades del cliente, sino además de aportar en todo el proceso, el comunicador grafico está en capacidad de aportar a la estrategia y después de la estrategia al desarrollo de las piezas comunicativas y ese es como el plus que yo le veo al comunicador grafico acá que está en capacidad de pensar no de hacer por hacer y de meterle cabeza a lo que finalmente desarrolla a nivel gráfico.

ENTREVISTA #3 PROFESOR(a).

1. ¿Dónde crees usted que los estudiantes egresados de Tecnología en Comunicación Gráfica se están desempeñando laboralmente en la actualidad?

En todas las empresas, que estén trabajando con medios digitales y de difusiones de piezas publicitarias sean análogas o en medios digitales

2. ¿Cuáles son los campos de la comunicación gráfica en donde los estudiantes más se desenvuelven?

Uno ve las cualidades del estudiantes según las materias que del docente, falta de conceptualización, falta de utilización de herramientas gráficas, falta de teoría para maneja estructuras de color leyes,

Diagramar,Communyti manager, fotógrafo, medidor que maneje planchas, montajes, materiales que debe conocer un estudiante o un comunicador gráfico, cuales son los medios de intuición y de pronto lo que necesita según la marca va a hacer análogo capacidades y competencias para desarrollarse en eso análogo, si fueran digitales desarrollar sus competencias digitales, competencias que existen muchas, ilustrador, ingografo, tipógrafo, impresor, fotógrafo, animador, por eso existen las agencias de publicidad en donde uno hace la estrategia, otro el diseño

3. ¿Cuáles son las necesidades del mercado actual en cuanto a nivel grafico?

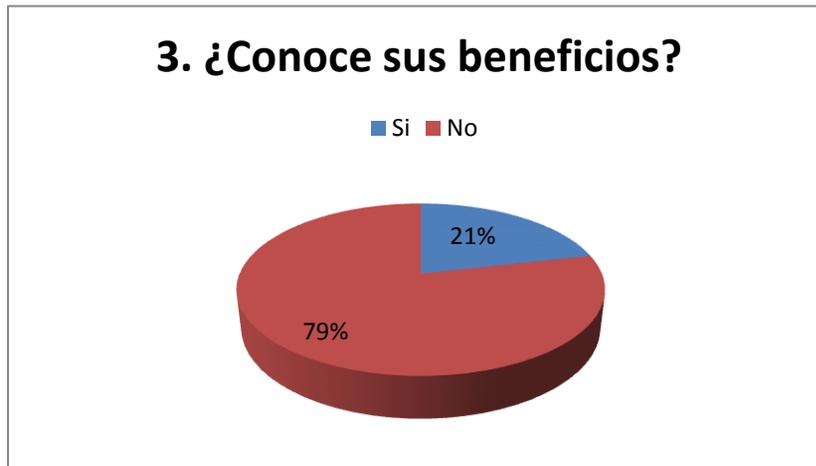
Todo lo digital, estrategias de internet, métricas, multimanager, a nivel de impresión unas cosas interesantes que tiene el mercado es que la lectura aparte editorial sigue presente entonces es un campo se acción, la fotográfica es otro campo es una necesidad de mercado que sigue vigente, la ilustración y algo súper bueno que está pasando en el mercado y es que ya la empresa conoce que necesita alguien de planta para que este difundiendo la marca y cuidando todos los medios de comunicación.

4. ¿Qué le ofrece un estudiante egresado de Tecnología en Comunicación gráfica al mercado?

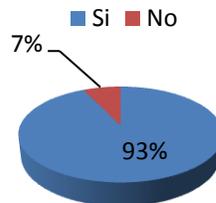
Las competencias básicas que necesita un tecnólogo, diferencias que es color, que tipografía, como manejarlo, estructuras teóricas de la comunicación, como hacer

una fotografía básica, como hacer una animación básica, como hacer un página web con las herramientas que existen en el medio, y entonces esto se va puliendo y se vuelve profesional, dentro la tecnología.

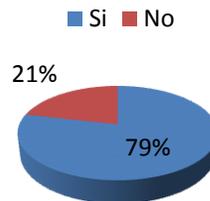
CIFRAS ENCUESTA EGRESADOS



6, ¿Le gustaría realizar una especialización tecnológica en el área de la Comunicación...



2. ¿Está interesado en continuar sus estudios después de haber culminado su...



ANALISIS DETALLADO APLICACIONES

La primera aplicación en ser analizada será dream Jobs, la cual le permite al usuario las siguientes funcionalidades:

- 1 - Escribe el empleo o trabajo que buscas
- 2 - Ubica el empleo con el GPS de tu móvil
- 3 - Selecciona el rango de búsqueda
- 4 - Registrar tu hoja de vida

5 - Postúlate al empleo de tus sueños. Google play (s.f)

Dream Jobs en cuanto al diseño de su imago tipo no es fácil de reconocer ni de leer por el uso de una tipografía caligráfica, en cuanto al fondo es interesante porque hace uso de los elementos conceptuales principales del diseño, el cual es la línea formando una silueta de un mapa, dándole una corriente de arte minimalista, el color del logo es una excelente elección, ya que tuvieron en cuenta la psicología del color que se define como “El color es sensorial e individual, subjetivo por tanto. La psicología clasifica sus percepciones adjudicándole significados, y atendiendo a las funciones que en él se aprecian”. SCOLA D’ART I SUPERIOR DE DISSENY VIC (s.f). El color azul evoca confianza y seguridad, además al ser un azul más claro genera tranquilidad, todo lo que se necesita para que con solo el imago tipo se muestren los valores que tiene la app y así el cliente se sienta más seguro al ingresar datos personales.

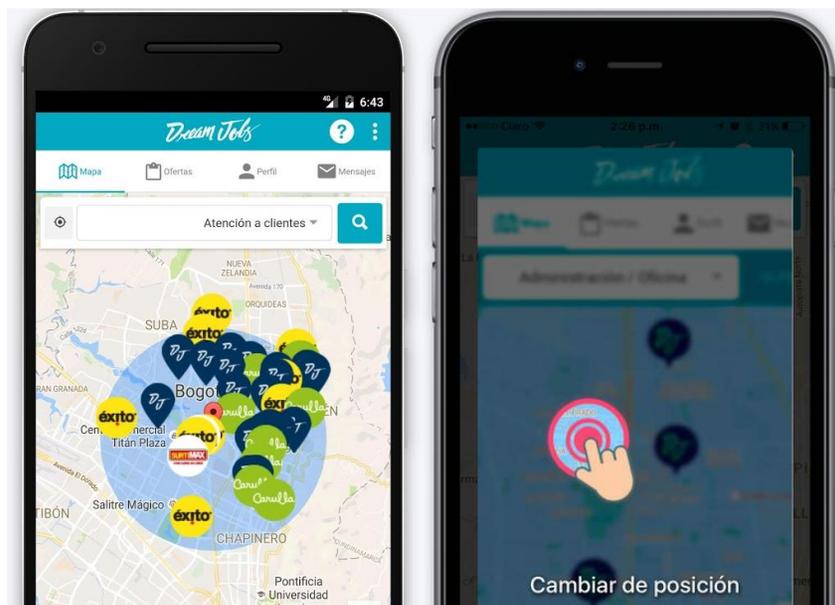


El color azul será un referente para la realización del imago tipo, ya que el objetivo también es generarle confianza a los estudiantes practicantes y las empresas para que hagan uso de la aplicación, además porque se utilizaran los colores corporativos de la universidad Uniminuto los cuales son el azul, blanco y amarillo, y generar desde el comienzo un impacto positivo con el imago tipo.

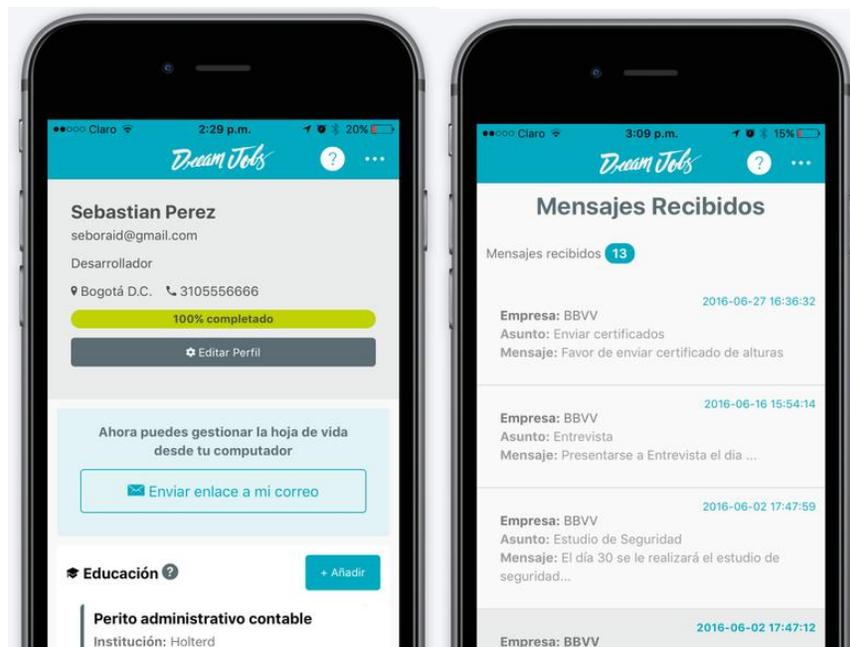


Dream Jobs además de lo anteriormente mencionado, hace uso de iconos que facilita la comprensión y usabilidad de los distintos botones de la aplicación, además de esto hace uso

del nombre de lo que representa cada icono y reforzar la comprensión, los iconos son sencillos ya que son de solo un color, esto los hace legibles. En cuanto a la diagramación de la aplicación es muy común y rígida por el formato cuadrangular de los dispositivos móviles lo cual limita las posibilidades de diagramaciones más dinámicas y llamativas.



La aplicación permite realizar una búsqueda de empleo mediante categorías, y automáticamente muestra en un mapa las distintas ubicaciones de las posibles vacantes disponibles marcándolas con el icono de la app, además le permite al usuario la libertad de moverse en el mapa y encontrar el empleo que le convenga. La aplicación le brinda al usuario la facilidad de actualizar y personalizar la hoja de vida o perfil desde el dispositivo móvil, además permite el contacto con empresas mediante mensajes generando una interacción directa, este tipo de interacción es la que se quiere generar en el proyecto pero entre practicante y empresa.



Los aportes que genera la aplicación en cuanto al diseño, es que es fundamental una buena legibilidad, desde la diagramación hasta el tamaño y tipo de fuente. También el uso de iconos para reforzar elementos con un idioma universal y ser entendido fácilmente, además utilizar colores frescos y lo más importante que los colores evoquen lo que es la aplicación, y su objetivo.

La segunda aplicación en ser analizada será la mi spe, la cual sirve para buscar las ofertas laborales de la Agencia Pública de Empleo del Sena, esta aplicación es práctica y sencilla, además es gratuita como todo los servicios que brinda el Sena, a pesar de ser una aplicación pensada para ser práctica, no son muy satisfactorias las calificaciones en la play store y los comentarios que son en su mayoría negativos, por las fallas en sus funcionalidades a pesar de ser sencilla no brinda una información concreta sobre como postular la hoja de vida, sino que sirve solo para saber en qué lugar y que empresa necesitan empleados también no crea un vínculo entre los que se postulan y las empresas, la falta de información no le genera a los usuarios la confianza para utilizarla.

OPINIONES



Opiniones de usuarios



July Díaz 31 de enero de 2017
★★★★★

Si pudiera calificar sin estrellas sería mejor, es terrible, no sólo porque no se puede postular a las ofertas, sino que no da información sobre los puntos de atención... Pésima



christian camilo cespedes
8 de noviembre de 2016
★★★★★

Muy mala A comparación de las demás aplicaciones de empleo, esta la peor. No es nada practica, la navegación es mala y nada personalizado. Que mal que el servicio de empleo más grande he importante del país tenga una plataforma tan mediocre.



vanbido amano 6 de enero de 2017
★★★★★

NO RECOMENDABLE Es malísima no se puede postular a ofertas, no se detallan las condiciones de sueldo como lo muestra en forma de escritorio, no hay forma de ingresar el usuario personal



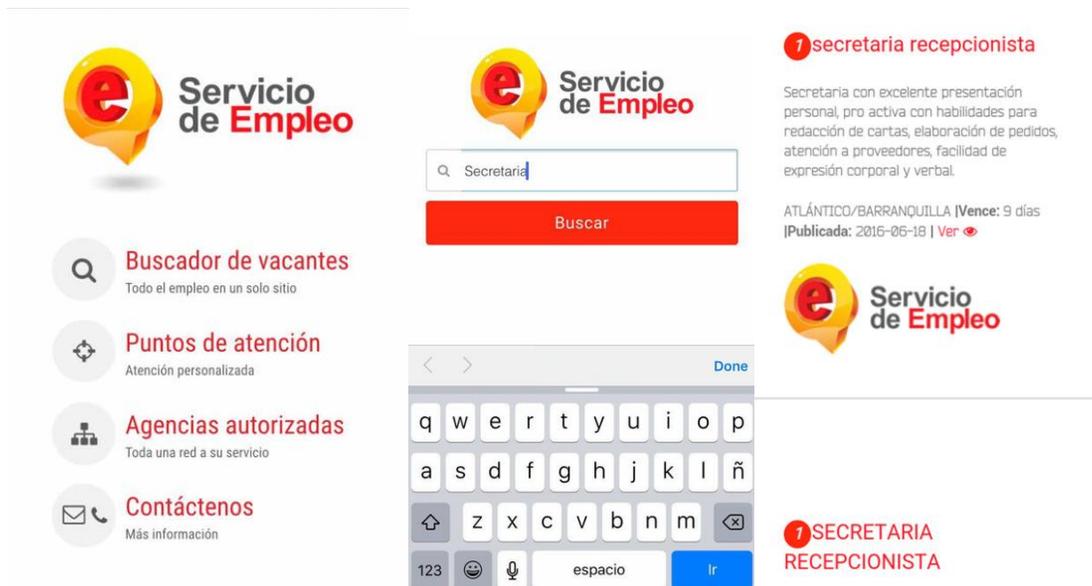
Andres Urrego 7 de febrero de 2017
★★★★★

Lamentable que el gobierno gaste recursos en el desarrollo de una aplicación que solo sirve para leer las ofertas, pero no para aplicar a ellas, no es para nada funcional, pues lo poco que se puede realizar en ella es solo consultar información, por lo tanto me parece que esta aplicación debe ser intervenida, para poder realizar en ella todo como en el portal web del SPE. Procedo a desinstalar.

En cuanto al diseño del isologo de la aplicación el uso de una gama cromatica que es agradable a la vista generando un buen contraste entre la nube y la letra, el color rojo es un color con alto contraste por eso es capaz de evocar dinamica y fuerza , en este caso para el logo puede jugarle en contra el uso del color rojo ya que tambien es un color que evoca peligro o prohibicion. El color amarillo al contrario del rojo evoca felicidad, positivismo y calidez, por esto mismo lo del contraste porque a pesar de evocar cosas diferentes se complemetan de manera armoniosa en cualquier diseño, ademas el buen uso de bases del diseño grafico, como el uso de figuras geometricas , en este caso el circulo el cual lleva la mirada hacia el centro y hace muy legible la letra.

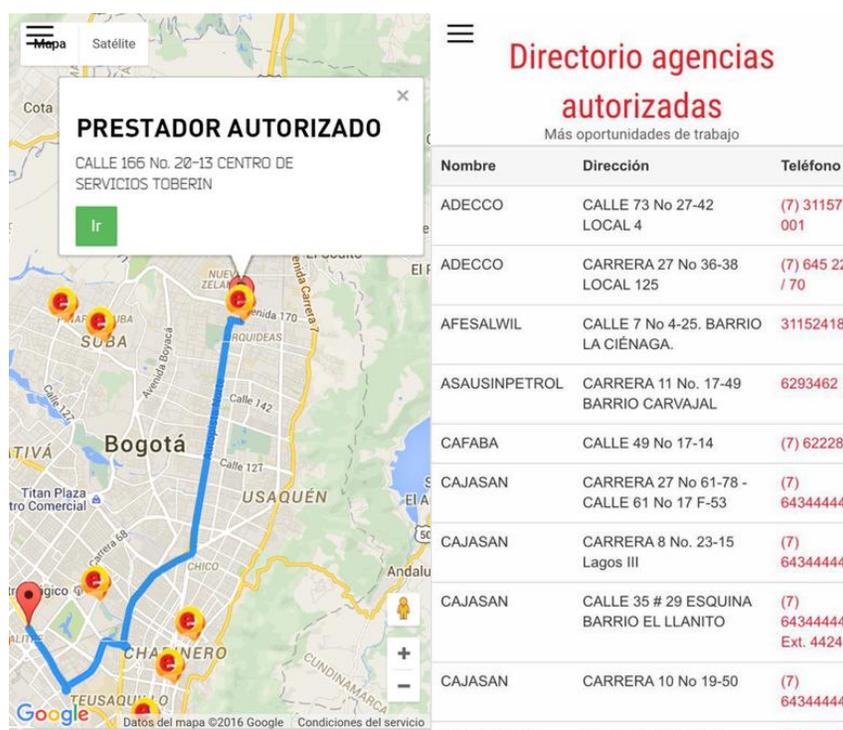


La aplicación spe en cuanto al uso de elementos gráficos como iconos los hace pasar desapercibidos ya que no tienen la jerarquía desde su color a su forma, en el menú de navegación decidieron darle más importancia a la tipografía haciéndola más legible, agregándole el color rojo como el isologo, además dándole un tamaño de fuente más grande a las demás para diferenciarla, y proporcionarle una identidad a la aplicación, aunque el diseño de la app se ve limpio y pulcro el exceso de color blanco la hace ver pobre y sin gracia. La diagramación de la aplicación es cuadrangular tal cual a la aplicación analizada anteriormente, a pesar de que las dos fueron diagramadas cuadrangularmente, Dream Jobs se destaca porque cuenta con más elementos gráficos que la hacen un poco más dinámica y agradable visualmente.



Referente a las funcionalidades genera confusión el menú de inicio, ya que no hay una diferenciación o algún elemento gráfico que diga que es un botón o un texto estático, una de

las fallas principales de la aplicación es que no le permite interactuar al usuario ya sea editando contenido o generando un contacto directo entre usuario y empresa, limitando cada vez más las funcionalidades tal vez por esta razón son las bajas calificaciones en las plataformas de aplicaciones y los malos comentarios, convirtiéndola en una app donde solo se puede visualizar donde se puede conseguir empleo, información limitada de la empresa y ya, esta aplicación cuenta con un mapa que muestra los lugares donde hay una vacante acorde al cargo buscado, al arrojar los resultados solo se obtiene la dirección.



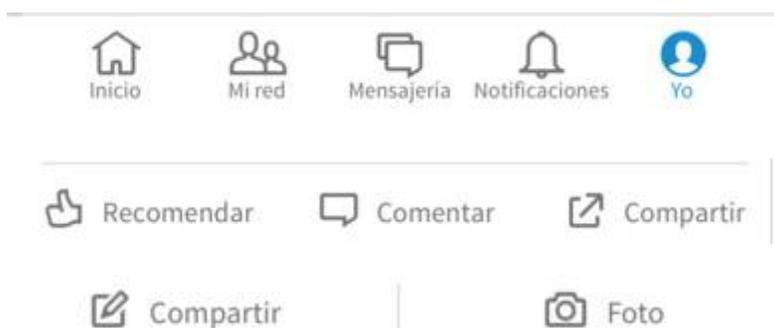
The screenshot displays a mobile application interface. On the left, a Google Map of Bogotá is shown with a blue route and several red location markers. A white pop-up window titled "PRESTADOR AUTORIZADO" is overlaid on the map, containing the text "CALLE 166 No. 20-13 CENTRO DE SERVICIOS TOBERIN" and a green "Ir" button. On the right, a red header reads "Directorio agencias autorizadas" with the subtitle "Más oportunidades de trabajo". Below this is a table listing various agencies with their names, addresses, and phone numbers.

Nombre	Dirección	Teléfono
ADECCO	CALLE 73 No 27-42 LOCAL 4	(7) 311573001
ADECCO	CARRERA 27 No 36-38 LOCAL 125	(7) 645 225 / 70
AFESALWIL	CALLE 7 No 4-25. BARRIO LA CIÉNAGA.	311524181
ASASINPETROL	CARRERA 11 No. 17-49 BARRIO CARVAJAL	6293462
CAFABA	CALLE 49 No 17-14	(7) 622281
CAJASAN	CARRERA 27 No 61-78 - CALLE 61 No 17 F-53	(7) 64344444
CAJASAN	CARRERA 8 No. 23-15 Lagos III	(7) 64344444
CAJASAN	CALLE 35 # 29 ESQUINA BARRIO EL LLANITO	(7) 64344444 Ext. 4424
CAJASAN	CARRERA 10 No 19-50	(7) 64344444

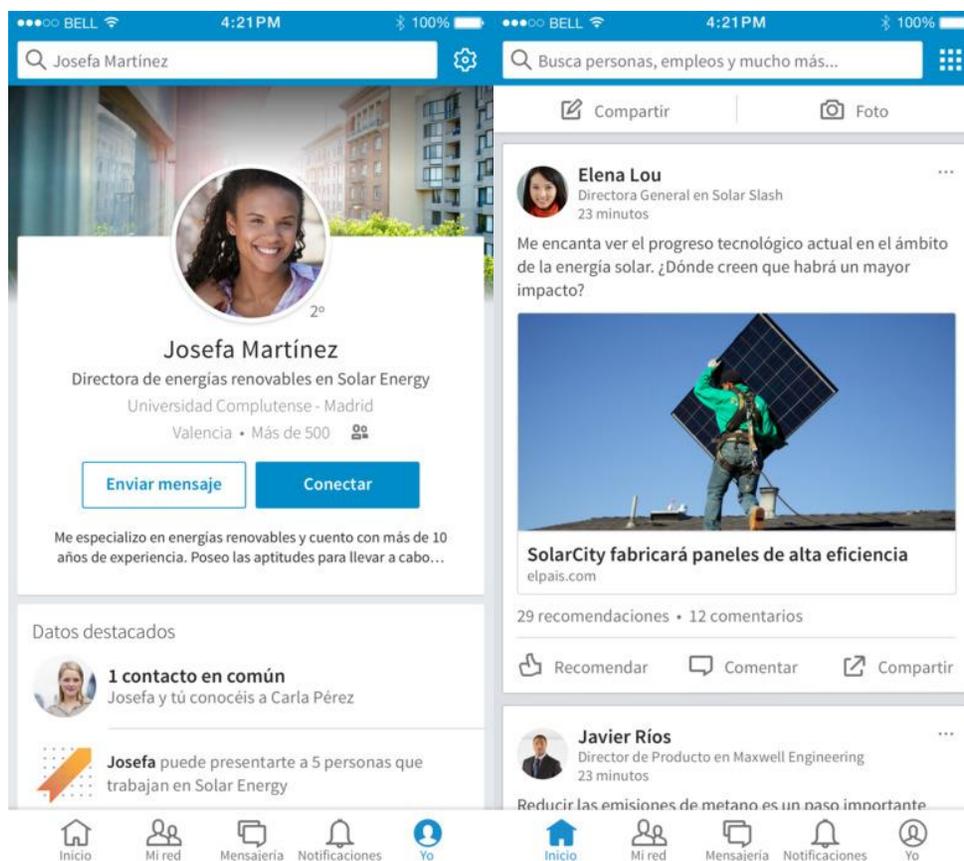
La última aplicación en ser analizada y no menos importante es LinkedIn que pasó de ser una plataforma de búsqueda de empleo a una red social de empleo. El logotipo de la aplicación está realizado a base de tipografía palo seco, con un gramaje alto para ser fácilmente legible y reconocible, un elemento adicional del logotipo es un cuadrado con puntas redondeadas de color azul en las letras (in) resaltándola, lo que traduce en español como (en, entre, dentro, adentro), haciéndoles una invitación de una manera indirecta que entren a la aplicación. Los colores utilizados para el logo son una buena elección, generan armonía a pesar de que son aplicados en tipografía, el negro representa elegancia, fuerza y modernidad, y el azul genera confianza y seguridad, un valor agregado es el uso de una de las tendencias en la creación de logos, el cual es el uso de espacio negativo, en este caso en la palabra in.



LinkedIn hizo un esfuerzo en realizar un diseño innovador, referente a los iconos utilizados en la aplicación tienen un estilo minimalista, la cual es “El minimalismo es la tendencia de reducir a lo esencial, sin elementos decorativos sobrantes, para sobresalir por su geometría y su simpleza” Manual del Catedrático (2012), esto es un pro ya que solo por detalles como el uso de iconos con diseño lo hace diferenciarse de la competencia.



Esta aplicación al ser transformada en una red social de empleo, tiene funcionalidades y elementos gráficos que la hace que tenga jerarquía y sobresalga entre otras que brindan servicios similares. La diagramación de la aplicación es similar a las anteriormente analizadas, solo que esta trata de no ser tan rígida, separando la información por medio de cajas de texto, para no generar confusión de una información con otra, aunque hace uso del color blanco en su mayoría se logra diferenciar los botones con otra información, por la buena utilización de iconos en diferentes secciones de la aplicación. Las figuras geométricas como elemento principal de diseño también fue utilizado, en el perfil estas figuras la hacen ver dinámica, en este caso las figuras utilizadas fueron, un círculo para agregar foto de perfil y un rectángulo para la foto de portada e información personal.



Las funcionalidades de esta aplicación son múltiples, LinkedIn es la aplicación que genera mayor interacción entre sus usuarios sobre temas netamente laborales, desde la creación del perfil le da la libertad al usuario de editar información indefinidamente, visualizar contenidos publicados por sus contactos, le permite interactuar con los contenidos publicados por medio de botones como, (recomendar, comentar y compartir), generando vínculos entre todos los usuarios, también permite la búsqueda de personas, empleos y más, sin limitantes. Además genera interacción con cada uno de los contactos agregados por medio de un chat, en el que se pueden adjuntar archivos y utilizar emoticones lo cual le da un punto a favor a nivel gráfico.

The screenshot displays a mobile application interface with three panels. The left panel shows a user profile update for Carla Pérez, 1er Gerente en Solar Slash, with a 'Felicitar' button. Below this is a list of 'Gente que podrías conocer' including Jacobo Delgado, Sandra García, and Carlota Martínez. The middle panel shows a post from 'Hoy' with a blue header: '¡Enhorabuena por tu nuevo puesto! Acabo de ver este artículo y he pensado que podría interesarte.' The post features a photo of a person installing solar panels and a caption: 'SolarCity fabricará paneles de alta eficiencia elpais.com'. Comments include 'Muy oportuno el artículo. ¡Gracias!' and '¿Quieres quedar para tomarnos algo?'. A blue response button says '¡Claro que sí!'. The right panel shows a search bar with 'sol' and a list of search results for 'Solar Energy', including profiles like Marta Solana, David Sola, Germán Solleiro, Marina Soler, Soledad Gómez, Celia Solís, Pedro Solsona, Sol Sánchez, and César Solórzano.

ANEXOS IMPLEMENTACION

CUADRO DE TENDENCIAS DE CONSUMO

Tendencia: Interacción social

1. Comprender

<p>NECESIDADES BASICAS</p> <p>¿Qué necesidades y deseos profundos del consumidor satisfacen esta tendencia?</p> <p>Se está generando la facilidad de vincular estudiantes desde sus practicas con el ámbito laboral contribuyendo a su formación como profesional, además el ahorro de tiempo y la seguridad de realizar las practicas profesionales en lugares confiables, así mismo se esta creando un vinculo entre la empresa y el estudiante por medio de sus funciones.</p>	<p>CAUSANTES DEL CAMBIO</p> <p>¿Por qué emerge ahora esta tendencia?</p> <p>Transformaciones a gran escala: macrocambios Esta tendencia le está dando la oportunidad a cada estudiante practicante de escoger la empresa que mas le convenga acorde a las necesidades que esta tenga acorde a sus habilidades. Cambiando los procesos que se llevan a cabo para realizar las practicas y hacerlo mas fácil y cómodo.</p> <p>Desenoadenantes: El uso de las redes sociales y aplicaciones de búsqueda de empleo, ha provocado crear una app donde se haga esto mismo pero enfocado en el ámbito de las practicas profesionales que faciliten dichas búsquedas.</p>
<p>EXPECTATIVAS DE CONSUMO EMERGENTES</p> <p>¿Qué nuevas necesidades, deseos y expectativas de los consumidores se crean por los cambios identificados anteriormente? ¿Dónde y cómo los satisfacen esta tendencia?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Datos sobre la app - Información empresas - Crear perfil - Localización en mapa - Información sobre las practicas <p>Estas tendencias se utilizaran dentro de la app.</p>	<p>INSPIRACIÓN</p> <p>¿Cómo están aplicando el resto de empresas esta tendencia?</p> <p>Apps encargadas en facilitarte las practicas profesionales a estudiantes no hay, pero se encuentran aplicaciones similares pero encargadas de facilitar la búsqueda de empleo, unas se encargan de guiar por medio de un mapa los lugares donde hay vacantes disponibles acorde al empleo que desee, y donde pueden postular su hoja de vida (Dream Jobs), otras mas completas que trabajan como una red social de empleo, lo cual la convierte en una app donde hay interaccion por sus funcionalidades (LinkedIn).</p>

2. Aplicar

<p>POTENCIAL INNOVADOR</p> <p>¿Cómo y dónde podrías aplicar esta tendencia en tu empresa?</p> <p>La app se podrá descargar en la comodidad de los dispositivos móviles con android, a través de la playstore, o por medio de un código qr que lo envía directamente a la descarga, esta app se puede utilizar al suscribirse.</p>	<p>PARA QUIÉN</p> <p>¿Con que (nuevos) grupos de clientes podrías aplicar esta tendencia? ¿Que tendría que cambiar?</p> <p>El rango de edad de nuestros clientes es de 17 a 26 años, que es el rango de edad de los estudiantes de comunicación gráfica de uniminuto, esta nueva aplicación puede que a largo plazo sea una herramienta que sea utilizada en muchas mas universidades , para así ampliar el publico.</p>
--	---



IDEA IDENTIFICAR

Misión

Praxuaap es una aplicación que facilita la vinculación de **estudiantes** practicantes de comunicación gráfica de UNIMINUTO sede Soacha con **empresas** del municipio , ahorrándole **tiempo** al estudiante y además hace un **acercamiento** entre empresa y practicante.

Visión

La visión de Praxuaap es ser una aplicación que se logre destacar no solo en la universidad UNIMINUTO, si no lograr que la aplicación sea utilizadas por mas universidades y sea la herramienta para que los estudiantes se vinculen fácilmente a empresas en sus practicas profesionales.

Valores

- Traspariencia
- Respeto
- Seguridad
- Confianza

IDEA
DIFERENCIAR



Praxuapp
Elige tu campo de práctica

Ahora será mas facil realizar tus prácticas profesionales

Muy pronto en



Praxuapp

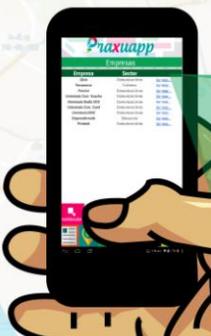
Escanea este código para descargar la aplicación



Muy pronto en

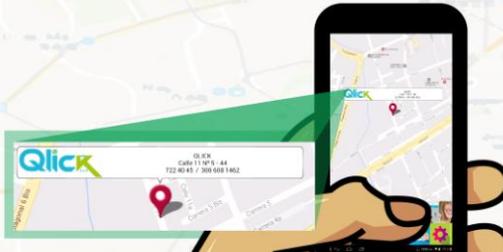



Visualiza empresas con vacantes y datos de contacto



Empresas	
Qlick	
Qlick	
Contacto	
Wilson Lopez Cañon	
Localización	
Calle 11 N° 5 - 44	
Correo	
contacto@qlick.com.co	
Sector	
Comunicaciones	
Telefono/Celular	
722.40.45	
300.608.1462	

Geolocalización



Qlick	Qlick
	Calle 11 N° 5 - 44
	722.40.45 / 300.608.1462



Praxuapp

Escoge tu campo de practica profesional



 @Praxuapp



Praxuapp

Escoge tu campo de práctica profesional



Muy pronto en  Google play  iTunes