



FACULTAD DE HUMANIDADES

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

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
REPRESENTACIÓN SOCIAL DEL DISEÑADOR
GRÁFICO FRENTE AL MERCADO LABORAL:
EXPERIENCIAS Y NECESIDADES PARA LA
CREACIÓN DEL COLEGIO PROFESIONAL**

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

**Autora:
Bach. Llanos Vásquez Azucena del Milagro**

Pimentel, Julio de 2016

REPRESENTACIÓN SOCIAL DEL DISEÑADOR GRÁFICO FRENTE AL MERCADO LABORAL: EXPERIENCIAS Y NECESIDADES PARA LA CREACIÓN DEL COLEGIO PROFESIONAL

Aprobación del informe de investigación

Lic. Cruz Salazar Alexander
Asesor metodólogo

Mg. Mendívez Espinoza Yván Alexander
Asesor especialista

Mg. Alvarado León Daniel Edgar
Presidente del jurado de tesis

Ing. Ugaz Braco Suleika Eliana
Secretario del jurado de tesis

Mg. Mendívez Espinoza Yván Alexander
Vocal del jurado de tesis

Dedicatoria

Muchas veces es necesaria la presencia física de algunos seres que forman parte de la fuerza para realizar grandes cosas y aunque ella no está, sé que siempre camino de su mano, mamá te dedico cada esfuerzo de este trabajo a ti mi testigo fiel y aquellas personas que hacen posible que cada día la vida tenga más que solo sentido de vivirla, mi familia.

Agradecimiento

“Es un tema que no tiene nada que ver con diseño gráfico” fueron las palabras de muchas personas al escuchar esta propuesta de investigación y fue exactamente el momento en que note que empezaba una gran lucha.

Mg. Yván Mendívez, el primer aliado de la idea, director de carrera y asesor de investigación, quien al conocer la propuesta sin dudarlo se convirtió en el aliado de esta investigación.

El tema era extenso y se requería de profesionales especializados en temas particulares, que conozcan lo que se planteó y compartieran la idea. Su presencia fue el primer paso para lo que se empezó a denominar proyecto de investigación y me refiero a la Abogada Nelly Vásquez quien con su profesionalismo aclaró muchísimas incertidumbres.

La idea ya estaba lista, había muchas ganas de continuar, pero en toda investigación la metodología resulta ser el esqueleto de ésta y tuve la dicha de conocer a un experto de la investigación el Dr. José Pascual Apolaya, metodólogo en tesis doctoral. Y como es el maestro quien debe revisar, con muchísimo gusto se unió a esto el gran Rivero Ayllón, maestro, escritor, comunicador y conocedor de tantos temas que sirven de sustento en esta investigación.

Gracias realmente a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron con esta idea, proyecto e investigación que forma parte importante de mi vida profesional.

ÍNDICE

RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	viii
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.1. Problematización	9
1.2. Formulación del problema	11
1.3. Justificación e importancia	11
1.4. Limitaciones de la investigación	12
1.5. Objetivos	12
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	13
2.1. Antecedentes de Estudios	13
2.2. Sistemas teórico conceptuales	18
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	31
3.1. Trayectoria Cualitativa	31
3.2. Enfoque seleccionado	31
3.3. Objeto de estudio	31
3.4. Sujetos participantes	31
3.5. Abordaje metodológico técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
3.6. Procedimiento para la recolección de datos	33
3.7. Análisis de datos	33
3.8. Principios éticos	34
3.9. Criterios de rigor científico	34
CAPÍTULO IV: ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	35
4.1. Análisis y discusión de los resultados	35
4.1.1 Análisis de resultados	35
4.1.2 Discusión de resultados	49
4.2. Consideraciones finales	53
CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACION	55
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
6.1. Conclusiones	59
6.2. Recomendaciones	60
REFERENCIA	62
ANEXOS	65

RESUMEN

La siguiente investigación parte de un problema realmente trascendente ya que trata de profesionales de una carrera innovadora y poco conocida, diferente a las tradicionales carreras que se dictan en cualquier universidad del Perú, se trata de los Licenciados en Diseño Gráfico y su representatividad frente al mercado laboral. El análisis de esta investigación concluye en conocer si existe la necesidad o no de una entidad que respalde al profesional garantizando su ejercicio laboral y que de existir dicha necesidad se propone la creación del Colegio Profesional.

Esta investigación es de diseño exploratorio ya que no se evidenciaron antecedentes similares y de tipo cualitativa porque se busca interpretar resultados extraídos en la entrevista con la finalidad de conocer las necesidades de los Licenciados, por medio de sus experiencias, para ello participaron profesionales titulados en diseño gráfico de Lima y Lambayeque, departamentos donde están ubicadas las universidades que dictan esta carrera profesional.

La investigación apunta a un objetivo general el cual busca determinar la necesidad o no del Colegio Profesional, ya que éste tiene por finalidad brindar garantía del ejercicio profesional, de tal manera que contribuya con la representación social del Licenciado en Diseño Gráfico con la finalidad de mejorar el posicionamiento de los profesionales frente al mercado laboral.

Palabras claves:

Colegio, profesional, representación, sociedad, necesidad, diseño, gráfico.

ABSTRACT

The following investigation of a truly transcendent problem as it tries to professionals an innovative career and little known, unlike traditional careers that are dictated in any university of Peru, it is the Licensed in Graphic Design and representativeness against the market labor. The analysis of this investigation concludes there is a need to know whether or not an entity that supports the professional ensuring their exercise and work exist that need the creation of the Professional Association is proposed.

This research is an exploratory design as not similar and qualitative type history were evident because it seeks to interpret results taken in the interview in order to meet the needs of graduates, through their experiences, for it participated graduates in design professionals graphic from Lima and Lambayeque, where universities departments that dictate this career are located.

The research points to a general objective which seeks to determine whether or not the Professional Association, as it aims to provide assurance of professional practice, in such a way that contributes to the social representation of degree in Graphic Design in order to improve positioning professionals facing the labor market.

Keywords:

School, professional, agency, partnership, need, design, graphic.

Introducción

La presente investigación tiene por finalidad conocer las necesidades de los Licenciados en Diseño Gráfico, a través de sus experiencias que signifique el “primer gran peldaño” para cumplir no solo con los objetivos de la investigación, también para tomar acciones frente a lo que está sucediendo con estos profesionales, puesto que desde sus experiencias se buscó obtener respuestas que muestren la necesidad o no de creación de un colegio profesional que reúna a los licenciados, buscando un respaldo no solo para ellos, sino también para quien requiera de sus servicios profesionales.

Como lo detalla el Tribunal Constitucional “...la justificación última de la constitucionalización de los colegios profesionales radica en incorporar una garantía frente a la sociedad, de que los profesionales actúan correctamente en su ejercicio profesional”; esto traerá como consecuencia que el diseñador gráfico pueda posicionarse de manera adecuada ante la sociedad y estar garantizado profesionalmente para presentarse al mercado laboral.

Esta investigación está dividida en seis (VI) Capítulos; en el capítulo uno se detalla la problemática de lo general a lo específico, justificando y planteando objetivos que marquen los pasos con la finalidad de direccionar los procesos; para el capítulo dos se buscaron referentes que contribuyan con la investigación y teorías que refuercen el análisis y discusión de resultados; en el capítulo tres se plantea el tipo, diseño y aspectos metodológicos que explican la recolección y análisis de resultados; en el capítulo cuatro se analizaron y discutieron los resultados; en el capítulo cinco se plantea una propuesta de diseño que permita lograr los objetivos por medio de diseños gráficos que refuercen la investigación; y por último, capítulo seis, aquí se muestran las conclusiones de toda la investigación y recomendaciones para la misma.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Problematización

Partiendo del desarrollo del hombre y sus necesidades, aparecen las profesiones que responden a la necesidad de pertenecer a un grupo de personas con características y destrezas similares que permiten reaccionar a ciertas necesidades sociales por medio de un conocimiento específico y que cuya garantía radica en el desempeño profesional de los egresados de las diferentes profesiones; quienes frente a la necesidad de velar por su ejercicio, promover la práctica ética y ejercer su labor de acuerdo a su profesión buscan reunirse en los llamados colegios profesionales.

Y es que para alcanzar el reconocimiento que la profesión amerita, es necesaria la creación de un organismo que reúna a estos profesionales; entonces podría pensarse de que no existe dicha necesidad pero resulta difícil pensar en ello, ya que en diferentes lugares se han generado acciones frente a esta situación promoviendo la creación de colegios profesionales; “Así pues, el Colegio Profesional de Diseño Gráfico de Catalunya se configura como la organización capaz de velar por la defensa de los intereses de las personas que ejercen esta profesión. El Colegio es una excelente oportunidad que se le ofrece al sector profesional del Diseño Gráfico de Catalunya para reordenar de forma efectiva la práctica profesional y todo lo que rodea al mundo de la comunicación gráfica.” (Colegio Profesional de Diseño Gráfico de Catalunya, 2016), es que no solo en Europa encontramos este tipo de organizaciones porque en Latinoamérica existen organizaciones así, cuyo propósito es: “Velar porque sean Diseñadores Gráficos matriculados en el Colegio de Diseñadores Gráficos de Misiones, los que desempeñen los puestos en las áreas relacionadas o competentes al Diseño Gráfico en cargos públicos o privados, municipales, provinciales, nacionales e internacionales, los cuales se encuentren establecidos en la jurisdicción conforme a esta institución.” (Colegio de Diseñadores Gráficos de Misiones, 2015).

En el Perú, no existe un Colegio Profesional de diseñadores gráficos; pero sí colegios profesionales relacionados con las comunicaciones, como el Colegio Profesional de Relacionistas Públicos del Perú creado en el año 1985, ley N°25250. (Ver Anexo 01), del mismo modo el Colegio de Periodistas del Perú en 1982, ley N°23221 (Ver Anexo 02).

En el mercado se produce una confusión al no definirse claramente cuál es la función del diseñador gráfico que egresa de las aulas universitarias y cuál es su función del operador gráfico (mal llamado diseñador gráfico) egresado de las instituciones técnicas. Este enfrentamiento hace que muchas veces al técnico se le solicite resolver problemas que tendría que solucionar un profesional universitario, por ejemplo: análisis de estudio de mercado, revisión de brief, psicología del consumidor, conocimiento del entorno, optimización de la comunicación empresarial.

Existen en el país sólo seis universidades que forman profesionales del Diseño Gráfico, a mencionar, la reciente formada Universidad de Ciencias y Artes de América Latina – UCAL (Carrera de Diseño Gráfico), Universidad Peruana de Arte Orval (Carrera de Dirección de Artes Gráfica y Publicitaria), Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC (Carrera de Diseño Profesional Gráfico), Universidad San Ignacio de Loyola – USIL (Carrera de Artes y Diseño Empresarial), y la pionera Universidad Pontificia Católica del Perú – PUCP quien dentro de su Facultad de Arte ubica la especialidad de Diseño Gráfico; todas las mencionadas en la Ciudad de Lima, capital del Perú. Esta carrera como vemos no es masiva, pues de las 140 casa de estudio, el Diseño Gráfico sólo se ubica en seis de ellas, según datos de la Asamblea Nacional de Rectores ANR (organización que en la actualidad es la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria SUNEDU) reportado por Macrosult universidades peruanas (Diario Gestión, 2014).

Hace seis años, en el departamento de Lambayeque, la Universidad Señor de Sipán el 28 de Agosto crea la Escuela Académico Profesional de Artes

& Diseño Gráfico Empresarial al interior de la Facultad de Humanidades bajo la Resolución de Directorio N° 0438-2009/USS (Ver anexo 03), cuyo perfil profesional apunta a la planificación, ejecución y evaluación de campañas publicitarias gráficas y campañas de identidad corporativa gráfica que optimizan la comunicación empresarial. Esta escuela novedosa para los habitantes de esta región busca año tras año el adecuado reconocimiento para sus estudiantes y egresados. Al 2015 - I, la escuela cuenta con 31 estudiantes Licenciados, objeto de estudio de la presente investigación. Resultaría importante confirmar los supuestos sobre la falta de representación social de los profesionales peruanos del Diseño Gráfico frente al mercado laboral al que se enfrentan, pues sería el punto de partida, necesaria e importante para la consecuente creación del Colegio Profesional.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera el Colegio Profesional representa socialmente al diseñador gráfico frente al mercado laboral?

1.3. Justificación e importancia

En el mercado ocupacional Lambayecano parece existir poca confianza en el desempeño laboral de los licenciados en Diseño Gráfico, estos profesionales desarrollan sus labores actualmente sin pertenecer a un Colegio Profesional que vele por sus derechos, garantice su desempeño, normatice y supervise sus acciones laborales.

La presente investigación se torna importante porque busca desde la percepción misma del profesional, el conocimiento y fundamento de sus necesidades profesionales y laborales, para un mejor desempeño con aceptación social.

Desde el rol profesional del Diseño Gráfico se busca tener respuestas sobre las experiencias de estos profesionales que signifiquen el primer peldaño para la búsqueda de situaciones mayores que permitan al

diseñador gráfico profesional posicionarse en la mente del mercado laboral de manera adecuada, generando confianza y garantía en su desempeño laboral, lo que traerá como consecuencia un ejercicio de calidad que conlleve a cambios positivos en la sociedad, desde la perspectiva empresarial y social.

1.4. Limitaciones de la investigación

Es parte del trabajo organizar la investigación, estructurar el tiempo, contar con acceso a la información y comodidad para llegar al objeto de estudio; una de las limitaciones que se tuvo fue de aspecto geográfico, puesto que la investigación de acuerdo a su enfoque busca realizar entrevistas a licenciados de Diseño Gráfico de dos lugares del Perú, Lambayeque y Lima departamentos en los cuales se dictan la carrera profesional; esta limitación se resolvió gracias a las facilidades tecnológicas como las redes sociales. Las cuales son portales que se forman por medio de varios sitios web, creados para facilitar la comunicación de los usuarios o estar conectados a temas de interés común, aunque no se encuentren en un mismo lugar. Estas redes pueden cubrir diferentes necesidades y se pueden utilizar de diferentes formas. (Peck, 2012)

1.5. Objetivos

Objetivo General

Determinar la necesidad de creación del Colegio Profesional como representación social del diseñador gráfico frente al mercado laboral.

Objetivos Específicos

Diagnosticar la problemática social y laboral de los Licenciados de la carrera de Diseño Gráfico frente al mercado nacional.

Especificar los procesos necesarios para la creación del Colegio Profesional de diseñadores gráficos, a través de una infografía.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Estudios

Sánchez, C. (2014) en su tesis LOS EGRESADOS DE COMUNICACIÓN Y EL MERCADO LABORAL: UN ESTUDIO DE TRAYECTORIAS PROFESIONALES de tipo cuantitativo de la Universidad Autónoma de Tlaxcala, México concluye que:

“Las trayectorias de los comunicadores se caracterizan por dos situaciones: a) la mayoría de los egresados se desempeñan dentro del ámbito comunicacional y b) su trayectoria profesional se encuentra en una etapa inicial.

a) El hecho de que los egresados se desenvuelvan en lo que fueron formados es algo positivo para el programa educativo, sobre todo para los que tienen menos tiempo en el mercado laboral. Esta primera situación se contrapone a la tendencia nacional reflejada por el Observatorio Laboral Mexicano (2012) que sostiene que el 70.5% de los comunicadores se desempeña en actividades no relacionadas con su formación, lo cual ya se empieza a vislumbrar en esta investigación con el crecimiento de los ámbitos indirectamente relacionados y no relacionados con su carrera, lo cual ya empieza a vislumbrar en esta investigación con el crecimiento de los ámbitos indirectamente relacionados y no relacionados con su carrera. Este escenario confirma lo encontrado por Machin y McNally (2007), quienes afirman que el desempeño disminuye para los los individuos que cuentan con una carrera universitaria, aunque se debe señalar que no se desempeñan en lo que estudiaron y, además, provocan el desplazamiento de la mano de obra, puesto que los empleadores prefieren contratar gente más preparada aunque el puesto no lo requiera, debido a que consideran que tienen una mayor capacidad de desarrollo y que invertirían menos en su posible formación.

b) El desarrollo profesional que viven los comunicadores se encuentra en una etapa inicial, lo que presenta dos lecturas opuestas considerando los periodos de egreso: por una parte, los egresados con menor tiempo en el mercado laboral se encuentran en lo que llamaríamos una etapa *ad hoc*, ya que en este periodo, los egresados tiene como finalidad la adquisición que experiencia al realizar actividades poco complejas, con un bajo nivel de responsabilidad que implican cierta dependencia, lo que conlleva en ocasiones para sacrificar lo económico para ganar conocimiento y habilidades en el campo laboral que le permitan más adelante tener mejoras de empleo, salario y condiciones laborales. La adquisición de experiencia se ha convertido en la principal fuente de cualificación (CINTERFOR, 2001; Sánchez, 2013). Sin embargo, en lo que respecta a los egresados con mayor tiempo en el mercado laboral, el permanecer en esta etapa implica un estancamiento en su desarrollo profesional (Jiménez, 2009), puesto que a pesar de que han tenido varios empleos y ganado experiencia, esto no se ha reflejado en ascensos jerárquicos. Además, al ser una carrera feminizada, las carreras tienden a sacrificar su carrera profesional por su familia, según lo confirman estudios realizados por Elejabeitia (2003), Pedrero (2009), Weller (2009), hecho que les impide lograr una mejora en sus condiciones laborales. Los profesionales de la comunicación de recién egreso tienden a buscar colocarse en espacios laborales, acordes con su formación, pero conforme avanzan en su trayectoria esta tendencia decrece, debido a la dificultad de insertarse al campo laboral, lo que los orilla a buscar alternativas que frecuentemente se ubican en los ámbitos indirectamente relacionados o no relacionados con su profesión.”

Quiroz, M. (2014). FORMACIÓN POLIVALENTE E IDENTIDAD PROFESIONAL DE LOS INTERVENTORES EDUCATIVOS de tipo cualitativa de la Universidad Pedagógica Nacional, Unidad Oaxaca concluye que:

“Los egresados de la Licenciatura en Intervención Educativa de la Unidad UPN Oaxaca muestran dificultades para identificarse como interventores educativos; es notable su dominio del discurso teórico formal, que le da sustento al programa y que seguramente lo repitieron de manera constante durante los cursos de la licenciatura. Incluso tratan de distinguirse de otros profesionistas y se esfuerzan por presentarse con ventajas sobre ellos; pero cuando intentan explicar con acciones concretas su práctica profesional como interventores educativos, el discurso les resulta insuficiente porque su proceso identitario no se completó con acciones en espacios profesionales, en los que conocieran y practicaran los discursos.

El incipiente ethos en formación del licenciado en Intervención Educativa no favorece la conformación identitaria; en consecuencia los interventores deciden ubicarse como profesores en el nivel de educación básica. Los afortunados que logran ingresar a otros espacios laborales, se encuentran con la tarea de enseñar a los empleadores lo que ellos son y saben hacer.

Fortalecen por necesidad su identidad profesional, pero consideran que su universidad hace una labor insuficiente para establecer relaciones interinstitucionales y los deja solos en la construcción de esa identidad.

Las muestras de desilusión y de frustración de los egresados de la LIE se observan en diversas expresiones, y dan cuenta de los puntos débiles que requieren corregirse. La polivalencia educativa, para el caso de la licenciatura en Intervención Educativa, no ha logrado concretarse después de 10 años, lo cual nos muestra que aunque las innovaciones se realicen en el plano formal, las condiciones institucionales son determinantes para que los programas funcionen en un plano real. La polivalencia requiere de profesores que conozcan su campo de acción, un elemento que no se analizó al momento de implementar el programa en la Unidad UPN Oaxaca, y el proyecto tuvo que nutrirse con profesores dedicados al campo de la docencia en educación básica. Formar a un profesionista en una disciplina que

no se conoce es un asunto complicado, y si a esto se le añade formarlos con un enfoque polivalente, lo es más. Esto se refleja en la ausencia de relaciones con organizaciones y empresas, espacios donde los estudiantes debieran exponerse a la práctica profesional, con posibilidades de incorporarse al campo laboral.

La inclusión de un nuevo programa no logró modificar las costumbres y formas tradicionales con las que ha funcionado la institución. Se recurrió a las escuelas primarias y preescolares para ubicar a los interventores educativos, lo cual no contribuyó a que los estudiantes conocieran su campo disciplinario. Promover el cambio en una institución no es sencillo, pero éste es necesario cuando se pone en juego la formación profesional de personas que al culminar enfrentarán problemas para conseguir empleo, como la mayoría de los egresados, pero todavía con mayor desventaja porque no pueden definirse a sí mismos ni su campo profesional. No se puede negar que hay egresados que lo resuelven muy bien, pero éstos son la minoría. Otros no logran definirse, y para ellos la universidad tendría que estar evaluando tanto su programa como las acciones que se llevan a cabo a nivel institucional.”

Covarrubias, P. (2013) en su investigación IMAGEN SOCIAL E IDENTIDAD PROFESIONAL DESDE LA PERSPECTIVA DE SUS ESTUDIANTES de tipo cualitativa de la Universidad Autónoma de México, concluye que:

“... Con todo, los estudiantes en general perciben positivamente el desarrollo profesional de la psicología dado su objeto de estudio, desarrollo científico y naturaleza comprehensiva e interdisciplinaria.

Si bien los estudiantes aún no han tenido experiencia propiamente en el ejercicio de la profesión, sus apreciaciones entusiastas sobre el mismo podrían estar sustentadas en la búsqueda de empleo que inician en diferentes espacios laborales y han podido percatarse de lo que ofrece el mercado de trabajo al psicólogo.

Recordemos que la enseñanza universitaria es principalmente para la formación y especialización de un “saber profesional”, que implica desde luego el conocimiento disciplinar y aplicación de la tecnología derivada de la investigación, pero no constituye la naturaleza propia y exclusiva de la enseñanza universitaria, al menos a nivel licenciatura.

Como señalábamos, cuando la formación profesional no alcanza a vincular los conocimientos científicos de la disciplina con las demandas sociales y laborales, ésta se pone en entredicho al considerarla descontextualizada de su ejercicio profesional.

Los saberes especializados, prácticas y funciones de las que hacen referencia los estudiantes, son una serie de valoraciones en cuanto a las condiciones de trabajo y actividades ocupacionales que se realizan, todas ellas relacionadas a un “hacer profesional” por el cual se obtiene un prestigio o un estatus social (Bourdieu, 1998). En tal sentido, los procesos y espacios de socialización en el contexto educativo son fundamentales para la construcción de una identidad profesional ligada a una realidad social y ocupacional mexicana, por lo que la actualización oportuna de los planes de estudios y la generación de espacios de formación y actualización docente se hacen imprescindibles, en tanto permiten, en el caso de los planes de estudio, formar profesionistas con las competencias requeridas en los espacios de trabajo de acuerdo con las necesidades actuales y reconfiguraciones del mercado de trabajo, y en el caso de los docentes, contrarrestar sus condiciones de trabajo académico que los distancia de los quehaceres relacionados a la psicología como profesión.”

Hirsch, A. (2013). ELEMENTOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS ACERCA DE LA IDENTIDAD PROFESIONAL EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO del Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación Distrito Federal, México

concluye que:

“Un asunto que vale la pena resaltar se refiere a que la identidad profesional no se genera únicamente en el trabajo, sino que también se produce durante la formación profesional. La mención proviene tanto de los autores que se expusieron en la parte teórica, como en las entrevistas con los coordinadores de posgrado de la UNAM y con los académicos españoles.

Especialmente significativa es la afirmación de Agustín Domingo Moratalla (2010) acerca de la oportunidad que tiene la universidad de promover la construcción de la identidad personal y profesional y emplear en ello las éticas profesionales. En este último aspecto coinciden las ideas propuestas por García-López, Jover y Escámez (2010) —en cuanto a la vinculación que se establece entre identidad y ética profesional— y por algunos de los coordinadores de posgrado; asunto que también se presenta en las entrevistas con los académicos españoles.”

2.2. Sistemas teórico conceptuales

2.2.1. Necesidades del hombre

Para conocer las necesidades del hombre se define una necesidad como: Peligro o riesgo ante el cual se precisa auxilio urgente o aquello a lo cual es imposible sustraer, faltar o resistir. (Real Academia Española, 2016)

Conociendo la definición de una necesidad, se consideran dos teorías relevantes que conceptualizan la investigación.

JERARQUÍA DE NECESIDADES DE MASLOW

El psicólogo Abraham Maslow propuso una teoría de la motivación que fue más allá de las necesidades físicas o económicas para también poner énfasis en las necesidades psicológicas e

interpersonales. El núcleo de la teoría de Maslow es una jerarquía de cinco categorías de necesidades y, si bien reconoció que factores distintos de las propias necesidades determinan el comportamiento, su teoría se enfocó en especificar las necesidades internas de las personas, Maslow clasificó los 5 niveles de su jerarquía de necesidades en: fisiológicas, seguridad, sociales, estima y autorrealización.



Una característica distintiva de la jerarquía de necesidades de Maslow es la hipótesis de progresión, la cual sugiere que cuando se cubre un nivel de necesidad, la persona avanza al siguiente nivel superior de necesidad como fuente de motivación. (Nelson y Campbell, 2013).

TEORÍA DE NECESIDADES DE McCLELLAND

David McClelland identificó tres necesidades aprendidas, o adquiridas conocidas como necesidades manifiestas porque son percibidas con facilidad son las necesidades de logro poder y afiliación. Algunos individuos tienen mayor necesidad de logro mientras que en otros, dicha necesidad es moderada o baja. Lo mismo se aplica para las otras dos necesidades.

Necesidad de afiliación

La necesidad de afiliación es el deseo de establecer y mantener relaciones cordiales, cercanas íntimas. A las personas con gran necesidad de afiliación las motiva expresar sus emociones a otros y esperan que ellos hagan lo mismo a cambio; los conflictos las molestan y es grande su motivación para esforzarse para superar barreras de este tipo a la intimidad. (Nelson y Campbell, 2013)

2.2.2. Experiencias

Hecho de haber sentido, conocido o presenciado alguien algo o Conocimiento de la vida adquirido por las circunstancias o situaciones vividas. (Real Academia Española, 2016)

En general se entiende por experiencia todo aquello que depende, directa o indirectamente, de la sensibilidad; es decir, el conjunto de contenidos que proceden de los sentidos, ya se refieran dichos contenidos a un acto cognoscitivo o a un acto vivencial (emocional) de modo que el ámbito de la experiencia viene a identificarse con el ámbito de la sensibilidad, de la percepción sensible. (Webdianoia, 2015)

2.2.3. Diseño Gráfico

Diseño tiene una aplicación global: todo es diseño. Si añadimos al diseño el calificativo de gráfico, esta globalidad se cierra, pero, aun así, la concreción de su campo de estudio o área de trabajo es enorme e imprecisa. Coincidimos con la perspectiva que da del diseño gráfico Frascara, cuando lo define como actividad: “es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (Frascara, 2000:19), si bien deberemos concretar y precisar esta actividad para no caer en la mera presentación formal de mensajes gráficos. El enfoque requerido se va a producir cuando el trabajo del Diseñador Gráfico se centre en la transmisión de un mensaje; es decir, en la

interpretación del texto base (contenido) para su presentación en tanto que ordenación del mensaje gráfico, de forma que sea el más adecuado al receptor al que se dirige una comunicación.

Por otro lado, el concepto del diseño gráfico está íntimamente unido al fenómeno de la industrialización. La producción mecanizada hace productos en gran cantidad, en poco tiempo y accesibles a mucha gente. La industria, el comercio, los medios de comunicación y la publicidad necesitan de profesionales capaces de configurar imágenes que conecten los productos con la estética y pensamientos de cada época. Es por ello que el Diseño Gráfico se ha visto involucrado desde siempre en un remolino en constante transformación que, a menudo, lo ha convertido en un producto en un producto de consumo más. De esta forma han aparecido productos que solo son diseño. (Tena. D, 2005)

Diseñar implica comunicar, comprendernos unos a otros, practicar el deber de profundizar en la observación del mundo que nos rodea Y ser sinceros y honestos al expresarlo. Muchas veces como diseñadores trabajamos para lograr vender un producto o promover una idea y es bueno disfrutar este trabajo, pero lo que debemos tener siempre presente es que diseñar es mucho más que esto y que nos exige actitudes y responsabilidades ética. Diseñar es ante todo un acto creativo y de enriquecimiento cultural. (CoomTOOLS, 2005)

¿Qué es diseño?

Es poder. Es la habilidad de manipular las imágenes y las palabras hacia una forma que les brinda el poder de comunicar y evocar una respuesta.

Nunca hay que subestimar el poder reductor de la imagen. La licencia artística, combinada con valores y con inteligencia, hace al buen diseño.

Las imágenes transportan ideas, pero el diseño las impulsa. El acto de diseño es un acto de independencia.

El diseño necesita tener significado, necesita ser experimentado. Puede cantar, bailar, actuar, conversar, explicar, reír, llorar, condenar, cuestionar o pelear. Cuando uno puede confiar en él para enfrentar eficazmente los desafíos, las soluciones que tomamos están investidas de poder.

El lenguaje visual es innovación y en consecuencia está atado de nuestra responsabilidad ética y social por la calidad de la cultura en la que habitamos. Necesitamos respetar al diseño como una parte integral de nuestra actividad cultural diaria y pensar al diseño como algo más que sólo *hacer* ya que nosotros permitimos a nuestro trabajo *ser*.

El diseño nos brinda la oportunidad de proyectar nuestra imaginación a través de las lentes de nuestra entidad. Esto es liberador, interna y externamente. Es compartir y a menos que uno sea el dueño espiritual del mensaje, a menos que surja de las propias creencias y del propio compromiso humano, el mensaje nunca podrá hacer lo que uno quiere que haga la propia determinación y la libertad de expresión yace en el corazón mismo de las políticas del diseño.

Comienza el acto de pensar, que después se incorpora un concepto con oficio y habilidad. El diseño de expresión del pensamiento y el proceso del diseño le da forma y significado a ese pensamiento. (CoomTOOLS, 2005)

2.2.4. Representación social

En la actualidad existe en Latinoamérica el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A.C.

Fue fundada en el año 1975 y actualmente su Presidente es Martín Clavé. Esta institución está compuesta por 338 diseñadores industriales, 174 gráficos y 2 textiles afiliados.

Los beneficios son: Tener una voz oficial que nos represente ante el Estado, para mejorar planes de estudio de las carreras, promover leyes y reglamentos para el mejor desempeño de la profesión, contar

con arbitraje para arreglar diferencias con colegas o clientes. Bolsa de trabajo, información y participación en actividades, poder ocupar cargos como directivos o delegados en foros.

Objetivos: Vigilar el ejercicio profesional legal y moralmente; promover leyes y reglamentos relativos al ejercicio profesional; arbitrar conflictos; representar a los miembros ante la Dirección Gral. de Profesiones; denunciar violaciones al art. 5o Constitucional; colaborar en planes de estudio; ver que tengan título los que desempeñen los puestos que requieran conocimientos de la profesión de diseñador; formar listas de peritos oficiales por especialidades.

Avances: Ha organizado desde su fundación encuentros, conferencias, seminarios, y eventos destinados a propiciar el diálogo e intercambio entre los diseñadores y la industria. Participa en concursos de diseño como jurado y publicó dos libros “Diseño Mexicano Industrial y Gráfico” en 1992 y 1995.

Reto a vencer: El principal reto para los diseñadores es: cambiar la cultura empresarial nacional, para orientarla hacia la investigación y desarrollo de nuevos productos.

Objetivos: El futuro que hemos de construir prevé necesariamente la participación activa y significativa del diseño en la construcción y expresión de nuestra cultura, en los ámbitos nacional y global. (Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A.C, 2014)

En Latinoamérica también existen asociaciones de diseñadores como en Mendoza – Argentina: ASOCIACIÓN DE DISEÑADORES DE MENDOZA; ADIMZA, una Asociación Civil sin fines de lucro que nuclea a los profesionales de diseño de la Provincia de Mendoza, con la intención de generar un espacio de integración y comunicación entre profesionales de distinta áreas y empresas interesadas en

adquirir servicios de diseño.

Participan: Pueden integrarse a la Asociación los diseñadores con formación profesional graduados en las disciplinas de diseño gráfico, industrial, multimedia, interiores, indumentaria y otras.

Su misión es: Generar un ámbito de participación y asociación para todas las disciplinas del diseño, forjando oportunidades de vínculos e intercambio entre profesionales, empresas e instituciones; con el fin de impulsar su desarrollo y su inserción definitiva como eslabón fundamental de la cadena de valor en el sistema económico-productivo local. (Asociación de diseñadores de Mendoza, 2013)

En Perú existe, ALADI Asociación Latinoamericana de Diseño, significa un solo diseño, un mismo lenguaje y objetivo en común, que organiza, participa, desarrolla, promueve, respalda, patrocina, tutela, auspicia y difunde: Concursos, exposiciones, muestras, congresos, jornadas, conferencias, talleres, capacitaciones, programas de docencia, proyectos de investigación, publicaciones, realiza convenios nacionales e internacionales, pasantías, procurando mantener activo interés en todas las actividades vinculantes a la problemática del diseño y su producción. (Asociación Latinoamericana de Diseño, 2013)

2.2.5. Perfil profesional

La profesión de Diseño Gráfico no es masiva, hasta la actualidad se conocen seis universidades que dictan esta carrera como profesión siendo una de ellas la Universidad Peruana de Arte Orval y su perfil profesional es el siguiente:

“El profesional egresado de la carrera de Dirección de Artes Gráficas y Publicitarias está preparado para reaccionar de manera rápida ante los nuevos cambios sociales, tecnológicos y culturales por lo que determina las

necesidades de los clientes con empatía.

Interpreta el arte y la cosmovisión peruana para su aplicación en el diseño gráfico. Al contar con sus sólidas bases artísticas y técnicas es un creativo profesional y perfeccionista.

Conoce el lenguaje de la programación y de las páginas web.

Aplica los fundamentos del marketing y la publicidad en la gráfica.

Organiza esquemas artístico-visuales aplicables en cualquier soporte gráfico” (Universidad Peruana de Arte Orval, 2014)

Universidad de Ciencia y Arte de América Latina – UCAL, con la carrera de Diseño Gráfico y su perfil profesional es el siguiente:

“El diseñador de UCAL es un profesional estratégico que domina el proceso de diseño, capaz de resolver problemas e identificar oportunidades, generando soluciones innovadoras, que agregan valor al ser humano y las organizaciones.

El Diseño Estratégico en UCAL va más allá de lo gráfico, estético y funcional. Nuestro enfoque se centra en el proceso de diseño para articular las necesidades estratégicas de la empresa con el usuario, con el objetivo de transformarlas en productos y servicios y valoren. (Universidad de Ciencia y Arte de América Latina, 2014)

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC, tiene por carrera Diseño Profesional Gráfico y su perfil profesional es el siguiente:

“Porque sabemos que una idea, sin un buen diseño, se queda en intención, formamos profesionales del diseño gráfico capaces de crear estrategias visuales arriesgadas, impactantes y persuasivas, que faciliten la comunicación desde lo cotidiano hasta lo extraordinario; que hagan la vida de todos más fácil.

En la UPC, te preparamos para liderar la comunicación de ideas integrando aspectos estéticos, técnicos, económicos y culturales en cuatro líneas de especialidad del diseño: Corporativo, Editorial, Publicitario y Digital. El diseñador de la UPC es un especialista en el manejo de las herramientas tecnológicas y los canales digitales.

Nuestra metodología, los cursos y talleres de diseño, creatividad y negocios, permitirán que desde el primer ciclo creas y generes trabajos tangibles y nuestros convenios internacionales le darán a tu formación una perspectiva global, a nivel de las más importantes escuelas de diseño del mundo.

El diseño es un estilo de vida, un lenguaje en busca del mayor bienestar posible. Para lograrlo, te brindamos las mejores herramientas teóricas, prácticas y tecnológicas y reforzamos tus habilidades de gestión para que dirijas equipos creativos y sepas administrar tus propios proyectos.” (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2013)

Universidad San Ignacio de Loyola – USIL y su perfil profesional es el siguiente:

“La Carrera de Arte y Diseño Empresarial de la USIL forma profesionales capaces de emprender y gestionar su propia empresa de comunicación visual, dominando el proceso de conceptualización de las necesidades del cliente, haciendo uso de métodos de comunicación y herramientas de alta tecnología. Crean imágenes que generan identidad a través del reconocimiento de la realidad multicultural peruana, fomentando así un proceso de inclusión y responsabilidad social, logrando identificarse con el público objetivo hacia el cual se dirigen los sistemas de comunicación, evitando caer

en estereotipos o moldes foráneos, mejorando la calidad de vida de los peruanos y contribuyendo a rescatar nuestra herencia multicultural, inspirándose en ella para hacerla actual y vanguardista. Asimismo, son capaces de ejercer un liderazgo efectivo y mostrar un comportamiento ético frente a su equipo de trabajo, comprometiéndose con el mismo hacia el logro de los objetivos compartidos.” (Universidad San Ignacio de Loyola, 2015)

Como pionera del Diseño Gráfico en Perú está, la Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP, su perfil profesional es:

“La especialidad de Diseño Gráfico forma diseñadores para el desarrollo del país con fundamentos humanistas, artísticos y de comunicación. Durante la carrera, los estudiantes investigan, aprenden y experimentan estrategias y técnicas de expresión visual para realizar proyectos y productos gráficos que ingresarán a la cultura y el mercado para informar, comunicar, generar valores y mejorar la calidad de vida.

El arte, la tecnología, la comunicación y el análisis de mercado son referentes esenciales para el programa de estudios. De este modo, los futuros diseñadores desarrollarán competencias creativas y comunicativas propias de la ilustración, del diseño editorial corporativo o publicitario, de la multimedia, del cómic y de la animación, por nombrar algunas de las principales líneas de acción de la especialidad.” (Universidad Pontificia Católica del Perú, 2012)

2.2.6. Colegios profesionales

En el Perú, no existe un Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos, pero sí colegios profesionales relacionados con las comunicaciones, como el Colegio Profesional de Relacionistas Públicos del Perú creado en el año 1985, ley N°25250. (Ver Anexo 01), del mismo modo

el colegio de Periodistas del Perú en 1982, ley N°23221. (Ver Anexo 02)

Según la Constitución Política del Perú en su Capítulo III: DE LOS DERECHOS SOCIALES Y ECONÓMICOS, en el Artículo 20° dice: Los colegios profesionales son instituciones autónomas con personalidad de derecho público. La ley señala los casos en que la colegiación es obligatoria.

Y de tal manera como lo señala la Sentencia de Pleno Jurisdiccional del Tribunal Constitucional (20 de Febrero del 2006). “En suma, no debe perderse de vista que la justificación última de la constitucionalización de los colegios profesionales radica en incorporar una garantía frente a la sociedad, de que los profesionales actúan correctamente en su ejercicio profesional”. (Ver Anexo 04)

2.2.7. Ética Profesional

Según Alarcón. R y Bernal, M (2003), define a la Ética profesional y su importancia en el orden práctico como: “La vida profesional es un problema capaz de preocupar en tres sentidos: ¿Cómo se triunfa socialmente? ¿Cómo se triunfa laboralmente? ¿Cómo es posible conjugar estos triunfos sin comprometer la conciencia y la dignidad humana?

La ética profesional ha surgido en parte del buen deseo de colmar estos interrogantes. Los cursos de ética profesional, cada vez más extensos y reclamados en las universidades, son evidentemente la manera más noble de cumplir su responsabilidad educativa y de responder a la confianza y a las esperanzas que la sociedad deposita angustiosamente en los que se ha denominado con respeto y simpatía Universidad.”

“...Y es que vivimos en comunidad; no somos seres aislados: nuestro actuar implica a los demás, del mismo modo que somos influidos por ellos. Lo que podemos advertir a distintos niveles: Dimensión Biológica y Dimensión Cultural” (Gómez, Fernández, Hilliard, Pareja. 2011)

Define Cervera, Á. (2008) La Ética y el compromiso como: “Ser ético es preocuparse de que los negocios y las empresas sirvan efectivamente a las personas y a la sociedad.

Algunas empresas consideran que los valores éticos son una importante ventaja competitiva frente a los competidores que prescindan de ellos. En los últimos años se ha ido más lejos. La ética no sólo se tolera – aceptando que es necesario prescindir de ella para triunfar en los negocios -, sino que se llega a afirmar que la propia ética contribuye, a largo plazo, en una mejora de los beneficios empresariales”

Y es que resulta difícil pensar en crecer de manera profesional si no hace de manera correcta (ética).

El desempeño de una actividad profesional requiere de las condiciones necesarias que faciliten el desarrollo de esa labor de la mejor forma posible. Son muchas las denuncias y peticiones que desde el colectivo de los informadores o periodistas han surgido en los últimos tiempos. A las ya tradicionales de respeto a la independencia en la ejecución de dicha tarea, se suman la del reconocimiento laboral ya mencionado y el del creciente respaldo de organizaciones profesionales. Es verdad que esta última ha ido creciendo progresivamente y se puede afirmar que el periodista ya no se encuentra solo. (Echaniz A y Pagola J, 2004).

Se puede notar que cada acción personal y profesional radica en principios éticos que encaminarán las acciones profesionales, por ello la importancia de los códigos éticos en las carreras universitarias.

La mayor parte de las carreras maduras guían el comportamiento con códigos de ética. Por ejemplo, el juramento hipocrático guía a los médicos. El código de ética de una profesión representa el estándar con el que se pueden comparar los profesionales si no hay normas internalizadas. (Nelson y Campbell, 2013)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Trayectoria Cualitativa

Esta investigación es de tipo cualitativa, ya que parte del conocimiento subjetivo, racional interpretativo en la cual se busca recolectar experiencias para interpretar fenómenos.

Según Hernández, Fernández y Eptista. (2014) Define la meta de investigación cualitativa como: “describe, comprende e interpreta fenómenos a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes”.

3.2. Enfoque seleccionado

La investigación parte de un problema nuevo, tiende a ser exploratoria porque busca estudiar una situación poco conocida convirtiéndose en el punto de partida para resolver un problema que apunta a determinar la necesidad de una organización como representación social del diseñador gráfico frente al mercado laboral, por ello el tipo de investigación desde su enfoque que permitió lograr los objetivos de la investigación.

Según Hernández et al. (2014) en su definición de enfoque cualitativo: “Dicho de otra forma, las investigaciones cualitativas se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas)”

3.3. Objeto de estudio

En esta investigación el objeto de estudio es el profesional en Diseño Gráfico, cabe resaltar que es considerado profesional aquella persona que obtiene un título profesional, en este caso licenciatura.

3.4. Sujetos participantes

Los sujetos participantes son Licenciados en Diseño Gráfico de los departamentos de Lima y Lambayeque, lugares donde se identificaron universidades que dictan esta profesión.

Se entrevistó en su totalidad a seis (06) Licenciados en Diseño Gráfico, tres (03) de Lambayeque y tres (03) de Lima, con la finalidad de obtener respuestas en igual proporción considerando sus características profesionales similares, pero en ambientes diferentes.

3.5. Abordaje metodológico, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Debido a que esta investigación es nacional, se realizaron entrevistas semiestructuradas a dos equipos; una consistió en entrevistar a egresados con título profesional del departamento de Lambayeque por medio de una grabadora de voz y para el segundo equipo se realizaron entrevistas haciendo uso de los medios digitales como WhatsApp (mensajes de audio) a los profesionales titulados del campo del Diseño Gráfico del departamento Lima (Capital del Perú), lugar donde se ubican las otras universidades que dictan esta especialidad.

Según WhatsApp. (2016), en su página detalla qué es y cómo funciona la aplicación: “WhatsApp Messenger es una aplicación de mensajería multiplataforma que te permite enviar y recibir mensajes sin pagar por SMS. WhatsApp Messenger está disponible para iPhone, BlackBerry, Windows Phone, Android y Nokia, y todos esos dispositivos pueden comunicarse del uno al otro! Debido a que WhatsApp Messenger usa el plan de datos que ya tienes para email e internet, no hay un coste adicional por enviar mensajes y mantenerte en contacto con tus amigos.

Además de aprovechar de la mensajería básica, usuarios WhatsApp pueden crear grupos, y enviar entre ellos un número ilimitado de imágenes, videos y mensajes de audio.

Todas las entrevistas fueron grabadas, teniendo en cuenta la confidencialidad y el consentimiento informado. Que posteriormente pasó por diversos procesos, desde el análisis y discusión hasta la interpretación de cada una de las entrevistas que se realizaron.

3.6. Procedimientos para la recolección de datos

Para el correcto desarrollo de la investigación se establece la entrevista como técnica de aplicación, ya que gracias a sus características permitió extraer de los entrevistados la información necesaria para su análisis y discusión considerando el modo de respuesta, planteado como apreciación en cada una de las entrevistas.

Para la presente investigación el instrumento consistió en una guía de preguntas semiestructuradas que tiene por finalidad adquirir la información correspondiente al tema sin correr el riesgo de perder el enfoque o desviarse de la investigación, ya que es de tipo cualitativa y se analizará un tema social donde la interpretación es la base para los resultados finales; las entrevistas fueron validadas por expertos en el tema. (Ver anexo 05)

3.7. Análisis de datos

En base al tipo de investigación definido como cualitativa, se planteó una entrevista semiestructurada, la cual consiste en ocho (08) preguntas guía planteadas con la finalidad de conocer las necesidades de los Licenciados en Diseño Gráfico por medio de sus experiencias.

Una vez realizada la entrevista en la que se utilizaron medios virtuales como WhatsApp modo mensajes de audio y un grabador de audio de teléfono móvil, se continuó con el proceso de desgrabación de cada una de las entrevistas teniendo en cuenta apreciaciones del entrevistado al momento en el momento de la respuesta; por consiguiente, se estructuró un cuadro de Interpretación y discusión de resultados con la finalidad de organizar y unificar los resultados.

El análisis de datos culmina con la síntesis de los resultados más resaltantes propuestos en las consideraciones finales, las cuales se fundamentan con el marco teórico expuesto.

3.8. Principios éticos

De acuerdo al tipo de investigación cualitativa planteada en este proyecto, el compromiso ético resulta ser la pieza clave y fundamental para el desarrollo de la investigación, ya que la guía es interpretativa.

Tal como lo mencionan los lineamientos universitarios se tendrá en cuenta la confidencialidad.

Según Hernández et al. (2014), definiendo la perspectiva del investigador en el análisis de datos dentro del enfoque cualitativo como: “Interna (desde los datos). El investigador involucra en el análisis sus propios antecedentes y experiencias, así como la relación que tuvo con los participantes del estudio.”

Por lo tanto, resulta crucial el involucramiento del investigador con los participantes de estudio, consecuentemente el esmero por preservar las condiciones éticas, mostrando de esta manera el respeto y garantizando la originalidad de la presente investigación.

3.8. Criterios de rigor científico

Dentro del aspecto científico de la investigación se tendrá en cuenta la fiabilidad, derechos de autor y validez como cualidad fundamental que enmarque los procesos en el desarrollo del proyecto.

Desde la obtención de antecedentes y teorías objetivamente seleccionadas hasta la correcta aplicación del método científico correspondiente con la investigación, lo cual implica imparcialidad, transparencia y análisis profundo de las interpretaciones que se obtenga de los resultados.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Análisis y discusión de los resultados

4.1.1 Análisis de resultados

El análisis de resultados está basado en un proceso detallado que permite organizar de mejor manera las respuestas de los entrevistados.

Una vez codificados los entrevistados con denominación "E" y numerados en orden de entrevista (E1, E2, E3, E4, E5, E6). Se realizó la desgrabación de las respuestas en base a la guía de preguntas del entrevistador quedando de la siguiente manera:

Entrevistado 1 (E1)

APRECIACIÓN: El entrevistado responde de manera clara, sin titubeo, muy sereno, mostró emoción en las ultimas preguntas.

1. ¿Qué se siente ser un Diseñador Gráfico profesional?

Me está yendo bien gracias a dios, terminé la carrera en diciembre del 2014, luego inicie a trabajar en la universidad Cesar Vallejo, felizmente en el mes de abril y desde ahí pues ya no he dejado de trabajar, ahorita estoy trabajando en una agencia publicitaria en México, en la ciudad de Toluca-Metepec, y bueno pues me gusta, de mi carrera y de mi profesión estoy feliz porque nunca falta trabajo pero yo creo pues que depende de la iniciativa de cada quien, no solamente quedarte con el trabajo estable que tienes, sino que tan bien buscar otras alternativas, trabajar como freelance y tener otros proyectos en mente, y bueno pues felizmente siempre me ha movido en ese aspecto.

2. ¿Te sientes bien con tu puesto de trabajo actual? ¿Está vinculado con tu profesión?

Tengo un horario estricto como en cualquier otra agencia, pero en si mi jefe y mis compañero trabajamos en equipo, esta agencia publicitaria no

está separada por áreas, sino que cada diseñador se encarga de todo desde que llega el cliente, o sea se puede decir que uno mismo se encarga del área de cuentas, el área de arte, de pre-prensa y post-prensa, tenemos un taller de impresión en donde están todas las máquinas, dependiendo de lo que sea: impresión, sublimación, plóter, serigrafía y entonces, pues nosotros cada uno se encarga de su cliente, y pues no es muy estresante porque creo pues refiero hacer las cosas por mí misma para no quedar mal con los clientes, y ya nada más nos apoyamos entre nosotros si necesitamos algo o estamos pendiente del área de taller para que...todo suceda bien y quedes bien con los clientes.

3. ¿Crees que el mercado laboral conoce el perfil del diseñador gráfico?

Yo creo que no realmente, en este caso en el mi trabajo actual como ya es una agencia publicitaria, ellos ya tienen conocimiento de todo lo que realiza un diseñador gráfico o un comunicador visual, pero cuando ingresé en la universidad César Vallejo, los que me contrataron fueron ingenieros en sistemas porque era el área de y tecnologías de información, entonces ellos necesitaban a un diseñador para realizar los diseños de los sistemas, yo les mencioné todo lo que tenía conocimiento, qué es lo que yo podía aportar, cuál era el perfil del diseñador porque no tienen conocimiento y cuando estuve buscando trabajo para venirme a México, también hay muchas empresas que no saben lo que puede realizar un diseñador gráfico y creo que tanto en Perú como en México y no sé si en otros lugares, está muy devaluado el diseñador, la verdad es que la mayoría piden practicantes, becarios o te quieren pagar el sueldo mínimo porque tienen idea de que solo te vas a sentar en una computadora para hacer un dibujito, no un diseño y pues no tienen ni idea de todo el conocimiento que nosotros tenemos en diferentes áreas, como es editorial, producciones, diseños web, en sistemas, en comunicación, fotografía o sea pues hay varias ramas que cada uno ya se especializa y si creo que falta mucho la valoración que se le debe dar a un diseñador.

4. ¿Te sentirías más satisfecho si la sociedad empezara a valorar y reconocer

tu labor como profesional?

Sí claro de hecho, yo creo que no solamente las personas, las empresas devalúan mucho el trabajo de un diseñador, si no yo creo que también hay diseñadores que con tal de quedarse con el trabajo cobran cada vez menos y hacen cualquier trabajito sin que sea realmente un buen trabajo con todos los pasos que debe seguir un diseñador para realizar un buen trabajo final y yo creo que también por eso va devaluando el trabajo de un diseñador, entonces las personas piensan que ese mínimo que cobran en una imprenta o en cualquier persona que no tiene la profesión como tal de licenciatura y de carreras si no personas que han agarrado una computadora y tienen conocimiento básicos o ya conocimientos del programas, pero no se puede decir que es un diseñador gráfico empresarial , entonces ellos mismos son los que están devaluando también la carrera del diseñador, entonces yo creo que ahí las empresas deberían valorar más el trabajo de un diseñador ya profesional con un título de licenciado y que sepan diferenciar eso entre algún otro practicante o de carrera técnica.

5. ¿Conoces de alguna organización que reúna a diseñadores gráficos?

Si claro bueno, así como asociaciones no conozco, pero pues ahora con las redes sociales hay varias comunidades de diseñadores, páginas en los que se nota todo lo que publican los diseñadores en cuanto a esta problemática, tanto hay páginas en redes sociales dedicadas también a recluir a los profesionales del diseño gráfico y en sus mismas publicaciones se nota pues cuando piden a un diseñador con algunas especificaciones que necesitan como los años de experiencia, que tenga conocimientos en esto, y buenos ellos mismos empiezan a comentar que pues no está bien pagado o que hay diseñadores que cobran cada vez menos, entonces eso va también devaluando el trabajo de un diseñador, entonces yo creo que pues debería existir como que alguna asociación que proteja eso no, que tenga tal vez algunos lineamientos en cuanto a los precios que debería cobrar un diseñador y que tengan las persona puedan con esta asociación tener los conocimientos de todos los perfiles del trabajo que puede realizar

un diseñador, los precios, este contratos y todo ello.

6. ¿Crees que es necesario contar con un Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos para amparar tus derechos y garantizar tu desempeño laboral?

Sí claro, a parte de los beneficios que mencionas, normalmente existen por ejemplo los colegios de Arquitectura, de Medicina, ingeniería y en los mismos colegios se pueden reunir los profesionales, entonces esto nos ayudaría también a tener contacto conocimientos, compartir experiencias realizar eventos actualizaciones y pues tener ya un peso más que le dé como más valor a nuestra profesión ya teniendo un colegio profesional que nos dé como ese respaldo.

7. ¿Qué sentirías respecto a tu profesión de diseñador gráfico si fuera respaldado por un Colegio Profesional?

En mi forma de pensar no me refiero a que yo me sentiría más respaldada, me sentiría como más gratificada en ese aspecto, pero creo que si es necesario que los diseñadores gráficos tengamos ese respaldo o ese colegio profesional que te brinde todos esos servicios y que puedan las personas llegar a buscar más información en ese colegio profesional o en todo caso ellos o las personas que nos van a contratar se sientan como más respaldados sabiendo que nosotros tenemos una licenciatura y que pertenecemos a un colegio profesional.

8. ¿Crees que un Colegio Profesional brindaría el respaldo social al diseñador gráfico frente al mercado laboral? ¿De qué manera?

Pues dándonos la oportunidad de pertenecer al Colegio Profesional y que nos den tal vez algún certificado o algún documento que lo avale.

Entrevistado 2 (E2)

APRECIACIÓN: El entrevistado responde de manera clara, muy seguro con cada respuesta que brindaba, se tomó un tiempo para dar respuesta a la cuarta pregunta.

1. ¿Cómo te sientes de ser un Diseñador Gráfico profesional?
Muy bien, es una profesión que me ha dado muchas satisfacciones, tanto profesional como personalmente.

2. ¿Te sientes bien con tu puesto de trabajo actual? ¿Está vinculado con tu profesión?
Si, en todo aspecto muy bien.

3. ¿Crees que el mercado laboral conoce el perfil del diseñador gráfico?
Es dependiente del segmento, hay personas y entidades que sí, y otras que no necesariamente.

4. ¿Te sentirías más satisfecho si la sociedad empezara a valorar y reconocer tu labor como profesional?
Lo importante en inicio es que uno se valore, ante todo como ser humano, con los círculos sociales adecuados y posteriormente como profesional, la valoración depende de varios factores, en mi caso no tengo problema alguno en temas de valoración, gracias a dios si siento que mi actividad profesiones es valorada por quienes necesito lo sea, es importante también considerar que nada es absoluto en temas de valoración.

5. ¿Conoces de alguna organización que reúna a diseñadores gráficos?
Si, ADÑ (Asociación de Empresas de Diseño del Perú).

6. ¿Crees que es necesario contar con un Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos que ampare tus derechos y garantice tu desempeño laboral?
Si es necesario, no tanto por el tema de derechos laborales, ese punto corresponde a prácticas correctas de empresas o entidades normadas por el Ministerio de Trabajo, no necesariamente a una entidad o Colegio Profesional, el cual si es importante para regular la calidad del profesional en pro del buen desempeño del individuo profesional con reglamentos y normas que lo garanticen.

7. ¿Qué sentirías respecto a tu profesión de diseñador gráfico si fuera respaldado por un Colegio Profesional?

Sería lo adecuado.

8. ¿Crees que el Colegio Profesional brinde el respaldo social al diseñador gráfico frente al mercado laboral? ¿De qué manera?

No necesariamente, lo que sí, garantiza la calidad del servicio que le hace bien primero al mismo profesional, ya que lo hace más competitivo, le hace bien a la profesión ya que con la competitividad genera calidad y valor a la profesión en sí, y tercero (y lo más importante) es que el usuario que es lo más importante de la cadena recibe calidad de producto/servicio, lo cual en conjunto eleva a la profesión a un nivel de alta calidad regulada, lo cual es bueno para todos.

El respaldo social al diseñador gráfico depende de otros factores (y no solo al diseñador gráfico sino al empleado trabajador en general), desde la regulación de normas laborales, empresa y comercio justo, sueldos justos, que, si bien una colegiatura puede contribuir según la escala de grados, o nivel profesional, no lo determina.

Entrevistado 3 (E3)

APRECIACIÓN: El entrevistado responde de manera clara directa y sin titubeo las primeras preguntas, para la quinta pregunta se detuvo a recordar para responder, para el resto de la entrevista responde de manera animada y con entusiasmo.

1. ¿Cómo te sientes de ser un Diseñador Gráfico profesional?

Bueno en primer lugar creo que satisfacción porque es un modo de realizar el sueño que tiene cada persona, no tanto enfocado en lo que es la carrera que es un punto muy grande porque se elige una carrera en función de tus preferencias, de tus gustos, entonces la satisfacción es de por sí es por haber culminado lo que te propones no, en un inicio; considero que lo he terminado en buenos términos, en el tiempo adecuado, no se ha desarrollado en la parte profesional es muy importante para mí porque te das cuenta en realidad como puedes ir aplicando lo que has aprendido a lo

largo de la carrera, una cosa es la práctica que te toman en el aula y la otra que es la que tu realizas ya como profesional, son dos cosas muy distintas, entonces ahora me siento muy tranquila en este punto de modo iniciando en realidad así que espero que esta como bien, satisfecha con todo esto.

2. ¿Te sientes bien con tu puesto de trabajo actual? ¿Está vinculado con tu profesión?

Estoy laborando de jefe de práctica de la carrera profesional de artes y diseño en la universidad señor de Sipán. En parte sí, yo creo que cuando uno estudia una carrera, en especial ese tipo de carreras lo primero que me vienen la mente es bueno salgo y trabajo en agencia, es lo primero que se viene a la mente un estudio grafico o fotográfico no, unas cosas así, pero a veces se deja de lado que existe una puerta académica que yo considero ya trabajando acá es de mucho valor porque te permite para actualizada, o sea si bien tu trabajas por ejemplo en un estudio que se yo, te dedicas a lo que es diseñar y amar todo lo que te piden, toda la parte práctica en realidad, pero trabajando acá te permite mantener la, o sea estar refrescando constantemente, seguir leyendo, seguir informando, seguir actualizándote, entonces se puede llevar las dos cosas de forma paralela.

3. ¿Crees que el mercado laboral conoce el perfil del diseñador gráfico?

No, la verdad no, tuve la oportunidad de hacer prácticas fuera y el mercado de afuera esta muchísimo más avanzado, tiene mucho mayor conocimiento de lo que es el desarrollo de un diseñador gráfico en la empresa, acá te ponen mucho como es que bueno en realidad los trabajos que ido teniendo acá, en realidad solo te dan como manejo de página, pagina web, página de Facebook; entonces es un tema muy básico ceo yo, no explotan el trabajo del diseñador a 100%.

4. ¿Te sentirías más satisfecho si la sociedad empezara a valorar y reconocer tu labor como profesional?

Yo creo que sí, es para todo, no solo viéndolo del lado de la motivación es muy bueno porque te inspira, te ayuda, te hace sentir más no se con más

aporte para la sociedad y del lado económico también porque es un punto muy importante y o sea si no conocen, si no saben e ponen en un trabajo o califican o evalúan tu trabajo económicamente muy lejos de lo que realmente vale, por un logo te tratan de pagar 100 soles, 50 soles, 30 soles y lamentablemente hay gente que lo hace y eso hace que el mercado vaya en vez de aumentando, de concientizando, vaya para abajo.

5. ¿Conoces de alguna organización que reúna a diseñadores gráficos?

Acá en Perú no, no conozco ninguna... Sé que hay organizaciones, pero ahorita no se me viene ninguna a la mente.

6. ¿Crees que es necesario contar con un Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos que ampare tus derechos y garantice tu desempeño laboral?

Sí, yo creo que sí, porque es un porque es un es una forma de respaldo al profesional, de no ser como bueno terminaste la carrera y ve tú lo que haces, es una forma de enseriar si se quiere un poco más la profesión, de alinear un poco más la profesión.

7. ¿Qué sentirías respecto a tu profesión de diseñador gráfico si fuera respaldado por un Colegio Profesional?

Yo creo que se tendría un poco más de, yo sentiría un poco más, se le estaría dando un poco más de valor no, frente a la sociedad se le estaría dando un poco más de importancia, se estaría buscando un poco más de consolidación tal vez de la carrera y bueno obviamente eso te da a ti mayor seguridad como le mencione antes seguridad, tanto motivacional como económica que creo que en esta parte de la vida es una de las cosas más importante.

8. ¿Crees que el Colegio Profesional brinde el respaldo social al diseñador gráfico frente al mercado laboral? ¿De qué manera?

Yo creo que sí, basándose en eso de la idea de crear es está bueno y que, si respaldaría, serviría muchísimo, se empieza igual desde poco, pero

serviría mucho serviría mucho que se cree, y si respaldaría.

Entrevistado 4 (E4)

APRECIACIÓN: El entrevistado responde de manera clara, respuestas con mucha emoción en la cuarta y octava pregunta.

1. ¿Cómo te sientes de ser un Diseñador Gráfico profesional?

A gusto, porque es una profesión totalmente diferente. Se puede aplicar los conocimientos en cualquier rama empresarial

2. ¿Te sientes bien con tu puesto de trabajo actual? ¿Está vinculado con tu profesión?

Sí me desarrollo en mi campo, no hago otra cosa que diseñar, pero es complicado, porque donde he laborado lamentablemente confunden mi profesión como un trabajo del momento fácil de hacer, cuando en realidad necesitas un proceso de información, estrategia y diseño.

3. ¿Crees que el mercado laboral conoce el perfil del diseñador gráfico?

Como te decía, una gran mayoría confunde la labor de un diseñador, el que esté frente a una máquina desarrollando la parte gráfica de una campaña no te hace un verdadero diseñador, hay todo un proceso y eso deberían conocerlo todos. Así que no.

4. ¿Te sentirías más satisfecho si la sociedad empezara a valorar y reconocer tu labor como profesional?

De hecho, sería genial así mi profesión se posicionaría en el top de todas. Somos los mejores.

5. ¿Conoces de alguna organización que reúna a diseñadores gráficos?

Sí, pero no en mi país. Conozco sobre el FID (Festival Internacional de Diseño) en Costa Rica y el Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño en Argentina.

6. ¿Crees que es necesario contar con un Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos que ampare tus derechos y garantice tu desempeño laboral?

Es urgente que nos respalden. En la industria creativa hay muchas formas de plasmar una idea, y muchos que se hacen llamar diseñadores copian descaradamente. No es posible.

7. ¿Qué sentirías respecto a tu profesión de diseñador gráfico si fuera respaldado por un Colegio Profesional?

Seguridad y más responsabilidad, para hacer de mi profesión algo más maravilloso.

8. ¿Crees que el Colegio Profesional brinde el respaldo social al diseñador gráfico frente al mercado laboral? ¿De qué manera?

Sí, pues no habría cualquier persona que se hiciese pasar por diseñador sin saber lo que implica realmente. Se valoraría más la profesión, tendríamos más responsabilidades, más oportunidades de trabajo, cero confusiones y muchas otras más que nos beneficien.

Entrevistado 5 (E5)

APRECIACIÓN: El entrevistado responde de manera clara, pero muestra un poco de nervios por la grabación de la entrevista, pero poco a poco empezó a desenvolverse de manera más fluida.

1. ¿Cómo te sientes de ser un Diseñador Gráfico profesional?

Como me siento pues yo creo que ella universidad influye mucho, pues del todo y desde que sales y te enfrentas a un clima laboral ser diseñadora gráfico, me siento muy preparada pero también con mucho por aprender pero en la cancha digamos es ful práctica tienes que cumplir espectador, tienes que ser creativo, rápido y eso se vuelve un poco más complicado porque uno trabaja con tiempos eso es la parte más complicada digamos de la carrera porque pues uno sale con muchos conocimientos teóricos y un poco de práctica y nada pues mucho por aprender pero en algunas

conozco más de una área y otras que implican de más conocimiento.

2. ¿Te sientes bien con tu puesto de trabajo actual? ¿Está vinculado con tu profesión?

Es una empresa de riego tecnificado digamos que me encargo de la parte gráfica cómo identidad corporativa, pero más lo que es publicidad y pues práctico mucho lo que es ilustración y pues todos los conceptos, fundamentos para crear publicidad rápida y pues obviamente efectiva; me siento muy bien con ganas de crecer, lo tomo como experiencia igual que en las prácticas en las que estuve antes y pues realmente me siento que el campo aquí laboral de Chiclayo es bastante limitado así que me siento muy afortunada por tener esta oportunidad y pues bien estoy bien creo y sí mi trabajo está vinculado realmente es notamente diseño laque hago, pues no he salido en otras áreas es diseño gráfico he armado, varios diseños digitales y pues a nivel gráfico en sí.

3. ¿Crees que el mercado laboral conoce el perfil del diseñador gráfico?

Pues yo creo que del todo no, hay un problema que se da en la sociedad lambayecana, como la carrera es nueva aquí dentro de Chiclayo, los profesionales que han egresado son pocos y parece que las empresas están acostumbrados a los técnicos por lo tanto buscan un perfil más o menos de esa manera y pues los costos baratos y no tanto se interesan en la calidad del trabajo pero pues hay empresas que sí, son muy pocas mayormente son empresas que tienen gente o jefes más jóvenes que tienen la visión esa de la comunicación visual, la visión la importancia de lo que es el trabajo del diseño y ya pues la gente mayor tiene como paradigmas más difíciles de romper, pues yo creo que por ese lado de diseñar para emprendimiento de ese tipo de situaciones, yo creo si tenemos bastante futuro, es el perfil de jefes que buscamos en las empresas

4. ¿Te sentirías más satisfecho si la sociedad empezara a valorar y reconocer tu labor como profesional?

Pues sí, yo creo que si para las personas que hemos egresado de la

carrera, es muy importante que nos reconozcan, estamos en un mercado bastante duro con pocas posibilidades pero también la suerte de que tal vez esto puede crecer y tengamos más oportunidades digamos esa es la fuerza que nos damos y trabajamos muy duro para eso, si siento que ahora las oportunidades son limitadas pero que un futuro creo que habrán muchas pero en este momento es un poco más duro, porque digamos que hay pocas posibilidades, digamos que es muy complicado, tengo planeado pues ya el otro mes ir y hacer una maestría fuera allá en México creo que es mejor salir y no solamente aprender de la sociedad sino también del diseño como es aplicado en diferentes países y yo creo que sí; y yo recomiendo salir a estudiar prepararte más y es así como uno puede regresar y con más posibilidades.

5. ¿Conoces de alguna organización que reúna a diseñadores gráficos?

Sí conozco una de Lima que recuerdo, exactamente el nombre no recuerdo, pero justo me mando para poder inscribirme, exactamente no la tengo, pero sé que existe una en Lima. Creo que es como una organización.

6. ¿Crees que es necesario contar con un Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos que ampare tus derechos y garantice tu desempeño laboral?

Yo creo que sí pues si es a nivel del país yo creo si es necesario, porque a nivel país creo que Lima ya nos gana en haber egresado más profesionales diseñadores y creo que si es importantísimo poder reunirnos y brindarnos oportunidades, y pues, así como todas las carreras tienen sus colegios para ellos, si es en Chiclayo pienso que todavía, a un futuro porque no tenemos tantos profesionales como para poder hacer la creación de un colegio aquí.

7. ¿Qué sentirías respecto a tu profesión de diseñador gráfico si fuera respaldado por un Colegio Profesional?

Pues yo creo que me sentiría mucho más segura como pues realmente todas de las profesiones se sienten, porque sé que hay muchas, creo que

hay colegio de odontólogos, enfermeras y de todo creo que hay, entonces yo creo que te respalda mucho a nivel profesional como una unidad de lo que es una profesión, y pues es muy importante, pues yo creo que en verdad todos los que salimos queremos sentirnos agrupados de alguna manera y este sería un modo, pues lo creo así.

8. ¿Crees que el Colegio Profesional brinde el respaldo social al diseñador gráfico frente al mercado laboral? ¿De qué manera?

De una manera exacta yo creo que quizá ante alguna injusticia sí, por ejemplo, se me ocurre que digamos que hay un maltrato laboral hacia un diseñador, un mal aprecio, yo creo que el colegio digamos te puede respaldar de ese punto y pues más allá desconozco otra función que podría hacer el colegio.

Entrevistado 6 (E6)

APRECIACIÓN: El entrevistado responde de manera directa, sin titubear en su respuesta.

1. ¿Cómo te sientes de ser un Diseñador Gráfico profesional?

Bien, sin embargo, cuando sales al mercado no todos te reconocen como tal, la gente cree que somos lo mismo, y lógicamente no es así.

2. ¿Te sientes bien con tu puesto de trabajo actual? ¿Está vinculado con tu profesión?

Actualmente me encuentro trabajando de manera independiente. Es difícil, sí, pero prefiero este estilo de trabajo ya que uno administra y maneja sus propios horarios. Creo que lo más complicado es llegar al cliente, se tiene que buscar mucho, siempre y cuando no tengas contactos. Aunque no descarto el hecho de trabajar en alguna empresa como diseñador gráfico.

3. ¿Crees que el mercado laboral conoce el perfil del diseñador gráfico?

Definitivamente no, incluso empresas grandes no lo conocen, y por

supuesto, no lo valoran. Esto es lo más difícil cuando uno recién sale, ya que, si no ingresas a una agencia (aunque de igual manera las mismas agencias son peseteras) encontrar a alguna empresa que valore y reconozca tu trabajo como diseñador gráfico, tomará tiempo.

4. ¿Te sentirías más satisfecho si la sociedad empezara a valorar y reconocer tu labor como profesional?

Creo que es una pregunta muy obvia, dudo que alguien no quiera ser reconocido y valorado.

5. ¿Conoces de alguna organización que reúna a diseñadores gráficos?

En redes sociales se encuentra mucho, hay páginas e incluso revistas que de una u otra forma los reúnen, aportan mucha información importante y enriquecedora para todos los vinculados a esta carrera y afines. Pero una organización, como tal, no.

6. ¿Crees que es necesario contar con un Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos que ampare tus derechos y garantice tu desempeño laboral?

Por supuesto, siempre será útil el hecho de tener una entidad que vele por tus derechos y te ayude a crecer profesionalmente. Pero se tendría que tomar en cuenta las personas que estarán a la cabeza, porque si van a poner a cualquiera a administrarla, sería lo mismo que nada.

7. ¿Qué sentirías respecto a tu profesión de diseñador gráfico si fuera respaldado por un Colegio Profesional?

Por lo que se ve en el entorno profesional, las carreras que tienen su propio colegio profesional, tienen un soporte detrás, lo que le llega a dar un mayor peso a los profesionales de la carrera.

Creo que si ayudaría y es muy probable que ese respaldo también ayude en el ámbito laboral.

8. ¿Crees que el Colegio Profesional brinde el respaldo social al diseñador

gráfico frente al mercado laboral? ¿De qué manera?

Bueno, eso dependerá de las personas al mando lógicamente. Si simplemente se crea un colegio profesional de diseñadores gráficos para decir “Yo cree el Colegio Profesional de diseñadores gráficos del Perú”, sin pensar realmente en el beneficio de los profesionales y todo lo que se podría ganar, estamos perdidos.

4.1.2. Discusión de resultados

Cada una de estas preguntas serán expuestas en cuadros de análisis y discusión lo que permitió considerar el núcleo de las respuestas conocidas también como unidad significativa.

CUADRO DE ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Pregunta	Código	Análisis	Discusión
1. ¿Cómo te sientes de ser un Diseñador Gráfico profesional?	E1	- Se siente bien y feliz ya que no ha dejado de trabajar desde que salió de la universidad. - La iniciativa es un factor importante en el desempeño del diseñador para encontrar alternativas de trabajo.	Todos los participantes sienten satisfacción por la profesión.
	E2	- Se siente muy bien por la profesión ya que le brinda muchas satisfacciones. - Brinda un valor especial a la carrera como pieza importante en el aspecto personal.	
	E3	- Siente satisfacción por la profesión, considera la profesión como un logro personal. - Marca la diferencia entre ser estudiante y profesional de esta especialidad.	
	E4	- Se siente a gusto.	
	E5	- Siente satisfacción por la preparación que recibió.	
	E6	- Se siente bien por el nivel profesional, pero muestra incomodidad por falta de reconocimiento.	
2. ¿Te sientes bien con tu puesto de trabajo actual? ¿Está vinculado con tu profesión?	E1	- Se siente bien con su puesto de trabajo actual y la relación con su profesión. - Menciona la variedad del conocimiento del profesional del diseño gráfico.	Todos los entrevistados laboran en áreas relacionadas al Diseño Gráfico y sienten satisfacción.
	E2	- Se siente muy bien en todo aspecto.	
	E3	- Se siente bien con su puesto de trabajo, menciona estar muy vinculado al diseño. - Resalta la oportunidad laboral de los diseñadores gráficos dentro del sector educativo.	
	E4	- Se siente bien, pero le disgusta que algunas empresas confundan su labor.	
	E5	- Hincapié a su puesto de trabajo actual y la relación con el diseño. - Comenta su interés por la ilustración y la utilidad de esta como herramienta para hacer diseño.	
	E6	- Responde de manera afirmativa y feliz su desempeño como diseñador independiente. - Resalta mucho el valor de los contactos para las oportunidades laborales.	
3. ¿Crees que el mercado laboral conoce el perfil del diseñador gráfico?	E1	- Existe desconocimiento del perfil de los profesionales del diseño gráfico. - Resalta la devaluación de la profesión en el Perú y otros países de acuerdo a sus experiencias.	La mayoría de los entrevistados mencionan el desconocimiento del perfil profesional.
	E2	- Menciona existir en algunos casos un desconocimiento.	
	E3	- Por experiencia valoran más al diseñador en otros lugares. - Si conocieran el perfil del diseñador explotaría al máximo ese potencial.	
	E4	- No conoce el perfil del diseñador gráfico.	
	E5	- Hay desconocimiento considerando al Diseño Gráfico como una carrera de futuro. - Limitaciones por segmentación geográfica y posicionamiento de la profesión	
	E6	- Hay desconocimiento incluso de las grandes empresas. - Opina también que la carrera es de futuro.	

4. ¿Te sentirías más satisfecho si la sociedad empezara a valorar y reconocer tu labor como profesional?	E1	- Sentiría más satisfacción. - Considera que la valoración parte del profesional.	La mayoría de los entrevistados afirma sentir satisfacción, cabe resaltar que algunos consideran que la valoración parte del profesional.
	E2	- Menciona la valoración personal como eje esencial. - Menciona también que nada es absoluto.	
	E3	- Comenta que todo parte del mismo profesional.	
	E4	- Siente satisfacción.	
	E5	- Valoración forma parte del profesional y que esto implica constante capacitación.	
	E6	- Definitivamente su satisfacción se incrementa.	
5. ¿Conoces de alguna organización que reúna a diseñadores gráficos?	E1	- No conoce, solo grupos en Facebook. - Considera que debería existir.	La mayoría de los entrevistados no conocen de alguna organización.
	E2	- Sí conoce de una organización que reúne diseñadores y la relación con el mercado.	
	E3	- No conoce, tiene conocimiento que si existen en otros lugares.	
	E4	- Conoce organizaciones que generan eventos.	
	E5	- Sí conoce una organización, pero no recuerda el nombre.	
	E6	- No conoce, solo de grupos en redes sociales como Facebook.	
6. ¿Crees que es necesario contar con un Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos para amparar tus derechos y garantizar tu desempeño laboral?	E1	- Considera necesaria la creación del Colegio profesional. - Organización así desde un tema de respaldo.	Todos los entrevistados consideran necesaria la creación del Colegio Profesional.
	E2	- Sí existe la necesidad. - Desde la perspectiva de regular la calidad de los profesionales.	
	E3	- Si hay necesidad. - Considera deban existir lineamientos.	
	E4	- Sí existe la necesidad.	
	E5	- Importante la creación de Colegio Profesional. - Realizar eventos y reuniones que contribuyan al desarrollo del diseñador gráfico.	
	E6	- Sí existe la necesidad, velar por los derechos del Diseñador Gráfico	
7. ¿Qué sentirías respecto a tu profesión de diseñador gráfico si fuera respaldado por un Colegio Profesional?	E1	- Confianza al empleador para confiar en el profesional.	Todos los entrevistados sentirían positivamente como: seguridad, respaldo consolidación, confianza entre otros.
	E2	- Sentiría que es lo correcto.	
	E3	- Sentiría más consolidada la profesión.	
	E4	- Seguridad y responsabilidad.	
	E5	- Si sentiría respaldo como profesional.	
	E6	- Sentiría respaldo como profesional en el ámbito laboral.	

8. ¿Crees que un Colegio Profesional brindaría el respaldo social al diseñador gráfico frente al mercado laboral? ¿De qué manera?	E1	- Por medio de la certificación.	La mayoría de entrevistados consideran que, si hay un respaldo, considerando si se crea el Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos.
	E2	- Garantiza la calidad del servicio. - El respaldo social, depende del mismo Diseñador Gráfico.	
	E3	- Sí respaldaría al diseñador gráfico.	
	E4	- Sí, existiría respaldo, responsabilidad, oportunidad y valoración.	
	E5	- De alguna forma si respaldaría.	
	E6	- Sí respaldaría dependiendo de la organización y objetivos del Colegio Profesional.	

* Fuente: Azucena del Milagro Llanos Vásquez.

4.2. Consideraciones Finales

1. Todos los participantes sienten satisfacción por la profesión de Diseño Gráfico, desde diversos puntos de vista. Dice Maslow (1991) “Ningún comportamiento es casual, sino motivado; es decir está orientado a objetivos”. En relación a lo que dice Hirsch, A. (2013). En su investigación ELEMENTOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS ACERCA DE LA IDENTIDAD PROFESIONAL EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO concluye: “Un asunto que vale la pena resaltar se refiere a que la identidad profesional no se genera únicamente en el trabajo, sino que también se produce durante la formación profesional. Esta situación parte desde la formación universitaria y la identidad del estudiante que ahora es licenciado.
2. Todos los entrevistados laboran en áreas relacionadas al Diseño Gráfico y sienten satisfacción. Como se hace referencia en el marco teórico “Diseño tiene una aplicación global: todo es diseño” (Tena. D, 2005). Esto significa que existen muchas oportunidades para los Licenciados en Diseño Gráfico de laborar en empresas sin que el rubro sea un factor limitante.
3. La mayoría de los entrevistados mencionan el desconocimiento del perfil profesional del Diseñador Gráfico, aunque las universidades que dictan esta especialidad muestran el perfil profesional tal como se muestra en las teorías conceptuales de esta investigación.

Recordemos que la enseñanza universitaria es principalmente para la formación y especialización de un “saber profesional” es una de las conclusiones presentada por Covarrubias, P. en su investigación IMAGEN SOCIAL E IDENTIDAD PROFESIONAL DESDE LA PERSPECTIVA DE SUS ESTUDIANTES.

4. La mayoría de los entrevistados afirma sentir satisfacción si la sociedad empezará a valorar su profesión, cabe resaltar que algunos consideran que la valoración parte del profesional.

5. La mayoría de los entrevistados no conocen de alguna organización. Considerando que en Perú existe ALADI, La Asociación Latinoamericana de Diseño, quien desarrolla diversos eventos que reúnen a estos profesionales.
6. Todos los entrevistados consideran necesaria la creación del Colegio Profesional; dice la Constitución Política del Perú en su Capítulo III, artículo 20º, los colegios profesionales son instituciones autónomas con personalidad de derecho público. Esto refiere a que existe un amparo desde el punto constitucional para todos los profesionales.
7. Todos los entrevistados piensan positivamente respecto a su profesión si fueran respaldado por un Colegio Profesional como: seguridad, respaldo consolidación, confianza, cabe resaltar que al existir estos factores mejoraría la representación de los licenciados ante la sociedad e incrementaría la confianza en los empresarios; dice la Sentencia de Pleno del Tribunal Constitucional (20 de febrero, 2006) “los colegios profesionales radican en incorporar una garantía frente a la sociedad”.
8. La mayoría de entrevistados consideran que de consolidar la idea de Colegio Profesional se sentirían respaldados por esta organización, ya que garantizaría la calidad de sus servicios. Colegio de Diseñadores Industriales y Gráfico de México cuyo objetivo es: “El futuro que hemos de construir prevé necesariamente la participación activa y significativa del diseño... en ámbito nacional y global”.

CAPITULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACION

Como propuesta de diseño se realizará una infografía donde se presentará los pasos a seguir para la creación del Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos.

FUNDAMENTO:

Las investigaciones están hechas con contenido estructurado cuyos objetivos responden a la solución de un problema, la manera de comunicar todo este contenido deberá ser detallado de manera clara y precisa con la finalidad de producir en el lector interés por buscar información, incluso por conocer a detalle la investigación.

Se le considera a la infografía toda síntesis de información que se vale de elementos gráficos para su comprensión, construyéndose un relato según los datos que se requieran presentar. Cuyo objetivo final es la adecuada utilización del lenguaje visual para lograr el pleno entendimiento de lo que se quiere comunicar. (Osejo, P. 2012)

JUSTIFICACIÓN:

Se realizó como propuesta gráfica una infografía porque permite mostrar de manera gráfica y sintética resultados de la investigación, también procesos de creación y beneficio del Colegio Profesional, no solo para dar a conocer la información sino también incentivando a los Licenciados en Diseño Gráfico a contar sus experiencias demostrando así la necesidad de dicha organización.

Esto contribuirá a enfocar los objetivos de dicha organización para lograr la representación social los profesionales y su posicionamiento frente al mercado laboral.

OBJETIVO

Difundir de manera gráfica los procesos de creación del colegio profesional de diseñadores gráficos.

MEDIOS:

Para difundir la infografía se creará un Fan page con el nombre “Licenciados en Diseño Gráfico del Perú” con la finalidad de segmentar el público para generar una comunidad virtual; considerando que la mayoría de los licenciados en Diseño Gráfico conocen y utilizan esta red para compartir información.

COSTO:

Siendo la red social Facebook el medio de difusión el costo es cero, ya que sólo dependerá de una persona que cree el Fan page, comparta la infografía y genere contenido para mantener actividad en la comunidad.

DESCRIPCIÓN:

Toda la información que se muestra en la infografía está basada en referencia al marco teórico y párrafos extraídos de la investigación; se describirá en tres grupos:

1. Procesos de creación del Colegio Profesional de diseñadores gráficos:

Para realizar esta gráfica se tendrá como referencia el libro de Estatus Epistemológico de las Relaciones Públicas. Colegio Profesional de Relacionistas Públicos (Rivero, A. 2009). En el cual el autor detalla el proceso de creación de Relacionistas Públicos del Perú.

Presentación de proyecto investigación: Detecta la necesidad de creación del Colegio Profesional.

Exposición de proyecto investigación: Muestra el proyecto con el grupo de licenciados.

Aspectos jurídicos: Reunión con abogados para determinar los deberes, derechos y leyes.

Presentación de pre proyecto de ley: Se agrupa la información y se envía al congreso.

Respuesta del congreso: Aprobación del proyecto de ley

La creación: Se crea la organización en la capital a cargo de un presidente delegado.

2. Beneficios del Colegio Profesional:

Garantía del ejercicio profesional.

Ofertas laborales.

Eventos que contribuyan al desarrollo del profesional.

3. Características de la investigación:

Problema:

Partiendo del desarrollo del hombre y sus necesidades es que aparecen las profesiones que responden a la necesidad de pertenecer a un grupo de personas con características y destrezas similares que permiten reaccionar a ciertas necesidades sociales por medio de un conocimiento específico y que cuya garantía radica en el desempeño profesional de los egresados de las diferentes profesiones; quienes frente a la necesidad de velar por su ejercicio, promover la práctica ética y ejercer su labor de acuerdo a su profesión buscan reunirse en los llamados Colegios Profesionales.

Justificación:

En el mercado ocupacional Lambayecano parece existir poca confianza en el desempeño laboral de los diseñadores gráficos. La presente investigación busca encontrar respuestas que permitirán conocer claramente si existe o no la necesidad de creación de dicho colegio profesional.

Desde el rol profesional del Diseño Gráfico se busca tener respuestas que signifiquen el primer peldaño para la búsqueda de situaciones mayores que permitan al diseñador gráfico profesional posicionarse en la mente del mercado laboral de manera adecuada, generando confianza y garantía en su desempeño laboral, lo que traerá como consecuencia un ejercicio de calidad que conlleve a cambios positivos en la sociedad, desde la perspectiva empresarial y social. Por ello se propone la elaboración de la infografía.

Objetivo General:

Determinar la necesidad de creación del colegio profesional como representación social del diseñador gráfico frente al mercado laboral.

Características metodológicas:

TIPO: Esta investigación es de tipo cualitativa, ya que parte del conocimiento subjetivo, racional interpretativo en la cual se busca recolectar experiencias para interpretar fenómenos.

DISEÑO: Tiende a ser de diseño exploratoria porque busca estudiar una situación poco conocida convirtiéndose en el punto de partida para investigaciones siguientes.

PROPUESTA DE DISEÑO

La propuesta de diseño de la investigación consta de un gráfico expuesto por medio de una infografía. (Anexo 07)



Figura 2: Propuesta de diseño: Infografía; la cual sirve para comunicar de manera gráfica los pasos y beneficios del Colegio Profesional. Autora: Azucena del Milagro Llanos Vásquez.

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.1. Conclusiones

Sí existe la Necesidad de creación del Colegio Profesional de diseñadores gráficos que reúna a los profesionales con la finalidad de garantizar su desempeño laboral. Basado en la entrevista que se aplicó los participantes consideran necesaria la creación del Colegio Profesional, y como dice la CPP en su Capítulo III, artículo 20º, los colegios profesionales son instituciones autónomas con personalidad de derecho público, tal como dice el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráfico de México cuyo objetivo es: “El futuro que hemos de construir prevé necesariamente la participación activa y significativa del diseño... en ámbito nacional y global”.

Teniendo en cuenta la satisfacción que los profesionales sienten por haber estudiado esta especialidad que en el Perú no es masiva, en el norte del Perú, novedosa e innovadora.

La creación de esta organización radica en los licenciados que recién salen de la universidad y buscan un respaldo u organización que respalde su ejercicio laboral, basado en los resultados de esta investigación los licenciados piensan positivamente respecto a su profesión si fueran respaldado por un Colegio Profesional como: seguridad, respaldo consolidación, confianza entre otros beneficios que el Colegio Profesional brindaría; dice la Sentencia de Pleno del Tribunal Constitucional (20 de febrero, 2006) “los colegios profesionales radican en incorporar una garantía frente a la sociedad”. Se considera indispensable para estos profesionales respetar los principios éticos de la profesión para alcanzar el reconocimiento debido, ya que todo parte del profesional, ya que consideran que si existe un desconocimiento del perfil profesional del Diseñador Gráfico; a pesar de que las universidades que dictan esta especialidad muestran un perfil profesional claro y detallado como se muestra en las teorías conceptuales de esta investigación.

Al existir la necesidad de un organismo que garantice su ejercicio profesional, se brinda por medio de esta investigación el resultado del primer peldaño para que posteriormente se considere la creación del Colegio Profesional por ello se propone la infografía donde se especifica los procesos de creación de dicha organización ya que los licenciados que fueron entrevistados afirman que sí se sentirían respaldados y como dice el Colegio de Diseñadores Industriales y Gráfico de México cuyo objetivo es: “El futuro que hemos de construir prevé necesariamente la participación activa y significativa del diseño... en ámbito nacional y global”; es por ello que los profesionales deben ser los primeros en respetar los criterios éticos de su profesión.

Teniendo en cuenta que los Colegios Profesionales en Perú tienen por prioridad garantizar el ejercicio profesional de sus colegiados lo que beneficia al empresario y la sociedad promoviendo la ética con profesionales de calidad. Ser ético es preocuparse de que los negocios y las empresas sirvan efectivamente a las personas y a la sociedad. (Cervera, Á. 2008).

1.2. Recomendaciones

Al existir la necesidad de creación del Colegio Profesional se tendrá en cuenta la situación actual de la profesión por ello se recomienda que en primera instancia se cree una asociación oficial a nivel nacional que reúna a estos profesionales teniendo como objetivo general la creación del Colegio Profesional.

Se debe considerar que dentro de las normas para la creación del Colegio Profesional se establezca analizar el perfil profesional y difundir los beneficios de los diseñadores gráficos, mostrando a la sociedad características que hacen necesaria la necesidad de contar con los profesionales, por ello se recomienda mantener un lazo cercano a las instituciones que ofrecen esta especialidad y dialogar con la finalidad de unificar esfuerzos y obtener mejores resultados, basados en la presente investigación se deberá tener en cuenta que existen profesionales que consideran el sector educativo como alternativa laboral ya que esto mantiene actualizado al profesional.

Se considerarán deberes, derechos y leyes para la creación de esta de organización de parte de los miembros colegiados, por ello es recomendable que se respeten los procesos que se plantean en esta investigación, considerando de manera importante a especialistas en aspectos legales que sirvan de guía para la creación y organización como estructura, deberes, derechos y reglamentos que se regirán en la creación del Colegio Profesional.

REFERENCIAS:

- Alarcón, R y Bernal, M. (2003). *Hacia una reflexión ética en la Universidad*. Universidad de Boyaca. Colombia. Editorial: UNIBOYACÁ
- Cervera, Á. (2008). *Comunicación total*. Madrid. Editorial: ESIC
- Colegio Profesional de Diseño Gráfico de Cataluña. (2016). *Finalidades y funciones del colegio*. Recuperado de <http://www.dissenygrafic.org/catala/objectiuscolegi.php>
- Colegio de Diseñadores Gráfico de Misiones (2015). *Diseñadores gráficos matriculados*. Recuperado de <http://www.cdgm.org.ar/matriculados/index.html>
- CoomTOOLS. (2005). *Que es Diseño?*. Una visión global del diseño gráfico. Buenos Aires. Argentina Editorial: CoomTOOLS
- Covarrubias, P. (2013). *Imagen social e identidad profesional desde la perspectiva de sus estudiantes*. Universidad Autónoma. México.
- Echaniz, A y Pagola, J. (2004). *Ética del Profesional de la Comunicación*. Centros Universitarios de la Compañía de Jesús. España. Editorial: desclée
- Gómez, L., Fernández, C., Hilliard, I., Pareja, E. (2011). *Ética en las Ciencias Sociales*. Universidad Europea de Madrid. España. Editorial: DELTA
- Hernandez, R., Fernandez, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México. Editorial: McGRAW-HILL Educación
- Hirsch, A. (2013). *Elementos teóricos y empíricos acerca de la identidad*

profesional en el ámbito universitario. Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación Distrito Federal. México.

Nelson, D., y Campbell, J. (2013). *CORG – COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL*, 3ª. Ed. Mexico. Editorial: Corporativo Santa Fe.

Osejo, P. (2012). *Periodismo infográfico en el Perú*. Lima, Perú: Fondo Editorial Universidad San Martín de Porres.

Peck, D. (2012). *PIENSA PRIMERO 100 cuestiones para responder antes de iniciar tu estrategia de marketing de Social Media*. España: Anaya Multimedia.

Pontificia Universidad Católica del Perú. (2012). *Facultad de Arte - Especialidad Diseño Gráfico: Perfil Profesional*. Recuperado de <http://facultad.pucp.edu.pe/arte/informacion-academica/disenografico/presentacion/>

Quiroz, M. (2014). *Formación polivalente e identidad profesional de los interventores educativos*. Universidad Pedagógica Nacional. Unidad Oaxaca. México.

Real Academia Española. (2016). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <http://www.rae.es/>

Rivero, A. (2009). *Estatus Epistemológico de las Relaciones Públicas*. Colegio Profesional de Relacionistas Públicos. Trujillo. Perú.

Sánchez, C. (2014). *Los egresados de comunicación y el mercado laboral: Un estudio de trayectorias profesionales*. Universidad Autónoma. Tlaxcala. México.

Tena, D. (2004). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Madrid, España: Editorial

PEARSON EDUCACIÓN.

Universidad de Ciencia y Arte de América Latina. (2014). *Carrera Diseño Gráfico*. Recuperado de <http://www.ucal.edu.pe/carreras/disenio-grafico/informacion-general>

Universidad Privada de Arte ORVAL (2014). *Carrera Dirección De Artes Grafica Y Publicitarias: Perfil Profesional*. Recuperado de <http://www.orval.edu.pe/index.php/carreras/direccion-de-artes>

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. (2013). *Diseño Profesional Gráfico – Perfil profesional*. Recuperado de <http://www.upc.edu.pe/facultad-de-disenio/disenio-profesional-grafico>

Universidad San Ignacio de Loyola. (2015). *Facultad Humanidades – Carrera de Artes y Diseño Empresarial*. Recuperado de http://www.usil.edu.pe/0/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=0&PFL=11&JER=147

Webdianoia. (2015). *Experiencia - Glosario de filosofía*. Recuperado de <http://www.webdianoia.com/glosario/display.php?action=view&id=128&from=action=search%7Cby=E>

WhatsApp. (2016). *Cómo funciona*. Recuperado de <https://www.whatsapp.com/?l=es>

ANEXOS
ANEXO 01

CREAN EL COLEGIO PROFESIONAL DE RELACIONISTAS PÚBLICOS DEL PERÚ.

Ley N° 25250

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

POR CUANTO:

EL CONGRESO HA DADO LA LEY SIGUIENTE:

El Congreso de la República del Perú:

Ha dado la ley siguiente:

Artículo 1º .- Créase el Colegio Profesional de Relacionistas Públicos del Perú como entidad autónoma de derecho público interno, representativo de la profesión de Relaciones Públicas de la República, de conformidad con el Artículo 83º de la Constitución Política.

Su sede estará ubicada en la ciudad de Lima.

Artículo 2º.- La colegiación es requisito indispensable para el ejercicio de la profesión de Relacionistas Público.

Artículo 3º.- Para ser miembro del Colegio Profesional de Relacionistas Públicos del Perú, se requiere poseer el título profesional de Relacionista Público expedido por las universidades del país, o revalidado conforme a ley si este título ha sido otorgado por una universidad extranjera.

Artículo 4º.- Son fines del Colegio Profesional de Relacionistas Públicos del Perú los siguientes:

- a) Velar por el cumplimiento de la normas éticas y deontológicas de la profesión;
- b) Cautelar el ejercicio profesional y su defensa dentro de estrictos criterio éticos y legales, recusando y denunciado el desempeño ilegal de la profesión;
- c) Contribuir al desarrollo de las Relaciones Públicas cooperando con las instituciones públicas, sociales, científicas, técnicas y de investigación;
- d) Ejercer la representación de los Relacionistas Públicos y la defensa de la profesión de acuerdo con las leyes y los Estatutos del Colegio.
- e) Organizar certámenes nacionales e internacionales con fines sociales, de fomento cultural y de investigación;

- f) Absolver consultas sobre asuntos de esta naturaleza;
- g) Velar por el prestigio, progreso y prerrogativas de la profesión;
- h) Colaborar con el sistema educativo nacional; instituciones científicas y técnicas procurando la mejor formación profesional;
- i) Mantener vinculación con las entidades similares del país y del extranjero; y,
- j) Contribuir al desarrollo de las Relaciones Públicas colaborando con el Estado, con las organizaciones regionales y locales y con la comunidad en general en las áreas de su competencia.

Artículo 5º.- Constituyen rentas y recursos del Colegio Profesional Públicos del Perú los siguientes:

- a) Las cotizaciones de sus miembros
- b) Las donaciones y legados que reciba;
- c) Las rentas que producen sus bienes;
- d) Los ingresos que generan por el desarrollo de sus autoridades; y
- e) Las que puedan corresponderle por mandato de Ley

Artículo 6º.- La organización, funcionamiento y demás aspectos institucionales del Colegio Profesional de Relacionistas Públicos del Perú, se establecerá en el Estatuto respectivo, aprobado por Decreto Supremo,

Artículo 7º.- las entidades estatales, paraestatales y privadas que tengan objetivos de promoción, desarrollo, planificación e investigación de la actividad de Relaciones Públicas, deberán contar sus organismos profesionales de esta especialidad, titulados de acuerdo a la Ley e inscritos en el Colegio Profesional de Relacionistas Públicos.

Disposición Transitorias.- Por esta única vez, podrán inscribirse en el Colegio de Relacionistas Públicos del Perú, siempre que acrediten estar ejerciendo fehacientemente la función de Relacionistas Públicos con una antigüedad mínima de 5 años, en el caso de los incisos a) y b); y de quince años en el caso del inciso c) de la presente disposición:

- a) Los egresados o titulados de las universidades en otras áreas profesionales;
- b) Los egresados o titulados de la Escuelas o Institutos de Educación Superior con valor oficial en el área de Relaciones

- c) Públicas; y
Los relacionistas autodidactas, con educación secundaria completa.

Las personas comprendidas en esta disposición se someterán a un proceso de evaluación y reciclamiento, según su ubicación, conducente a obtener su título profesional de Relacionista Público en cualquiera de las universidades del país que impartan enseñanzas de esta especialidad con sujeción a la Ley N ° 23783

Comuníquese al Presidente de la República para su promulgación.

Casa del Congreso, en Lima, a los seis días del mes de junio de mil novecientos noventa.

HUMBERTO CARRANZA PIEDRA, Presidente del Senado.

LUIS ALVARADO COTRERAS, Presidente de La Cámara de Diputados.

RUPERTO FIGUEROA MENDOZA, Senador Primer Secretario.

ABDÓN VILCHEZ MELO, Diputado Segundo Secretario.

Al señor Presidente Constitucional de la República.

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los dieciocho días del mes de junio de mil novecientos noventa.

ALAN GARCÍA PEREZ,
Presidente Constitucional de la República.

MERCEDES CABANILLAS

DE LLANOS DE LA MATA,

Ministra de Educación

ANEXO 02

Proyecto de Ley N° 4538/2014-CP



COLEGIO DE PERIODISTAS DEL PERÚ
CONSEJO DIRECTIVO NACIONAL

Lima, 26 de mayo de 2015

Dra.
ANA MARIA SOLORIZANO
Presidenta del Congreso de la República
Ciudad.-



De nuestra especial consideración:

Por la presente reciba el saludo cordial del Consejo Directivo Nacional del Colegio de Periodistas del Perú, a su vez presentarle el acta de la Asamblea Nacional de Decanos del CPP y el acta de sesión del Consejo Directivo Nacional, que serán adjuntados al Proyecto de Ley que modifica la Ley 23221 que denomina al Colegio de Periodistas del Perú como: "COLEGIO DE PERIODISTAS Y COMUNICADORES SOCIALES DEL PERÚ", presentado a su despacho con fecha 21 de mayo del presente, a fin de que se de trámite conforme al (Art. 107°), el reglamento del Congreso de la República y de nuestros estatutos.

Señora Presidenta confiamos en su importante apoyo para que este proyecto se haga realidad y que redundara en beneficio de los periodistas y comunicadores sociales y de la sociedad en su conjunto.



Dra. Rosa Cruz Reyna Pelaez
Decana Nacional



PPC Victor Arbaiza Huaranga
Director Secretario Nacional

63599 / ATD



R- 62610/DEP 1

ANEXO 03



RESOLUCIÓN DE DIRECTORIO N° 0438-2009/USS

Chiclayo, 29 de septiembre del 2009.

VISTA: el acta de sesión Ordinaria de Directorio de la Universidad Señor de Sipán S.A.C de fecha 28 de agosto del 2009 y el oficio N° 01027-2009-SG-USS, donde el Secretario General comunica a Directorio la disposición del Consejo Universitario referida a la creación de nuevas Escuelas Académico Profesionales en la USS; y

CONSIDERANDO:

Que, en sesión de Consejo Universitario de la USS S.A.C de fecha 23 de septiembre del año en curso se acordó aprobar la creación de las Escuelas Académico Profesionales de **Arte y Diseño Gráfico Empresarial**, adscrita a la Facultad de Humanidades; **Ingeniería Económica**, adscrita a la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Urbanismo y **Negocios Internacionales**, adscrita a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán S.A.C;

Que, de conformidad con el artículo 43º, 20 del Estatuto Social de la USS S.A.C., son funciones del Directorio: "**Aprobar la creación, fusión, supresión, reorganización o cambio de denominación de facultades, programas académicos, ESCUELAS ACADÉMICO PROFESIONALES, centros e institutos y escuelas o secciones de postgrado para su ratificación por la junta general de accionistas**";

Que, la Universidad Señor de Sipán cuenta con la infraestructura, equipamiento y plana docente capaces de asumir el reto de implementar y poner en funcionamiento las Carreras Profesionales de **Arte y Diseño Gráfico Empresarial, Ingeniería Económica y Negocios Internacionales**; y

Estando aprobado por el Directorio de la USS, en uso de las atribuciones confendadas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes.

SE RESUELVE:

1° CREAR, en la Universidad Señor de Sipán S.A.C. las Escuelas Académico Profesionales de: **ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**, adscrita a la Facultad de Humanidades; **INGENIERÍA ECONÓMICA**, adscrita a la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Urbanismo y **NEGOCIOS INTERNACIONALES**, adscrita a la Facultad de Ciencias Empresariales.

2° DISPONER, que las unidades académico administrativas de la Universidad realicen las acciones pertinentes para el cumplimiento de los dispuesto en esta resolución.

3° DISPONER, que a través de Secretaria General se informe a la Asamblea Nacional de Rectores sobre la creación de las nuevas carreras.

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dn. Heriberto Acuña Peralta
Presidente de Directorio (e)



Mg° Johan M. Quesnay Casusol
Secretario General USS

c.c Rectorado, VRA, VRAE, Gerencia General, Facultades, EAPs, Planificación, Prog. Acad., Marketing, Admisión, Registros Académicos, DTI, Ctas. Ctes., Logística, Biblioteca, Dir. Contabilidad, Arch.

ANEXO 04

SENTENCIA DEL PLENO JURISDICCIONAL DEL TRIBUNAL CONSTITUCIONAL

DEL 20 DE FEBRERO DE 2006

PROCESO DE INCONSTITUCIONALIDAD
Colegio de Periodistas del Perú (demandante)

contra

el Congreso de la República (demandado)

Asunto:

Demanda de inconstitucionalidad interpuesta por el Colegio de Periodistas del Perú contra la Ley N.º 26937, expedida por el Congreso de la República, que establece la no obligatoriedad de la colegiación para el ejercicio profesional del periodismo (artículo 3º).

VI. FUNDAMENTOS

§1. CONSTITUCIÓN Y COLEGIOS PROFESIONALES

A) LA CONFIGURACIÓN CONSTITUCIONAL DE LOS COLEGIOS PROFESIONALES

1. La constitucionalización de los colegios profesionales, en nuestro ordenamiento, ha sido una de las alternativas por las cuales el constituyente de la Carta Magna de 1993 optó, al definir su naturaleza jurídica, reconocerles autonomía y delegar en el legislador la potestad de definir los supuestos en los cuales la colegiación es obligatoria. En efecto, el artículo 20º de la Constitución señala que

Los colegios profesionales son instituciones autónomas con personalidad de derecho público. La ley señala los casos en que la colegiación es obligatoria.

Esta previsión constitucional impone la necesidad de que el Tribunal se pronuncie sobre tres cuestiones importantes a saber: 1) la naturaleza jurídica de los colegios profesionales, 2) su autonomía y 3) la colegiación.

A1) Naturaleza jurídica de los colegios profesionales

2. El primer punto de análisis corresponde a la naturaleza jurídica de los colegios profesionales. Desde que nuestra Constitución les otorga una cobertura constitucional, su naturaleza jurídica adquiere tal peculiaridad que ha de ser diferenciada de otras instituciones que pueden tener cierta afinidad, tales como las asociaciones y fundaciones, por ejemplo. En principio, los colegios profesionales, de acuerdo con nuestra Constitución, se definen como instituciones autónomas de Derecho Público, lo que quiere decir que su creación, a diferencia de las asociaciones y sindicatos, está sujeta a la decisión del legislador a través de una ley. Este es un criterio que el Tribunal ha determinado con anterioridad (Exp. N.º 0045-2004-AI/TC, fundamento 6), al señalar que

Las personas de derecho público nacen por mandato expreso de la ley y no por voluntad de las partes, (...) mediante ley formal, crea personas jurídicas de derecho público interno.

3. La determinación, por la propia Constitución, de la naturaleza jurídica de los colegios profesionales, permite identificar algunas consecuencias importantes, de acuerdo con la doctrina que se ha pronunciado sobre la materia. Desde que tienen acogida constitucional, no pueden ser considerados como una figura ajena –menos aún contraria– a las previsiones constitucionales, por lo que su pervivencia o la eventual creación de nuevos colegios no podrá tacharse, *prima facie*, de inconstitucional. Ciertamente, la Constitución no exige la existencia ineludible de estas formas de organización profesional, pero sí les concede cobertura cuando el legislador opta por su creación. Los

colegios profesionales se deben entender como instituciones de actuación social y colectiva compatibles con el ejercicio de las potestades y competencias de los poderes públicos, así como con el espacio de actuación de otras instituciones previstas constitucionalmente. Su previsión constitucional comporta sus singularización y delimitación frente a otras formas de organización profesional^[1].

A2) Autonomía de los colegios profesionales

4. La Constitución, además de definir su naturaleza jurídica, también reconoce a los colegios profesionales un aspecto importante como es el de su autonomía. Esto quiere decir que poseen un ámbito propio de actuación y decisión. En ese sentido, la incidencia constitucional de la autonomía que nuestra Ley Suprema reconoce a los colegios profesionales se manifiesta en su capacidad para actuar en los ámbitos de su *autonomía administrativa* –para establecer su organización interna–; de su *autonomía económica* –lo cual les permite determinar sus ingresos propios y su destino–; y de su *autonomía normativa* –que se materializa en su capacidad para elaborar y aprobar sus propios estatutos, claro está dentro del marco constitucional y legal establecido–. No obstante, la autonomía reconocida a los colegios profesionales no puede significar ni puede derivar en una autarquía; de ahí que sea importante poner en relieve que la legitimidad de los colegios profesionales será posible solo y en la medida que la actuación de los colegios profesionales se realice dentro del marco establecido por nuestro ordenamiento constitucional.

A3) Determinación de la colegiación y legislador

5. *Adicionalmente a la definición de los colegios profesionales como instituciones autónomas de Derecho Público, nuestra Constitución hace referencia también a la colegiación. Si bien este tópico se analizará más adelante, cabe adelantar algunas ideas al respecto. Como se deriva del propio texto constitucional, nuestra Ley Fundamental ha delegado en el legislador la potestad para determinar aquellos supuestos en los cuales la colegiación será obligatoria. Esto supone, para el legislador, una grave responsabilidad, pues la colegiación –ya sea obligatoria o facultativa– tiene una vinculación muy estrecha con el ejercicio profesional.*
6. *Sobre este extremo la Constitución prescribe únicamente que*

La ley señala los casos en que la colegiación es obligatoria.

Es evidente que el constituyente no ha optado por la obligatoriedad de la colegiación en todos los casos, sino que ha delegado en el legislador la potestad para establecer, mediante ley, los supuestos en los cuales será obligatoria y en los cuales no. La obligatoriedad de la colegiación está ineludiblemente vinculada con el ejercicio de una profesión determinada; esta imbricación justifica su previsión constitucional. En opinión de este Tribunal, se considera acertado el sentido abierto de esta disposición constitucional en la medida que, prima facie, no siempre el ejercicio de toda profesión precisa una colegiación previa.

7. *El legislador puede determinar aquellas carreras profesionales en que la colegiación es conditio sine qua non para el ejercicio regular de una profesión. Sin embargo, tal decisión no puede estar al margen de los valores superiores, principios constitucionales y derechos fundamentales que la Constitución reconoce; es decir, si la obligatoriedad de la colegiación, para el ejercicio de determinadas profesiones, supone una restricción del libre ejercicio de la profesión, tal obligatoriedad debe ser objetivamente justificada por el legislador, considerando fines constitucionales como: a) la ordenación del ejercicio de las profesiones, b) que el ejercicio de las profesiones redunde en beneficio de la sociedad en general, dentro del marco de la deontología profesional, c) la mejor formación y perfeccionamiento de los profesionales colegiados, d) la defensa de los intereses profesionales –no particulares– de los colegiados.*

A4) Justificación constitucional de los colegios profesionales

8. *En suma, no debe perderse de vista que la justificación última de la constitucionalización de los colegios profesionales radica en*

incorporar una garantía, frente a la sociedad, de que los profesionales actúan correctamente en su ejercicio profesional. Pues, en último extremo, las actuaciones profesionales afectan directamente a los propios ciudadanos que recaban los servicios de los profesionales, comprometiendo valores fundamentales como la vida, la salud, la integridad física, la seguridad, la libertad, el honor (...) que los ciudadanos confían a los profesionales. Semejante entrega demanda por la sociedad el aseguramiento de la responsabilidad del profesional en el supuesto de que no actúe de acuerdo con lo que se considera por el propio grupo profesional, de acuerdo con sus patrones éticos, como correcto o adecuado^[2].

B) LA FUNCIÓN CONSTITUCIONAL DE LOS COLEGIOS PROFESIONALES

9. No puede decirse que del reconocimiento constitucional de los colegios profesionales no se deriva ninguna consecuencia con relevancia constitucional. Si bien nuestra Constitución, expresamente, no le otorga a los colegios el desempeño de un determinado rol constitucional, ello no quiere decir que estos no cumplan función constitucional alguna. Y es que, a juicio del Tribunal, los colegios profesionales asumen determinadas funciones que, por su previsión y por su propia naturaleza, adquieren carácter constitucional. Dicha función constitucional se desenvuelve en diferentes ámbitos, tales como en el procedimiento legislativo, en la elección de determinadas autoridades públicas, en la vigilancia de la observancia del principio de supremacía jurídica de la Constitución. En suma, la función constitucional de los colegios profesionales está relacionada con los siguientes ámbitos: a) procedimiento legislativo, b) vigencia del principio de supremacía constitucional, y c) elección de determinadas autoridades públicas.

B1) Función constitucional de los colegios profesionales en el procedimiento legislativo

10. La función constitucional de los colegios profesionales en el *procedimiento legislativo* se produce desde que la Constitución (artículo 107°) les reconoce el derecho a iniciativa en la formación de leyes. Para este Tribunal, el hecho de que la Constitución les reconozca a los colegios profesionales iniciativa legislativa se sustenta en que, por su especialidad y por los temas con los que normalmente aparecen vinculados, pueden advertir vacíos o deficiencias normativas para prever una legislación adecuada. Esta función constitucional adquiere mayor relevancia en aquellos ámbitos en los cuales el nivel de complejidad y especialización de la materia a regular es tal, que la necesidad de una regulación frente a un vacío o la impronta de una modificación de la ley que la regula, sólo pueden ser advertidos si es que se cuenta con el mismo grado de conocimiento de dichas materias.

B2) Función constitucional de los colegios profesionales en la elección de autoridades

11. La segunda función que la Constitución asigna a los colegios profesionales está vinculada con la *elección de determinadas autoridades públicas*. Sin embargo, la Constitución, aquí, no otorga el mismo reconocimiento a todos los colegios profesionales. En efecto, mientras que en el artículo 153°, inciso 4 se reconoce el derecho de los “demás” colegios profesionales para elegir un miembro del Consejo Nacional de la Magistratura, el mismo artículo en su inciso 3 reconoce a los Colegios de Abogados del País la facultad de elegir a uno de sus miembros. Del mismo modo, la Constitución ha abierto otros cauces de participación a favor de un colegio determinado, el Colegio de Abogados de Lima, pues, de conformidad con el artículo 179°, inciso 3 de la Constitución, éste elige a uno de los miembros del Jurado Nacional de Elecciones, mientras que la Novena Disposición Final y Transitoria de la Constitución prevé que la renovación de los miembros del Jurado Nacional de Elecciones se inicia con los miembros elegidos por el mencionado Colegio. Como puede verse, la Constitución, también en el ámbito de la elección de determinadas autoridades públicas, ha otorgado a los colegios profesionales una función constitucional determinada.

B3) Función constitucional de los colegios profesionales en la vigencia del principio de supremacía de la Constitución

12. De los roles constitucionales de los colegios profesionales, tal vez el de velar por la vigencia del principio de supremacía constitucional sea el de mayor relevancia. Esto por cuanto la Constitución (artículo 203°, inciso 7) y el Código Procesal Constitucional (artículos 98° y 99°) los ha facultado para la interposición de demandas de inconstitucionalidad en materias de su especialidad. Tal reconocimiento sólo puede justificarse si se considera que – como se ha señalado anteriormente (Exp. N.º 005-2005-AI/TC, fundamento 3)–

(...) debido a la particularidad, singularidad y especialidad de los conocimientos científicos y técnicos que caracterizan a las diferentes profesiones (Medicina, Abogacía, Ingeniería, Arquitectura, Contabilidad, Química-farmacéutica, Periodismo, Psicología y Biología, entre otras), estas instituciones se sitúan en una posición idónea para poder apreciar, por una parte, si una determinada ley o disposición con rango de ley –que regula una materia que se encuentra directamente relacionada con los conocimientos de una determinada profesión– vulnera disposiciones de la Norma Fundamental; y, por otra, si resulta necesaria la expedición de una determinada ley que regule las materias que se encuentren relacionadas con los referidos conocimientos.

13. Lo cual, por un lado, significa que los colegios profesionales, si bien tienen legitimidad para interponer demandas de inconstitucionalidad, no pueden cuestionar cualquier tipo de leyes, sino aquellas circunscritas a su ámbito de conocimientos; y, por otro, que esta legitimidad no puede servir de instrumento para viabilizar, soterradamente, intereses particulares, sino más bien accionar en cautela de intereses generales o que atañen a la sociedad en su conjunto.
14. Como puede verse, la Constitución no se limita únicamente a reconocer constitucionalmente a los colegios profesionales, sino que también les asigna determinadas funciones constitucionales. Dentro de este contexto corresponde analizar ahora la demanda de inconstitucionalidad de la Ley N.º 26937, planteada por el Colegio de Periodistas del Perú.

ANEXO 05

GUÍA DE PREGUNTAS

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE HUMANIDADES

Escuela Académico Profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial

Título de la investigación

REPRESENTACIÓN SOCIAL DEL DISEÑADOR GRÁFICO FRENTE AL MERCADO LABORAL: EXPERIENCIAS Y NECESIDADES PARA LA CREACIÓN DEL COLEGIO PROFESIONAL

La presente entrevista busca encontrar respuestas que signifiquen el primer peldaño que permitirá conocer claramente, si existe o no la necesidad de creación del Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos.

GUÍA DE PREGUNTAS – ENTREVISTADOR:

1. ¿Cómo te sientes de ser un Diseñador Gráfico profesional?
2. ¿Te sientes bien con tu puesto de trabajo actual? ¿Está vinculado con tu profesión?
3. ¿Crees que el mercado laboral conoce el perfil del diseñador gráfico?
4. ¿Te sentirías más satisfecho si la sociedad empezara a valorar y reconocer tu labor como profesional?
5. ¿Conoces de alguna organización que reúna a diseñadores gráficos?
6. ¿Crees que es necesario contar con un Colegio Profesional de Diseñadores Gráficos que ampare tus derechos y garantice tu desempeño laboral?
7. ¿Qué sentirías respecto a tu profesión de diseñador gráfico si fuera respaldado por un Colegio Profesional?
8. ¿Crees que el Colegio Profesional brinde el respaldo social al diseñador gráfico frente al mercado laboral? ¿De qué manera?

Las entrevistas presenciales y virtuales se programarán con los entrevistados, agradeciendo su participación y solicitando el permiso respectivo para la grabación de cada una de estas, lo cual servirá de prueba en la investigación.

ANEXO 06

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Después de revisar el resumen del proyecto de investigación y cada uno de los instrumentos, emita su opinión respecto al siguiente cuadro:

INDICADORES DE EVALUACIÓN		PORCENTAJE					
		Menos 50	60	70	80	90	100
1	¿En qué porcentaje estima usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?						X
2	¿En qué porcentaje considera que las preguntas están referidas a los conceptos del tema?						X
3	¿Qué porcentaje de las interrogantes formuladas son suficientes para lograr los objetivos ?						X
4	¿En qué porcentaje las preguntas de la prueba son de fácil comprensión?						X
5	¿Qué porcentaje de las preguntas referidas al tema siguen secuencia lógica?						X
6	¿En qué porcentaje valora usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?						X

SUGERENCIAS:

1.- ¿Qué preguntas considera usted que deberían agregarse?

.....

.....

.....

2.- ¿Qué preguntas considera usted que podrían reformularse?

.....

.....

.....

Validada por: *Lorena Castillo Vargas* - DG

Firma..... *[Signature]* Fecha *9/11/2015*

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Después de revisar el resumen del proyecto de investigación y cada uno de los instrumentos, emita su opinión respecto al siguiente cuadro:

INDICADORES DE EVALUACIÓN		PORCENTAJE					
		Menos 50	60	70	80	90	100
1	¿En qué porcentaje estima usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?						X
2	¿En qué porcentaje considera que las preguntas están referidas a los conceptos del tema?						X
3	¿Qué porcentaje de las interrogantes formuladas son suficientes para lograr los objetivos ?						X
4	¿En qué porcentaje las preguntas de la prueba son de fácil comprensión?						X
5	¿Qué porcentaje de las preguntas referidas al tema siguen secuencia lógica?						X
6	¿En qué porcentaje valora usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?						X

SUGERENCIAS:

1.- ¿Qué preguntas considera usted que deberían agregarse?

.....

.....

.....

2.- ¿Qué preguntas considera usted que podrían reformularse?

.....

.....

.....

Validada por:

Firma.....



 UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN S.A.C.
[Handwritten Signature]
 DR. EDILUIS RAMÓN ROJAS QUISEPÉ
 DIRECTOR DE ESCUELA DE DERECHO

Fecha.....

09-11-2015

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Después de revisar el resumen del proyecto de investigación y cada uno de los instrumentos, emita su opinión respecto al siguiente cuadro:

INDICADORES DE EVALUACIÓN		PORCENTAJE					
		Menos 50	60	70	80	90	100
1	¿En qué porcentaje estima usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?						X
2	¿En qué porcentaje considera que las preguntas están referidas a los conceptos del tema?						X
3	¿Qué porcentaje de las interrogantes formuladas son suficientes para lograr los objetivos ?						X
4	¿En qué porcentaje las preguntas de la prueba son de fácil comprensión?						X
5	¿Qué porcentaje de las preguntas referidas al tema siguen secuencia lógica?						X
6	¿En qué porcentaje valora usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras?						X

SUGERENCIAS:

1.- ¿Qué preguntas considera usted que deberían agregarse?

.....

.....

.....

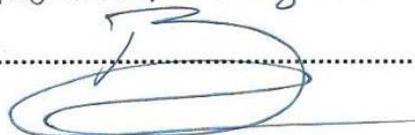
2.- ¿Qué preguntas considera usted que podrían reformularse?

.....

.....

.....

Validada por: *Mg. Joseph Delgado Burgos*

Firma:  Fecha: *09-11-15*

ANEXO 07

PROPUESTA DE DISEÑO: INFOGRAFÍA

