



FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

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

TESIS

**PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA
POSICIONAR LA IMAGEN PROFESIONAL DE
EGRESADOS DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL DE LA USS**

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

Autor (as):

Bach. Campos Requejo Fabiola Heidy

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9106-3642>

Bach. Saavedra Neyra Ericka

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2670-9769>

Asesora:

Mg. Bravo Adanaqué Cinthya

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3032-5127>

Línea de Investigación:

Comunicación y Desarrollo Humano

Pimentel – Perú

2022

**PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA POSICIONAR LA IMAGEN
PROFESIONAL DE EGRESADOS DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL DE
LA USS**

Aprobación del jurado

Mg. Baca Cáceres Diego Alonso
Presidente de Jurado de Tesis

Mg. Bravo Adanaqué Cinthya
Secretario de Jurado de Tesis

Dra. Pelaez Cavero Julia Beatriz
Vocal de Jurado de Tesis

Dedicatorias

Le dedicó desde el fondo de mi corazón a Dios porque sin el nada de esto sería posible y a mis padres por siempre haberse esforzado para tener una carrera universitaria, y por enseñarme día a día que los sueños se pueden hacer realidad y que a pesar de las dificultades y tropiezos en el camino siempre hay una luz de esperanza, también al profesor Mg. Diego Alonso Baca Cáceres y a nuestra asesora la Mg. Cinthya Bravo Adanaqué por habernos guiado y apoyado en el desarrollo de la tesis, además también quiero dedicarle a mi compañera de tesis Ericka por haberse esforzado al máximo con el desarrollo de esta investigación.

Dedico este importante proyecto principalmente a mí por todo el esfuerzo y el empeño que le puse día a día a esta investigación. A mi madre por darme su apoyo incondicional y darme una carrera para mi futuro, por alentarme en momentos difícil y motivarme cuando quería rendirme, también al profesor Mg. Diego Alonso Baca Cáceres y a la Mg. Cinthya Bravo Adanaqué nuestra asesora por acompañarnos durante todo el proceso y elaboración de la tesis, además a mi compañera de tesis Fabiola por demostrar un total compromiso, responsabilidad y dedicación durante todo el proyecto de tesis.

Agradecimientos

Agradecemos principalmente a Dios por permitirnos terminar nuestra carrera profesional de manera exitosa, también a nuestros padres por apoyarnos en todo el proceso de nuestra vida universitaria, a los docentes de la Escuela de Arte & Diseño Gráfico Empresarial, por haber compartido su experiencia y conocimientos con todos, durante nuestra etapa académica, queremos agradecer especialmente a los docentes que nos ayudaron en este proyecto de investigación, al Mg. Diego Alonso Baca Cáceres docente del curso de investigación – II, el cual nos orientó para tener una mejor investigación; a la Mg. Cinthya Bravo Adanaqué por asesorarnos durante todo el trayecto y a la Mg. Lezzy Minerva Esparza Castillo por inspirarnos y apoyarnos con la investigación.

Resumen

La presente investigación, tuvo como objetivo proponer un modelo de personal branding basado en el posicionamiento de la imagen profesional de los egresados de la escuela profesional de Artes & diseño gráfico empresarial de la USS, partiendo de las dificultades laborales que afrontan los egresados universitarios, por lo que se diseñó una herramienta como propuesta, que permita la gestión del personal branding para que logren posicionarse como referente en el sector laboral donde quieran desenvolverse, para ello la investigación fue básica, pues no se puso en práctica lo acontecimientos encontrados; asimismo, tuvo un enfoque cualitativo para recoger opiniones acerca del desenvolvimiento del profesional egresado en el mercado laboral y el diseño fue descriptivo propositivo, debido a que busca contribuir con un modelo de personal branding para que los egresados de ADGE, empiecen a gestionar su personal branding como una estrategia que inicia con el autoconocimiento y concluye con el lanzamiento de la marca personal. En cuanto a los resultados obtenidos, la imagen profesional del diseñador egresado ha sido óptima, pues se recogieron opiniones de los jefes del profesional, los cuales expresaron que el diseñador si cuenta con el perfil del trabajador que requiere la empresa, destacando de ellos la creatividad, responsabilidad y organización.

Palabras Clave

Personal branding, Posicionamiento, Imagen profesional, Egresado, Herramienta de personal branding

Abstrac

The present research aimed to propose a personal branding model based on the positioning of the professional image of the graduates of the professional school of Arts & business graphic design of the USS, based on the labor difficulties faced by university graduates, for What a tool was designed as a proposal, which allows the management of the branding staff so that they can position themselves as a benchmark in the labor sector where they want to develop, for this the research was basic, since the events encountered were not put into practice; Likewise, it had a qualitative approach to collect opinions about the development of the graduate professional in the labor market and the design was descriptive and purposeful, because it seeks to contribute with a personal branding model so that ADGE graduates begin to manage their personal branding as a strategy that begins with self-knowledge and ends with the launch of the personal brand. Regarding the results obtained, the professional image of the graduate designer has been optimal, since opinions were collected from the professional's heads, who expressed that the designer does have the profile of the worker that the company requires, highlighting their creativity, responsibility and organization.

Keywords

Personal branding, Positioning, Professional image, Graduate, Personal branding tool.

ÍNDICE

Aprobación del jurado.....	2
Dedicatorias.....	3
Agradecimientos.....	4
Resumen.....	5
Palabras Clave.....	5
Abstract.....	6
Keywords.....	6
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Planteamiento del Problema	12
1.2. Antecedentes de estudio.....	16
1.3. Abordaje teórico	20
1.4. Formulación del problema	44
1.5. Justificación e importancia del estudio	44
1.6. Objetivos.....	45
1.7. Limitaciones.....	45
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	46
2.1. Tipo de estudio y diseño de la investigación	46
2.2. Escenario de estudio	47
2.3. Caracterización de sujetos.....	49
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	49
2.5. Procedimiento para la recolección de datos	50
2.6. Procedimiento de análisis de datos.....	50
2.7. Criterios éticos	51
2.8. Criterios de Rigor científico.....	51
III. REPORTE DE RESULTADOS	53
3.1. Análisis y discusión de los resultados.....	53
3.2. Aporte Práctico.....	53

3.3.	Consideraciones finales	210
	REFERENCIAS	212
	ANEXOS.....	218

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	31
Figura 2	33

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

1.1.1. Planteamiento del problema a nivel internacional

En un mundo globalizado, donde la competencia laboral se vuelve más exigente día a día, resulta necesario e imprescindible reforzar el perfil de los que egresan de la universidad, a fin de destacar en el mercado laboral muy competitivo. Tal es así que, en países como México, la tasa de desempleo de los jóvenes es muy alta, pues según (Padilla, 2017, p. 4), “solo hasta el año 2014, este país se encontraba en el cuarto lugar mundial de desempleo juvenil, representando un obstáculo para que los jóvenes logren insertarse o incursionar exitosamente en el mercado laboral”, donde los egresados universitarios no son ajenos al problema en el área de su profesión, pues son los que mayor dificultad tienen, debido a que terminar una carrera universitaria no es suficiente para lograr una inserción activa en el mercado laboral.

Del mismo modo, países como Colombia, también se caracterizan por tener altas tasas de desempleo, derivado de diversos factores que ocasionan que los jóvenes no se articulen con las características demandadas por el mercado laboral, obligándolos a ubicarse en puestos de trabajo que muchas veces no reúnen sus expectativas o rubro profesional. Por lo que, esa falta de oportunidades laborales, hace que la competencia laboral sea más compleja y exija una preparación académica más consistente y especializada, donde el mayor reto lo asumen los egresados universitarios de los últimos ciclos, quienes deben poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en la carrera, y quienes además se pueden reinventar creando y fortaleciendo una marca personal, producto de la gestión del Personal Branding, que a su vez representa una herramienta de marketing que posicionaría su imagen profesional en el mercado laboral. (Rincón y Valencia, 2018)

Por su parte, en Ecuador también se puede presenciar este tipo de problemas, esto es; el desempleo de los jóvenes, debido a que el incremento de la población ha hecho que los habitantes quieran obtener un empleo, generando que las ofertas laborales se vean reducidas, causando preocupación en la sociedad y en el gobierno ecuatoriano, quien busca soluciones para reducir este problema de desempleo que especialmente perjudica a los estudiantes universitarios cuando ya sean egresados.

Tal es así que, en este país, la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo del año 2014, afirma que el 81.37 % de los jóvenes se encontraba sin empleo y carecían de oportunidades laborales, siendo que, de esta cantidad el 21.76 % tenían estudios universitarios, llevando a desmotivarlos en su superación y desempeño profesional o personal. Además, algunos determinaron que se sentían deprimidos ante esta situación por todo el tiempo de preparación y el gasto invertido en sus estudios superiores. (Paredes-Sarmiento y Stefos, 2016)

Por su parte, el Instituto Nacional de Educación y Capacitación, refiere que “en el 2016, el desempleo es un grave problema que afecta la economía del país Ecuatoriano, donde los más afectados serían los egresados profesionales que terminan cada año de las diferentes universidades del país”, debido a que cada vez se les complica más postular a un empleo, a pesar de la creación de nuevas leyes laborales y programas que impone el gobierno para incentivar el empleo de los jóvenes profesionales, que en la mayoría de casos no ha tenido el resultado esperado, siendo la gestión del personal branding, una herramienta de marketing que podría mejorar, fortalecer y posicionar la imagen de los estudiantes universitarios de alguna carrera profesional. (Carabajo y Chila, 2017)

Por ello, el personal branding juega un papel muy importante, en la medida que, a través de este instrumento de marketing, se buscará mejorar la imagen profesional de los egresados universitarios y, además posicionarla en el mercado laboral, como bien refieren González y Céspedes (s/f), al afirmar que, el personal branding “hace que un individuo pueda posicionarse en el mercado como marca que indique prestigio, conocimiento, experiencia, seguridad, calidad, confianza, etc.; con la finalidad de demostrar que el sujeto sí es contratable”. (p.15)

1.1.2. Planteamiento del problema a nivel nacional

Dentro del contexto nacional, se establece que, lo ideal sería que las Universidades siempre apuesten por una formación académica sobresaliente y destacada para mejorar la competencia profesional de sus egresados universitarios, sin embargo, esto no es suficiente, debido a que los medios de comunicación también influyen en el reconocimiento de un egresado de buena calidad académica, más aún cuando el nivel de educación superior no siempre cumple con los requisitos necesarios que el mercado laboral requiere, debido a que el hecho de ser egresado de una universidad, no significa o garantiza que tenga las

habilidades o conocimientos esperados por el empleador, en mérito a las deficiencias de una casa superior de estudios, como bien refiere el autor (Reyes, 2017)

Esta situación se complica más en la medida que, “las estadísticas actuales ofrecidas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, refieren que más de 254,000 peruanos en el 2019 siguen buscando trabajo” (Gestión, 2018, p. 1), siendo necesario desarrollar o crear una ventaja competitiva a favor de los terminan una carrera profesional, en mérito a que en la actualidad, la demanda laboral de las distintas empresas públicas o privadas se basa en una formación profesional de calidad, resultando necesario que los estudiantes requieran una capacitación integral sobre identidad personal- profesional a partir de los últimos ciclos o último año de estudios superiores.

Pues, esta herramienta de marketing ayudará a que los estudiantes universitarios se abran camino, consoliden su formación y crezcan en la jungla del mercado laboral, “que cada día eleva sus estándares de inserción, a partir de los procesos de incertidumbre creados por las relaciones sociales y la globalización, producto de la tecnología y la comunicación, como bien refiere el autor”. (Peña, 2014, p. 1)

Algunas universidades peruanas hoy en día emplean cursos adicionales sobre personal branding para profesionales como, por ejemplo, la universidad de Piura emplea el curso de gestión de marca personal donde permite explorar, analizar, realizar el desarrollo y manejo de nuestra marca personal como una ventaja competitiva sostenible en el tiempo, también tenemos a la universidad El Pacifico donde cuenta con un curso de imagen y marca personal que está dirigido a profesionales que deseen desarrollar habilidades y técnicas para incrementar su imagen y marca personal que les permitan generar valor en la empresa y tener nuevas oportunidades laborales. Donde también se hace presente la universidad ESAN con el curso de gestión de marca personal con el objetivo que el participante gestione una marca personal y está dirigida para profesionales y emprendedores y por último la universidad de lima cuenta con un taller de gestión de la marca personal donde se le orientara al participante una sólida y vendedora marca personal.

Con lo mencionado en el texto anterior, las estadísticas muestran a las universidades favoritas de las empresas peruanas para contratar empleadores, PYMEX (2020), “La Universidad de Lima, ocupa el primer lugar con un 70%, seguido de la Pontificia Universidad Católica del Perú con 65%, la Universidad Del Pacífico (37%), la UPC (27%)” (s/p). Con estas estadísticas, se demuestra que, gestionar el personal branding de los egresados, les beneficia en su futuro laboral, pues las mencionadas universidades aplican cursos de gestión del personal branding y las empresas prefieren contratar a sus egresados.

Teniendo en cuenta, que en el mercado laboral el nivel de competencia puede ser muy alto, se requiere que los profesionales deben desarrollar su personal branding, ya que esto permitirá que puedan tener más empleabilidad laboral porque conocerán sus habilidades y en que se desempeñan mejor, toda vez que, el adecuado uso de esta herramienta de marketing podría permitir que los estudiantes universitarios se destaquen mejor en el campo laboral, y mejor aun cuando ya sean egresados y tengan una base sobre la gestión del personal branding y la creación de su marca personal, demostrando sus fortalezas y destrezas, e incluso reducir sus debilidades, como bien refieren (Dulanto-Jiménez y Libio, 2018).

1.1.3. Planteamiento del problema a nivel local

Con el transcurrir del tiempo y la creación de diversos centros de educación superior, ha sido necesario establecer parámetros o lineamientos de diferenciación sobre la calidad estudiantil y, no solo por ello, sino también por la calidad de estudiantes o profesionales de cada facultad o universidad a nivel de educación superior.

En este sentido el diario la Industria (2019) refiere que “las instituciones educativas y universidades continúan sin cumplir los requisitos para brindar una enseñanza de calidad”, por lo que al no tener el prestigio del centro de estudios se opta por medidas personales que ayuden a posicionarse en el mercado laboral, dando a conocer las habilidades y destrezas dentro de un mercado competitivo.

Así mismo, cabe mencionar que, según noticias RPP (2018), Francisco Jiménez Távara, en calidad de encargado de la Dirección de Promoción de Empleo y Capacitación Laboral, revelo que en la región Lambayeque, el 40 % de los jóvenes que egresa de la universidad no tiene trabajo, y además que la región Lambayeque ocupa segundo lugar con mayor desempleo juvenil a nivel nacional. Por lo que, bajo este contexto y al estar a puertas de egresar de la universidad, el enfoque para futuros profesionales debe basarse en demostrar las cualidades y experiencias adquiridas a lo largo de la vida académica, profesionales que cuentan con el conocimiento suficiente para desempeñarse con éxito en el campo laboral.

1.2. Antecedentes de estudio

1.2.1. Antecedentes de estudio a nivel internacional

Se señala que, sobre el tema investigado, hay una variedad de estudios relacionados con la descripción problemática, por ello se mencionó algunos referentes de investigación a fin que, den a conocer la importancia del estudio del personal branding como una herramienta de marketing que permite destacar habilidades competitivas.

Tal es el caso de la investigación de Pereira (2017), quien concluyó que; el personal branding es importante porque ayuda a generar conciencia de tu propio ser, definiendo tus destrezas y particularidades a nivel profesional, de tal forma que, los graduados deben posicionar su propia imagen en el mercado laboral y desarrollar una marca personal aplicable a cualquier campo profesional permitiéndoles a sí mismos, sobresalir entre tanta competencia laboral.

Además, agrega que la gestión del personal branding o la creación de una marca personal es aplicable a cualquier profesional, sin importar cuales sean las características particulares de la persona, debido a que se busca comunicar sus fortalezas en diferentes canales o áreas para dar a entender que la persona es la experta y puede ser de gran utilidad. Por ello, los profesionales universitarios deben de trabajar y potenciar su personal branding, a fin que este les permita incursionar en un medio social competitivo, adaptándose al mercado laboral, ya que, de no realizarlo, estarían quedándose en un pasado no productivo.

Esta situación se aprecia en la actualidad, debido a que las empresas buscan talento humano basado en la diferenciación, siendo el personal branding una herramienta que permita “exaltar las cualidades o fortalezas de uno mismo, para que ocupe un lugar preferente dentro de una sociedad competitiva, que comúnmente busca la mejor opción”. (Pereira, 2017, p. 21).

En este sentido, los autores (Bernal-Cifuentes y Garnica, 2020) en su investigación coinciden con lo propuesto líneas arriba, toda vez que el marketing ha tenido numerosos cambios, donde ahora no solo se puede aplicar a organizaciones, sino también al talento humano, ya que hoy en día se prioriza aplicarlo a cada individuo, a fin de diferenciarse de otro, donde muestran sus fortalezas y capacidades sobresalientes.

Por ello, se debe desarrollar, crear y tener conocimientos sobre la marca personal incluso cuando los profesionales aún son estudiantes universitarios; es decir, antes que la

persona egrese de una universidad, se debe adaptar y formar para gestionar su personal branding según el perfil profesional de la carrera que estudian, pues los estudiantes se pueden adecuar fácilmente para crear su marca y mantenerla hasta en el contexto profesional en el que se desenvuelvan más adelante.

Del mismo modo, los autores Vázquez y Bravo (2018) en su investigación presentada por la Universidad de Guadalajara, estableció que es necesario incorporar el personal branding a la formación de un programa educativo que brinde las herramientas necesarias con el objetivo de impulsar a los profesionales para que tengan una adecuada gestión de la marca personal, basado en aptitudes propias que les permita formarse con un enfoque abierto al campo laboral, ya que hoy en día, no basta con tener un título universitario, toda vez que resulta necesario y obligatorio tener que innovar, siendo el marketing personal, una herramienta u estrategia adecuada que puede generar y fortalecer el posicionamiento de la imagen profesional, diferenciando las fortalezas de quién gestiona su marca personal.

Por este motivo, los referidos autores llegan a la conclusión que ante un mundo de evolución incesante y de constantes cambios, resulta necesario o imprescindible contribuir con las destrezas personales de los egresados, para que ellos mismos sean capaces de dar a conocer sus propias habilidades, en el cual se propone que las universidades trabajen arduamente por fortalecer la identidad de sus estudiantes, el autoconocimiento y seguridad a través de la incorporación del personal branding en el plan de estudios universitarios a fin de formar profesionales con una amplia visión.

Asimismo, los autores Humlerova y Švec (2017) establecen que los graduados universitarios, quienes están buscando empleo en un mercado laboral muy competitivo; son un grupo de riesgo en desempleo, ya que este conjunto de personas casi no cuenta con experiencia laboral, haciendo difícil su inserción al mercado, por lo que el docente universitario tiene la obligación de dotar a los estudiantes con las habilidades necesarias a fin de facilitar su experiencia, aportando un valor óptimo. Por ello, los graduados universitarios también deben mostrar disposición y capacidad para aprender, deben ser flexibles con el tiempo, saber comunicarse, trabajar en equipo, manejar el estrés, respetar opiniones, cumplir con los plazos, calidad, y todo un conjunto de habilidades que necesitan los empleadores en su personal, por eso se considera importante que se prepararen desde la universidad.

En este proceso los entes o instituciones universitarias deben formar parte de un proceso educador, ya que las evidencias demuestran la falta de coherencia en las actividades relacionadas por los candidatos, de tal modo que se debe trabajar para fomentar las ventajas

competitivas, de esta manera se logra que la persona se vuelva contratable, que llame la atención de los empleadores gracias al buen manejo de la comunicación.

1.2.2. Antecedentes de estudio nivel nacional

Por su parte (Dulanto-Jiménez y Libio, 2018) en su investigación concluyó que una marca personal, permite que los profesionales se desenvuelvan en competencias que les ayude a identificar y gestionar su autoconocimiento; es decir, que desarrollen capacidades influenciadas por las experiencias cotidianas, teniendo en cuenta que hoy en día existe una lucha constante de talento humano y, que no solo se basa en el currículum vitae sino también, en el llamado currículum social, donde la mayor influencia la tienen los medios sociales digitales, debido a que esto ayuda a promocionar una imagen personal de forma más acelerada.

En este sentido, Huertas y Nicuesa (2018) en su investigación realizada en la ciudad de Chimbote, concluyen que el personal branding influye significativamente en la empleabilidad de los egresados universitarios, toda vez que de sus resultados obtenidos se pudo establecer que el 26% de los encuestados, cuenta con un alto nivel de personal branding y solo el 9% reflexionan aun sobre sus habilidades propias, es decir, que deben seguir implementando y fomentando el perfeccionamiento de la marca personal de sus futuros licenciados. Además, refieren que el buen trabajo de las habilidades, destrezas, fortalezas, etc., permite un buen desenvolvimiento en la cultura laboral de la actualidad, por lo que resalta la necesidad fortalecer el activo humano.

Del mismo modo el autor, Reyes (2017) en su tesis de investigación de la universidad nacional de Trujillo, concluye que el personal branding efectivamente ayuda a los profesionales a posicionarse en el mercado laboral, pues esta herramienta de marketing personal permite dar a conocer el valor diferenciado de cada uno frente a otros profesionales, además de considerar que, para lograr obtener un buen posicionamiento es necesario ser autentico y planificar adecuadamente sus actividades.

También concluyó que los medios sociales digitales, ayudan a que incluso los estudiantes de una escuela profesional de la Universidad Nacional de Trujillo, obtengan posicionamiento efectivo en el mercado laboral, pues los medios digitales además de no incluir muchos gastos en promocionarse, ayudan en el desarrollo del plan de su marca personal, logrando con ello mostrar autenticidad y diferenciación en su trabajo. Tal es así, que en su investigación se determina que efectivamente las redes sociales digitales son una excelente estrategia para la promoción profesional, siguiendo siempre la estructura de su

marca personal, pues esto les permite relacionarse e intercambiar información sobre la misión que tienen como persona.

De tal forma que, la investigación citada hace referencia a que es de suma importancia tener estructurado un plan de personal branding, que inicie con los estudiantes universitarios, a fin de que influya de manera exitosa en el posicionamiento de los futuros egresados en el entorno laboral, considerando a los medios digitales como la mejor opción de promoción de la imagen profesional, ya que ayuda al posicionamiento y diferenciación frente a la competencia laboral.

1.2.3. Antecedentes de estudio a nivel local.

Dentro del enfoque local, en el antecedente de investigación realizada por Riquero (2017) de la Universidad de Lambayeque, en la que concluye que, capacitar sobre marketing personal a los que están a puertas de egresar de la universidad es trascendental para su desenvolvimiento profesional, debido a que existen universidades de otras regiones que, si manejan y aplican esta metodología y con esto logran que sus profesionales egresados estén en el ranking de selección personal, debido al posicionamiento de la imagen profesional que tiene el egresado, esto facilita las plazas laborales para ellos, por haber gestionado su marca personal desde que eran estudiantes de los últimos ciclos académicos.

Asimismo, del estudio y análisis que hace en su investigación, afirma que hay personas que sí saben cómo vender o promocionar su marca personal, más no, si el público receptor percibió estos atributos a fin de generar una idea en la mente de este consumidor, por lo que evidentemente, resulta de suma importancia conocer el grado de posicionamiento y saber que se debe cambiar para que los perciban como la mejor opción.

Sin embargo, Riquero (2017) refiere que, en muchos casos, las personas tienen problemas con su inteligencia interpersonal, debido a que estas son influenciadas por emociones del entorno y no saben cómo controlar distintas situaciones, de tal forma que esto no ayudaría mucho en la marca personal, ya que esto se trata de promocionar, de la mejor manera posible, los servicios profesionales y al no controlarse en las diferentes situaciones del entorno, se podría jugar una mala pasada.

De este modo, se estableció que, en este trabajo de investigación se reafirma lo importante que es hacer una buena gestión del personal branding para futuros egresados profesionales, toda vez que esto mejora la empleabilidad dentro del mercado laboral competitivo, ya que actualmente egresan de las universidades grandes cantidades de

profesionales y frente a esto, se debe considerar mejorar la imagen profesional para que destaquen y obtengan visibilidad con estrategias de marketing personal.

Por su parte, la investigación de los autores Barreto y Ruiz (2015) de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, concluyen que, tener o contar con una buena imagen profesional, contribuye enormemente y de forma positiva para la motivación en el desempeño académico y en un futuro para la identidad profesional de los estudiantes.

En este sentido, los citados autores afirman que, si bien en cierto, la imagen de los profesionales se ve reforzada gracias al reconocimiento de su casa superior de estudios, se deberá agregar que tal reconocimiento, sumado a la identidad o imagen profesional promueve un futuro laboral, ya que también buscan su autorrealización y reconocimiento personal, desarrollando competencias con autonomía en su formación académica, a fin que les permite adquirir conocimientos teóricos, prácticos, habilidades, actitudes y experiencias que influyen positivamente en su crecimiento personal a lo largo de su carrera universitaria.

Tal sería el caso que planean los citados autores en su trabajo de investigación, donde producto de entrevistas con estudiantes de enfermería, quienes manifiestan que su carrera es una vocación y que les da satisfacción al logran cumplir sus metas y aspiraciones, se ejemplifica lo que se conoce como autorrealización (que puede ser personal o profesional), con ello se demuestra una sólida identidad profesional, de tal forma que esto les permitirá actuar efectivamente frente a distintas situaciones en el ámbito laboral y, con ello lograr transformar la imagen profesional ante la sociedad.

Por este motivo, las autoras mencionan que todas las personas tienen que alimentar, proteger, cuidar, mejorar y crecer en uno mismo, es decir, en su persona interior, proponiéndose objetivos de realización y desarrollo personal óptimo y auténtico, teniendo siempre presente el ámbito donde se desenvuelvan e interactúan con los demás.

Este trabajo previo de investigación a nivel local se amplía el panorama sobre la importancia de tener objetivos claros que lleven a lograr la autorrealización tanto personal como profesional, a fin de mejorar la imagen profesional en el entorno que los rodea, siendo necesario e imprescindible gestionar el personal branding, para que permita mejorar la imagen profesional (estrategias y herramientas favorables) para ingresar al mercado laboral o posicionar la marca personal.

1.3. Abordaje teórico

1.3.1. Personal Branding

Para tratar de definir esta estrategia de marketing, se parte de la definición del denominado “branding”, por lo que según el autor (Meldini, s/f), este término está compuesto

por “Brand” que significa marca y el sufijo “Ing.”, que significa una continuidad, de tal forma que esta es una disciplina que se encarga del proceso de creación y construcción de una marca, mediante el empleo de diversas estrategias que se complementan a partir de un nombre comercial, un símbolo o logotipo que la identifican como tal, influyendo en el valor para sus clientes o consumidores.

De este modo, en palabras del autor Meldini (s/f), el branding busca resaltar los valores intangibles de una marca, subrayando las cualidades que constituyen su fortaleza y la hacen más poderosa, permitiéndole diferenciarse de la competencia, ya que el branding está relacionado con el marketing de la experiencia, toda vez que estudiará el negocio, los valores y la filosofía de la marca, implementando distintos recursos que ayuden a posicionarla, con ayuda de la comunicación efectiva de los valores y experiencias a los consumidores, como la seguridad, familiaridad, singularidad y diferencias a fin de producir emociones y deseos en los receptores.

En este sentido, cuando se refiere al personal branding, se hace mención a diversos autores, pues este término contiene una gran variedad de concepciones, que en algunos casos se asemejan y otros se diferencian. Tal es el caso del autor (Vázquez y Bravo, 2018) quien refiere que el personal branding es un proceso que se enfoca en desarrollar y ordenar todos los atributos que proyecta cada individuo, a fin de crear seguridad en los clientes por seleccionar al profesional destacado, con una imagen y reputación intachable.

Del mismo modo, el autor Aguirre (2014) quien manifiesta que el personal branding consiste en identificarse a uno mismo, dando a conocer las habilidades para diferenciarse de los demás en un mercado competitivo y de constante cambio. De tal forma que, no solo consiste en saber vender nuestra imagen, sino también en lograr que los demás te puedan observar cómo eres en lo profesional y personal; ya que desarrollar una marca personal debe formar parte de las destrezas de un buen líder, donde incluso al gestionar esta herramienta tiene incidencia en el ámbito empresarial, toda vez que, la imagen que reflejen los trabajadores de una empresa, también generará una proyección externa de la compañía.

Por su parte, el autor Beteta (2011) refiere un planteamiento similar, al establecer que el personal branding permite determinar que las personas deben considerarse como un sello, para poder diferenciarse y lograr un mayor triunfo, tanto en lo profesional como en lo personal; de esta manera lo que un ser humano transmite a sus clientes también logra influir en el mismo centro laboral. Es por ello que el autor (Vicuña, 2014) establece que el personal branding también es un proceso que permite a los profesionales diferenciarse de los demás, pero que, para alcanzarlo, las personas deben brindar una propuesta de valor (personal o

profesional), para luego promocionarla en diferentes plataformas digitales dando un mensaje y una imagen bien constituida.

De este modo, el personal branding permitiría lograr las metas propuestas, como el posicionamiento de la imagen, debido a que estas acciones, permiten que las personas sean reconocidas, tener buena reputación y aumentar sus conocimientos, volviéndose expertos en el ámbito en el que se quieren especializar, concluyendo que la marca personal es el resultado del personal branding.

Sin embargo, otros autores como (Carrillo, 2015, p.18) ofrecen una concepción totalmente opuesta e incluso contradictoria, al establecer que “el personal branding no es una estrategia de promoción personal”, dando a entender que esta estrategia de marketing sólo busca el autoconocimiento (conocer valores, fortalezas, destrezas) más no busca posicionar la imagen profesional a través de la promoción personal. Esta afirmación cae en contradicción cuando establece que, el personal branding está cimentado en una cultura de análisis de los atributos personales, edificando la credibilidad y la visibilidad, entiendo el último término como una especie de promoción personal, ya que esta sería la única forma de obtener visibilidad de una marca personal.

1.3.1.1. Las 4P del marketing personal

Teniendo en cuenta que el marketing personal, consiste en una toma de conciencia de la imagen personal (interna o externa) con la que cuenta cada persona, para luego adaptarla a las dimensiones del marketing (persona, precio, plaza y promoción) y en consecuencia, vender el trabajo, ideas, creencias, sentimientos, etc., debemos afirmar que esta, no es una situación sencilla, debido a que el marketing personal requiere o necesita de un análisis intrínseco, para luego gestionar adecuadamente las variables del marketing personal, logrando así que los profesionales, vendan de forma óptima su trabajo y capacidades, inspeccionando la calidad del servicio que ofrecen como bien refiere el autor (Dávila, 2017).

Asimismo, la autora Vásconez (2011) menciona que, poseer talento y habilidades ya no es suficiente en el mercado laboral, pues la competencia es alta y se deberá ser competitivo y mirarse como un producto que puede posicionarse gracias a las cualidades que se han obtenido a lo largo de la vida. Así como el marketing comercializa servicios y productos de manera óptima en el mercado, el marketing personal permite gestionar diversas estrategias y recursos claves para posicionar una imagen como personas y profesionales.

Por ello, se deberá enfocar en analizar detalladamente las cualidades y, además, tener claro los objetivos profesionales que se han propuesto, ya que, para gestionar adecuadamente la marca personal, se tendrá que realizar un autoconocimiento para después promocionar aquellas características relevantes y únicas que los destaquen como excelentes profesionales dentro del mercado laboral o en la sociedad.

1.3.1.2. Persona

Como primer paso para construir una marca personal, tenemos el autoconocimiento y el análisis FODA persona. Esto puede parecer algo tan repetitivo y quizá se piense que no es necesario, pero, al contrario, esto nos ayuda a tener una visión más clara y objetiva sobre nosotros mismos, ya que, nos permite conocernos, saber quién somos y a donde queremos llegar. Pues, es la base para construir una marca personal sólida que pretende dejar huella en el mundo, afianzándonos siempre en mostrar sus valores, capacidades, habilidades, talentos innatos y no mentir o crear falsas expectativas de lo que no son.

De este modo, los autores Parra y Martínez (2013) establecen que el Marketing Personal tiene elementos similares a los del Marketing de producto, pero con otras diversificaciones, toda vez que, la diferencia radica en que el producto eres tú y, para lograr corregir lo que se brinda, se debe conocer quién eres, tu experiencia real, las capacidades, las destrezas, reconocer las debilidades, la forma de comunicación, la imagen que se proyecta, la actitud; entre otras fortalezas, para que así se mejoren aquellos aspectos negativos y potencien sus fortalezas.

1.3.1.3. Precio

El precio es una variable un tanto difícil de proponer, tanto personal como profesionalmente, pues se tiene que establecer un valor de lo que se hace y que ambos (tú y contratante) queden satisfechos con ese precio, de tal forma que para establecer un precio justo se debe tener en cuenta al mercado que se dirigen, ya que esto va más allá de tus deseos e intereses personales.

Según los autores Parra y Martínez (2013) se parte con un precio razonable en el mercado, al cual se denomina como "precio estándar", para luego ser aumentado según las percepciones de los clientes, el valor y el beneficio que obtendrían al contratarnos. También, se sugiere proponer el precio no solo en función a lo que pagaría tu cliente potencial, sino también, considerando el precio de tu competencia, de tal forma que, cuando tengan fijado el precio base, vayan sumando los costos más el beneficio que obtendrían con el servicio.

Por consiguiente, cuando se habla de “valor” en marketing, siempre se piensa en el agregado que va a generar dinero, gracias a que “tu valor” es único y la competencia no podrá ofrecerlo. Sin embargo, no se puede olvidar que, el valor también se genera a partir de las relaciones personales, ya que las personas de forma consciente o inconsciente generan o interiorizan un valor sobre algún producto o persona, según la percepción que tiene sobre ella, motivo por el cual se puede ayudar a establecer el precio del trabajo, pues si se comunica efectivamente las capacidades como profesionales, el segmento valorará tu trabajo y pagará un precio justo.

1.3.1.4. Plaza

Esta variable representa los lugares donde vas a ofrecer tus servicios como profesional, con esto se refiere a los entornos claves donde se debe estar para lograr el reconocimiento. Además, se opta por involucrarse con personas que sumen imagen y prestigio, tal como lo mencionan los autores Parra y Martínez (2013), quienes afirman que todas las personas que se encuentran en tu entorno deben ser capaces de percibir lo bueno que eres y lo mucho que puedes dar.

Es por ello que necesitas hacer un análisis sobre los lugares y momentos donde debes presentarte y ser visto por los demás, estos pueden ser conferencias, reuniones, eventos u otras actividades. Pues, se deben mostrar en entornos donde se desenvuelva su público objetivo y que tenga conexión con la profesión o campo en el que se quieren desempeñar, todo esto permitirá tener una relación más cercana con aquellos que les ayuden a llegar a la meta, para eso se debe tener la habilidad de fusionarse en conversaciones importantes o comenzar una.

De este modo, para desempeñarte con éxito dentro de esta variable del marketing personal, se debe considerar el crear vínculos con expertos o personas influyentes que te ayuden a sobresalir profesionalmente o buscar la recomendación de personas que conocen tu potencial, sin olvidar que, para lograr el éxito en este camino debes buscar las oportunidades, siendo constante y perseverante.

1.3.1.5. Promoción

La promoción personal es quizá, la variable más importante dentro del marketing personal, ya que esta variable permitirá ser conocidos y reconocidos gracias a las cualidades personales. Para ello se debe investigar qué herramientas permitirán promocionar mejor su trabajo en función al público objetivo, toda vez que la promoción o difusión es la manera en que las personas se dan a conocer, como bien refiere (Vásconez, 2011).

La primera herramienta que se utiliza para promocionar la marca personal en el ámbito profesional es el curriculum vitae, este debe tener información actualizada y relevante para el contratante, además de ello se debe tener tarjetas personales con información directa para que los puedan contactar, las cuales deben estar al alcance para repartirlas a los posibles clientes potenciales.

La segunda herramienta que se debe emplear son las redes sociales como, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp y, redes profesionales como, por ejemplo, LinkedIn o Xing. Sin embargo, lo más importante de ello es determinar cuál es la mejor red social o profesional para promocionar tu trabajo, ya que esto dependerá del estudio de mercado que hayas realizado, enfocando tu promoción hacia tu mercado meta.

Del mismo, resulta importante establecer que según el autor Cabrera (2013), no importa lo buena que sea una marca personal y su contenido, ya que, si no se realiza un constante intercambio de información e interacción esta quedará obsoleta, pues las tendencias evolucionan constantemente y con ello el contenido y estrategias de promoción, por lo que, se deberá educar cada cierto tiempo y actualizar sus aprendizajes, sobre todo compartirlo con su público objetivo, para demostrarles que son buenos en lo que hacen.

1.3.2. La marca

Según el diccionario de la Real Academia Española (2017), una marca es una señal que se hace o se pone en alguien o algo, para distinguirlos, o para denotar calidad o pertenencia. Por ello, es entendida como el conjunto de valores que permite dar un resultado favorable en un producto o servicio que se brinde, es decir, la marca queda grabada en la mente de los consumidores por sensaciones y percepciones que esta demuestra, es por ello que resulta de vital importancia que una marca sea recordada, ya que uno de los objetivos que se quiere lograr es dejar una imagen definida sobre los atributos de una compañía, toda vez que esto permitirá que al observar sus identificadores o características visuales de la marca, la recordemos fácilmente.

En este sentido, el autor Rosado (2017) afirma que la marca tiene como objetivo principal posicionarse en la mente de los consumidores, permitiendo así, ser elegida entre las demás marcas que se encuentran en el mercado gracias a su factor diferencial que le aporte valor único.

1.3.2.1. La marca personal

Cuando se refiere a una marca personal, el concepto sufre una variación ligada a una distinción como seres humanos o personas, en merito a que según el autor Rosado (2017) refiere que, la marca personal es similar a la marca, la diferencia se encuentra en que, la marca personal simboliza a la persona, pero en ambos el objetivo final viene hacer el mismo, posicionarse y diferenciarse de la competencia.

Tal es así que, la marca personal viene a ser todo el panorama y percepciones que se crean en la mente de los demás cuando oyen o ven el nombre de alguna persona; en otras palabras, se refiere a la imagen que tiene el entorno sobre nosotros mismos, permitiendo sobresalir entre los demás, a fin de diferenciarse, teniendo como objetivo ser escogidos cuando requieran de sus servicios profesionales. De este modo, el personal branding permite marcar la pauta y establecer una huella abstracta que se deja impregnada en los demás, en función a los valores y fortalezas que transmitimos de uno mismo.

Por su parte, los autores Montero y Kadi (2017) al tratar sobre la marca personal y el posicionamiento, establecen que la marca personal posee una variedad de elementos que se encuentran desde lo más profundo de la persona hasta la manera en la que los demás nos perciben a uno mismo.

Pues, con esto se busca que las personas vean a quien desarrolla una marca personal, como un profesional talentoso y confiable, de tal forma que, el proceso de creación de una marca personal llega a ser complicado, toda vez que constantemente las personas revelan información sobre ellas dentro del medio donde se desenvuelven como profesionales, direccionando a que los potenciales clientes creen una percepción mental sobre nosotros.

De esta manera, la marca personal se representa por las percepciones que tiene la sociedad sobre uno mismo, ya sea en la forma de cómo se ven, cómo se muestren y cómo se desenvolverán en lo profesional, dejando una huella impregnada en la mente de los consumidores, permitiendo que te vean como la mejor opción, haciendo que te puedas diferenciar del resto.

1.3.2.1.1. Principios básicos para crear una marca personal

1.3.2.1.1.1. Relevancia

Este principio consiste en lo que realmente tienes o cuentas para ofrecer a tu público, es decir que, para crear una marca personal, es fundamental que esta sea útil, que cumpla

una necesidad y que esté correcta, aunque muchas veces se tenga un concepto errado sobre la gestión de la marca, ya que de ser así las marcas no durarían en el mercado si su contenido y lo que ofrecen es falso, como bien refiere (Pérez, 2011).

Como bien se ha hecho mención la relevancia es la coherencia que debe tener una persona al desarrollar su marca personal, ya que tiene que ser estructurada y realizada con la mayor sinceridad posible, puesto que de ello dependerá su permanencia y gran éxito en el mercado laboral.

1.3.2.1.1.2. Confianza.

Este principio consiste en desligarse de la incertidumbre de uno mismo, ya que esto permitirá que cumplas tus metas y logres lo que te propongas, toda vez que, en base a esto crece la confianza para buscar un empleo o llevar a cabo un emprendimiento. Pues, la confianza es muy importante, en la medida que ayudará al desarrollo de tu marca personal, como bien refiere el autor Adan (2014), al agregar que, la confianza permitirá creer en uno mismo para alcanzar los objetivos y también para ser profesionales confiables dentro del entorno laboral.

1.3.2.1.1.3. Notoriedad.

Cuando se hace referencia a la notoriedad, se refiere que por medio de este principio se relaciona o se dará a notar y sobresalir en el ámbito laboral, pero no se trata de excederse en este punto, porque se podría ocasionar un rechazo frente a los demás, decayendo con efecto negativo para la reputación profesional, tal como lo establece Toro (2015), al afirmar que la notoriedad viene sola, después de haber realizado un buen desarrollo de tu marca personal.

Una buena gestión de la marca personal conlleva a tener notoriedad en el ámbito laboral, de esta manera se puede decir que esto permite resaltar como persona y como marca, haciendo que te vean como la mejor opción frente a tus competidores, cabe mencionar que la notoriedad en exceso puede perjudicar a la marca personal por la sobre carga de información hacia el público.

1.3.2.1.2. Bases para desarrollar tu marca personal

El reto más grande dentro del desarrollo de la marca personal, consiste en gestionar las diversas percepciones sobre sí mismos, y desarrollar acciones que faciliten el proceso

para alinear la (identidad deseada / imagen proyectada) con el posicionamiento que se pretende lograr.

El posicionamiento de la marca personal es una mezcla resultante de la suma de dos miradas: tú visión, opinión e idea que se tiene sobre sí mismo, y la visión, opinión e idea que los demás tienen sobre ti, este último relacionado con la reputación. Para ello el autor Leyva (2014) propone algunos pasos a fin que se pueda obtener información necesaria para el desarrollo de una marca personal:

1.3.2.1.2.1. Defínete:

Saber quién eres puede ser difícil, para ello, es necesario encontrar el punto medio entre lo que tú piensas que eres y lo que percibe el entorno sobre ti, esto ayudara para tener el punto de partida del posicionamiento de la marca personal, esto funciona igual con los productos y servicios, toda vez que se necesita saber si se está proyectando bien o no, la identidad como marca, es decir, quiénes somos, lo que te diferencia, si se tiene que mejorar la imagen percibida, si se necesita mejorar la comunicación, los mensajes, los canales y medios. Con esto se puede confirmar si la marca personal logró trasladar la esencia en los demás.

1.3.2.1.2.2. Decide:

Decidir es un paso importante en la marca personal, pues delimitas lo que vas a lograr; esto es, el objetivo con el cual pretendes gestionar tu marca personal; hasta dónde aspiras llegar y hacia que ámbitos de interés se necesita dirigir o enfocarse.

1.3.2.1.2.3. Analiza:

Esta base permite estudiar, inferir y comprender lo que aún falta para lograr proyectar una buena imagen de la marca personal en cuestión de habilidad, imagen, comportamiento, valores, conocimiento, experiencia, capacidades, motivación, etc. Después de reconocer quiénes somos y lo que se quiere lograr, se debe preguntar ¿qué tengo? y ¿qué me falta?, esto con la intención de desarrollar el plan de marca personal para lograr los objetivos planteados.

1.3.2.1.2.4. Resuelve:

Es muy importante fijar la fecha de inicio, donde finalmente se puede tomar en las manos la gestión de la marca personal, con este paso ya se estará en el inicio de la

construcción de la marca personal, donde encontraremos dificultades que deberás resolver y salir a flote.

1.3.2.1.2.5. Desarrolla tu plan de marca personal:

Para esto es importante tener bien definidos y delimitados los objetivos, la meta, y la estrategia que se pretende emplear, pues con esto se refiere a que es necesario determinar tareas y actividades que te ayuden a lograr tus objetivos, alineándolo siempre a un cronograma de actividades, con presupuestos y recursos precisos que correspondan sustentar la estrategia y completar tu plan. No se puede improvisar.

1.3.2.1.3. Etapas para gestionar una marca personal

Para armar un plan de personal branding, es necesario seguir diversas etapas o fases que ayudarán a avanzar de la manera correcta, a fin de lograr el posicionamiento de la imagen profesional que se quiere mostrar al mercado, por ello el autor Rúbio (2020) en su libro denominado el poder de tu marca personal, nos indica 4 pasos o etapas importantes para conseguir buenos resultados en el proceso de evolución de la imagen profesional. El proceso de formación de la marca personal consiste en:

1.3.2.1.3.1. Preparación

Este proceso de formación, parte del supuesto que actualmente la mayoría de personas tiene una marca personal, bien sea de forma consciente o inconsciente, siendo las redes sociales y el nivel de visibilidad, las que ayudan a la marca personal en temas estratégicos para fomentar tu carrera profesional y posicionarte en el campo laboral, de tal forma que esta herramienta trae oportunidades para ti, para que saques provecho de tus puntos fuertes y logres comunicar tu experiencia al público objetivo mediante canales online.

1.3.2.1.3.1.1. Comienza el viaje

Para comenzar en este proceso, se deberá tener una idea o pensamiento, sobre lo que quieres lograr y deseas transmitir, pero para tener resultados sobre esta idea, es necesario actuar y comenzar a trabajar en ella, sin desviarse del camino o dejarlo inconcluso.

Por lo que, en resumen, se deberá partir de la idea u objetivo, actuar sobre ella, llevarla hasta concluirla y lograr sentir satisfacción, pero no solo es tener la idea, se deberá validarla y saber si esta será efectiva, además del valor que le aportará al público objetivo, por lo tanto, antes de invertir tiempo y capital, se debe evaluar si esta funcionará, si va ser viable, sostenible y realista. En razón a ello, deberá partir de la idea hacia dónde se quiere llegar, toda vez que esta es una idea fundamental, que ayudará a tener una dirección específica

para no desviarse del camino.

En este sentido, se afirma que es necesario planificar una estrategia; es decir, aquello que nos oriente hacia lo que desea conseguir, ya que definir la estrategia permitirá conocer el camino que debes seguir, los pasos que vas a dar si en cierto momento tienes que tomar un desvío, etc.

1.3.2.1.3.1.2. El poder de la especialización

Actualmente, la información en el mundo digital es muy inmediata y saturada, por eso en los sectores y en las profesiones hay muchos recursos accesibles para todos los que necesiten formarse, esto hace que la competencia aumente y el posicionamiento se dificulte, debido a que es más efectivo destacar entre unos pocos según la rama en la que te especialices y en la que mejor resultados hayas tenido producto de la formación académica.

La marca personal ayuda a posicionarte, a ser reconocido por el público, a que se logre identificar tu trabajo, te define y te forma un nombre en el sector, pero, para lograr todo esto, es importante la especialización, ya que ofreces aquello que más te apasiona y que otra persona o empresa lo está buscando y que puede encontrar en tus servicios, por lo que esta especialización ayudará a que te posiciones de la mejor manera posible en el mercado laboral.

1.3.2.1.3.2. Introspección

1.3.2.1.3.2.1. Propósito

Para concretar tu marca personal, es fundamental tener un propósito de vida, este será el punto de partida que nos guiará para seguir con el resto del viaje, para ello, lo primero que se necesitara es saber o conocer lo que nos hace felices y que aporte harás a la humanidad con tu profesión.

1.3.2.1.3.2.2. Descubre tu propósito de vida

La herramienta del Ikigai servirá para conocer aquel propósito de vida y conocer para lo que has nacido, sin importar lo ambicioso o complejo que sea tu propósito, ni lo sencillo o accesible que parezca, de tal forma que es necesario tener muy claro y asegurado lo que está alineado contigo, para luego también poder alinearlo con tu marca personal, buscando siempre, la manera de desarrollarla hasta llegar a tu propósito.

Figura 1

Herramienta de Ikigai



Nota. El Ikigai está conformado por cuatro círculos que interactúan entre sí. Tomada de (Rúbio, 2020)

1.3.2.1.3.2.3. Diagnóstico de la situación

Para este paso, lo que se requiere es analizar tu pasado, presente y futuro, el pasado determinará cuán importante es éste en tu vida, ya que se analizará para saber si tu vida pasada te está impulsando a avanzar o, por el contrario, te está impidiendo avanzar. Por otro lado, el presente se analiza para saber cómo se está llevando la vida actualmente, y el futuro es importante en la medida que ayuda a determinar cómo se quiere vivir más adelante.

En este sentido, el pasado se examina y queda como recuerdo, el futuro lo construyes e imaginamos cómo será, pero el presente se vive, es lo único que se disfruta a cada momento y es el momento preciso para visualizar el futuro. Todo esto es muy importante porque permite conocerse, saber quién somos, y esto ayudará a gestionar de la mejor forma la marca personal.

a) El pasado

Nuestro pasado. Puede tener mucha influencia en nosotros, sobre todo las creencias, estas que hemos ido tomando a largo la vida, y con esto no solo se refiere a creencia de fe, sino también a ideas, valores o pensamientos que se fueron inculcando por la familia, amigos, sociedad y educación. Para este estudio te presentamos 2 tipos de creencias, las limitantes y las potenciadoras:

Las creencias limitantes, son aquellas que te impiden tomar oportunidades que te ayudarán a crecer, te mantienen con una actitud derrotista, estas se fueron inculcando desde la niñez, con respecto a tu valor, tu capacidad y el éxito.

Mientras que las creencias potenciadoras, son todo lo contrario, estas fomentan seguridad en uno mismo, te permiten creer, saber cuánto vales como persona, conocer tus capacidades y aprovecharlas para lograr aquello que anhelas.

b) El presente

El análisis del presente es muy importante para tomar consciencia de tu situación actual, ya que con este análisis se aprende a vivir el presente y agradecer por lo que tienes hoy, toda vez que el hoy es el momento ideal para que puedas y empieces a actuar en tu beneficio, porque esto te permitirá mejorar tu futuro, alcanzar tus metas y conseguir lo que deseas.

c) El futuro

El análisis del futuro, permitirá trazarte metas y objetivos para lograr aquello que más deseas, y esto es lo más importante en la marca personal, pues saber cómo te ves en un futuro te ayudará a seguir un plan estratégico y óptimo para tu desarrollo personal y profesional, por ello es que esto se deberá tener claro.

1.3.2.1.3.2.4. ¿Quién soy?

Alguna vez te has puesto a pensar ¿quién eres? Es probable que tengas una noción general, quizá nunca lo pensaste o no le dedicaste el tiempo necesario para descubrirlo. Para gestionar tu marca personal es indispensable tener un concepto claro de ti mismo, no solo lo que tú crees que eres, sino también como te perciben los demás, para ello, el ejercicio de la ventana de Johari te ayudará en este proceso de autoconocimiento.

a) Ventana de Johari

Este ejercicio permite ver las diferencias de la autopercepción y la percepción externa, de tal forma que el objetivo primordial es expandir el espacio personal y el que compartas con los demás, ya que permitirá manejar adecuadamente las fortalezas y divulgar más sobre nosotros, aceptando comentarios constructivos de otras personas.

Figura 2

Ventana de Johari



Nota. Conocida como la casa de cuatro habitaciones de Johari, donde se muestra en forma de cuatro cuadros. Tomada de (Rúbio, 2020)

1.3.2.1.3.3. Desarrollo

1.3.2.1.3.3.1. Objetivos

Aplicando este ejercicio, obtendrás una perspectiva de cómo te veras, con relación a tu marca personal y lo que contribuirás a la sociedad dentro de 1, 5 o 10 años, por lo que se debe elaborar un cuadro donde se podrá describir detalladamente a qué se dedican, con

quien nos encontramos, de qué provienen nuestros ingresos y cuanto suman nuestros ingresos al mes.

Del mismo, cuando hablamos de objetivos, lo primordial es preguntarnos ¿Para qué quiero lograr las metas trazadas?, toda vez que, cuando planteamos dicha pregunta, obtendremos información relevante para la elaboración de la marca personal.

1.3.2.1.3.3.2. Objetivos Inteligentes (SMART)

Cuando se refiere a un objetivo SMART, se establece que no es un objetivo común o improvisado, sino uno que sea específico, medible, alcanzable, relevante y marcado en un espacio de tiempo. De tal forma que, los objetivos serán específicos cuando permitan obtener una mejor claridad en todo el procedimiento; serán medibles para conocer los avances que se tendrá sobre el objetivo; serán alcanzables porque se necesita un objetivo que sea seguro de lograr o cumplir y; finalmente, marcado en su espacio de tiempo a fin de establecer con precisión el tiempo que se tomará para lograr el objetivo determinado.

Por ello, podemos afirmar que este paso, demanda de mucho trabajo, esfuerzo y tiempo que el planteamiento de un objetivo normal o generalizado, ya que consiste en determinar mucho mejor el atributo que se desea lograr.

1.3.2.1.3.2.3. ¿Qué ofrezco?

1.3.2.1.3.2.3.1. Aportar valor y luego ofrecer tus servicios

En esta etapa, se busca la forma que se pueda crear confianza a favor de quién brindemos u ofrezcamos nuestros servicios profesionales, dejando claro que los típicos errores que se cometen al momento de brindar un producto o servicio se presentan cuando afirmamos que nuestros productos o servicios son los mejor que el consumidor puede obtener, cuando aún no han justificado lo mencionado.

Por ello, es necesario e importante generar valor a tus habilidades, productos o servicios antes de ofrecerlos o afirmar que es el mejor sin haber justificado dicha afirmación. De este modo, hacer uso de las redes sociales, permitirá conocer las opiniones del público, ya que lograr este primer contacto, representará un gran avance en la medida que podrá crear seguridad y credibilidad a partir del interés que se tenga sobre las opiniones de nuestros clientes.

1.3.2.1.3.2.4. ¿A quién se lo ofrezco?

1.3.2.1.3.2.4.1. La venta

En la marca personal se tendrá que trabajar mucho en la diferenciación con el resto del mercado (clásico o normal), enfocándose en los gustos y preferencias del cliente o a quien le brindemos los servicios, por lo cual, es necesario conocer al máximo al target al que van dirigidos los servicios a fin de satisfacer sus necesidades con la mejor determinación.

Antes de establecer una venta se deberá conocer si es que realmente necesita el producto, porque en cierta medida se puede dar la situación en la que el producto no es lo que realmente necesita y, en definitiva, al ser transparente con el cliente se genera un vínculo positivo e incluso, la posibilidad de ponerlo en comunicación con el experto adecuado, lo que en futuro te sumará.

1.3.2.1.3.4. Lanzamiento

1.3.2.1.3.4.1. Plan de Acción

En esta etapa se echa a andar de manera constante, incluso antes de este texto se hizo mención que las personas son impacientes, pero la actualidad se muestra que se debe ser paciente con estímulo de confianza en la sociedad, ya que el tiempo, es lo que se necesita para formarla. Pues, se deberá tener en cuenta que los clientes actuales ya no son tan fieles, y que gran parte se debe a la mayor competencia del mercado, y la diversidad de los nuevos productos atractivos o novedosos.

1.3.3. El posicionamiento

El posicionamiento es el conjunto de ideas y características de lo que percibe un consumidor sobre un producto o servicio que se esté promocionando, como bien refiere el autor Leyva (2014), todas las ideas buenas o malas sobre un producto, servicio, compañía o persona, ocupa un lugar en la mente del consumidor y, esto a su vez, conlleva a que el público perciba a una marca que, al ser reconocida como tal en la sociedad, genera el posicionamiento por sí misma.

Sin embargo, para obtener un adecuado posicionamiento en el mercado, se debe conocer perfectamente al público objetivo, los competidores y sobre todo a uno mismo, pues esto permite obtener la información correcta para direccionar adecuadamente las estrategias

y acciones de la marca.

Del mismo modo se hace mención al autor (Monteferrer, 2013, p. 60) cuando refiere que “el posicionamiento de un producto supone la concepción del mismo y de su imagen con el fin de lograr un espacio en la mente del consumidor frente a otros productos de la competencia”. Sin embargo, se afirma que, de la misma manera en que se puede hacer referencia al posicionamiento de un producto en la mente del consumidor, también puede ocurrir o lo podemos reflejar al posicionamiento de una marca personal dentro del mercado laboral competitivo, a través de la promoción personal que abarca la visibilidad de capacidades, habilidades y destrezas que darán ventaja frente a otros profesionales.

Pues, luego de identificar aquello que resulte beneficioso para uno mismos, se podrá desarrollar estrategias que ayuden a mejorar la imagen profesional y posicionarse adecuadamente en el mercado laboral, toda vez que, el posicionamiento es la acción de diseñar la oferta e imagen de una empresa o marca personal, con la finalidad ocupar un lugar distintivo al de la competencia en la mente del consumidor, como bien refiere (Ibañez y Manzano, 2008). Por ello, se puede afirmar que el proceso de posicionamiento trae consigo la innovación y creación de una imagen clara y precisa que proporcione valor agregado para nuestro público objetivo sobre el producto, servicio o persona que busque posicionarse; es decir crear una percepción favorable para inducir a la adquisición de los servicios profesionales por la imagen que estas personas han creado en la sociedad.

Por otro lado, cuando el autor Pérez (2011) refiere que, cuando los expertos en marcas y mercadología mencionan la palabra posicionamiento, hacen referencia a que desean crear un vínculo mental entre el mercado - producto o servicio, pero además sugieren y afirman que, una marca personal también logra conseguir los mismos resultados efectos con los individuos, debido a que lo técnico y lo humano pueden fusionarse para conseguir posicionamiento en el mercado.

Pues, el propósito de la marca personal es ayudar a que los profesionales consigan un lugar preferente en la mente de las personas, ya que esta herramienta permite identificar y comunicar aquellos atributos y habilidades que los hacen valiosos, útiles e íntegros, para que los perciban como un profesional con resultados beneficiosos. Por ello, con el empleo o la gestión del personal branding, se consigue crear una marca personal, con la finalidad de aumentar el éxito en el mercado laboral al que postules.

1.3.3.1. Factores del posicionamiento

Según, el autor Pérez (2011) el personal branding, ayuda a enfocar mejor el perfil de las personas para su posicionamiento dentro de un mundo laboral o profesional y, deja de lado a los que aún no están aptos, de tal forma que los factores que intervienen en el posicionamiento, son los siguientes:

1.3.3.1.1. Percepción

Una marca personal sirve para aumentar tus opciones de posicionamiento desde un ámbito laboral o social, esto genera a su vez posibilidades de ser escogido en el mercado profesional tan incierto y competitivo, por lo tanto, permite tener una información objetiva, ya que es ahí donde uno tiende a trabajar a detalle todas las herramientas de tu marca personal, desde los valores y actitudes relacionadas a tu ser.

1.3.3.1.2. Voluntad

Es aquí donde existe el inconveniente, asumiendo que muchos de los profesionales de hoy en día interesados en posicionarse en el campo laboral no están dispuestos a dar todo su esfuerzo, el tiempo y sacrificio, para aprender de nuevas opciones que les permitirá darse a conocer con sus fortalezas competitivas.

La mayor parte de personas piensa que el hecho de estar trabajando en un lugar seguro, se trata de olvidar cualquier posibilidad de crecimiento y conjuntamente en ocasiones tendrán que adaptarse a la vida que tienen.

1.3.3.1.3. Capacidad

La capacidad es tomada en cuenta a efectos de conocer si existe alguna restricción o limitación que impida el desarrollo o libre desenvolvimiento aún en las circunstancias más complicadas, representando una situación que permita conocer y destacar habilidades ocultas que formen una base sólida de conocimientos, ya que todos quieren lograr el éxito a través de sus capacidades.

1.3.3.1.4. Propuesta de valor

Este factor es muy interesante ya que ayuda a determinar y definir el valor profesional en el mundo competitivo, toda vez que actualmente casi nadie expone de una manera interesante lo que realmente tiene por ofrecer, lo clásico es que solo se describen de una manera general y no en lo personal, por ende, se deberá tomar en cuenta que una marca personal no puede cimentarse sobre bases incompletas.

1.3.3.1.5. La diferenciación

Por su parte según el autor (Moraño, 2010), Refiere que este término es el más empleado cuando hacemos alusión a la gestión del personal branding o marca personal, toda

vez que este elemento es esencial dentro del proceso de posicionamiento de una marca personal, ya que ayudará a identificar y destacar aquellas características diferenciadoras o distintivas de la marca, es decir; aquello que los hace únicos, irrepetibles y que permite aportar mayor valor para el público objetivo.

Tal es así que, “la diferenciación permite promocionar aquellas cualidades con las que se cuenta, a diferencia de la competencia, de tal forma que estas cualidades deben ser significativas para el consumidor, ya que todo nuestro valor como marca está dirigido hacia ellos” como bien refiere (Leyva, 2014, p. 62).

Por su parte, el autor (Collel, 2015, p. 40) refiere que, “ser diferente nos envuelve en un entorno de riesgo, pues al obtener la diferenciación, la persona se vuelve vulnerable ante la mirada de los demás y serían el blanco perfecto para las críticas positivas y negativas”. Por ello, al gestionar una marca personal se requiere de valor para ser visibles en el entorno y, como consecuencia de ello lograr ser conocidos, reconocidos, memorables y elegidos en el mercado laboral, pues quien se esconde no deja marca y pasa desapercibido entre la competencia.

De tal forma que, para crear una marca personal se requiere dejar de lado el anonimato, logrando con ello pasar desapercibidos y desviar el peligro de las críticas, ya que, llevando este término a las personas, buscamos que estas no sean conocidas ni tampoco reconocidas, por fusionarse o adherirse con otras personas reconocidas en el rubro comercial o profesional, a fin que pasar desapercibidos es un claro ejemplo de mimetismo.

En este sentido, lograr la diferenciación, permite destacar y ser reconocidos con facilidad frente a nuestros competidores dentro de un mercado laboral competitivo, esto trae ventajas siempre y cuando se comuniquen correctamente los mejores atributos de la persona (aptitudes y habilidades), logando con ello dejar marca y obtener resultados beneficiosos para lograr el cumplimiento de los objetivos trazados.

1.3.3.2. Empleabilidad e imagen Profesional

Según la Organización Internacional de Trabajo (2000) define a la empleabilidad, como el resultado fundamental de la educación, la formación de alta calidad y la realización de otras habilidades, abarcando también las evaluaciones, conocimientos y aptitudes que aumentan la capacidad de los trabajadores para conseguir o conservar un empleo o para integrarse fácilmente en el mercado laboral.

Por ello, es necesario destacar que el mercado laboral es un entorno altamente

competitivo, donde cada profesional debe diferenciarse destacando diversos aspectos como, el conocimiento de idiomas, el manejo de herramientas tecnológicas, las habilidades comunicativas, la flexibilidad para viajar, la creatividad, la iniciativa; entre otras, como bien refieren los autores (Dulanto-Jiménez y Libio, 2018).

Sin embargo, cuando se refiere a la empleabilidad, no solo se hará mención a una función de la formación porque también requiere de otros factores externos como, la creación de más empleos o de mejor calidad y diversos factores internos, como el empleo del personal branding, ya que, un empleo se ve influenciado por el entorno económico, mientras que, la diferenciación o reconocimiento del profesional se ve influenciadas por el uso del personal branding.

En este sentido, el autor Alles, Martha citado por (Dulanto-Jiménez y Libio, 2018), considera que la empleabilidad contiene una serie de conocimientos, habilidades, valores y comportamientos que le permitirán al individuo alcanzar sus objetivos laborales, donde el personal branding tiene una gran influencia, debido a que esta serie de capacidades también forman parte y distinguen a una marca personal.

Por su parte, los autores Grip, Andries; Loo, Jasper y Jasper, Jos; citados por (Dulanto-Jiménez y Libio, 2018), afirman también que la empleabilidad respeta diversos factores como la oferta y la demanda, donde la oferta se basa en función a la capacidad y la destreza del trabajador o profesional, a fin de buscar ingresar al mercado laboral como una propuesta de valor atractiva, que con ayuda del personal branding podría ayudar a reconocer o posicionar su imagen y reputación personal, creando así una marca distinta del resto de profesionales. Mientras que, la demanda se basará en el ejercicio o desenvolvimiento de las habilidades que lo ubicaron en el radar del mercado profesional, por lo que la empleabilidad también implica predisposición, autoconocimiento y organización personal a fin de promocionarse.

1.3.3.3. Estrategias de posicionamiento

Es un proceso que tiene como finalidad desarrollar estrategias con el objetivo de llevar a la empresa, marca o producto desde la imagen existente a la deseada. Estas estrategias de posicionamiento son, según la autora (Apaolaza, 2015)

1.3.3.3.1. Basada en un atributo

Consiste en definir la estrategia de posicionamiento en el atributo diferencial de la

marca, este puede ser, la antigüedad de la marca, el tamaño, etc. Las marcas que fortalecen mejor su imagen en la mente del consumidor basándose en un solo atributo, se posicionan con facilidad de las que quieren mostrar varios atributos de la marca.

1.3.3.3.2. En base a los beneficios

Su finalidad es destacar el beneficio de un producto, marca o servicio. Una marca personal también puede identificar aquellos beneficios que pueden obtener sus clientes al contratarla.

1.3.3.3.3. Basada en el uso o aplicación del producto

Esta estrategia permite destacar la finalidad de un producto o servicio, si nos dirigimos hacia la marca personal podemos identificar la estrategia de una persona, preguntándonos ¿Cuál es la finalidad de que el público adquiera mis servicios?

1.3.3.3.4. Basada en el usuario

Esta estrategia se enfoca en dirigirse a un perfil de cliente delimitado, es decir tiene muy en cuenta al target al que quiere dirigirse para planear su estrategia como marca, esto con la intención de posicionarse únicamente en su target. Una persona que quiere ingresar al mercado como marca personal puede definir a su público y lanzar sus acciones de comunicación dirigiéndose siempre al público que desee atender.

1.3.3.3.5. Frente a la competencia

Consiste en comunicar las ventajas competitivas y particularidades de la marca, comparándolas con otras marcas a las cuales consideramos como competencia directa. Esta estrategia tiene como ventaja que las personas comparan con facilidad, esto supone conseguir que nuestra marca esté comparativamente posicionada por arriba de las otras, garantizando la compra. Esta estrategia muestra dos variaciones, debido a que no siempre las marcas pueden ser líderes en el mercado, sino que también vemos al seguidor, el cual se presenta como una alternativa al líder.

- Líder: Es aquella marca que se posiciona primero en la mente del consumidor y además consigue mantener su posición.
- Seguidor o segundo del mercado: Estas marcas fundamentan su estrategia en aspectos como ser una alternativa frente al líder o una elección más económica.

1.3.3.3.6. En base a la calidad o al precio

Consiste en fundamentar su estrategia de marca en relación a la calidad y precio, o centrarse principalmente en cualquiera de los dos aspectos. Estas marcas transmiten habitualmente exclusividad o lujo cuando su precio es elevado. En marcas personales podemos sustentar la calidad de los servicios para colocar un precio más elevado.

1.3.3.3.7. Según estilos de vida

Esta estrategia de posicionamiento toma en cuenta los intereses y actitudes de su público objetivo, con la finalidad de dirigirse a ellos según su estilo de vida.

1.3.3.4. Características del posicionamiento

En la revista realizada por las autoras Recio y Abril (2018), para Harvard señalan que existen tres características fundamentales para el posicionamiento de marca, los cuales son:

1.3.3.4.1. Relevante

Consiste en que el beneficio que propone la marca sea significativo, importante y que además cubra una necesidad real del cliente. Por ejemplo, una persona como marca puede comunicar los beneficios que ofrece, teniendo en cuenta que su mercado tiene una necesidad existente y el con sus servicios puede ser la solución al problema, con ello se manifiesta que su servicio es relevante y beneficio para su público.

1.3.3.4.2. Único

Otra característica importante para el posicionamiento es ser único, pues lo que busca el posicionamiento es la “diferenciación”, entonces esto se logra formulando una promesa de marca original y única, al menos para aquella categoría de producto o servicio en el que se direcciona tu marca.

1.3.3.4.3. Creíble

Se busca que el posicionamiento de la marca sea verosímil, pues siempre se tiene que tener en cuenta que un excelente posicionamiento es inconveniente si este no es creíble para la promesa que hace la marca. Coca Cola en su intento de reposicionarse como una marca sana, implemento campañas para incentivar el deporte y los buenos hábitos de nutrición, esto genero una reacción negativa frente a la marca, debido a la falta de credibilidad.

1.3.3.5. Errores de posicionamiento

En ocasiones una marca puede caer en escenarios no deseados al intentar tener una imagen clara y diferente en la mente de los consumidores, pero a veces esta percepción que el público tiene sobre la marca o producto no es la adecuada. Existen 4 errores sobre el posicionamiento, según los autores (Ibáñez y Manzano, 2008)

1.3.3.5.1. Infraposicionamiento

Es la imagen de la marca que no tiene relevancia para el consumidor, ya que este no la asocia con nada especial. En varios casos los productos solo tienen una categoría de pertenencia, sin aportar atributos, beneficio o valor diferencial para el público.

1.3.3.5.2. Sobreposicionamiento

Es la percepción reducida y estrecha sobre los beneficios que tiene el producto. Son marcas que buscan la diferenciación, pero se centra en elementos secundarios, los cuales no son relevantes para el público objetivo, esto imposibilita la ampliación en el mercado.

1.3.3.5.3. Posicionamiento confuso

Es la imagen poco clara o confusa sobre lo que el producto aporta, siendo el resultado de la mala comunicación sobre diversos ejes o también puede ser por el cambio habitual de la propuesta que la marca comunica al consumidor. Este es un error muy a menudo de las marcas, que cambian su estrategia constantemente debido a que se dejan guiar de nuevas tendencias que se identifican del consumidor, la reacción a reposicionamientos de la competencia o como resultado de ideas creativas publicitarias, que en ocasiones no manifiestan a una necesidad real.

1.3.3.5.4. Posicionamiento dudoso

Es el resultado de la desconfianza del consumidor sobre los beneficios y atributos que el producto ofrece. Esto es el resultado de una mala imagen del fabricante que no es coherente con lo que ofrece el producto. Además de este factor, si nos centramos en el producto en sí, el consumidor pierde credibilidad cuando el precio de un producto es muy bajo con relación a los beneficios comunicados, o la poca credibilidad de los beneficios.

1.3.3.6. Tipos y etapas del posicionamiento

Según el autor Otsuka (2015), refiere que el posicionamiento de un producto o servicio trata sobre cómo se observa el producto en correlación con la competencia, por ello se presentan dos tipos de estrategias primordiales que deberían efectuar las marcas para un

excelente posicionamiento en el mercado.

1.3.3.6.1. Posicionamiento de confrontación directa

Esta estrategia, consiste en que la empresa brinda similares beneficios que los competidores, pero con el afán de destacar de la competencia ya sea por medio de calidad superior o liderazgo de precio - costo. Otra forma de superar a los competidores es mediante publicidad ingeniosa, ofertando productos / servicios de mayor disponibilidad o mediante una entrega más rápida.

1.3.3.6.2. Posicionamiento diferenciado

Aquellas marcas que ponen en práctica esta estrategia promocionan atributos únicos con el fin de complacer a un determinado conjunto de clientes; Además, destacan sus beneficios, las ventajas del empaque, resaltando siempre una composición única de variables importantes que tiene el producto. Para conseguir posicionamiento diferenciado, las marcas deben identificar sus mejores atributos y los posibles medios para alcanzar una ventaja sostenible sobre los competidores, con la finalidad de lograr los objetivos propuestos para aquel producto, línea de productos o servicios.

Para conseguir el posicionamiento de un producto se sigue una serie de etapas que presentamos a continuación:

- a) Evaluación del interés de cada segmento: Una vez que las empresas descubrieron sus segmentos de mercado al cual van a dirigirse, tienen la ardua labor de identificar y analizar desde un punto de vista sencillo, el interés comercial de dichos segmentos encontrados, con el fin de diseñar una oferta beneficiosa para ellos.
- b) Selección de uno o varios segmentos objetivos: Gracias a la información de cada segmento real, la empresa elegirá a cuál o cuáles segmentos va a dirigir su producto dependiendo de las características del segmento. Con esto, la empresa debe decidir si le conviene y si está en sus posibilidades dirigirse a uno o dos segmentos del mercado general, a esto se conoce como estrategia de concertación de mercados.
- c) Identificación de las diversas posibilidades de posicionamiento para cada segmento escogido: En esta etapa el segmento seleccionado como objetivo empresarial, debe ser estudiado de forma profunda con el objetivo de conocer las motivaciones que influyen en la decisión de compra y el uso del producto que va a ofertar la marca. Este proceso tiene dos formas de realizarse, uno es de forma directa, el cual consiste en

preguntar mediante encuestas a los consumidores sobre sus razones de elección del producto y/o servicio, o también puede ser indirecta, examinando las peculiaridades de los productos favoritos del segmento de consumidores, mediante un análisis conjunto.

- d) Selección y desarrollo de un concepto de posicionamiento: En consecuencia, del análisis y estudio de las variables significativas y del posicionamiento de la competencia directa, las empresas deberán implementar la estrategia más provechosa para el posicionamiento de sus productos. Por otro lado, la estrategia más adecuada consiste en posicionarse de acuerdo a las variables importantes para el público objetivo, al cual la competencia no está satisfaciendo apropiadamente.

1.4. Formulación del problema

¿De qué manera se puede proponer un modelo de personal branding basado en el posicionamiento de la imagen profesional de los egresados de la Escuela Profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial en la Universidad Señor de Sipán?

1.5. Justificación e importancia del estudio

Esta investigación se realiza porque no se le toma la debida importancia al personal branding como herramienta que ayude posicionar la imagen profesional dentro de un mercado laboral carente de demanda en la carrera de Artes & Diseño gráfico empresarial, pues se ha encontrado diversas dificultades laborales cuando ya son egresados de esta carrera universitaria, ya que esto se debe a distintos factores como la gran cantidad de egresados y la poca demanda en el mercado chiclayano para los profesionales en diseño o la elección que tienen los empresarios en contratar personal técnico; entre otros.

Esto se refleja como una desventaja para los estudiantes y futuros egresados universitarios de la carrera de Artes & Diseño gráfico empresarial, pues la mayoría no hacen uso de esta herramienta del personal branding a fin que ayude a posicionar su imagen profesional en el mercado. Por ello, se ha considerado que la gestión del personal branding es vital importancia para poder adquirir un trabajo, que esté a nuestro nivel y no aceptar por necesidad uno que no presente las condiciones adecuadas para laborar.

En este sentido, la gestión del personal branding involucra hacer uso de una serie de

estrategias que permita identificarnos y mostrar las cualidades como profesionales y los diversos aportes que ofrece en beneficio de la empresa en la que queramos laborar. Cabe resaltar que los diferentes empresarios consideran innecesario contratar diseñadores en su empresa, por ello las acciones de personal branding deben apuntar a educar y mostrar el beneficio que obtendría la empresa con el uso de estrategias de marketing, publicidad y buen manejo de su identidad corporativa para conectar adecuadamente con su público objetivo.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Proponer un modelo de personal branding basado en el posicionamiento de la imagen profesional de los egresados de la Escuela Profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial en la Universidad Señor de Sipán

1.6.2. Objetivos específicos

Diagnosticar el estado actual del posicionamiento de la imagen profesional de los egresados de la escuela profesional de artes y diseño gráfico empresarial en el mercado laboral chiclayano.

Reconocer el uso del personal branding en la praxis del egresado de la escuela profesional de artes y diseño gráfico empresarial.

Identificar los factores, características y tipos de posicionamiento de la imagen profesional del egresado de artes y diseño gráfico empresarial.

Diseñar un modelo de Personal branding para los egresados de la Escuela de Arte & Diseño Gráfico Empresarial que aporte a posicionar su imagen profesional.

1.7. Limitaciones

1.7.1. En la aplicación del instrumento se tuvo muchas dificultades, principalmente para conseguir la muestra de estudio, debido a que el instrumento es una entrevista semiestructurada y demanda de más tiempo en cuanto a la participación de los entrevistados, es por ello que muchos no contaban con el tiempo disponible para participar de dicha entrevista.

1.7.2. En el proceso de la investigación se tuvieron dificultades para acceder a la información a causa de la crisis sanitaria que se está viviendo actualmente, por ello no se pudo

acceder a la biblioteca de la universidad de manera presencial como comúnmente se hacía, de tal manera se optaron otros medios para adquirir la información necesaria de la investigación.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo de estudio y diseño de la investigación

Según el autor Esteban (2018), menciona que, la investigación básica o sustantiva recibe también el nombre de “pura” debido a su interés por los objetivos creativos, lo que motiva a este tipo de investigación es la curiosidad, la satisfacción de conocer y descubrir nuevos aprendizajes. Una investigación recibe el nombre de básica debido a que funciona como cimiento para la investigación aplicada o tecnológica; la cual es esencial para la mejora de la ciencia y los nuevos conocimientos.

Esta investigación es básica, debido a que no busca llevar a la práctica los acontecimientos descubiertos sobre el personal branding, posicionamiento, empleabilidad e imagen profesional, marca personal y marketing mix, sino que más bien busca contribuir con nuevos conocimientos que permitirán responder al problema planteado.

Asimismo, la investigación es de enfoque cualitativo, en merito a que, con la información encontrada de diferentes fuentes sobre el personal branding y el posicionamiento, se sustentará la base de la investigación, la cual se comprobará mediante métodos no estadísticos, tales como la triangulación de entrevista realizada a la muestra mediante un cuestionario semiestructurado.

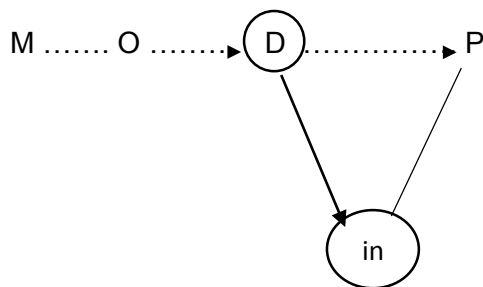
Hernández (2017) Una investigación con enfoque cualitativo es también conocida como investigación interpretativa, esta funciona como un “paraguas” el cual incluye variedad de pensamientos, puntos de vista, técnicas y estudios no cuantitativos de realidades múltiples subjetivas. Se usa en primera instancia para revelar y perfeccionar cuestiones de investigación, busca proporcionar profundidad a los datos obtenidos, dispersión, contextualización sobre el entorno, detalles, riqueza interpretativa y experiencias. También aporta sobre los fenómenos estudiados un punto de vista “completo, original y flexible”.

Lo que diferencia al estudio cualitativo del cuantitativo es que estos no necesitan estadísticas para fundamentar los datos, además que también pueden plantear interrogantes e hipótesis antes, durante o posterior al análisis y recopilación de los datos; frecuentemente,

estas acciones sirven para revelar las cuestiones de investigación más significativas; para luego afinarlas y responderlas.

Como refiere el autor Bernal (2019), la principal función de una investigación descriptiva es recoger adecuadamente las características o rasgos primordiales del objeto o grupo en proceso de estudio, para la cual se deberá tener una descripción sobre las partes o clases de dicho objeto, es decir, este tipo de investigación se basa en trabajar e interpretar las realidades o la naturaleza del objeto.

Por otro lado, se afirma que el diseño de la presente investigación es descriptivo propositivo, pues con este estudio descriptivo se busca detallar las propiedades, características y perfiles de los grupos o muestra que está en proceso de estudio; es decir, buscamos únicamente recoger y medir información de forma independiente o en conjunto sobre las variables que se están analizando, sabiendo que estas no buscan mostrar cómo se relacionan entre sí, y es propositiva, porque se diseñará una propuesta de modelo de personal branding, con la finalidad que sea usada por el grupo de estudio.



M = Muestra

O = Información relevante

D = Diagnóstico

In = Análisis y fundamentación

P = Propuesta

2.2. Variables, Operacionalización (Escenario de estudio)

2.2.1. Operacionalización

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e instrumentos de recolección de datos
Personal Branding	Las 4p del marketing personal	Persona	1 y 2	Entrevista (Cuestionario semiestructurado)
		Precio	3 y 4	
		Plaza	5 y 6	
		Promoción	7 y 8	
	Principios básicos para crear una marca personal	Relevancia	9 y 10	
		Confianza	11 y 12	
		Notoriedad	13 y 14	
Posicionamiento de la imagen profesional	Factores de posicionamiento	Percepción	15,16 y 17	
		Voluntad	18 y 19	
		Capacidad	20 y 21	
		Propuesta de valor	22 y 23	
		Diferenciación	24 y 25	
	Características del posicionamiento	Relevancia	26 y 27	
		Único	28 y 29	
		Creíble	30 y 31	
	Tipos de posicionamiento	Posicionamiento de confrontación directa	32 y 33	
		Posicionamiento diferenciado	34 y 35	

2.3. Caracterización de sujetos

En el proyecto de investigación, la población está conformada por el conjunto de individuos que serán materia de estudio, de tal forma que, en este proyecto, la población lo conforman los jefes de los centros laborales en donde han estado o están laborando los profesionales egresados de la carrera profesional de Artes & diseño gráfico empresarial. Para el tipo de muestreo que se utilizará, no se necesita conocer la cantidad exacta de la población, ya que es difícil conocer con exactitud el tamaño de dicha población.

Para obtener la muestra en este proyecto de investigación, se empleará el muestreo no probabilístico de tipo por conveniencia, ya que esto permite al investigador la asequibilidad de la muestra según la conveniencia y el juicio crítico del mismo, además este tipo de muestreo, es recomendable y beneficioso para aquellos proyectos que necesiten saber cuál es la opinión de los sujetos sobre un tema, como en este caso. La muestra está conformada por 10 jefes de diferentes centros laborales, el cual fueron elegidos según el criterio de haber trabajado con profesionales egresados de la carrera de artes & diseño gráfico empresarial de la USS por más de un año.

Según los autores Manterola, Otzen (2017) el tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia consiste en elegir aquella muestra accesible y que desee participar en la investigación. Esto, cimentado en la ventaja de accesibilidad y cercanía de los sujetos para el investigador, además lo que diferencia a este muestreo es que toda la población no tiene las mismas probabilidades de ser sujeto de estudio, se basa más en lo que le conviene al investigador, por otro lado, esta se usa cuando se necesita conocer a profundidad la opinión de las personas sobre un tema específico.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

El análisis de documentos

Una de las técnicas para la recolección de datos que serán empleadas en esta investigación, es el análisis documental, pues esto se basa en el análisis de diversas fuentes como revistas, libros, tesis, periódicos, artículos, investigaciones recientes y teorías sostenidas por autores reconocidos que están relacionados con los temas de investigación, fortaleciendo así a las fuentes de información y brindando temas de investigación más claros, precisos y contundentes.

Entrevista a profundidad

Como otra técnica para este proyecto, se recurrirá a la investigación de campo, por ello, para conseguir y cumplir con los objetivos planteados, se realizó una entrevista a profundidad que permitió conocer el estado actual de la imagen profesional de los egresados de diseño de la USS.

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

Para esta investigación se utilizó el cuestionario semiestructurado como instrumento con la intención de recopilar información relevante para responder a los objetivos planteados, pues esta permitirá conseguir datos precisos, verídicos y eficaces de la muestra. Por consiguiente, se empleará la triangulación de entrevistas, que permitirán la verificación de la información desde distintos puntos de vista, para una visión más amplia y comparativa del estudio que se está realizando.

Según los autores Okuda y Gómez (2005), definen a la triangulación dentro de la investigación cualitativa como un procedimiento útil que ayuda a validar, ampliar y profundizar la información para una mayor comprensión del fenómeno estudiado, además este tipo de mecanismo se sugiere en investigaciones cualitativas, debido a que la interpretación de la información tiene un mayor grado de comparabilidad.

2.5. Procedimiento para la recolección de datos

Para el procedimiento de análisis de datos se utilizará un cuestionario semiestructurado, que se aplicará a los jefes de los centros laborales en donde han estado o están laborando los profesionales egresados de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad Señor de Sipán, para que posteriormente se realice una triangulación de datos que evidenciarán el estado actual de la imagen profesional que han dejado los egresados en el mercado laboral chiclayano. Para la elaboración de este proceso se realizará los siguientes pasos:

1. Se solicitó la base de datos a nuestra casa de estudio, con la relación de los egresados en los períodos 2014 - II a 2020 – I, esto con la finalidad de contactarnos con ellos y saber dónde trabajaron.
2. Se determinó que la muestra establecida es la adecuada para lograr adquirir información sobre la imagen profesional que perciben los jefes de los centros laborales sobre los profesionales que estuvieron o están trabajado allí.

2.6. Procedimiento de análisis de datos

1. Se transcribió cada una de las entrevistas de la muestra establecida con la finalidad

de analizar sus respuestas.

2. Se verificó la eficacia de los instrumentos de estudios para un mejor análisis a través de la triangulación de entrevistas que sirvió para ampliar y profundizar la información, de tal manera que garantizará la validez del estudio, otorgando mayor confiabilidad.
3. Una vez aplicado el instrumento se procederá a la triangulación de los datos, donde se comparará las respuestas de cada entrevistado.
4. Para finalizar se interpretará de manera adecuada los resultados obtenidos de la entrevista.

2.7. Criterios éticos

2.7.1. Consentimiento informado:

En este principio está enfocado en base a la acción que realizarán los asociados de esta investigación, con el único fin de ofrecer una información clara y coherente que permita que los participantes basados en sus criterios propios brinden su autorización para el desarrollo de la encuesta.

2.7.2. Respeto por las personas

Este principio se basa en el respeto de las decisiones tomadas por cada uno de los participantes al momento de la aplicación de los instrumentos de investigación, de esta manera se obtendrá información auténtica que permita al proyecto tener un enfoque claro y conciso.

2.7.3. Beneficencia

Se ha tenido en cuenta este criterio, como consecuencia de la información recolectada, ya que la investigación y su contenido no generan perjuicio a la sociedad, sino, un beneficio a favor del público materia de aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

2.8. Criterios de Rigor científico

2.8.1. Fiabilidad o consistencia

La información adquirida es de fuentes o antecedentes confiables, donde los datos obtenidos son verídicos e indudables, ya que las respuestas brindadas por cada uno de los entrevistados son en base a criterios propios de sus experiencias como jefes de centros

laborales.

2.8.2. Validez.

Se empleará la interpretación correcta de los resultados obtenidos que, a su vez brindará soporte a la investigación con relación a las experiencias de los participantes, donde cuidadosamente se revisará la información brindada por cada uno de ellos, por lo tanto, se interpretará como validez a la minuciosa evaluación de los resultados.

2.8.3. Credibilidad o valor de la verdad.

Este criterio de logrará en base a los hallazgos encontrados como verdaderos por las personas participes de la investigación o estudio, donde permitirá demostrar las experiencias humanas percibidos por los individuos con el único fin de que exista relación coherente entre el estudio y la información obtenida.

III. REPORTE DE RESULTADOS

3.1. Análisis y discusión de los resultados

3.1.1. Triangulación de entrevistas

INFORMANTES	NOMBRES Y APELLIDOS	EDAD	DNI
INFORMANTE 1	Julia Beatriz Peláez Cavero	46	18149832
INFORMANTE 2	Brenda Brighith Benites Jara	26	71376665
INFORMANTE 3	Cesar Enrique Arrascue Cabrera	33	42909784

ITEM	INFORMANTE 1	INFORMANTE 2	INFORMANTE 3	SÍNTESIS INTEGRADA
1. Diga Ud. ¿Qué imagen proyecta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, como persona y trabajador de su empresa? Describir el comportamiento.	Teniendo la experiencia que ya trabajo con un egresado de la misma escuela, ahorita soy yo obviamente jefa de ella, coordinó muchas cosas, profesionalmente yo debo decir que ella tanto como persona y como profesional pues ha sido destacada no solamente conocida por mí, sino por todo el equipo que conformamos la facultad y actualmente es la coordinadora de investigación, es de mucho apoyo para una etapa de transición que vivimos en la escuela, en un momento asumí muchas responsabilidades y lleva	Proyecta responsabilidad y mucha creatividad es algo que no todos lo tienen y sobre todo mucha conectividad, ya que se han conectado y sincronizado, con una simple explicación, el trabajador ha podido entender de manera rápida lo encomendado.	Con respecto a la imagen que presenta el profesional de diseño que forma parte de mi organización es una imagen presentable y agradable más porque cumple con el perfil del puesto que se le ha brindado dentro de la empresa de una manera responsable y organizada por así decirlo.	Con respecto a la comparación de la información recolectada por los 3 informantes, coinciden que, el profesional de Artes & diseño gráfico empresarial de la USS ha proyectado una buena imagen en cuanto a lo profesional, pues

	trabajando mucho tiempo ahí, entonces he podido recoger opiniones de colegas, en todo este tiempo. Ha sido muy organizada en sus tareas, muy puntual y muy responsable, entonces tengo la parte de que es una línea de trabajo institucional que obviamente pues un ámbito diferente, no tenemos una línea de carrera docente, ya que la docencia lo puede ejercer cualquiera que sienta esa vocación, pues ella se fue capacitando como docente, por ende actualmente es docente de la carrera, además fue inicialmente jefa de prácticas y actualmente viene como dos años siendo la docente gracias pues a las capacitaciones constantes que se dan actualmente en la ciudad en esa formación.			sus jefes han destacado en ellos la responsabilidad, organización y puntualidad, en otro caso se destacó también la creatividad y que el profesional de diseño si cumplía con el perfil del puesto en el que se encuentra.
2. ¿Ud. Observó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial mostró ser una	Si ha sido responsable y amigable, pero depende mucho de ciertas características de personalidad, generalmente cuando uno es estudiante puede encontrar unos que son más expresivos como más artísticos, más alocados y otros	Si porque da ideas y no se rige a lo que dice el empresario, ya que son profesionales que aportan ideas para mejorar la empresa.	Con respecto al tiempo que lleva con nosotros trabajando, pues aún sigue laborando conmigo, es una persona agradable y se lleva bien con la gran mayoría de sus	Según lo expresado por los informantes, estos afirman que el profesional de Artes & diseño

<p>persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando para su empresa?</p>	<p>que son más observadores, pues ella es una de las personas más observadoras, entonces la palabra correcta sería asertiva, en ese sentido a pesar de ser muy observadora se comunica muy asertivamente; nosotros somos una pequeña comunidad en la escuela bueno actualmente somos cuatro docentes y ella se integra muy rápidamente a los equipos.</p>		<p>compañeros y en este caso conmigo también, es bastante claro incluso con las ideas que él presenta con respecto a los proyectos que se le encomienda y además con respecto a los trabajos que se le brinda y los presenta a tiempo.</p>	<p>gráfico empresarial de la USS si demostraron ser personas amigables y responsables, además a pesar de sus características personales han sabido llevarse bien con todo el equipo de trabajo, además han respetado y aportado ideas claras para mejorar el funcionamiento de la organización.</p>
<p>3. ¿Ud. Considera que el sueldo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial es justo?</p>	<p>Yo diría que, para mí el sueldo no es justo, pero uno siempre espera que sea más valorado por lo que uno hace, pero entiendo que hay niveles es una escala que se empieza por una base y ella ha transitado todos esos pasos, empezó con sueldo de jefa de</p>	<p>No es justo porque el sueldo de un diseñador es mucho más elevado, pero lamentablemente las persona que no conocen este mundo o ese rubro piensan que es fácil y sencillo, pero no es así, claro que la mente del diseñador gráfico fluye más que del resto</p>	<p>Con respecto al sueldo bueno por ley sabemos cuál es el sueldo mínimo, pero en este caso el recién va un año y medio con nosotros y digamos que por el trabajo que él realiza porque no</p>	<p>Gracias a la información manifestada por los 3 informantes se llega a la conclusión, que el sueldo de un diseñador no es</p>

	<p>prácticas de un año, luego cuando pasó dos años también tuvo un aumento, por último paso a un sueldo de docente básico que recién va ganando experiencia y eso va seguir aumentando a medida que pase va ganando trayectoria académica con sus evaluaciones, porque todos los años son evaluados los docentes y de acuerdo a eso también son nivelados los sueldos; es decir diría que está acorde y se cumple lo que institucionalmente se promueve que es el derecho a ir escalando como en toda profesión.</p>	<p>de personas, pero el plasmarlo en un diseño toma tiempo y el tiempo es lo que se cobra.</p>	<p>solamente se encarga de los proyectos de diseño para los clientes sino también entre otros y por el tamaño de mi empresa considero que es el adecuado que se le brinda, ya que es lo máximo que le puedo brindar porque digamos que tampoco es una empresa grande la que tengo.</p>	<p>muy justo en el mercado, pues siempre se espera que esta profesión sea más valorada ya que el tiempo de estudio es mayor, además recalcaron que, de acuerdo a los años, trayectoria y la experiencia que van ganando los diseñadores se les aumenta el sueldo.</p>
<p>4. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, representa un crecimiento económico para su empresa? De representar un crecimiento económico para su empresa,</p>	<p>Claro su aporte ha sido muy importante definitivamente en las funciones que se le ha designado, nosotros trabajamos en esta organización con proyectos y metas medibles, pues se ha cumplido satisfactoriamente de una manera responsable, han habido dificultades pues se ha podido sobrellevar pero definitivamente ha sido algo que siempre se ha estado coordinado como digo hay una buena</p>	<p>Claro que sí dependiendo cómo va el desarrollo porque en ocasiones hay diseñadores que pudieron haber estudiado cinco o seis años, pero cuando lo transmiten en una página o una red social no llama la atención o no capta alguna emoción en algún cliente, entonces no sirve de nada, creo que cuando el diseñador realiza algo siempre tiene que comunicar un mensaje</p>	<p>En primer lugar, los proyectos que se le brinda a cada colaborador la gran mayoría los cumple dentro del horario, pero hay proyectos que si son mucho más grandes y en este caso por supuesto que sí tienen que llevarse una parte económica más porque por así decirlo como una comisión extra fuera de su sueldo porque</p>	<p>Llegando a la conclusión según lo planteado por los informantes, los jefes del profesional de Artes & diseño gráfico empresarial de la USS si están dispuestos a aumentar el sueldo del</p>

<p>¿estaría dispuesto a aumentarle el sueldo?</p>	<p>comunicación, entonces definitivamente un profesional que se deja escuchar, es algo que siempre digo, que no se queden en silencio, que comuniquen lo que pueden hacer y lo que no pueden hacer se da una razón, en resumen que sepa comunicar aporta mucho y hace que las tareas y proyectos tengan crecimiento en una organización, para que sea mucho más fluida, una persona que por lo contrario se abrume, que simplemente se quede mute por decirlo de alguna manera, sin embargo con ella ha sido todo lo contrario hay mucha comunicación; como digo uno no siempre tiene que hacer cosas positivas definitivamente hay muchas situaciones que tenemos que sobrellevar, pero como equipo lo hemos podido resolver.</p>	<p>y eso aporta mucho más allá de lo económico.</p>	<p>si representa un ingreso adicional dentro de la empresa.</p>	<p>diseñador, siempre y cuando vean un desarrollo, crecimiento y fluidez dentro de su empresa, además uno de ellos recalcó que se les brinda una comisión extra cuando el proyecto es grande y represente un ingreso adicional a la empresa.</p>
<p>5. ¿Ud. Considera que cuenta con un espacio acondicionado para el área de diseño dentro de su empresa?</p>	<p>Ah sí claro te refieres al espacio físico a la infraestructura si claro, se cuida mucho de ello no solamente el espacio sino también el equipamiento, además que estamos hablando no solamente el espacio material sino también el</p>	<p>Claro que sí, ya que el espacio que yo les brindaba es cómodo, aunque ahora trabajan de manera remota por la pandemia, pero siempre hay una buena comunicación que nos permite</p>	<p>Con el tema de esta pandemia, al principio antes de que todo iniciara, estábamos laborando o trabajando dentro de nuestro local, cada uno tenía su propio escritorio,</p>	<p>Según la información recabada, se concluye que efectivamente, el profesional de diseño cuenta</p>

<p>Cuenta con equipamiento para realizar las labores de diseño</p>	<p>clima que también debería considerarse, actualmente como sabemos la mayoría labora desde su casa y cada uno es responsable de acondicionar su lugar de trabajo, incluso yo he tenido que ajustarme a la nueva realidad</p>	<p>crecer entre jefe y trabajador o viceversa.</p>	<p>porque solamente somos cuatro personas, pero ya con esta pandemia cada uno se trasladó a su domicilio y tratamos de considerar de que cada quien tengan los equipos necesarios, porque para hacer diseños y todos sus proyectos se necesita tener la maquinaria adecuada y la tecnología adecuada para finalizar si pues así creo que si cuentan todos con el equipo adecuado.</p>	<p>con un ambiente agradable para trabajar dentro de la empresa, se cuida la infraestructura, el clima, el lugar es cómodo y sobre todo se le brinda la tecnología adecuada para la elaboración de cada proyecto, sin embargo, por la pandemia, están laborando desde sus casas, pero siempre han tenido el equipo necesario.</p>
<p>6. ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño empresarial, se siente a gusto y cómodo trabajando en un espacio que lo</p>	<p>Claro que sí, el espacio físico se cuida mucho, se mejoraron muchos espacios a raíz del licenciamiento, por ejemplo, se brindó ventiladores en espacios cerrados, teníamos agua en los servicios con los materiales de limpieza, entonces creo que es bastante comfortable.</p>	<p>Claro que sí, yo siempre trato de que no se sienta como otro trabajador más en mi empresa, sino que más bien, haya un trato más amigable, por lo tanto, si considero que se siente cómodo trabajando en mi empresa, en cuando a capacitaciones no he brindado a mis trabajadores, pero ellos mismos me comentan</p>	<p>Bueno considero que sí, se debe sentir cómodo, porque con el equipo que trabajamos todos somos unidos como equipo, estamos tranquilos y tenemos mucha comunicación, además nos unimos a los otros, a través de grupos de</p>	<p>Según lo expresado por los informantes, estos consideran que el profesional de diseño si se siente cómodo trabajando en su empresa, ya que</p>

<p>motive e inspire dentro de su empresa? ¿Ud. gestiona capacitaciones, talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes & diseño gráfico empresarial?</p>	<p>Si en la línea que comenté hace unos minutos la capacitación docente, pero también a través de la escuela se ve capacitaciones de especialidad entonces si motivamos y tratamos de tener eso semestralmente.</p>	<p>que estas llevando cursos, talleres o especialización y a mí me da mucho gusto ya que todo ese aprendizaje también lo ponen en práctica dentro de mi empresa.</p>	<p>WhatsApp que estamos reunidos profesionalmente y todos llevamos curso, porque si bien es cierto los aplicativos que manejamos cada año tienen actualizaciones que tenemos que ir aprendiendo para mejorar los trabajos o proyectos que presentamos.</p>	<p>les brindan un buen espacio, limpio, ordenado y confortable, además algunos jefes también les brindan capacitaciones para mejorar según su especialidad, sino los mismos trabajadores por voluntad propia siguen capacitándose para crecer en el mercado.</p>
<p>7. ¿De qué forma Ud. conoció al profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa?</p>	<p>Por qué he sido su docente pero bueno yo cuando ingreso a la dirección la encuentro ya como jefa de prácticas ella fue invitada por el anterior director, pues ella ya estaba insertada como jefa de prácticas que son también convocados, ya que cualquier persona no ingresa como jefa de prácticas así se mantuvo y así continúo, es importante que aquí viene la auto capacitación y</p>	<p>Bueno yo los conocí a través de contactos de redes sociales y me gusto su trabajo.</p>	<p>La forma en la cual yo conocí al diseñador, fue por recomendación ya que somos una empresa mediana pequeña y tratamos de que los colaboradores sean personas conocidas en la cual se pueda tener una mayor confianza al momento de encargarle algún proyecto o de</p>	<p>Gracias a la información recolectada por los informantes, se muestra claramente que los trabajadores de diseño dentro de su empresa los conocieron de distintas formas, uno expresa que</p>

	estratégicamente ir avanzando cuando uno tiene una cierta línea proyectada pues ella rápidamente estudio una maestría de marketing en la universidad y es por eso que ella ahora puede ser docente.		repente alguna maquinaria que se le deja a su cargo.	fue su docente, otro dice que lo conoció su trabajo gracias a las redes sociales y el último dijo que fue por recomendación.
8. ¿Ud. Considera necesario que un profesional de artes & diseño gráfico empresarial, exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales, para que tenga más posibilidades de ser contratado por diversas empresas?	Si bueno ahora más que nunca debemos estar conectados a través de los medios digitales definitivamente es importante al menos una de las plataformas es LinkedIn, que es la más usado de repente el más global así es que es muy importante, la escuela actualmente está promoviendo un proyecto que es un sitio web donde también queremos ser parte de la promoción de esos portafolios de egresados, como directora tengo solicitudes de trabajo como para licenciados, para diseñadores y en algunos casos para practicantes para los recién egresados también tengo ese tipo de solicitudes, sería muy útil para mí que de hecho estoy en ese proyecto para poder compartir rápidamente los	Claro, ya que es importante que un diseñador se dé a conocer por su trabajo, ya que es necesario que todo profesional pueda exponer su trabajo en diversas redes para que tenga más facilidades de poder encontrar un trabajo.	Considero que realmente es lo principal que debe hacer un profesional de diseño en el caso de mis colaboradores y de todos los proyectos que ellos realizan lo suelen publicar en ya sea en la página de la misma empresa con su nombre debajo de ella para que especifiquen como autores del proyecto, por lo contrario, ellos mismos publican en su historial o en sus estados, ya sea de Facebook, pero mayormente utilizan el Instagram incluso para publicar sus proyectos.	Según lo que informan los entrevistados, se concluye que efectivamente todo diseñador o sea de la profesión que sea, debe mostrar su trabajo en el entorno digital y redes profesionales, especialmente en LinkedIn, Facebook o Instagram, ya que en este tiempo la conectividad es

	portafolios que esté en el acceso de todo aquel centro o empresa interesada.			de vital importancia y necesaria para demostrar su trabajo para así tener mayores oportunidades laborales.
9. ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio?	Bueno cuando yo ingresé a la escuela, ella ya se encontraba en un puesto, por eso yo no revise su C.V, pero hasta ahora he podido notar y tengo muy buenas referencias de ella, su trabajo es muy bueno y siempre está ayudando en equipo, porque de eso se trata, de crecer juntos y apoyarse en cada momento.	Si porque desde el inicio me plantearon una idea, se realizó y se pudo cumplir más allá de los imprevistos que se han dado se pudo lograr lo planteado.	Con respecto a lo mostrado en su CV, hacía referencia que manejaba bien los programas de diseño por así decirlo, pero sabemos muy bien que hay clientes que piden proyectos bastante amigables con la marca de distintas empresas, pero en consideración si va alcanzado el nivel promedio con respecto a lo mostrado en su C.V. y portafolio.	Los informantes refieren que los profesionales de diseño están cumpliendo con lo que ofertaban en su C.V en un nivel promedio bueno, ya que estos han buscado estar a la altura del perfil del trabajador donde laboran, además un jefe destaca que tiene buenas referencias sobre la diseñadora y otro rescata los logros que obtuvieron.

<p>10. Diga Ud. ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su organización?</p>	<p>Los aportes, sistematizar ciertos procesos con ella en reuniones que manteníamos, en cuanto a lo que hemos logrado y es lo que nos permite avanzar, en la administrativa de la escuela sistematizar procesos toda la información que pueda estar por aquí o por allá y que tiene que estar alineada a un ente. Que se organice una misma información que viene desde arriba y que llegue hasta los estudiantes parece muy sencillo, pero hay mucha información la resolución de las posiciones cambian sobre todo en este tiempo fueron cambiando algunos casos, el año pasado fueron cambiando, pero era semanalmente creo, entonces mantener la coherencia de la información y que lleguen a los estudiantes para que estén bien informados y para que puedan avanzar en sus procesos académicos es importante justamente el orden de comunicación es el mayor aporte para mí y lo que valoro de ella.</p>	<p>Principalmente el mejorar la imagen de mi marca, empezando por el logo y luego las ideas en cuanto al manejo de colores corporativo en las redes sociales para que pueda tener una mejor imagen, esto me ayudo a captar clientes y mostrarme como una empresa seria, que no solamente vende productos, sino que transmite emociones.</p>	<p>El aporte que ofrecido a la empresa con respecto a los diseños de los proyectos es un poco de originalidad, porque debido a los estudios que él ha tenido están más actualizado en el tema de tendencias gustos y preferencias.</p>	<p>Según lo referido por cada informante, los aportes del diseñador de la USS han sido distintos, uno indica que el aporte fue la sistematización de procesos y la organización de ciertas actividades, otro informante indicó que mejoraron la imagen de su marca y a captar nuevos clientes, el ultimo informante indicó que aporta originalidad y actualización de tendencias, y todo esto indica que cada profesional se inclina a la rama</p>
--	---	---	--	--

				de su preferencia.
11. ¿Ud. ha podido observar que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial presenta actitudes que dan cuenta de su auto confianza?	Sí claro una de las actitudes podría ser saber escuchar, también saber preguntar, estar bien informada y otra actitud es la autoconfianza pues es como estar bien informada es por eso que le delegó muchas cosas.	No porque entre el trabajador y yo hubo mucha confianza, sobre todo respeto.	A ver el diseñador es realmente confiable en todos los proyectos que él realiza incluso él confía bastante en los proyectos que elabora, porque en cierto momento recuerdo que yo le había indicado que eso no era lo que el cliente requería, pero él se mantuvo firme porque tuvo una autoconfianza en el proyecto que presentó y para que, el cliente que teníamos en esos momentos quedo fascinado con el proyecto.	Gracias a la información recogida por los informantes, se puede concluir que la mayoría refiere que el profesional de diseño si muestra autoconfianza en todo momento y en cada proyecto que realiza, otro informante mencionó que hay mucha confianza entre jefe y trabajador, pero no ha notado autoconfianza En el diseñador de su empresa.
12. A partir del desempeño laboral observado ¿Usted confía en	Yo confío mucho en lo que ella maneja de información, es siempre muy atenta, está presente en las reuniones, es muy responsable, las reuniones que convoque el	Si confío mucho porque sé que toma mucho tiempo estar en la computadora y que fluyan las ideas, la creatividad de uno	Actualmente si, todos los colaboradores en si lo toman como un segundo líder pues lo considero como mi mano derecha,	Con la información recabada en las entrevistas, podemos decir

<p>el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su organización?</p>	<p>vicerectorado de investigación al cual los directores no accedemos por qué es prácticamente lo que ella coordina como parte de su función entonces pues yo le delegé a ella y me avisa.</p>	<p>mismo y realmente confío mucho en mis trabajadores de diseño.</p>	<p>así que confío 100% en los trabajos que realiza o proyectos que he laborado para otras empresas.</p>	<p>que, los jefes de los profesionales de diseño si confían en ellos y les encomiendan diferentes tipos de labores gracias a confían 100% en ellos, un jefe dijo el diseñador de su empresa en un segundo líder en la organización y lo considera como su mano derecha.</p>
<p>13. ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, tiene notoriedad dentro de su empresa; es decir, su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir</p>	<p>Yo creo que ella no es de las personas que buscan notoriedad, pero sin embargo si se le reconoce, aunque no sea de buscar notoriedad, somos muy pocos los que estamos a tiempo completo. Esa palabra de notoriedad va por el lado cuando uno se promociona a uno mismo que sale siempre en algunas noticias o busca sobresalir, pero ese no es el perfil de ella, pero se reconoce su trabajo.</p>	<p>Bueno no se ha notado eso, porque se ha delegado a cada uno diversas actividades para trabajar, todos a la par porque no es correcto que uno intente hacer todo, ya que siempre es bueno trabajar en equipo.</p>	<p>Realmente siendo imparcial él es el que maneja el equipo por debajo de mí, su productividad y desempeño sobresale por encima de ellos, porque él es universitario y los que están por debajo de él son técnicos y tiene muchos más conocimientos él por supuesto los lidera, les ayuda y les brinda</p>	<p>Con respecto a la información recogida por los diversos entrevistados, podemos notar que la mayoría no buscan notoriedad, pues siempre están al tanto de trabajar según sus funciones y</p>

<p>por sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?</p>			<p>conocimientos que incluso ellos no tienen.</p>	<p>trabajar en equipo, pero en el otro caso vemos que el profesional si se destaca frente a sus demás compañeros, pero de una forma sana, en la cual busca apoyarlos en cada momento.</p>
<p>14. ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?</p>	<p>Bueno en la competencia claro como dije estratégicamente ella fue capacitándose también, al momento de ver qué podría pasar de ser jefa de prácticas, era una solicitud tener docentes de especialidad y ella era una de las candidatas, pues se puso manos a la obra y entonces eso demuestra su emprendimiento el hecho de poder tomar la decisión de capacitarse para ser la mejor y así lo ha sido, ahora es parte de nuestra escuela.</p>	<p>Claro que sí, ya que el tiempo que ha trabajado conmigo me ha demostrado que puede hacer cosas mejores que los demás, más allá que sean mejores que otros, es importante que sean mejores cada día como ser humano.</p>	<p>Por el tiempo que él viene laborando con conmigo y por los trabajos que él suele presentar con respecto a los proyectos y a la competencia que tenemos actualmente, justamente podría decir que se ha sabido desempeñar mucho mejor que otros, así que como diseñador en el mercado laboral está muy bien posicionado para competir con otros diseñadores.</p>	<p>Con respecto a las respuestas obtenidas de los informantes se concluye que efectivamente el profesional de diseño de la USS tiene toda la capacidad para competir en el mercado laboral con otros diseñadores, pues constantemente se capacitan,</p>

				demuestran que pueden hacer sus actividades mejores que otros y se desempeñan muy bien en los proyectos encargados.
15. ¿Ud. Conoce cuáles son las actividades que realiza un profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro su empresa?	Ella se encarga de dos líneas muy importante en toda escuela, que es parte primordial de la universidad, la investigación y el otro encargo es responsabilidad social universitaria, bueno en las dos ramas aparte en la cuestión académica son pilares de la universidad entonces ella coordina los proyectos con los docentes ella mantiene esa sistematización con ellos con sus docentes de proyectos de tesis, los docentes de investigación y docentes que también enseñan metodología de investigación científica, Por otro lado proyectos de responsabilidad social universitaria que este semestre me tocó a mí, entonces coordina conmigo junto con la dirección de responsabilidad social	Claro su profesión es crear piezas gráficas e ilustraciones para un público dependiendo del rubro de nuestra empresa, ya que para toda empresa es necesario que cuente con una imagen ya sea institucional u otro, este trabajo es realizado por un diseñador gráfico.	Claro que si yo conozco las actividades que él o ellos realizan dentro de mi empresa, ya que los proyectos tienen que pasar por mi supervisión para verificar que sean los adecuados porque ellos incluso realizan el estudio de las marcas o con respecto a una campaña que tienen que realizar a nuestros distintos clientes así que obviamente conozco las actividades que realizan.	Según lo referido por cada informante, las actividades del diseñador de la USS han sido distintas, uno de ellos indica que se encarga de la investigación y la responsabilidad social, otro informante indicó que realiza piezas gráficas e ilustraciones, el último informante indicó que realiza campañas para sus clientes, esto indica que cada

	<p>universitaria que es otra área de la escuela a la cual informamos, entonces ella me pide a mí la información, yo se la envío para que lo envía a dirección.</p>			<p>profesional trabaja según la rama de diseño con la que ellos se han identificado, es decir donde destacan más.</p>
<p>16. ¿Cómo percibe Ud. al profesional de artes & diseño gráfico empresarial en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?</p>	<p>Si bueno ordenada nuevamente, pese algunas dificultades que se han planteado por esta circunstancia de crisis sanitaria y de salud incluso veo hasta con gran temple, pues ella ha pasado en la vida algo muy fuerte y dolorosa, pero ya está trabajando entonces creo que es mucho temple, también poderte destacar esa parte de su personalidad en cuanto a las tareas si la veo bastante ordenada, podría decir ahorita básicamente como ella está saliendo de una situación personal que está afectando a todo el mundo, como pérdida de familiares creo que ya es suficiente mantenerse en cumplimiento de las funciones, adaptarse, sobreponerse rápidamente eso es resiliencia y temple.</p>	<p>Lo percibo con buena actitud, ya que cada actividad que le brindo lo realizan de manera correcta, no solo eso, sino que también si hay cosas que corregir me lo dicen para poder mejorar ya que es importante que ambos sepan el valor del trabajo.</p>	<p>Lo percibo como un profesional responsable que entrega todos los proyectos a tiempo hasta el momento en ninguna ocasión me ha presentado ningún proyecto tardío.</p>	<p>Según la información brindada, podemos observar que cada jefe ha tenido una percepción diferente, en cuanto las actividades que realizan, el primer jefe, expresa que su diseñadora es ordenada, resiliente y fuerte, el segundo informante la percibe como un profesional con</p>

				buena actitud, además que realiza sus actividades de manera correcta y el último nos dice que es responsable y puntual.
17. ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su empresa?	Justamente lo que acabo decir que maneja la parte personal con mucho temple, me llevo una presentación de como ella desarrolla bien la parte profesional.	Del 1 al 10 yo le pondría un puntaje de diez, ya que, si en algún momento mis trabajadores ya no quisieran estar dentro de la empresa más que todo, porque el profesional siempre busca crecer, pero siempre los podría recomendar por su buen trabajo y empeño que ponen en cada proyecto.	Tiene un desenvolvimiento adecuado, si bien es cierto este tipo de trabajos de diseño es desenvolverse bastante en las actividades, estar muy activo y por supuesto pensar en que es lo que sería más adecuado cuando se trata de lanzamiento de un nuevo proyecto para nuestros clientes.	Gracias a la información obtenida, concluimos que el desenvolvimiento de los diseñadores en el ámbito laboral es muy bueno y el adecuado en su organización, pues ha demostrado actitudes personales como la fortaleza, buen trabajo, empeño y bastante activo, además uno indico que si está

				dispuesto a recomendarlo.
18. ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?	Sí claro definitivamente.	Si ya que desde el día uno siempre plantea ideas e inclusive plantea imágenes referenciales, para que uno mismo se desarrolle porque siempre es bueno tener referenciales grandes, ya que les permite crecer como diseñadores en este caso.	Si muestra la voluntad pertinente realmente para poder aprender sobre nuevos proyectos o vincularlos incluso profesionalmente dentro de nuestra pequeña o mediana empresa que tenemos, ya que eso le ha permitido incluso destacar por encima de los demás y estar un paso adelante.	Los informantes han expresado que efectivamente el profesional de diseño de la USS si tiene voluntad y disposición para aprender, teniendo en cuenta grandes referentes que los inspiren y pertinencia que les permita crecer como profesionales.
19. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?	Sí, siempre está participando en las charlas que convocan y no solamente por la escuela sino también otras universidades, está participando siempre.	Si porque toda la planificación de los proyectos se cumple, ya que siempre ellos están comprometidos en cumplir con todo lo planteado, como diseñadores.	En realidad, tiene que estar comprometido con los proyectos que realizamos porque no son cualquier tipo de clientes por así decirlo y tiene que mostrar la mayor responsabilidad como en cualquier otra empresa.	Según la información recolectada, se concluye que el profesional de diseño siempre está comprometido o está obligado a tener responsabilidad

				en cuanto a los proyectos que realiza para la empresa, demostrando su participación en charlas y en la planificación de proyectos, que les sirve para cumplir lo planteado como profesionales responsables.
20. ¿Ud. cree que el profesional de artes y diseño gráfico empresarial tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requiere su empresa?	Como docente no maneja los programas de diseño como tal, pero conoce del diseño en otra faceta que sirve para evaluar, guiar, y asesorar proyectos. Si bien no es quien ejecuta aquellos proyectos, pero si los conoce y asesora. Con mayor razón ahora que está tomando la línea del marketing y fotografía para sus estudios de maestría. Termine diciendo que ella siempre se está capacitando constantemente para brindar una mejor asesoría.	Si porque la labor del diseñador no solo consiste en dibujar, sino también hacer una imagen o crear un post, y buscar la manera de comunicar con cada pieza gráfica.	Realmente no todas las capacidades que requiere la empresa. Por ello que delegamos funciones en función a lo que ellos más dominan. Por ejemplo, se delega actividades relacionadas con una marca, aquella persona que domina la creación de las marcas, programas de diseño y otros que sean complementarios. En esta compañía delegamos cada actividad	Los mayoría de informantes han expresado que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, no necesariamente tienen que contar con las capacidades para cubrir todas las áreas de diseño que se requieren en una

			para tener mejores resultados.	empresa, pues para obtener mejores resultados no tiene que una sola persona dominar todas las áreas, programas e instrumentos de trabajo, por lo que también se opta por explotar más aquellas actividades que dominan y se delega funciones a cada trabajador, en cuanto al otro informante refiere que el diseñador si debe realizar todas las funciones como diseñador, ya que es su labor.
21. ¿Cuáles son las capacidades y	Emprendimiento al decidir estudiar la maestría, eso le permitió crecer,	Principalmente la capacidad de crear, también la manera como	Las capacidades que ha mostrado son las	De acuerdo a la información

<p>habilidades del profesional de artes & diseño gráfico empresarial, que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?</p>	<p>la perseverancia porque tiene que continuar la maestría y no dejarla, es decir, tienes que llegar hasta el final emprendimiento, perseverancia y responsabilidad.</p>	<p>se proyectan en poder cumplir algún plan en la empresa o como profesionales.</p>	<p>adecuadas y le ha permitido incluso desarrollar nuevas habilidades es muy organizado y lo que realiza me ha sabido ayudar a mí también a poder organizarme con los distintos proyectos que se nos ha presentado.</p>	<p>brindada, se establece que los profesionales de artes & diseño gráfico tienen distintas capacidades que coadyuvan a los fines de cada empresa y, entre ellos destaca la perseverancia, Responsabilidad, proyección, organización y la predisposición al aprendizaje, debido a que siempre adquieren nuevas habilidades.</p>
<p>22. ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la</p>	<p>En primer lugar, sería la puntualidad, comunicación buena, comunicación entre todos, pero los que más resalta son la puntualidad, la comunicación y organización que tiene.</p>	<p>Bueno en realidad conozco la diferencia entre un técnico empírico y un profesional en el caso del técnico el aprendizaje es en corto tiempo y no es tan amplio el panorama de donde quieren llegar a diferencia de los profesionales, estudian mucho</p>	<p>Pues las cualidades que ha presentado son mucho mejor, porque él es el único universitario que labora dentro de mi empresa, después los otros tres que trabajan conmigo son solamente</p>	<p>Según los informantes, las cualidades que más destacan y diferencian al profesional de artes & diseño gráfico</p>

<p>USS, con el de otras casas de estudio?</p>		<p>más tiempo y son mucho más cursos, la diferencia entre un profesional y un técnico es que el técnico es mucho más limitado.</p>	<p>educados a nivel técnico, pero también se están orientando al nivel universitario, hasta el momento ha presentado cualidades en términos de conocimiento un poco más avanzado.</p>	<p>empresarial de la USS, son la puntualidad, la organización, la buena comunicación, conocimientos más avanzados y mayor destreza empírica y práctica en sus labores como diseñador.</p>
<p>23. ¿Ud. Considera necesario que todo profesional de artes & diseño gráfico empresarial cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización, para que lo aplique en su centro laboral?</p>	<p>Todo profesional debe tener un valor diferencial para que pueda distinguirse en el cual pueda aportar a cualquier organización, pero digamos que ya dentro de la organización uno va contando cuales son aquellas cosa que pueda resaltar más, en el caso de ella pues ha ido resaltando justamente el tema de sistematizar porque aporta mucho por el tipo de trabajo que está realizando, entonces como hay otros profesores por ejemplo que tiene otro valor, yo la coloco en el tema del sistema de la información qué sería uno de sus valores.</p>	<p>Si es importante que todo diseñador se adapte a cada rubro, ya que puede ser que el trabajador sea un capo en los diseños juveniles, pero probablemente si los contratan para una institución ya sea regional, nacional o local, se deben adaptar a ese rubro ya que puede ser cultural o de salud y es importante que se adapten a cada rubro de las distintas empresas.</p>	<p>Es totalmente necesario, no todos realmente son iguales y en comparación acá solamente a los que trabajan dentro de la empresa aportan diferentes opiniones que permite que cada proyecto que se realiza salga de una manera excelente y sería bueno que cada casa de estudio oriente a sus alumnos hacia la originalidad para que de esta manera rinda mucho mejor en distintas</p>	<p>Podemos sintetizar que los informantes afirman que es necesario que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial tenga un valor que lo diferencie de su competencia, destacando la adaptabilidad del profesional en cualquier ámbito</p>

			empresas no solamente dirigiéndome a la mía.	empresarial, además sugieren que el centro de estudios oriente a sus estudiantes para que sean originales en cualquier empresa.
24. Diga Ud. ¿Se puede comparar la ética laboral del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, de la USS con el de otras casas de estudio?	Yo creo que es diferente porque justamente de los docentes que tengo yo en el Staf, cada uno tiene su valor diferencial y aportan desde su propio valor a conformar un equipo entonces no es que sea uno mejor que el otro, sino que son muy diferente y esa diferencia enriquece a la escuela, entonces por un lado ella maneja ese valor diferencial la sistematización, por ejemplo, el organizar el tema de investigación como grados y títulos; tengo ha profesores que son muy buenos en investigación, como hay otros muy buenos en el aspecto tecnológico, además tengo profesores que son muy buenos en el área de Branding, así el lado más artístico y cultural entonces cada uno es diferente.	Sí pero más allá de las casas de estudio es la capacidad que cada uno tiene como persona, en cuanto a la capacidad para adaptarse ya que el trabajador de diseño que tengo en mi cargo trabaja super bien y estoy segura que con otras personas lo pueden hacer mucho mejor.	Podría considerar que lo ético moral dentro de esta empresa ya la tiene al mismo nivel que otras casas de estudio de nivel técnico porque en si son personas que moralmente no aún no me han presentado ningún desánimo, irresponsabilidad o falta de valores éticos morales dentro de esta empresa, así que si podría decir que éticamente están casi al mismo nivel.	Respecto a esta interrogante, los informantes concluyen que es muy complicado comprar un aspecto subjetivo como el de la ética que está relacionado con la moral. Señalan que sus empresas no se han presentado problemas con el profesional de la USS ni con ningún otro profesional de otra casa de estudios.

	<p>Entonces bueno si yo tuviera dos personas en el mismo puesto podría hacer una comparación, si hablamos de dos jefes de práctica, por ejemplo, en algún momento llegué a tener tres jefas de práctica en ese entonces, pero aun así las tres tenían diferentes funciones entonces cada una tenía su propio valor diferencial la riqueza de un equipo es justamente encontrar el aporte de cada quien con su propio valor diferencial.</p>			
<p>25. ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, es reconocido por otras personas o instituciones? ¿Cómo se expresan de él?</p>	<p>Quisiera tener esa respuesta cada vez más fresca, pero de los últimos informes que yo realice han sido siempre positivos obviamente para todos, también he tenido observaciones negativas, pero poco esperadas.</p>	<p>He podido escuchar cosas negativas porque minimizan el trabajo de un diseñador, ya que suelen decir que hacen un par de cosas y cobran precios elevados, pero yo que conozco el mundo del diseño es importante que se les explique a las personas que ser diseñadores es un trabajo complicado, ya que toma tiempo de estudio y conocer a todas las empresas y poder especializarse en cuanto a la línea que se quieren ir y a través de eso el diseñador lógicamente va a desarrollar sus capacidades.</p>	<p>Reconocido profesionalmente en el tema de diseño ya lo es, porque en varios de nuestros clientes ya reconocen que hace un buen trabajo con respecto a sus marcas que ha elaborado.</p>	<p>De la información recolectada de los informantes, se puede establecer que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial puede tener buenas referencias e incluso ser reconocido, pero también hay situaciones que generan</p>

				comentarios negativos del profesional. Con mayor razón, cuando los clientes no valoran el trabajo del diseñador gráfico empresarial.
26. ¿Ud. Considera que el trabajo que realiza el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones para su empresa?	Si cumple con las expectativas, pero en un debido momento estaría promoviendo yo más la innovación, cumplir con lo solicitado si está bien, pero cumplir con las expectativas es ir más allá pero también necesario tener todo el panorama favorable, Ahora incluso no es un buen panorama, ya que no se les puede exigir más pese a estos momentos y no hay duda de que el profesional pueda ofrecer innovación en su campo.	Si ya que me portan mucho con las ideas con el desarrollo que hacen en cuanto al trabajo de diseño.	Sí claro que sí, cumple con todas mis expectativas que he esperado de su parte y además ha permitido solucionar diferentes discrepancias por parte de algunos clientes al momento de sus proyectos, así que es claro que ha mostrado un evidente apoyo para esta empresa.	Respecto a esta interrogante, los informantes plantean que el trabajo realizado por los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial, si cumplen con sus expectativas en cada centro de trabajo, debido a que siempre han destacado por su originalidad, innovación, organización y la solución de

				controversias, siendo estos de gran apoyo en la organización.
27. De ser el caso. Cuando usted realizó el proceso de selección de artes & diseño empresarial ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes & diseño empresarial frente a otras personas que postulaban para el mismo cargo?	Cuando se realiza una convocatoria, se selecciona un cierto perfil y se aplica una evaluación de conocimientos. Particularmente he querido incorporar personal buscando un cierto perfil, por que trabajar en la parte administrativa de la de la escuela es complicada, uno tiene que adaptarse rápidamente porque es un sistema de comunicación interna, referente a lo que se vive con los estudiantes es muy rigurosa, porque estamos con un sistema educativo que es supervisado por el estado.	Yo elegí a las personas que actualmente trabajan conmigo porque me presentaron una propuesta atractiva y las expectativas que yo tuve se fueron dando como yo las imaginé.	El factor relevante viene hacer porque es una persona recomendada y al momento de la entrevista que se le dio, mostró los conocimientos adecuados que requieren esta empresa ese fue el factor que le sumó para permitirle formar parte de este equipo.	Los informantes consideran haber tenido en cuenta la adaptabilidad del profesional de artes & diseño gráfico empresarial en cualquier centro laboral, las propuestas innovativas que plantearon en el supuesto de ser trabajador para la entidad y el desenvolvimiento en las entrevistas, a parte del conocimiento teórico.
28. Diga Ud. ¿Cuán original es el trabajo realizado por el profesional	No hay mucha originalidad porque seguimos ciertas directivas, es por eso que no se puede variar mucho y no ha habido propuestas.	Bueno en realidad es 100% original ya que toda empresa o todo diseñador busca siempre referencias, pero es sólo eso	Midiendo la originalidad por parte de mi colaborador podría decirse que la desarrolla o	De la información recabada de los informantes, se concluye que la

<p>de artes & diseño gráfico empresarial dentro de su empresa?</p>		<p>referencias, pero son muy originales y creativos en cuanto a su imaginación creatividad y responsabilidad.</p>	<p>la desarrollamos en si en un término promedio porque hay clientes que en cada cierto proyecto tenemos que regirnos a lo que ellos requieren, porque no todos los clientes nos permiten fluir con respecto a los trabajos que les brindamos.</p>	<p>originalidad del trabajo que Brinda el profesional de artes & diseño gráfico empresarial depende del centro laboral donde se desenvuelve, pues no siempre se les permite variar o fluir en el Trabajo, por otro lado, un informante menciona que si son 100 % originales.</p>
<p>29. ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial para su empresa, frente a otros diseñadores?</p>	<p>En este punto se rescata la buena comunicación la organización la sistematización de los procesos que ella realiza.</p>	<p>la ventaja es que desarrollan de manera rápida y con responsabilidad los trabajos que se le plantea, pero la desventaja es que no hay mucha comunicación por tema de horarios, pero siempre hay mucho respeto.</p>	<p>Los beneficios y ventajas que ha aportado es el conocimiento más profundo con respecto al tema de diseño profesional, porque ha permitido que se realicen muchas cosas más de lo que antes nosotros no sabíamos, porque él está</p>	<p>Entre los beneficios que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS en su centro laboral, se destacan la celeridad y</p>

			mucho más actualizado incluso con los estudios que realiza o ha realizado dentro de su universidad que por conocimiento y le ha permitido desarrollarse mucho más en esta empresa.	eficiencia del servicio que prestan, la buena comunicación, la calidad del servicio y la actualización personal de sus conocimientos, generando que su trabajo sea más reconocido y apreciado por su empleador.
30. ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?	Sí claro que sí, ella como profesional tiene sus valores correspondientes dentro de la empresa.	Si definitivamente, porque muchas veces yo estoy mal en cuanto a las ideas, pero ellos me lo hacen saber para poder mejorar en cada proyecto que se realizan y es lo que aprecio y valoro de mi trabajador de diseño.	Realmente si, ya que la coherencia que tenemos todos es la adecuada porque nos permite entregar los proyectos adecuados para los clientes y la honestidad de su parte ha sido perfecta lo que realmente se espera de cada trabajador.	Los informantes manifiestan que el actuar de los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial es coherente en función a los valores personales de cada uno como la honestidad, puntualidad, organización y

				trabajo en equipo.
31. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial inspira confianza tanto en el público interno como externo de la organización?	Yo creo que sí, porque siempre le delegó todo sobre egresados ha Cyntia y ya no pasan por mí, los atiende y están todo conformes y les genera confianza, incluso yo a veces apoyo a optar por procesos más específicos o más rigurosos, pero ella siempre responde y creo que esa es la manera, sobre todo en la actual situación en la cual no estamos frente a frente y el recibir una respuesta idónea pues realmente genera confianza.	Si inspira confianza en cuanto a su trabajo y la forma en cómo se desenvuelven en cada actividad que se les encomienda.	Claro que sí, es una persona formada profesionalmente, así que la actitud que ha presentado dentro de esta empresa inspira confianza no solamente hacia mí sino hacia todos sus compañeros de trabajo y con respecto a los clientes ya lo conocen y cada vez que llegan piden tratar más con él o incluso que los proyectos sean realizados por él.	Gracias la información recolectada se concluye que los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial si inspiran confianza en su centro de Trabajo, tanto en el público interno como externo, gracias a la forma en cómo se comportan, los valores que de ellos se resaltan y la calidad del servicio profesional que prestan en cada ámbito laboral
32. ¿Ud. Notó que el profesional de artes & diseño	Si precisamente como te lo planteé anteriormente, ella es bastante organizada y responsable, siempre	Si ya que cada actividad que se les ha encomendado muchas veces me lo han entregado antes	Si al 100% él suele presentar los proyectos a tiempo de manera	De la información brindada por los informantes, se

<p>gráfico empresarial entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?</p>	<p>presenta sus trabajos con puntualidad y cuando no lo hace procede a informarme previamente.</p>	<p>de la fecha indicada y eso es algo que me da mucha confianza y seguridad de tenerlo dentro de mi empresa.</p>	<p>responsable mucho antes de que el cliente requiera, así que si podría decir que ha sido bastante responsable y puntual.</p>	<p>establece que los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial son personas que a diario cumplen con las metas, tareas o actividades asignadas para cada día de trabajo, percibiéndose, así como un profesional responsable y puntual porque casi siempre entregan sus proyectos antes de tiempo o si tienen inconvenientes lo comunican para generar mayor respeto.</p>
<p>33. ¿El profesional de artes & diseño gráfico</p>	<p>Bueno si eso es una etiqueta que nos pasa a todos en una organización que vela por el</p>	<p>Claro que sí, porque incluso algunos productos de mi marca son eco amigables como, por</p>	<p>Realmente si muestra una preocupación con respecto al medio</p>	<p>Los informantes sostienen que la conciencia</p>

<p>empresarial pose una conciencia ambiental que lo motivare a actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?</p>	<p>impacto ambiental, es que es parte de la escuela como política, además hemos hecho campañas de las cuales justamente ella informa a la dirección de responsabilidad social universitaria, incluso ella como docente ha sido la encargada de delegar a brigadistas ambientales para que sean parte de esta capacitación, es más el año pasado capacitaron y ella colaboró con el cumplimiento de las metas planteadas en dicha capacitación, esta es una línea que surge a través de la renovación de la ley universitaria se creó justamente del DRSU fue asumida como obligatoria, todas las universidades tenían que tener esta área u oficina y uno de los objetivos fue crear la política ambiental.</p>	<p>ejemplo, para las bolsas de tela se realiza publicidad para incentivar el consumo de bolsas reutilizables y eso es parte del cuidado en el reemplazar bolsas de plástico por bolsas de tela.</p>	<p>ambiente, cada trabajo que realiza procura en no desperdiciar por ejemplo cuida mucho el papel o los materiales que va a utilizar y genera la misma recomendación hacia clientes en los proyectos que se realiza.</p>	<p>ambiental del profesional de artes & diseño gráfico empresarial está relacionado con los fines y objetivos de la empresa en la que trabajan, además de la política ambiental que la misma tenga frente a la sociedad. Sin embargo, en aquellos centros de trabajo que tienen una política ambiental, también han propuesto ideas innovativas y destinadas a la protección del medio ambiente.</p>
<p>34. ¿Reconoció Ud. Si el profesional de artes & diseño</p>	<p>Si esto ya está establecido y no solamente para ella sino también para todos antes de realizar un</p>	<p>Si porque primero proceden a preguntarme, también buscan algunas referencias que ayuden</p>	<p>Claro que sí, eso es lo que agrada realmente, porque en cada proyecto que se</p>	<p>Los informantes concluyen que los profesionales</p>

<p>gráfico empresarial de la USS realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?</p>	<p>proyecto, realizamos una investigación en base a referencias y planteamos soluciones con estrategias.</p>	<p>a la ejecución de las piezas gráficas e información que se va a utilizar dentro de ella, sobre todo lo consultan conmigo en cuanto características de los productos e información extra que les puede servir para la realización de las piezas gráfica.</p>	<p>ha presentado el realizar una investigación previa al momento de presentar cualquier trabajo hacia los clientes y eso ha permitido tener o que él tenga una mejor referencia.</p>	<p>de artes & diseño gráfico empresarial, realizan una ardua investigación antes de desarrollar un proyecto, ya que consideran importante tener una planeación, que incluya estrategias, objetivos, referencias y la meta que se pretende lograr, esto con la finalidad de medir los objetivos planteados.</p>
<p>35. ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS tiene una visión crítica sobre el contexto</p>	<p>En general señalo que realmente nos falta no solamente al profesional sino también en conjunto como escuela, ya que incluso no tenemos muy determinado esos espacios, pero tal vez sean las cátedras dónde se</p>	<p>Si porque están al pendiente en el mundo que estamos viviendo, es por ello que ustedes como diseñadores crean piezas publicitarias para dar un mensaje y concientizar a las personas.</p>	<p>Si, porque tiene una visión bastante crítica, en algunas ocasiones incluso ha debatido con mis ideas y con las ideas de sus compañeros, eso ha permitido que la empresa</p>	<p>La mayoría de informantes destacan que el Profesional de artes & diseño gráfico empresarial</p>

<p>social que lo rodea? ¿De qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?</p>	<p>pueden tomar alguna postura y que se pueda conversar con los estudiantes sin embargo como ciudadanos libres, tenemos ese libre albedrío para poder opinar sobre alguna situación crítica, asumo que también ella lo hace de acuerdo a su perfil de una manera asertiva.</p>		<p>actualmente entregue proyectos de calidad y que socialmente en el trabajo nos permita elaborar proyectos adecuados con respecto a lo planteado por nuestros clientes.</p>	<p>tienen muy presente una visión del contexto social en el que se desenvuelve, ya que es muy importante saber y conocer la realidad a fin de tenerla como referente en algunos trabajos publicitarios o del mismo modo cuando se ejecute un proyecto social, mientras que el otro informante refiere que aún falta explotar más esa parte del diseñador.</p>
---	--	--	--	---

SEGUNDO CUADRO DE TRIANGULACIÓN DE ENTREVISTAS

INFORMANTES	NOMBRES Y APELLIDOS	EDAD	DNI
INFORMANTE 4	Ivan Alonso Herrera Bernabe	39	41724418
INFORMANTE 5	Geiner Orlando Fernandez Carpio	24	76581142
INFORMANTE 6	Deyvid Flores Pérez	27	47903567

ITEM	INFORMANTE 1	INFORMANTE 2	INFORMANTE 3	SÍNTESIS INTEGRADA
1. Diga Ud. ¿Qué imagen proyecta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, como persona y trabajador de su empresa? Describir el comportamiento.	Ella es muy eficiente en los trabajos que coordinamos, tiene ganas de aprender, ayuda a tener soluciones en cuanto a los problemas que se presenten dentro de la empresa y estoy contento con su trabajo.	Bueno ella en cuanto a su persona, es muy reservada, no le gusta mezclar los temas personales con laborales, pero siempre le gusta ayudar y nos da sugerencias en cualquier proyecto que tengamos, es muy competente en el trabajo y constantemente está actualizando sus conocimientos y viendo las últimas tendencias de diseño.	He trabajado con dos personas, uno de ellos era muy creativo, pero a la vez un poco descuidado, pero si aportaba con muchas ideas, también era puntual pero un poco distraído, pero al final lo compensaba.	Con respecto a la comparación de la información recolectada por los 3 informantes, dicen que el profesional de Artes & diseño gráfico empresarial de la USS en su mayoría es muy eficiente y busca constantemente aprender, aporta ideas y soluciones, mientras que el ultimo informante nos dice era

				bastante distraído, pero también aportaba con ideas y era creativo.
2. ¿Ud. Observó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando para su empresa?	Es muy amigable y responsable, se puede conversar con ella es muy comprensiva y lo más importante, es que tenemos que estar abiertos a enfoques diferentes, también es asequible y me da ideas y yo trato de implementar sus ideas dentro de mi empresa, de esa manera llevamos una relación de trabajo armoniosa.	Claro es amigable, pero a la vez un poco serio también, como dije anteriormente no le gusta mezclar su vida personal en el trabajo, siempre busca hacer su trabajo de la mejor manera posible y con responsabilidad, porque de eso se trata no, de enfocarse en sus labores diarias.	Si era muy amigable pero poco responsable, muchas veces no entregaba los diseños que yo le encomendaba a tiempo.	Según lo expresado por los informantes, estos afirman que el profesional de Artes & diseño gráfico empresarial de la USS si demostraron ser personas muy amigables dentro de la empresa, en cuanto a la responsabilidad, dos jefes informaron que efectivamente sus diseñadores trabajan con responsabilidad, mientras que el ultimo nos informa que a veces no entregaba sus encargos a tiempo.

<p>3. ¿Ud. Considera que el sueldo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial es justo?</p>	<p>Sí, considero que es un precio justo ya que yo le pago un sueldo un poco más elevado al del mercado en general.</p>	<p>Esto va a depender mucho de la empresa donde trabaje el diseñador verdad, osea en general creo que no se valora mucho el trabajo del diseñador, muchos consideran que los encargos son fáciles y que incluso cualquier persona los podría hacer, pero esto no es así, porque siempre hay amplios conocimientos detrás, en mi empresa yo considero que pago un precio justo y también se les da una gratificación cuando el proyecto realizado por el diseñador supera nuestras expectativas.</p>	<p>Bueno en realidad el diseño no está tan valorado en el mercado, muy pocas empresas son las que quieren pagar un sueldo justo.</p>	<p>Gracias a la información manifestada por los 3 informantes se llega a la conclusión, que el sueldo de un diseñador es bastante justo dentro de su empresa, ya que valoran mucho su trabajo, pero si han podido observar que el mercado en general paga un precio más bajo a la hora de contratar un diseñador para que le preste sus servicios, ya que no siempre valoran el trabajo y los estudios.</p>
<p>4. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial,</p>	<p>Claro si hay desarrollo y crecimiento, yo no tendría ningún problema de aumentarle el sueldo, además ya lo he hecho, en función de cómo se vaya comportando el</p>	<p>Claro que si, como a lo mencione antes, yo como jefe aliento por su trabajo y cuando se realiza un proyecto y esto nos beneficia</p>	<p>Yo creo que si estaría dispuesto a aumentarle el sueldo, pero va de la mano de los ingresos con los que</p>	<p>Consiguiendo información llegamos a concluir que los jefes del</p>

<p>representa un crecimiento económico para su empresa? De representar un crecimiento económico para su empresa, ¿estaría dispuesto a aumentarle el sueldo?</p>	<p>mercado se puede ir aumentando el sueldo.</p>	<p>como empresa doy un extra por su trabajo.</p>	<p>cuenta la empresa y la parte de diseño es fundamental, porque ayuda a mejorar la imagen y las estrategias de comunicación.</p>	<p>profesional de Artes & diseño gráfico empresarial de la USS si muestran disposición para aumentar el sueldo del diseñador de su empresa, pero tienen que influir factores de desarrollo, crecimiento y según como se comporte el mercado, uno de ellos indicó que el brinda un ingreso extra cuando su trabajo beneficia a la empresa.</p>
<p>5. ¿Ud. Considera que cuenta con un espacio acondicionado para el área de diseño dentro de su empresa? Cuenta con equipamiento</p>	<p>Claro que sí, yo le proporcione las herramientas necesarias para que pueda estar cómoda trabajando, Por ejemplo, le proporcione computadora y laptop, ya que como estamos en pandemia todo ese equipo se lo llevó a su casa para que pueda trabajar cómodamente,</p>	<p>Si, considero que tengo un buen espacio en el área de diseño, buena iluminación y bueno, hace unos meses atrás, si no me equivoco en el mes de abril se cambiaron algunos equipos para mejorar el trabajo.</p>	<p>Cómo estoy empezando de nuevo como consecuencia de la pandemia, tuve que cerrar por un tiempo la empresa, podría decir que no tengo las condiciones de tener un buen</p>	<p>Según la información recabada, se concluye que efectivamente en su mayoría, el profesional de diseño cuenta con un ambiente</p>

<p>para realizar las labores de diseño</p>	<p>porque siempre trato de darle todas las facilidades.</p>		<p>espacio acondicionado para el área de diseño dentro de la empresa, pues sabemos que la situación es un poco complicada.</p>	<p>agradable para trabajar dentro de la empresa, se cuida la infraestructura, el clima, el lugar es cómodo y sobre todo se le brinda la tecnología adecuada para la elaboración de cada proyecto, incluso durante el home office se le brindo lo necesario, pero el último jefe mencionó que aún no cuenta con un espacio bien acondicionado.</p>
<p>6. ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, se siente a gusto y cómodo trabajando en un</p>	<p>Bueno en realidad yo trato de darle todas las facilidades, pero no podría dar una respuesta, porque no sé a ciencia cierta si ella se siente cómoda dentro de mi empresa, podría ser una suposición, pero no lo tengo evidenciado con datos.</p>	<p>Si, ella generalmente está muy motivada, me encanta que siempre tiene buena actitud y disposición para trabajar porque esa energía que tiene contagia a los demás, así que considero que, si está a gusto dentro de la empresa, en cuanto a las capacitaciones, si hice algunas</p>	<p>Yo creo que sí, no tengo muy clara esta respuesta, pero talvez sí, siempre trataba de que se sienta cómodo, en cuento a capacitaciones, en realidad no he</p>	<p>Según lo expresado por los informantes, estos suponen que el profesional de diseño que trabaja con ellos, quizá si se siente cómodo trabajando en su</p>

<p>espacio que lo motive e inspire dentro de su empresa? ¿Ud. gestiona capacitaciones, talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes & diseño gráfico empresarial?</p>	<p>En cierta forma le estoy recomendando algunos cursos, los cuales varios de ellos los ha llevado, yo siempre le doy la facilidad de que ellos decidan si quieren llevar esos cursos o quizá se inclinen por otro tipo de cursos, además tiene que ser cosas que a ellos les guste.</p>	<p>para todo el equipo, pero para ser sincero no es frecuentemente, pero si considero que es importante este tipo de actividades para el crecimiento de la empresa.</p>	<p>gestionado ello para mis colaboradores.</p>	<p>empresa, ya que siempre tratan de brindarles un espacio confortable, En cuanto a la gestión de conferencias o cursos, está un poco débil, ya que no se han tomado el tiempo de realizar estos de forma profesional, solo sugieren o fueron muy pocas las capacitaciones.</p>
<p>7. ¿De qué forma Ud. conoció al profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa?</p>	<p>Fue por recomendación de boca a boca.</p>	<p>Bueno en realidad yo no la conocía, pero un día el diseñador que trabajaba con nosotros renunció y teníamos que contratar a alguien rápidamente, entonces una colaboradora de la empresa nos sugirió a ella porque había visto su trabajo en redes sociales, en este caso Instagram, porque dentro de esta plataforma tiene como un catálogo con los trabajos que ha realizado, entonces la contacté y aceptó trabajar aquí.</p>	<p>Lo que hacemos en la empresa es solicitar personas para que trabajen y fue por redes sociales cómo Facebook como lo pude contactar.</p>	<p>Gracias a la información recolectada por los informantes, se concluye que algunos diseñadores llegaron a la empresa mediante distintas formas, dos indicaron que fue por recomendación y</p>

				otro lo contacto mediante redes sociales.
8. ¿Ud. Considera necesario que un profesional de artes & diseño gráfico empresarial, exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales, para que tenga más posibilidades de ser contratado por diversas empresas?	Claro que sí, recontra convencido que es necesario que el profesional muestre sus logros y sus trabajos, bueno ella lo hace a través de una plataforma que se llama behance y lo trata de actualizar cada vez que hay tiempo.	Efectivamente, pues gracias a que ella mostraba su trabajo por redes sociales, ahora tiene un trabajo, este es un claro ejemplo de que todo profesional que da a conocer su trabajo, puede obtener uno mejor gracias al mundo digital.	Claro, efectivamente hoy en día es necesario estar en el entorno digital y redes sociales, sobre tener sus trabajos en Facebook, ya que esto ayudará a contactar con algunos posibles trabajos, siempre es recomendable mostrar y demostrar tu trabajo.	Según la información de los entrevistados, concluimos que efectivamente todo diseñador, debe mostrar su trabajo en el entorno digital y en redes profesionales con la finalidad de dar a conocer sus trabajos y conseguir mejores propuestas, en este caso resalta la plataforma de behance y Facebook como herramientas útiles para la promoción de talento humano.
9. ¿El profesional de artes & diseño gráfico	Claro que sí ha demostrado todo lo que ofreció dentro de su CV y portafolio y cada día ha ido	Generalmente si, como ya lo dije creo que su mejor portafolio fueron las redes sociales y todo lo	Sí mostró las capacidades más que todo las del portafolio	Gracias a la información de los informantes se

<p>empresarial demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio?</p>	<p>mejorando más, lo más importante para mí es la actitud de la persona porque el aprendizaje se puede adquirir rápidamente en cambio la actitud de querer aprender y ser mejor es lo que uno necesita.</p>	<p>que demostró ahí, lo ha venido desarrollando en mi empresa.</p>	<p>y me brindo una página de Facebook también para poder ver sus trabajos realizados.</p>	<p>concluye que efectivamente, los diseñadores si demostraron sus capacidades que propusieron en el portafolio y también uno de ellos manifiesta que su diseñadora ha mejorado más sus habilidades con el paso de tiempo, demostrando tener actitud más allá de sus conocimientos.</p>
<p>10. Diga Ud. ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su organización?</p>	<p>Ah bueno me gusta su trabajo de branding, es muy creativa, a los clientes les ha encantado su trabajo, en cuanto a las propuestas que ella ha logrado desarrollar, luego me gusta porque ha tenido las ganas de trabajar y aprender dentro de la plataforma de wordpress, que ella al inicio lo conocía ligeramente pero ahora ya domina el programa, es eficiente en cuanto a sus diseños y les agradan a los clientes, en ese</p>	<p>En cuanto a sus aportes pues, durante el tiempo que ha venido trabajando fueron varios, pero los más significativos han sido, el crear campañas publicitarias muy buenas, dirigir y motivar al equipo, recuerdo que en algunas ocasiones ella tenía que dirigir a todo el equipo y lo hizo muy bien</p>	<p>Yo creo que, si aportó a mi empresa, pero no dio el máximo de su esfuerzo en cuanto al re Branding y la imagen institucional</p>	<p>Según lo informado por cada los entrevistados, los aportes del diseñador de la USS han sido distintos, uno indica que el aporte fue en cuanto al branding, la creatividad y el</p>

	<p>aspecto de la creatividad estoy bastante a gusto con su trabajo.</p>			<p>aprendizaje del manejo de la plataforma de Wordpress, otro tuvo aportes en cuanto a campañas gráficas y dirigir al equipo y el último de los jefes indico que aportó en rebranding e imagen institucional, pero no se desempeñó adecuadamente esto indica que cada profesional se inclina a la rama de su preferencia.</p>
<p>11. ¿Ud. ha podido observar que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial presenta actitudes que dan cuenta de su auto confianza?</p>	<p>Sí claro ella marca posición y eso es bueno, entonces a veces exponemos nuestras ideas y evaluamos las razones, eso muestra que ella confía en lo que sabe y eso para mí es muy importante.</p>	<p>Definitivamente, ella expresa autoconfianza en cada momento, claro que hay días en los que tiene una ligera desmotivación, pero es algo pasajero, por lo general se siente muy confiada en el trabajo que realiza, yo creo que es también porque siempre busca la forma de aprender nuevas cosas, eso hace que ella misma</p>	<p>Que yo recuerde si confía en su trabajo porque en cada proyecto me lo ha ido demostrando</p>	<p>Gracias a la información recogida por los informantes, se puede decir que todos manifiestan que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial si</p>

		se fortalezca y se tenga confianza, pero sobre todo confíe en sus habilidades profesionales.		muestra autoconfianza en todo momento y en cada proyecto que realiza, esto es de vital importancia para el fortalecimiento de sus habilidades como profesional.
12. A partir del desempeño laboral observado ¿Usted confía en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su organización?	Claro con ella hay mucha confianza como te lo repito, es una buena persona, la actitud para mí es lo primordial en cuanto el tema de valores es una persona honesta, le gusta aprender, entonces nosotros en cualquier tipo de trabajo siempre tenemos que dar un poco más de lo esperado, eso va a garantizar que se desarrolla esa confianza y generó una armonía que va a llegar a que todos ganemos.	Definitivamente, como lo dije antes en algunas ocasiones ella ha dirigido a todo el equipo, y eso demuestra que le tengo mucha confianza y sé que hará un buen trabajo.	Si confiaba en su trabajo, pero no del todo porque siempre hay correcciones que se tenían que hacer, además a veces era un poco impuntual en la entrega de los trabajos, como dije antes, era distraído y quizá se olvidaba de sus labores.	Con la información obtenida en las entrevistas, podemos concluir que, la mayoría de los jefes de los profesionales de diseño si confían en ellos debido a la buena actitud, los valores personales, las ganas de aprender y la actitud de liderazgo han sido factores importantes que ayudaron a que la confianza aumente, por otro

				lado, un jefe manifiesta que no confiaba del todo en su trabajo, por sus malas actitudes y la distracción que tenía a menudo.
13. ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, tiene notoriedad dentro de su empresa; es decir, su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir por sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?	Sí mucha notoriedad, yo confío bastante en los trabajos de diseño y también tengo años trabajando con diseñadores.	Más que notoriedad, es el hecho de que ha sabido dirigir efectivamente gracias a su desempeño al equipo que se le encargó, sin embargo, ella también busca que todo el equipo sobresalga, pues el trabajo es de todos no solo del diseñador.	Yo creo que él era un poco de perfil bajo porque no sobresale mucho.	Con ayuda de la información obtenida podemos concluir que efectivamente la mayoría de diseñadores En el mercado laboral presenta notoriedad, buscando también que los otros miembros del equipo sobresalgan en su trabajo, sin embargo, podemos notar que el último jefe manifiesta que el diseñador que trabajaba en su

				organización tenía perfil bajo.
14. ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?	Claro que sí competir y sobresalir	Definitivamente, pues la diseñadora de la empresa ha demostrado cualidades para competir, siempre busca aprender nuevas cosas y está al tanto de las tendencias del mercado, eso la hacen muy capaz para postular y competir con otros diseñadores, eso es muy agradable en un profesional.	Como te dije es muy creativo, pero no explota todo su potencial que tiene para poder competir con otros diseñadores del mercado laboral.	Con respecto a las respuestas obtenidas de los informantes se concluye que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS en su mayoría si cuenta con la capacidad de competir dentro del mercado laboral, debido a sus cualidades y capacidad para sobresalir, por otro lado, el último informante refiere que el diseñador que trabajo en su empresa no explota todo su potencial a la hora de competir.
15. ¿Ud. Conoce cuáles son las	Si nos reunimos frecuentemente y siempre estamos al tanto de las	Si, bueno ella se encarga de realizar las actividades que tienen	Bueno las actividades que realizaba era el re	Según lo información de

<p>actividades que realiza un profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro su empresa?</p>	<p>actividades que se realizan tenemos algunos horarios fijados para las reuniones.</p>	<p>que ver con el marketing, campañas publicitarias y dirigir al equipo de trabajo en algunas ocasiones que se requiera de su participación.</p>	<p>Branding y desarrollo de piezas gráficas para el packing de la empresa.</p>	<p>cada entrevistado las actividades y tareas del diseñador de la USS han sido diferentes, uno de ellos no precisó las actividades de la diseñadora en su empresa, solo dijo que realizan reuniones para acordar tareas, otro indicó que realiza actividades de marketing y campañas publicitarias, el último indicó que se encargaba del branding y el packing, esto tiene que ver con la línea de especialidad que cada profesional quiere seguir según sus habilidades.</p>
--	---	--	--	--

<p>16. ¿Cómo percibe Ud. al profesional de artes & diseño gráfico empresarial en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?</p>	<p>Si es muy eficiente no tiene que hacer muchas correcciones, en el 90% de los casos los trabajos ya están listos para entregarlos.</p>	<p>Es muy enfocada en su trabajo, está casi todo el tiempo motivada y es responsable en todas las tareas diarias que se le encomiendan, además ayuda a todo el equipo con el aporte de ideas.</p>	<p>Bueno en realidad es un poco lento se tomaba su tiempo para realizar cada tarea encomendada, eso era un poco desagradable ya que retrasaba el trabajo de la empresa.</p>	<p>Gracias a la información obtenida podemos ver que la mayoría de diseñadores si ejecuta bien sus actividades diarias, destacando por su eficiencia, enfoque, motivación y responsabilidad para cada tarea asignada, sin embargo, el último entrevistado refiere que el diseñador que trabajaba su empresa no era muy eficaz en las actividades debido a la lentitud en el desarrollo de las mismas.</p>
<p>17. ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional</p>	<p>Su desenvolvimiento dentro de mi empresa es bastante bueno y nos llevamos bien, como ya lo venía diciendo hay un buen trato y los</p>	<p>Se desenvuelve muy bien dentro y fuera de la empresa, sabe expresar y defender sus ideas, sabe dirigir, en general su</p>	<p>Como te dije desde el comienzo él tiene un nivel intermedio fue muy bueno su</p>	<p>En comparación con la información obtenida se concluye que el</p>

<p>de artes & diseño gráfico empresarial en su empresa?</p>	<p>clientes quedan felices cuando ella hace los diseños para sus respectivas empresas.</p>	<p>desenvolvimiento es muy bueno y todos en la empresa la apreciamos mucho.</p>	<p>desenvolvimiento, pero pudo dar más por lo que mostró su portafolio no dio todo de él y su perfil es un poco bajo y no cumplió con mis expectativas</p>	<p>desenvolvimiento de los diseñadores en su mayoría es muy bueno, ya que se percibe amabilidad, buen trato, expresar sus ideas y defenderlas, además resalta la capacidad para dirigir al equipo, estas características son adecuadas en cada organización y todo profesional debe potenciarlas, el último informante indicó que el diseñador tenía un nivel intermedio y no cumplió con sus expectativas.</p>
<p>18. ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico</p>	<p>Si a ella le gusta aprender y crecer, esto le permite aportar más un mayor valor dentro de la empresa.</p>	<p>Claro que si, como les comentaba anteriormente, ella está en constante aprendizaje y siempre busca refrescar sus conocimientos para crecer en lo</p>	<p>Yo creo que no, siempre estaba distraído y casi nunca notaba que el tenga voluntad para su</p>	<p>Gracias a información de los entrevistados se llega a la conclusión que el</p>

<p>empresarial muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?</p>		<p>profesional y también en lo personal, lo que noto de ella es que siempre busca aprender nuevas cosas para enseñarle a los demás o darles algunas sugerencias.</p>	<p>crecimiento profesional, es más casi nunca veía su interés por aprender nuevas cosas.</p>	<p>profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su mayoría si está enfocado en aprender y sobresalir, muestra voluntad y disposición para su crecimiento profesional, pero el último informante indica que no percibía en el diseñador de su empresa ganas de aprender t crecer como profesional.</p>
<p>19. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?</p>	<p>Se involucra en cada proyecto y se toma su tiempo para poder desarrollar sus propuestas y lo hace bien, se muestra muy comprometida, algunas veces no entendía el trabajo de investigación que hacen los diseñadores, pero luego me di cuenta que es necesario e importante para obtener un buen proyecto.</p>	<p>Como le repito si, ella está siempre muy comprometida y motivada en el trabajo, creo que ella eligió bien su carrera y conoce su vocación porque esa energía que entrega en cada proyecto es contagiosa y única.</p>	<p>En algunas cosas no en todo, porque siempre presentaba excusas para la presentación de sus trabajos.</p>	<p>De acuerdo a la comparación de la información Recolectada por los 3 informantes se concluye que, los diseñadores en su mayoría si representan compromiso y entrega en cada</p>

				<p>proyecto que realizan para la empresa o los clientes, mostrando calidad, investigación y motivación, pero también encontramos información en la cual el diseñador no mostraba compromiso y en ocasión ponía excusas para su trabajo.</p>
<p>20. ¿Ud. cree que el profesional de artes y diseño gráfico empresarial tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requiere su empresa?</p>	<p>Claro que puede desarrollar todas las actividades siempre y cuando se vaya amoldando a los requerimientos y a las tendencias ya que ahora con la tecnología siempre son cambiantes, pero cuenta con los principios para poder adaptarse a cualquier escenario.</p>	<p>Todas no, yo creo que un profesional no abarca todos los campos del diseño, esta carrera es muy amplia, aunque no lo crean, creo que la mayoría sigue una línea según sus gustos y preferencias, eso está bien porque así se enfocan solo en las actividades que les gusta realizar.</p>	<p>En realidad, se necesita especialistas para cada actividad como por ejemplo para hacer este un re Branding o una ilustración o una línea editorial también uno de ellos era muy bueno en ilustración y el otro tenía otro tipo de capacidad.</p>	<p>La mayoría de referentes han expresado que no todos los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, tiene la capacidad para el desarrollo de las actividades. Uno refiere que</p>

				efectivamente el diseñador tiene las capacidades de realizar todas las actividades siempre y cuando de valla adaptando a las tendencias, sin embargo, el otro manifestó que no todos tienen la capacidad de desarrollar las actividades, porque la mayoría se especializa en diferentes campos ya que la carrera es amplia, de igual manera otro manifiesta que se necesita especialistas de diseño para cada actividad.
21. ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de artes & diseño	Trabaja muy bien el desarrollo del branding, hace muy buenas propuestas, bueno la creatividad es importante y como repito la actitud de querer aprender Y también el	La capacidad que tiene es la de dirigir efectivamente a todo un equipo, eso permitió que la empresa sigue encaminándose de la mejor forma, y en cuanto a	Porque como te dije una de las personas que trabajaba conmigo tenía capacidades en	De acuerdo a la información brindada, se establece que los profesionales de

<p>gráfico empresarial, que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?</p>	<p>compromiso que es cumplida, porque cuando ella dice que va a realizar un trabajo lo cumple a sus horas.</p>	<p>sus habilidades es muy creativa y aprende muy rápido, eso es beneficioso para todo profesional que recién está empezando a formar su carrera profesional.</p>	<p>cuanto a la creatividad y a la ilustración, la otra persona no contaba con las mismas capacidades porque era mejor en otras cosas.</p>	<p>artes & diseño gráfico tienen distintas capacidades que conllevan a los fines de cada empresa y, entre ellos destaca la creatividad, ilustración, compromiso, dirigir efectivamente a un equipo.</p>
<p>22. ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, con el de otras casas de estudio?</p>	<p>Bueno siempre he trabajado con diseñadores o estudiantes de diseño de la universidad Sipán.</p>	<p>Bueno puedo destacar la forma en como hacen sus proyectos, la investigación previa para cada trabajo, el estar al tanto de las nuevas tendencias, pero sobre todo considero que sus proyectos no son improvisados como en otros casos que si he tiendo este tipo de profesionales que hacían todo a última hora.</p>	<p>No puedo dar una respuesta concreta porque solo conozco el trabajo de algunos diseñadores de la Sipán.</p>	<p>Los informantes refirieron que los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial, destacan porque en todos los proyectos realizan una investigación previa a la realización de cada proyecto, sin embargo, los otros dos no ha tenido la experiencia de</p>

				trabajar con diseñadores de otras casas de estudio.
23. ¿Ud. Considera necesario que todo profesional de artes & diseño gráfico empresarial cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización, para que lo aplique en su centro laboral?	Yo pienso que salen como en un estándar, pero ya depende del alumno llevar capacitaciones y desarrollarse, en ciertas áreas porque el campo de trabajo es bastante amplio ya depende de cada alumno.	Claro, es necesario como personas y como profesionales mostrar nuestro don o aquello que nos hace único, ya que casi siempre las personas te recuerdan por aquella característica particular que te diferencia de los demás.	Yo creo que los diseñadores deben tener un valor diferencial para poder sobresalir y tener más oportunidades de trabajo.	Los informantes han afirmado que es necesario que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial tenga un valor diferencial, porque los hace únicos y los ayuda a sobresalir y tener más oportunidades laborales.
24. Diga Ud. ¿Se puede comparar la ética laboral del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, de la USS con el de otras casas de estudio?	Bueno en realidad no podría dar una respuesta de eso porque yo solo trabaje con diseñadores de la Sipán.	Yo creo que cada profesional se muestra tal cual es, independientemente de donde estudio, ya que la ética se aprende y se practica desde niño, porque en la realidad podemos ver profesionales que no son éticos, aunque hayan estudiado en las más prestigiosas universidades, y también encontramos profesionales muy	Desde que inicio mi empresa solo eh trabajado con profesionales de la Sipán, así que no puedo comparar.	Respecto a esta interrogante, los informantes concluyen que no han trabajado con profesionales de otras casas de estudio, en cambio, uno refirió que es muy difícil comprar la ética

		éticos que estudiaron en universidades menos prestigiosas por así decirlo, pero si estoy seguro que estos valores se forjan desde pequeños.		que está relacionado con la moral. Señalan que eso depende de la educación que tuvieron desde niños, ya que la ética no se define por la universidad en la que estudiaron.
25. ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, es reconocido por otras personas o instituciones? ¿Cómo se expresan de él?	Yo pienso que sí, porque cualquier empresa medianamente grande cuenta con un diseñador y si de repente no cuenta con los ingresos terceriza servicio, pero necesita de todas maneras contar con el servicio de un diseñador más ahora que se necesita tener una buena presencia en plataformas de internet como redes sociales y necesitan sí o sí de un diseñador.	Según lo que he percibido si es reconocida y también se expresan muy bien de ella en sus redes sociales, esto es indicativo de que es una buena profesional y siempre la felicitan por su trabajo, además fue una destacada alumna cuando estudiaba.	Dicen que sólo puntualidad en la entrega de trabajos a tiempo y la proyección a la creatividad o sea que no sólo se quede ahí, sino que intente avanzar y crecer como diseñador, pero en si no he tenido seguimiento de ellos.	Los informantes expresaron que el profesional de artes y diseño gráfico empresarial son reconocidos por otras personas, porque toda empresa requiere de un profesional de diseño para mejorar su imagen, son felicitados por su trabajo y la puntualidad de entrega que tienen para los mismo.

<p>26. ¿Ud. Considera que el trabajo que realiza el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones para su empresa?</p>	<p>Si logra satisfacer las necesidades del negocio.</p>	<p>Si, el trabajo de un diseñador es importante, aunque haya personas que aún no se han dado cuenta de esto, y bueno también es tarea del empresario buscar un diseñador que reúna todas las características de un buen profesional, en mi caso la diseñadora de mi empresa si cumple con mis expectativas, pues siempre busca soluciones y apoya al equipo de trabajo.</p>	<p>Sí es importante y creo que lo cumplió a medias las expectativas y si ofrecía soluciones para mi empresa.</p>	<p>Respecto a esta interrogante, se concluye que los informantes consideran que el trabajo realizado por los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial es importante, porque buscan soluciones y apoyan la empresa; sin embargo, un jefe informó que el trabajador de diseño de su empresa no cubrió al 100% sus expectativas.</p>
<p>27. De ser el caso. Cuando usted realizó el proceso de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes & diseño</p>	<p>Bueno me presento C.V. Con algunos trabajos que había realizado, eran interesantes y bonitos, más que todo en la entrevista personal note en ella algunas características que a mí me interesaron.</p>	<p>En este caso no realice un proceso de selección ya que tenía urgencia de contratar un diseñador de manera inmediata, pero me avale de los buenos comentarios de sus redes sociales en cuanto a su trabajo, por eso la contacte y le propuse</p>	<p>No realice ningún proceso porque ingreso de manera directa.</p>	<p>Los informantes mencionaron diferentes casos en cuanto a la selección del profesional de artes & diseño gráfico</p>

<p>gráfico empresarial frente a otras personas que postulaban para el mismo cargo?</p>		<p>un mes de prueba, este era pagado también, pero era algo menos al sueldo que hoy recibe, entonces ella acepto trabajar en la empresa y pues hasta ahora sigue trabajando aquí por ser muy proactiva.</p>		<p>empresarial dentro de su empresa, uno refiere por una buena presentación del C.V. y otro por buenos comentarios en las redes sociales y el último manifestó que había entrado de manera directa.</p>
<p>28. Diga Ud. ¿Cuán original es el trabajo realizado por el profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro de su empresa?</p>	<p>Es bastante original recabando información a través de su brief, en cuanto al tema de marcas y todos sus diseños están llenos de originalidad desde el inicio entonces tiene identidad.</p>	<p>En este caso si es original ya que se encarga de realizar campañas publicitarias únicas que nos hacen pensar fuera de la caja, despiertan todos nuestros sentidos y la publicidad cumple finalmente su objetivo.</p>	<p>Su trabajo es muy original porque tiene muy buena creatividad para cada proyecto que realiza.</p>	<p>De la información recogida de los informantes, se concluye que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial tiene originalidad, en cuanto a sus diseños, a la realización de campañas únicas y la creatividad que cada uno de ellos posee.</p>

<p>29. ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial para su empresa, frente a otros diseñadores?</p>	<p>Los beneficios son que varios clientes y en mi negocio trae muy buenos resultados</p>	<p>Los beneficios que ofrece son varios, pero rescato el buen trabajo en equipo, la creatividad y la investigación previa en cada proyecto encomendado.</p>	<p>Bueno en si los beneficios que apporto fueron pocos en relación a los resultados finales de algunos proyectos.</p>	<p>Entre los beneficios que aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS en su centro laboral, se recalcan los buenos resultados, el trabajo en equipo y la investigación de cada proyecto, sin embargo, cabe mencionar que el último entrevistado manifestó que los beneficios y aportes del diseñador en la empresa fueron muy pocos.</p>
<p>30. ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial</p>	<p>Si actúa con mucha honestidad es una buena chica.</p>	<p>Si, bueno en cuanto a sus trabajos encomendados, estos siempre tuvieron coherencia y originalidad.</p>	<p>Si es coherente y honesto en cada proyecto que realiza y de manera personal.</p>	<p>Los informantes mencionan que los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial</p>

<p>actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?</p>				<p>actúan con coherente y honestidad, en cuanto a los trabajos encomendados dentro de la empresa.</p>
<p>31. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial inspira confianza tanto en el público interno como externo de la organización?</p>	<p>Sí inspira mucha confianza en cuanto al público interno con externo.</p>	<p>Bueno ella no atiende directamente al público externo, pero dentro de la empresa, los demás compañeros siempre han confiado en su trabajo, incluso muchos de ellos piden su punto de vista antes de que yo supervise su trabajo.</p>	<p>No había contacto directo con el público exterior, pero dentro de la empresa siempre ha inspirado confianza.</p>	<p>Los entrevistados relatan que los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial si inspiran confianza en su centro de trabajo en cuanto a la parte interna, sus compañeros de trabajo siempre se sienten cómodos; por otro lado, también vemos que no todos los diseñadores tienen contacto directo con el público externo de la empresa.</p>

<p>32. ¿Ud. Notó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?</p>	<p>Si siempre es responsable y cumple con los trabajos a tiempo.</p>	<p>De hecho, ella siempre busca presentar sus trabajos con puntualidad o incluso antes del tiempo para luego hacer las correcciones necesarias, pero sí, siempre ha sido muy responsable y puntual con sus entregas.</p>	<p>No, como te digo fue muy regular en algunos casos.</p>	<p>De la información recogida por los informantes, se concluye que no todos los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial son responsables y puntuales con sus proyectos, algunos presentan sus trabajos antes de tiempo y el último manifestó que tuvo un rendimiento regular en el trabajo.</p>
<p>33. ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial posee una conciencia ambiental que lo motivare a actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?</p>	<p>No ha habido oportunidad de hacer algo con relación al medio ambiente, como ahora el trabajo es de manera remota ya que no se utilizan muchos materiales que contaminan al medio ambiente</p>	<p>Si, por lo general su espacio de trabajo siempre está limpio, eso da a notar buenos hábitos ambientales, incluso tiene una caja donde acumula las hojas que normalmente las votamos, ella las guarda hasta que se llene esa caja y luego la regala a los recolectores o personas que buscan chatarra en la calle.</p>	<p>Por ejemplo, recuerdo que una vez hizo una campaña sobre el medio ambiente y aportaba muchas ideas sobre eso y tenía proyectos en la Sipán bueno en eso sí.</p>	<p>Los informantes mencionan diferentes opiniones sobre la conciencia ambiental del profesional de artes & diseño gráfico empresarial, principalmente no</p>

				se han podido realizar proyectos de esa índole, otro manifiesta que el profesional posee hábitos ambientales y el último aportó con la realización de campañas sobre el medio ambiente.
34. ¿Reconoció Ud. Si el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?	Si lo hacen es algo que toma tiempo y hasta a mí a veces me cuesta comprender, pero ella si realiza una investigación.	Claro que si, como ya lo mencioné anteriormente, yo veo y reconozco toda la investigación que realiza antes de presentar sus propuestas finales.	Yo creo que sí realiza una investigación previa a la ejecución de cada proyecto.	Los informantes concluyen que los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial, realizan una investigación antes de la elaboración de cada proyecto, ya que consideran importante darse ese tiempo para un mejor resultado.
35. ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la	Sí bastante, siempre analiza el escenario, ella da sus opiniones y vamos ordenando las ideas.	En este sentido si no sé muy bien, puesto que con ella solo hablamos de trabajo dentro de la empresa, como mencione antes,	No sabría decirlo bien	De la información recogida por los informantes, la mayoría no tiene

<p>USS tiene una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea? ¿De qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?</p>		<p>ella no mezcla su vida personal o lo que piensa del contexto sociales con las personas de la empresa, se enfoca mucho en los trabajos y proyectos de la organización.</p>	<p>claro si el profesional de artes & diseño gráfico empresarial tiene una visión crítica del contexto social, ya que la relación del trabajador con el jefe es netamente laboral y solo hablan de proyectos de la empresa, sin embargo, otro manifiesta que si tiene conocimiento sobre ello porque el profesional analiza el escenario.</p>
--	--	--	---

TERCER CUADRO DE TRIANGULACIÓN DE ENTREVISTAS

INFORMANTES	NOMBRES Y APELLIDOS	EDAD	DNI
INFORMANTE 7	Carlos Otero Gonzales	40	41082927
INFORMANTE 8	Jorge Alejandro Salas Salas	36	42880841
INFORMANTE 9	Ronald Farroñán Iturregui	35	43098108

INFORMANTE 10	Yarita Camacho Aguilar	30	46674529
---------------	------------------------	----	----------

ITEM	INFORMANTE 1	INFORMANTE 2	INFORMANTE 3	INFORMANTE 4	SÍNTESIS INTEGRADA
1. Diga Ud. ¿Qué imagen proyecta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, como persona y trabajador de su empresa? Describir el comportamiento.	En realidad, el trabajador de diseño que tengo a mi cargo, es una persona creativa al realizar cada proyecto, pero también es muy proactivo y eficiente en todo lo que realiza dentro de mi empresa.	Bueno la imagen ha sido buena, siempre han sido profesionales que han cumplido mis expectativas, incluso han sobrepasado las expectativas como yo ya los conocía desde aula por su creatividad, porque son proactivos no he tenido ninguna mala experiencia.	Bueno lo que pasa es que en la búsqueda de las personas que trabajan conmigo siempre he tratado de que sean sobresalientes y en este caso la imagen que ellos han proyectado ha sido siempre buena, llegaban y querían estar aprendiendo básicamente, el proponer nuevas cosas, bueno y eso yo lo veo sobre todo en las empresas que se dedican a la audiovisual, porque en otras personas es distinto la imagen que tienen de los diseñadores, por ejemplo en otros lugares la imagen que	Normalmente están bien cuadrículados, yo creo que deberían tener más experiencia, creo que deberían ser más analíticos al momento de realizar un proyecto, muchas veces esperan que uno les diga tal cual como deberían de hacer las cosas y no son lógicos en proyectar algunos diseños.	Con respecto a la comparación de la información recolectada por los 4 informantes, se concluye que la imagen del profesional de Artes & diseño gráfico empresarial de la USS en su mayoría es muy buena, resalta la creatividad, proactividad, tienen muchas ganas de aprender, proponen nuevas ideas y están bien cuadrículados, pero también una entrevistada manifestó

			<p>tiene de los diseñadores es diferente es como que sólo vienen a dibujar, a sentarse un rato en su computadora estar ahí sin hacer mucho, me doy cuenta con mucha gente que ha salido de la universidad que hasta ahora lo ven así teniendo años de experiencia incluso tienen viéndolo como que son los chicos que sólo vienen a desperdiciar el tiempo o también piensan que están disponibles todo el rato que los diseñadores, no hacen nada y van a estar disponibles las 24 horas del día, pero esa es la imagen que tienen en las empresas, en el caso mío siempre la imagen ha sido bueno, porque creo que se desempeña mejor en ese tipo de ambientes</p>		<p>algunos aspectos negativos en cuanto a que tengan mayor experiencia, deben ser más analíticos y ser más lógicos con sus diseños, otro entrevistado manifestó que en otras empresas, piensan que el diseñador solo hace dibujitos, pierde el tiempo y va estar disponible todo el día, pero él no piensa de esa forma ya que le da libertad y un buen ambiente para trabajar.</p>
--	--	--	--	--	---

			laborales, donde tú le das un poco más de libertad para que puedan hacer las cosas.		
2. ¿Ud. Observó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando para su empresa?	Si, siempre desde que piso mi empresa se mostró como una persona muy amigable y comunicativo, pero también muy responsable en las tareas que se le dejaban siempre con puntualidad.	Si siempre han sido responsables, si no hubieran sido responsables no los hubiera elegido, por ese lado siempre he seleccionado a las personas porque sabía que iban a trabajar bien.	Sí claro que sí, bueno siempre trato a las personas lo mejor posible, en el ambiente laboral he buscado más siempre entablar una amistad con las personas, para que puedan ellos sentirse tranquilos trabajando, siempre se han desempeñado bien no he tenido ningún problema con los chicos que he trabajado y que han sido varios.	Bueno en eso sí amigable y responsable, yo también desde el inicio les dije cuáles eran las reglas y todo eso sí se cumplió en ser responsables con los horarios.	Según lo mencionado por los informantes, ellos afirmaron que el profesional de Artes & diseño gráfico empresarial de la USS si presentaron una personalidad amigable dentro de su centro laboral, en cuanto a la responsabilidad también expresaron estar de acuerdo, pues los diseñadores demostraron ser personas responsables con su trabajo.
3. ¿Ud. Considera que el sueldo del	Si para mi si es justo y considero que el sueldo	Lo que pasa en este caso, por ejemplo yo he	No aquí no, ante todas las funciones que les	Bueno yo creo que el diseñador	Gracias a la información

<p>profesional de artes & diseño gráfico empresarial es justo?</p>	<p>que yo le pago a mi trabajador es razonable, en el sentido que yo valoro su trabajo y tengo las posibilidades de pagar un buen sueldo a los diseñadores con los que trabajo.</p>	<p>trabajado con dos egresados y los dos, trabajaban medio tiempo y les pagaba más de un sueldo mínimo, pero ese es el sueldo que yo les pagaba y desconozco cual es el sueldo que les pagan en otras compañías, de por sí diseño gráfico es una carrera nueva, y él no conocer el trabajo del diseñador porque lleva poco tiempo en el mercado, siempre se relacionaba con la imprenta, ahí los diseños no costaban solamente tenía un costo las impresiones, entonces está relacionado con eso por muchos años, pero es trabajo del diseñador ponerle un precio respetable a su trabajo, hay formas que te permiten tener una</p>	<p>ponen definitivamente no es justo, porque además se sigue infravalorando el trabajo y sobre todo, porque hay mucha mano de obra no calificada y que se pone barata las cosas, eso es lo que sucede o muchos otros, por ejemplo, todos nos vamos a cansar de decir que en las imprentas, porque el mayor problema se encuentra ahí, ellos no cobran por el diseño y ahí está el chip de todos los clientes mal puestos, por ejemplo dicen “yo necesito esto entonces voy y ahí me lo van a hacer absolutamente todo sin cobrarme el diseño”.</p>	<p>recibe de acuerdo a su capacidad, lo que merece de acuerdo a su trabajo mientras tenga más experiencia y realice buenos diseños, más ingresos tendrá.</p>	<p>recogida por los entrevistados se puede ver que hay diversas repuestas, el primer jefe si considera que hay un sueldo justo en su empresa pues valora el trabajo, el segundo y el tercero manifiestan que hay un gran problema en las imprentas ya que estas solo cobran las impresiones y no el diseño, por ello la mano de obra se vuelve barata, mientras que la última informante menciono que el diseñador recibe su sueldo de acuerdo a su capacidad y</p>
--	---	---	--	--	---

		buena paga justa, es de acuerdo al tamaño de la empresa, al número de trabajadores que tienen todo eso tiene que ver cuánto te van a pagar, por otro lado el sueldo del diseñador no es fijo a veces sacas mucho dinero y a veces no, pero ya depende de cómo te hagas y te pongas un nombre dentro del mercado.			cuanto más experiencia tenga.
4. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, representa un crecimiento económico para su empresa? De representar un crecimiento económico para su empresa, ¿estaría dispuesto a	Si, claro desde el día uno me ayudó con todo lo relacionado a mi marca en cuanto a la imagen, es algo que me ayudo a tener más clientes y por ende aporta un crecimiento, por ello si estaría dispuesto a subirle un sueldo mucho mayor al que le pago.	Por supuesto claro que sí, justo eso yo les mencioné a mis trabajadores, en algún momento entraron ganando la mitad del mínimo y uno de ellos era muy proactivo y conversé con mi socia y estuvimos de acuerdo en subirle el sueldo por el mismo tiempo de trabajo, ya que gracias a él yo veía que impulsaba mi empresa, él se encargaba del	Sí claro que sí, porque muchas veces sucede que el diseñador tiene a su cargo la imagen de la institución, lo que va a decir la gente va a depender muchas veces de lo que él ponga en su publicación, de lo que se vea reflejado en la publicación, entonces si tú mantienes contenta a la persona dentro del trabajo va a ser mucho más rentable para ti	Claro por supuesto yo soy una de las personas que digo cada quien se merece el fruto de su esfuerzo, a cada uno de ellos se le paga un sueldo, pero si veo que esta persona me rinde más, aparte de su sueldo le voy a remunerar algo más adicional,	Gracias a la información recabada llegamos a concluir que todos los jefes entrevistados del profesional de Artes & diseño gráfico empresarial de la USS si están dispuestos a aumentarle el sueldo al diseñador

<p>aumentarle el sueldo?</p>		<p>proceso creativo y me ahorra mucho tiempo y bueno como era proactivo decidí aumentarle el sueldo, porque si yo veo crecimiento en mi empresa también debe haber un beneficio para los trabajadores.</p>	<p>también, porque él va a realizar una buena comunicación en tu empresa, ahora muchas veces hay mucha gente renegando de su trabajo en la mayoría de casos, porque no tienen un buen ambiente laboral y no les pagan bien pues, pero si la persona genera y se convierte en un activo mejor dicho para la empresa, que ayuda a promocionar, qué es un empleado proactivo con todo eso definitivamente se le puede aumentar el sueldo.</p>	<p>porque soy consciente de que si hacen un buen trabajo se merecen algo más, también hay muchas veces que he tenido la mala experiencia de que todos los diseñadores que han trabajado en mi empresa han tenido faltas ortográficas en sus diseños y el hecho de estar corrigiendo cada trabajo es más dificultoso y traen más problemas a la empresa.</p>	<p>siempre y cuando estos demuestren sus aportes y el crecimiento de la empresa, donde los factores como la proactividad, ahorro del tiempo, buena comunicación de la marca, el esfuerzo y rendimiento son clave para que los jefes consideren aumentar el sueldo, por otro lado un jefe manifestó que él sí aumento el sueldo a sus diseñadores, cuando estos demostraron sus capacidades y vio un crecimiento de sus empresa.</p>
<p>5. ¿Ud. Considera que cuenta con un espacio</p>	<p>Actualmente es trabajo remoto, así que cada uno trabaja desde su</p>	<p>Bueno ahorita porque estamos en pandemia no tengo oficina, pero</p>	<p>No porque ahora la empresa soy yo y otra persona más, muchas</p>	<p>Bueno donde trabajamos sí, justo por ejemplo,</p>	<p>Según la información obtenida, se</p>

<p>acondicionado para el área de diseño dentro de su empresa? Cuenta con equipamiento para realizar las labores de diseño</p>	<p>casa con los equipos que cada uno cuenta es por eso que no tengo un espacio acondicionado para mis trabajadores.</p>	<p>cuando estaba en oficina todo el tiempo tuve la suerte de tener un departamento que funcionaba como oficina y tenía un baño, tres habitaciones, una sala grande que funcionaba como estudio fotográfico o sea espacio había, también había computadoras todo a la mano, todos los equipos, cámaras fotográficas, entonces equipamiento había infraestructura también, entonces claro que contaba con un espacio adecuado para mis trabajadores.</p>	<p>veces con las otras personas que yo trabajo en diseño, trabajan en su casa, no trabajan conmigo, pero sobre todo es por el tema de la pandemia que obliga definitivamente a que las cosas sean así, pero antes sí teníamos una oficina, teníamos un espacio dónde íbamos, pero no contábamos con las cosas necesarias para que el diseñador puede hacer todo, por ejemplo, a veces él tenía que traer su computadora, porque no teníamos cosas suficientes y cuando uno está empezando es así.</p>	<p>hemos buscado una área más grande para poder adecuarla, en tener una oficina especialmente para diseño, cuentan con muy buenos equipos, cada chico contaba con su I Mac y estaban en sus áreas correspondientes.</p>	<p>concluye que actualmente la mayoría de los jefes de diseñadores no cuentan con un espacio físico, debido a la pandemia realizan los trabajos de manera remota, es por ello que no sabrían si los trabajadores han acondicionado un espacio dentro de casa para laborar, el segundo entrevistado dijo que cuando tenían un espacio si era amplio y estaba muy acondicionado, el tercero dijo que cuando tenían el espacio, igual carecían de</p>
---	---	--	---	---	--

					algunos equipos, y el último mencionó que si cuenta con un espacio ideal donde cada diseñador cuenta con su propio equipo.
6. ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, se siente a gusto y cómodo trabajando en un espacio que lo motive e inspire dentro de su empresa? ¿Ud. gestiona capacitaciones, talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes & diseño	Si, Si se siente a gusto trabajando conmigo, porque tenemos mucha confianza y comunicación; sin embargo, como ahora estamos en un trabajo remoto por la pandemia, no estaría seguro si su espacio que él utiliza lo motiva o lo inspira, en cuanto a capacitaciones, si las realizó dentro del área de su competencia.	Sí claro que sí, justamente como te mencionaba yo tuve la suerte de tener un departamento para utilizarlo como oficina y consideró que es muy importante, las condiciones del espacio, desde una buena silla, una buena computadora y si consideró que es muy importante el ambiente la infraestructura, también siempre hacemos capacitaciones del tema de audiovisual, ya que es lo que les falta a los universitarios egresados de las USS, y si las	Claro bueno yo a la gente con la que siempre he trabajado, yo le digo puede ser que no te pague mucho acá, pero vas a aprender bastante, entonces sí siempre se le genera capacitaciones a los trabajadores, incluso muchas veces porque vienen de la universidad ignorando cosas, definitivamente como procesos creativos y todo ese tipo de cosas, por ejemplo algunas veces les decía vamos a crear una marca para este empresa de un cliente y con todos	Yo creo que en todo trabajo se trabaja bajo presión, había momentos en que sí se sentían a gusto porque no todo era trabajo, había momentos en tratar de socializar porque yo sé que todas las personas que son diseñadores tienen que estar en paz y tranquilos para que su creatividad pueda fluir, no hemos gestionado	Según lo mencionado por los informantes, se concluye que el diseñador si se siente cómodo trabajando en su empresa, ya que hay confianza, buena comunicación, buen ambiente, aprendizaje, socialización, en cuanto a las capacitaciones mencionaron que si realizan algunas capacitaciones muchas de ellas

gráfico empresarial?		capacitaciones me han parecido siempre muy importantes y lo que tenía yo era una cuenta de Crehana que se los facilitaba a mis trabajadores para que ellos puedan llevar cursos que necesitaban aprender.	hacíamos una reunión para explicar básicamente qué es un proceso creativo, como utilizar bien el brief que nos está mandando el cliente y de allí iban saliendo las ideas, entonces para mí eso es una forma de que los trabajadores se capaciten.	capacitaciones, algunas veces habían pequeñas capacitaciones por falta de conocimiento para realizar algunos trabajos, en ese aspecto se les capacitaba ahí mismo pero no de manera profesional.	no eran realizadas de manera profesional, sino ellos mismos explicaban como realizar las actividades, uno indicó que les brinda cursos de Crehana según las necesidades del diseñador.
7. ¿De qué forma Ud. conoció al profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa?	Eh... yo lo conocí en la escuela profesional de diseño gráfico, ya que yo trabajo ahí como docente y de esta manera conocí al diseñador porque fui su profesor.	Bueno, la mayoría de profesionales que trabajan conmigo los he conocido dentro de la universidad, porque he podido conocer su trabajo antes de contratarlos.	Yo los conocí en la universidad porque fui profesor allí.	Buena los conocimos por las convocatorias que lanzamos en la página de diseñadores que se estaba usando y se presentaban algunos diseñadores conocidos y compañeros, pero mayormente por redes sociales.	Con la información recogida podemos concluir que la mayoría de entrevistados señaló que conoció al diseñador gráfico que trabajo su empresa en la universidad, ya que eran sus profesores y seleccionaban para su empresa

					a los que mejor se desenvolvían cuando eran estudiantes, el último entrevistado señalo que se realizan convocatorias por redes sociales, por ellos conocieron a los diseñadores que trabajan en su empresa.
8. ¿Ud. Considera necesario que un profesional de artes & diseño gráfico empresarial, exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales, para que tenga más posibilidades de ser contratado	Si es importante, porque ayuda a poder mostrar sus capacidades y habilidades en cuanto al diseño y de esta manera puede tener más posibilidades de trabajo.	Claro que sí de hecho es un aliado muy importante, para ustedes las redes sociales mientras que el resto pública como aficionados ustedes son profesionales que es muy importante el contenido en redes sociales y eso es su portafolio.	Si en este caso es necesario y fundamental que expongas tu trabajo en redes, porque el profesional de diseño es una persona que netamente es visual y que muchas veces trabaja de forma freelance, entonces exponer el trabajo que tú haces es lo que te va a servir para captar clientes, en diseño si tú	Yo creo que sí porque estamos en la era digital, si no estás en internet no estás en nada.	Con la información conseguida podemos concluir que todos los jefes de los diseñadores manifiestan que todo diseñador debe si o si exponer su trabajo en redes sociales, pero siempre y cuando esto se haga de

<p>por diversas empresas?</p>			<p>no expone su trabajo estás muerto, nadie te conoce o sea y es muchas veces lo que pasa en personas que entran a trabajar a un lugar como, por ejemplo, el ministerio las piezas que haces dentro de allí no las expones y la gente piensa que ya no estás trabajando y el momento crítico de eso es cuando dejas ese trabajo porque no hiciste un portafolio, entonces sí es muy importante.</p>		<p>manera profesional y no como aficionado, además indicaron que si no estas en el mundo digital estas en nada, nadie te conoce y por lo tanto no tendrías mejores ofertas laborales.</p>
<p>9. ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio?</p>	<p>Si, demostró esas capacidades, porque todo lo que me presentó al inicio de ser contratado en su portafolio me lo ha ido demostrando en cada proyecto que ha ido realizando</p>	<p>Si hablamos de un porcentaje, el portafolio lo han cumplido al 90% de un 100%, y en general como yo ya los conocía a los profesionales desde que eran alumnos míos, ya sabía quiénes tenían un 80% de capacidades y</p>	<p>Sí claro que sí, bueno yo he trabajado con unas seis o siete personas directamente en la empresa, pero si siempre cumplieron lo que prometieron, si yo veía en él se ve que eran ilustradores, yo los necesitaba para que</p>	<p>Yo creo que sí porque hay diseñadores de todo tipo, por ejemplo, hay muchos que son ilustradores, algunos que se dedican a la parte de editorial y</p>	<p>Con ayuda de la información recogida con las entrevistas se concluye que los profesionales de diseño si han cumplido con las capacidades de su portafolio,</p>

		<p>sabía que en mi empresa iba a llegar a un 90 o 100% de aprendizaje, entonces siempre han cubierto mis expectativas y siempre han estado a la altura y muchas veces yo no pedía ni un C.V. ni portafolio porque ya sabía cuáles eran sus capacidades y habilidades.</p>	<p>ilustrar, por eso les digo que una de las cuestiones muy importante es la especialización, es muy importante que en el currículum no solamente diga qué es diseñador en general, sino que se especialice en algo en lo que mejor se desempeñó</p>	<p>algunos que se dedican a la creación de logos empresariales, nosotros buscamos un poco de todo para después no exigir a los diseñadores algo que estaba fuera de sus capacidades, porque todos son diferentes y no hacen las mismas cosas y por ello se mandan los trabajos de acuerdo a sus capacidades para después no tener problemas que no lo hicieron de manera correcta lo que les mandamos para que realicen como lo queríamos.</p>	<p>pues así lo indicaron sus jefes, también uno de ellos mencionó que es importante que en C.V especifiquen su especialización y no solo coloquen diseñador gráfico, porque siempre se debe desempeñar en algo en particular y no ser muy general, ya que así se les delega actividades de acuerdo a sus capacidades más destacadas.</p>
--	--	---	--	--	--

<p>10. Diga Ud. ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su organización?</p>	<p>Los aportes que me ha ofrecido son las propuestas de branding que realizaba para mi empresa y también el buen manejo de redes sociales.</p>	<p>Bueno aportes muy buenos, cada uno ha aportado desde sus conocimientos y habilidades, bueno he tenido trabajadores que han sido ilustradores desde su conocimiento de ilustradores han aportado a mi empresa y ellos han aportado muchísimo a las campañas creativas que tenían y si han aportado mucho a mi empresa.</p>	<p>Ya muchas veces lo que necesitábamos en nuestra empresa o en la mayoría de empresas es publicitarse a sí misma, te hablo en mi caso que es una empresa de comunicación visual, qué trabajo haciéndoles la comunicación visual para otras empresas, pero muchas veces descuido mi comunicación visual, entonces en eso es muy importante meter a un diseñador para que se encargue de poder levantar esa parte de la empresa que definitivamente la descuidas, porque estás concentrado en satisfacer a los otros clientes y creo que ahí puede aportar el diseñador en generar publicidad, en generar</p>	<p>Todo trabajador que se contrata suma en todo aspecto, por algo se le contrata no, para poder desempeñar un determinado trabajo, yo creo que todo trabajador suma desde el más pequeño hasta el más grande.</p>	<p>Según la comparación de entrevistas, podemos concluir que los aportes que han dejado los diseñadores de la USS en el mercado laboral son distintos, esto se debe a que la carrera es muy amplia y cada diseñador se guía por la línea de carrera de su preferencia, entre los aportes destacan las propuestas de branding, manejo de redes sociales, ilustración, campañas creativas, publicidad y comunicación visual, por otro lado tenemos el</p>
--	--	--	--	---	---

			comunicación para la empresa.		último informante, el cual no especificó cuales fueron los aportes del diseñador en su empresa, pero dijo que todo trabajador suma sea grande o pequeño.
11. ¿Ud. ha podido observar que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial presenta actitudes que dan cuenta de su auto confianza?	Si, Sí he observado que tiene una confianza en sí mismo en cuanto los proyectos, porque siempre está seguro de la idea que plantea y del resultado final a pesar de algunas diferencias en cuanto a la ideas que se quiere plantear.	Sí normalmente sí, bueno hay algunos que tienen un perfil más bajo que otros y hay otros que son muy ostentosos, pero siempre he tratado de escoger a gente que está segura del trabajo que hacen, no que se sobrevaloran, sino que se sepan valorar.	En muchas personas sí o sea hay personas que son conscientes del trabajo que hacen y dicen este es mi trabajo y sienten que su trabajo es bueno y tienen la confianza, pero hay personas que no y como el diseño es muy subjetivo, entonces hace que cuando tú das una opinión del trabajo lo tomen un poco mal y se bajonee la persona, Allí lo que yo creo que deben hacer es que el diseñador fundamente bien su trabajo, eso es lo que le va a dar la	Sí mucho como te digo, había un trabajador que al inicio no demostraba mucha confianza en lo que hacía, pero luego al pasar el tiempo pudo demostrar y estar seguro de su trabajo y de lo que podía lograr y encabezó como jefe de los demás diseñadores y lo hizo muy bien y tuvo mucha autoconfianza en ese aspecto, yo	Gracias a la información recopilada de los informantes, podemos concluir que todos los entrevistados dijeron que efectivamente el profesional de diseño que trabajo en su empresa si tenían autoconfianza en sí mismos, pues siempre se muestran seguros al expresar sus ideas, saben

			confianza a la persona la fundamentación, buscar él porque está haciendo las cosas.	siento que cuando se les da la oportunidad pueden lograrlo.	valorar su trabajo, son consientes de lo que hacen e incluso esa autoconfianza les ayudo para ser jefe y encabezar el equipo de diseño de toda la empresa.
12. A partir del desempeño laboral observado ¿Usted confía en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su organización?	Confío mucho porque a lo largo del tiempo que trabaja conmigo se ha podido ganar mi confianza, es muy cumplido con los proyectos y es una buena persona.	Sí confío, porque como ya he conocido a las personas nunca me he desilusionado, he estado contento con su trabajo.	Sí sí claro que sí, confío porque ya hemos desarrollado con algunas personas algunos métodos de trabajo en los que si yo necesito algo se lo encargó, les doy fechas y me los tienen que entregar, hasta ahora no he tenido mayor problema con eso.	Bueno en realidad la mayoría de veces sí se le ha dado y si ha tenido confianza en cuanto a los proyectos que han realizado los diseñadores dentro de mi empresa.	Con la información recolectada en las entrevistas y la comparación de respuestas podemos concluir que los jefes de los profesionales de diseño si confían en ellos para encargar proyectos empresariales, indicando características como la responsabilidad, buen trabajo y puntualidad lo

					que hizo que los jefes confíen mucho en sus diseñadores.
13. ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, tiene notoriedad dentro de su empresa; es decir, su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir por sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?	Si tiene notoriedad porque tiene un buen desempeño frente a los demás integrantes de mi empresa además destaca mucho por su trabajo.	Bueno mi empresa es de publicidad de marketing y diseño, todos somos un equipo de diseñadores, entonces sí destacan y si les hago el reconocimiento público incluso dentro de mi empresa, pero casi no había una competencia porque son de distintos perfiles y es más se apoyaban mutuamente, nunca he sentido que en mi empresa allá un clima de competencia, porque siempre se ha trabajado en equipo.	Bueno en este caso como te digo siempre buscó a personas que hagan cosas diferentes a los que yo realizo, para mí sí es fundamental que hagan cosas que yo no puedo hacer, entonces está la cuestión de buscar bien a las personas.	Sí claro que sí tuvieron mucha notoriedad porque como te digo cada uno de ellos tiene diferentes capacidades y siempre han sobresalido en cuanto a los proyectos que han realizado.	Gracias a la información obtenida podemos concluir que dos de los entrevistados, manifestaron que el diseñador si tiene notoriedad en la empresa, destacando por su trabajo y capacidades personales, mientras que los otros dos entrevistados señalaron que en su empresa no había un clima de competencia, pues buscaban diferentes perfiles para los puestos de trabajo, además veían

					mucho apoyo entre ellos.
14. ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?	Si bien yo creo que si, en mi empresa ha destacado frente a los demás, está preparado para poder competir con otros diseñadores del mercado laboral.	Claro que sí porque hoy en día hay mucha más competencia de diseño en el mercado, porque antes sólo la carrera de diseño lo tenía la Sipán, pero ahora ya hay en institutos y universidades que tienen todo el equipamiento y una buena enseñanza de parte de los profesores entonces si hay competencia y ellos pueden competir en el mercado laboral.	Claro que sí incluso trabajo con personas que se llevan de encuentro, que enseñan diseño pues o sea sí de hecho que sí trabajo con personas de aquí de Chiclayo, que se dedican a enseñar, entonces ya tienen su nivel, trabajo con personas que no tienen mucho tiempo de haber salido de la universidad, básicamente por una cuestión de confianza de rapidez, de saber cómo esas personas ya trabajan.	Sí porque cada quien se destaca en algo importante empiezan a cultivar ese arte que tienen y tienen la posibilidad de poder competir con cualquier otro diseñador del campo laboral.	Con respecto a la información recogida de los entrevistados, podemos afirmar que los diseñadores de la USS si tienen la capacidad para competir dentro del mercado laboral, así lo indicaron todos los jefes de los profesionales, también podemos ver que mencionan que los profesionales de diseño de un instituto quizá ya están al mismo nivel que el profesional de una universidad.
15. ¿Ud. Conoce cuáles son las actividades que	Si, claro que sí porque yo soy quien doy las actividades que cada	Claro si los conozco muy bien, vienen formados como	Sí claro bueno las funciones ahorita son básicamente, bueno	Si por ejemplo nosotros nos dedicamos al	Gracias a la información obtenida de cada

<p>realiza un profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro su empresa?</p>	<p>uno de los miembros de mi empresa tiene que realizar, por ejemplo, realiza el branding para la marca también hace los posts que serán publicados dentro de mi red social.</p>	<p>diseñadores; por ende, ellos manejan todos los softwares de diseño, lo hacen con criterio conocen la cromática, la psicología del color, saben cómo mostrar y para una campaña publicitaria y se cuáles son las destrezas con las que ellos vienen.</p>	<p>ahorita estoy trabajando con dos diseñadores les encargó y los dejé que trabajen a su manera y claro yo se las actividades que ellos realizan, porque tenemos un cronograma, ya tenemos lo que se va a presentar y todas esas cosas.</p>	<p>mundo del cine y la fotografía, éramos una productora, en cuanto a las actividades diseñan posters para las películas que se iban a presentar en el cine, también diseñan las plantillas de los Blu-ray, realizaban retoque profesional, también se ha realizado post para redes sociales de otras empresas Y también plantillas de las empresas para poder publicar.</p>	<p>entrevistado las tareas y actividades del diseñador de la USS suelen ser diferentes según el lugar donde trabajan, el primer entrevistado indicó que el diseñador realiza posts para sus redes sociales y branding, el segundo dijo que maneja los software de diseño, manejan con criterio la cromática y hacen campañas publicitarias, el tercero no especifica pero menciona que tiene un cronograma de actividades y el último menciona</p>
--	--	--	---	--	--

					que realiza poster, plantillas para Blu-ray y posts para redes sociales.
16. ¿Cómo percibe Ud. al profesional de artes & diseño empresarial en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?	Yo lo percibo con mucha planificación y control en cada tarea que se le delega.	Lo hace bien, pero hay un factor importante que yo me hago amigo de mis trabajadores y como lo seleccionó sé cuáles son sus capacidades, a raíz de eso en algún momento abusaban de mi confianza, a veces eran muy productivos y de repente había días en que no hacían el trabajo, pero luego se disculpaba y me daban las razones por las cuales no habían hecho el trabajo y después todo bien con ellos.	Por el momento se está trabajando por proyectos; por ejemplo, llegan proyectos, contrató gente y se realiza el proyecto, estamos trabajando con un cronograma no diario, sino semanal casi como les digo la mayor cosa que se realizan es proyectos para redes sociales, entonces eso se planifica con más o menos una semana de anticipación, como se ha planificado, pero hasta ahora no hay problema, si cumplen diariamente las Tareas.	Nosotros éramos bastante organizados, teníamos una aplicación de los días que se tenían que se tenían que subir los posts; por ejemplo, si se tenía que subir automáticamente el miércoles yo les decía que tengan ya los posts listos para el lunes para poder hacer las correcciones porque no tenía la confianza en que ellos lo suban porque a veces se confundían mucho.	Gracias a la información obtenida y a la comparación de las respuestas de los 4 informantes podemos concluir que la percepción que ha dejado el diseñador en el mercado es buena en cuanto a la elaboración de sus actividades, donde la planificación y organización es clave para este buen desempeño; sin embargo, un jefe mencionó que el se hacia amigo de sus trabajadores

					y a veces ellos abusaban de la confianza, pero luego les ponía un alto y finalmente trabajaban de forma productiva.
17. ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su empresa?	Bueno en realidad aquí podría decir que su desenvolvimiento realmente me ha sorprendido, porque es muy bueno no he tenido ningún problema con su trabajo y en verdad es muy eficiente.	Bueno mi opinión es buena siempre ha sido bueno el desenvolvimiento de los chicos de diseño gráfico.	Que es bueno el desempeño del diseñador ahora en la empresa es bastante bueno, no tengo mayor problema como les digo trabajo con cronogramas de entregas.	Su desempeño como profesionales, son muy buenas personas yo creo que pueden dar mucho más de lo que ellos piensan, ya me han demostrado que a pesar con sus altas y bajas cuando ellos le ponen punche con una propuesta basta para quedar contentos con su trabajo, porque te sorprenden, pero estas más que todo cuando ellos	Cotejando la información conseguida se concluye que el desenvolvimiento de los diseñadores es bueno, según lo que informan los entrevistados, recalcando que no han tenido problemas y han quedado sorprendidos con sus actividades; sin embargo, el último entrevistado dijo que son buenos, pero pueden dar mucho más de lo

				se sienten motivados e inspirados.	que se imaginan y si trabajan motivados pueden llegar a sorprender.
18. ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?	Si... sí, porque en este caso yo observo mucho eso, la voluntad y disposición que cada uno tiene en mi empresa y para mí es muy importante que tengan esas características como trabajadores porque permite un buen clima laboral.	Sí salvo un caso, de una persona que ingresó llegaba y presentaba los trabajos, pero no le notaba las ganas de querer alinearse con la empresa, de querer dar más de proactividad o de querer aprender, no notaba interés por el trabajo.	Sí definitivamente sí es más si no mostrarán esa actitud no trabajarían aquí o sea, porque siempre yo digo que hay que tener una visión diferente de ver la vida, tratar de sorprenderte de lo nuevo; por ejemplo, si tú ves un diseño de alguien más y dices “wow que chévere el diseño trataré algún momento de imitar eso”, o sea esa visión de ver algo y luego querer igualar y superar, entonces esa visión es la que siempre se tiene que tener.	Yo creo que sí al inicio, porque esto es más que todo rutinario, porque a veces todo llega a cansar y creo que siempre necesitan algo de motivación para que les fluyan las ideas y no estén estresados.	Gracias a información obtenida de los entrevistados podemos concluir que, el profesional de diseño de la USS si tiene voluntad y está dispuesto a aprender y crecer, eso motiva y da un buen clima laboral dentro del trabajo; sin embargo, uno de los entrevistados recordó que en una oportunidad trabajo con un diseñador y este no mostraba ser proactivo ni tenía

					interés por aprender.
19. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?	Si es muy comprometido siempre que le doy una tarea para que realice y me lo entrega las fechas que se ha planteado por eso no tengo ningún problema.	Sí porque yo hago que se comprometa dentro de mi empresa, porque tenemos un cronograma y a cada uno del equipo les digo de lo que se van a encargar, pero sí siempre ha habido compromiso.	Sí sí claro que sí, como te digo yo, hay gente especializada en cosas, entonces por ejemplo si yo le voy a pedir aún es ilustrador que me realicé una ilustración, él va a dar el máximo en eso y en el otro caso si yo soy un diseñador y no sé ilustrar y lo mandé ilustrar allí ya está el problema y la frustración.	Hasta el momento siempre han estado comprometidos con todos los proyectos que se les ha mandado a realizar en la empresa, porque lo han entregado al tiempo que se les ha indicado y no he tenido problemas con esas cosas.	Gracias a la obtención de respuestas y a la comparación de la mismas, podemos concluir que profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS si está comprometido con cada proyecto que realiza en su centro laboral, los entrevistados indican que, cumplen los cronogramas, tienen empeño y deben ser especialistas en algo para que no se frustren.
20. ¿Ud. cree que el profesional de artes y diseño	Bueno en realidad todas las actividades no las pueden desarrollar ya	No las tiene, no porque sean malos, sino porque no tienen todas las	No pues claro ni yo mismo, les digo eso porque yo tengo los	Yo creo que sí están capacitados y	La mayoría de entrevistados manifestaron que

<p>gráfico empresarial tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requiere su empresa?</p>	<p>que faltan temas audiovisuales.</p>	<p>capacidades que yo necesito, porque no han sido formados en cuestiones audiovisuales y en marketing digital, saben sobre campañas son muy creativos pero al momento de entrar redes sociales no es solamente hacer un post y tener muchos likes, Es hacer campañas publicitarias, por ejemplo, necesito que sepa de marketing de contenidos pero generalmente lo desconocen, todos esos puntos son los que le faltan al diseñador, los trabajadores que yo tenía en mi empresa no han cubierto al 100% de lo que yo requería.</p>	<p>conocimientos de diseño, pero la gente no tiene todas las capacidades, todos no son fotógrafos no son ilustradores, por eso te digo que no todos tienen la capacidad de ser lo mismo.</p>	<p>sólo es cuestión de darles la oportunidad para que lo puedan hacer.</p>	<p>evidentemente, no todos los diseñadores tienen la capacidad para hacer todas las actividades de diseño, pero esto no quiere decir que sean malos, al contrario, son muy buenos según sus capacidades desarrolladas en su línea de carrera, además la carrera es amplia y en la universidad no les enseñan todo sobre diseño; sin embargo, la última entrevistada manifestó que si están capacitados, pero necesitan</p>
---	--	--	--	--	--

					oportunidades para demostrarlo.
21. ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de artes & diseño gráfico empresarial, que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?	A ver las capacidades en sí fueron la proactividad, El hecho de que es creativo, sobre todo organizados y todo eso me ayudó a crecer a mí como empresa y también a ellos.	Tengo tres cosas muy importantes, lo primero es la habilidad innata, cada uno tiene una habilidad innata en nuestro rubro, otro punto está la capacidad del trabajo de adaptarse a un equipo, la capacidad de aprender y trabajar en equipo, otro factor sería la ética profesional.	Bueno la mayoría de veces lo que yo más he requerido siempre han sido ilustradores, porque los temas de diseño los puedo resolver yo esto es en el caso de la empresa que yo tengo, pero los temas de ilustración no puedo porque yo no soy ilustrador y siempre he buscado ilustradores y si tienen la capacidad de crecer definitivamente crecen todos.	Bueno en cuanto a las capacidades uno sería la responsabilidad, compromiso, entrega, eso lo he visto en los trabajadores de diseño y como te digo muy responsables, aunque a veces lo hacían un poco mal, pero si cumplían con las horas y las fechas pactadas, también muy responsables en su hora de llegada y salida.	Según la información brindada por los informantes se llega a concluir que, las capacidades del profesional de diseño de la USS fueron diferentes en cada caso, de las cuales podemos destacar la proactividad, creatividad, organización, la habilidad innata, trabajo en equipo, la ética profesional, responsabilidad y compromiso, aunque podemos observar que el tercer entrevistado no menciona

					ninguna habilidad o capacidad.
22. ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, con el de otras casas de estudio?	No tendría una respuesta y porque no he comparado	Bueno la única diferencia es que yo los conozco, a la mayoría de los profesionales de diseño de la USS y yo diría que en comparación los diseñadores universitarios con los de instituto, están casi al mismo nivel; pero, por ejemplo, en el tema de investigación obviamente los de universidad tiene más conocimiento de eso, porque profundizar más en el tema de investigación, el tema teórico también es más, son más años de estudio.	Bueno en mi caso los conozco nada más porque yo he trabajado en la Sipán, pero de haber trabajado no y bueno yo solamente he trabajado con los de las USS, siento que lo que diferencia al diseñador de la Sipán con otros, es las bases teóricas y ahí se dan durante varios ciclos para luego poder aterrizar algo dentro de una computadora y esas bases teóricas no se dan bien en otros lugares, entonces la diferencia es las bases teóricas del diseñador de una casa de estudio universitario, porque ahí te enseñan mucho teoría que no la tienen los institutos.	Yo creo que, en cuanto la comparación los de instituto son más prácticos y los de la universidad son un poco más analíticos también más empresariales podríamos decir.	Gracias a la información obtenida y a la comparación de entrevistas podemos deducir que la mayoría de informantes coinciden en que, lo que diferencia a los diseñadores de la USS de otros son las bases teóricas, el conocimiento y el profundizar más en la investigación de un tema, otro informante refiere que los de la USS son más analíticos y empresariales; otro entrevistado manifestó que solo trabaja con diseñadores de la

					USS así que no podría hacer una comparación.
23. ¿Ud. Considera necesario que todo profesional de artes & diseño gráfico empresarial cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización, para que lo aplique en su centro laboral?	Propuesto, sí creo que es indispensable porque ayuda a que te contraten por el diferencial que tienes entre los demás diseñadores.	Sí de hecho que sí, siempre debe de haber un valor diferencial en todos, creo que todo profesional debe de haber algo que te haga distinto que trascienda, pienso que todos debemos perfeccionarnos desde el punto que somos buenos, entonces siempre es bueno enfocarse en algo que a ti te guste y que lo hagas muy bien.	Hay personas que desarrollan un estilo de diseño y ese estilo de diseño lo mantienen siempre y lo adaptan a las exigencias que tiene la empresa, sí definitivamente influye.	Yo creo que todos tenemos un valor diferencial y eso es lo que te hace propio no, nosotros tratamos de buscar especialistas que tengan un fuerte en algo ya que son difíciles las personas que tengan el mismo don para diferentes funciones, eso era el valor que cada quien tenía y nosotros tratamos de buscar eso que se desempeñen en una cosa más que otra y eso los hace únicos a los diseñadores.	Según los resultados de las entrevistas podemos concluir que los informantes mencionan que efectivamente todo profesional de diseño debe tener un valor diferencial o un estilo que lo haga trascender frente a otros profesionales, siempre y cuando se enfoquen en lo que más les gusta y hagan bien, además de especializarse en ello para que así los contraten por aquello que la diferencia del resto.

<p>24. Diga Ud. ¿Se puede comparar la ética laboral del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, de la USS con el de otras casas de estudio?</p>	<p>No he comparado en realidad, sólo trabajo con personas de la USS.</p>	<p>Bueno ahí si no podrías responderte muy bien, porque siempre he trabajado con profesionales de la USS, y no podría compararlos en cuanto a la ética laboral.</p>	<p>Ah claro, osea es muy diferente sabes, porque muchas veces algo que me dado cuenta es el estatus y eso hace que se diferencia en realidad, en cuanto a su forma de actuar, pero hay muchas personas que en su mayoría en los institutos vienen así de lugares que son muy humildes y no tienen bien cimentado las cuestiones éticas, las cuestiones de la confianza, también por ejemplo muchas veces hay personas que confunden la confianza que se les da para hacer el trabajo y hacen lo que quieren, entonces sí es diferente he notado mucha diferencia en eso, por eso que te digo que no he trabajado con nadie de instituto, cuando tú tienes más años estudiando ahí va</p>	<p>Yo creo que no podría comparar, porque pueden que ellos tengan una ética propia de sí mismos, pero se adecúan al ritmo de trabajo que hay.</p>	<p>Según las respuestas de los informantes y la comparación de las mismas, se concluye que la mayoría de entrevistados manifiestan que no podrían comprar la ética de un profesional con otro, por diversos motivos como el no haber trabajado con profesionales de otras casas de estudio y también porque cada persona tiene una ética en sí mismos, mientras que otro informante dijo que la diferencia es el status, el pensamiento empresarial y lógico y que los</p>
--	--	---	--	---	--

			desarrollando un pensamiento lógico más incluso empresarial que es lo que se busca.		profesionales de institutos no tienen cimentada su ética, su confianza y son más humildes.
25. ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, es reconocido por otras personas o instituciones? ¿Cómo se expresan de él?	Siempre he escuchado buenos comentarios sobre los diseñadores.	Si muchas veces son reconocidos por otras personas.	Así con estas personas como te digo ya he venido trabajando como 4 años y si son personas muy conocidas, porque algunos ya dictan clases en institutos y universidades.	No porque nosotros le presentamos los trabajos como empresa no como que le pertenecía a este diseñador tal trabajo, nada de eso siempre hemos presentado todo como una empresa.	Gracias a la información brindada por los entrevistados, se puede concluir que, la mayoría de entrevistados dice que los profesionales de diseño de la USS si son reconocidos, han escuchado buenos comentarios e incluso algunos ya dictan clases; sin embargo, el último informante expreso que no eran reconocidos ya que la empresa mostraba el

					trabajo como empresa no era individual la presentación de los diseños.
26. ¿Ud. Considera que el trabajo que realiza el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones para su empresa?	Si. Claro que es muy importante porque ayuda a las empresas a que puedan tener una mejor imagen como marca y en mi caso sí ha cumplido con las expectativas porque me ha ofrecido ideas innovadoras para aplicarlas dentro de mi empresa.	Creo que es muy importante, en mi empresa no es importante es vital, porque si no tenemos diseñador no hacemos diseño me quedo sin nada, porque mi empresa es de publicidad, todos los proyectos que realizan para mí son muy importantes.	Sí cumplen las expectativas definitivamente, muchas veces el trabajo se hacen algunas correcciones y ya está, pero si nunca he tenido problemas con el trabajo de ellos, siempre han sido cumplidos.	Si, de importante, si era importante, y bueno las expectativas los cumplían a un 80% más o menos, porque se les mandaba hacer algunos cambios que tenían que hacer en realidad cambios lógicos y cosas obvias.	Gracias a la información recibida y a la comparación de las 4 entrevistas, podemos concluir que todos expresaron sentirse a gusto con el trabajo del diseñador, ya que es vital para su empresa, en cuanto a las expectativas la mayoría expreso que si se cumplen, pues se han planteado ideas innovadoras; sin embargo, la última entrevistada informo que sus

					expectativas se cumplieron en un 80 % pues siempre se hacían correcciones y eso le era incómodo.
27. De ser el caso. Cuando usted realizó el proceso de selección de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes & diseño gráfico empresarial frente a otras personas que postulaban para el mismo cargo?	No he realizado ningún proceso de selección, pero si elegía a los profesionales que demostraron en aula ser buenos alumnos.	Bueno los factores más importantes fueron su habilidad y lo otro es su cultura, cuando hablo de cultura hablé de todo desde cómo se expresa, porque yo no puedo contratar a alguien que no hable bien y también que sepa de todo un poco, bueno dentro de la cultura está ser ético los valores con los que cuenta la persona; por ejemplo, el compañerismo, la honestidad y la honradez estas cosas que son vitales más que cualquier otra cosa.	Definitivamente el portafolio, no he contratado a nadie que no tenga portafolio, hay gente que solamente te mando tu currículum, pero allí no está lo que necesito saber, lo fundamental para mí para poder contratarlos es que me muestren su portafolio.	La facilidad para tratar de resolver una situación, la acción que tenían para resolver cualquier tipo de su situación, sobre todo la actitud si yo los veía que tenían una buena actitud no me importaba si era de instituto o universidad igual los elegía y sobre todo si tenían esas ganas de aprender para mí era muy importante, eso fue el factor	Con ayuda de la información recopilada y la comparación de entrevistas, se concluye que, hay varios factores que motivaron al jefe a contratar al diseñador, uno expreso que es por su cultura, como se expresa, la ética, los valores, el compañerismo, la honestidad y honradez, otro expreso que el portafolio fue la clave para

				relevante que nos llevó a contratar a los diseñadores que actualmente trabajan con nosotros.	contratarlo, otro entrevistado dijo que fue por la facilidad de resolver situaciones, la actitud y ganas de aprender, mientras que otro entrevistado dijo que no realizó proceso de selección.
28. Diga Ud. ¿Cuán original es el trabajo realizado por el profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro de su empresa?	Si hablo de la originalidad puedo decir que sus propuestas son muy originales como les decía son innovadoras.	Bueno la mayoría de los trabajos son muy originales en cuanto al diseño y las ideas sobre todo.	De decirte original no, porque siempre las personas vienen con ideas de otros lados, tienes referencias, tu trabajo no es original, porque ya viste referencias de otros lados, lo que sí necesita uno es que el trabajo sea legítimo y que sea propio, porque como te digo cosas originales ya ahorita en este tiempo ya no hay nada original, lo que tú tienes que hacer ahora con todo lo	Yo creo que era un 50 50, porque habían cosas a las cuales ellos se tenían que regir a ciertas cosas, porque aquí ya hay una línea gráfica, entonces para poder hacer un rebranding o para poder modificar se tiene que ser poco a poco hasta que le presentes una buena propuesta,	De las respuestas recogidas de los informantes, se concluye que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial dos entrevistados dijeron que si eran muy originales e innovadoras en cuando a las ideas y el diseño, mientras que los otros dos últimos

			que hay ahí es innovar pues, hacerle algo más a eso de allí y sorprender a las personas con eso.	esperar poder ser aprobado, por ejemplo, los póster ya tenían una línea de como deberían ir, ya tenían un estilo, entonces era raras veces cuando les decíamos, “es tu oportunidad es tu momento de brillar presentando tu propuesta”.	manifestaron que no era tan original, pues siempre buscan referentes y ya las personas traen ideas de otros lados, pero en si el diseño debe ser propio de cada profesional, es decir legítimo, también expresó que a veces ya había una línea gráfica y en base a ellos los diseñadores debían trabajar.
29. ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial para su empresa, frente a otros diseñadores?	Bueno los beneficios y ventajas frente a otros diseñadores es la investigación previa para todo proyecto con la que sustentan sus propuestas creativas.	Han sido muchos en realidad; por ejemplo, cuando han sido ilustradores, aportan un valor especial y único con una propuesta del trabajo que yo podría desarrollar para la empresa, en el tema fotográfico también y	Con la mayoría que yo trabajado son con ilustradores y ya puedo hacer cualquier cosa dentro de mi empresa, muchas veces cuando yo quiero hacer un diseño, entonces se hace una ilustración, para mí es fundamental	Bueno beneficios aporta muchísimo, porque yo creo que un rompecabezas si no está completo o sea una empresa, no funciona y las	Con ayuda de la información recabada y la comparación de las respuestas, se concluye que, los beneficios que aporta el diseñador en una empresa, son

		bueno el beneficio es que me hacen descansar, yo ya no tengo que cargar con todo el proyecto, entonces el beneficio es que era un gran apoyo que yo podía tener más clientes y podría descargarme de todo el trabajo de diseño, fotografía y producción audiovisual.	un ilustrador, porque si no puedo hacer la foto esa persona la dibuja y hay una ventaja sobre los otros, porque con eso yo puedo hacer cualquier cosa.	ventajas son muy grandes, pues porque había personas muy buenas y se les reconocía, porque también nos ayudaba a crecer a nosotros como empresa.	diferentes, destaca la investigación previa, la ilustración que aporta un valor especial y el alivio de la carga del trabajo para el jefe; sin embargo, el último informante no menciona cual fue el beneficio, solo metafóricamente compara la empresa con un rompecabezas y si las piezas no están completas no habría crecimiento.
30. ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial actúa con	Si, siempre es uno de los valores que posee el diseñador que trabaja conmigo porque trabaja de manera honesta en todas las tareas que se	Si de eso nunca me voy a quejar, siempre he trabajado con chicos que han tenido muy buenos valores, que han trabajado de manera positiva dentro de mi	Sí más que todo hay una amistad dentro de la empresa, como te digo son personas que trabajan hace 5 años, entonces la gente ha actuado bien.	Yo creo que con respecto a sus valores eran muy honestos, porque también la empresa era cristiana y	De la información recolectada se puede concluir que los informantes refieren que el profesional de

<p>coherencia y honestidad dentro de su empresa?</p>	<p>le dan y sobre todo con coherencia.</p>	<p>empresa, nunca he tenido ninguna queja, nunca me he peleado, hasta el día de hoy se mantiene una muy buena amistad con mis ex trabajadores.</p>		<p>siempre se le decía las cosas claras; por ejemplo, si en algún momento no se sentían cómodos les decíamos que nos digan las cosas claras Y que sean honestos en ese aspecto y aparte que sobre todo un diseñador tiene que estar tranquilo para que su creatividad pueda fluir.</p>	<p>artes & diseño gráfico empresarial de la USS si tiene muy buenos valores en el ámbito laboral, además siempre han trabajado de manera positiva y amigable, en cuanto a la coherencia, no lo expresaran abiertamente.</p>
<p>31. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial inspira confianza tanto en el publico interno como externo de la organización?</p>	<p>Si, principalmente a mí me inspira mucha confianza al público externo también en cuanto sus propuestas.</p>	<p>Sí claro porque yo lo seleccionó y sé cuánto valen estos chicos.</p>	<p>El público interno en este caso soy yo, si no tuviera confianza en él no lo contrataría, entonces si inspira confianza en el público interno, el público externo también y de uno de ellos siempre veo que está publicando en internet, y la gente</p>	<p>Claro que sí, siempre inspiraron confianza en el público interno que en este caso somos nosotros y también en el público externo.</p>	<p>Con ayuda de la información obtenida y la comparación de entrevistas, se concluye que el profesional de diseño de la USS si inspira confianza en ambos públicos</p>

			interactúa con las publicaciones, tiene muy buena recepción en las cosas que hace, entonces confianza de dentro hacia fuera si inspiran ellos.		de la empresa, pues los jefes entrevistados indican que sus trabajadores valen mucho y si hay confianza, es por ello que los contrataron.
32. ¿Ud. Notó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?	Si, siempre ha sido una persona muy responsable y puntual para cada proyecto qué le doy para que lo realice porque cumple las horas y los plazos de cada proyecto incluso a veces lo presenta antes y estoy muy contento realmente con su trabajo.	Casi siempre, porque en algún momento como yo creo este clima de amistad con ellos, algunas veces han pensado que se pueden descolgar de la chamba por la confianza que teníamos mutuamente y bueno en algún momento si me han fallado en ese aspecto, no todos, pero en algún momento uno que otro no presentó, pero ya con una llamada de atención todo se resolvió de la mejor manera.	Sí sí bueno hay veces que no pues, pero la mayoría de veces, pues hay que entregar los trabajos con tiempo, hay muchas veces que no se puede y demoras en entregar el trabajo, pero si en la mayoría de veces sí.	Sí por supuesto como te digo ya teníamos una línea específica en que se les daba un tiempo definido de una semana para poder realizar los proyectos, hacíamos una reunión para poder ver cuáles eran los proyectos que se iban a presentar para la siguiente semana y siempre los presentan con	Gracias a las respuestas de los informantes se puede concluir que los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial de la USS si entregan en su gran mayoría los trabajos con responsabilidad y puntualidad, debido a que respetaban el cronograma de cada proyecto, los otros dos informantes

				responsabilidad y puntualidad.	expresaron que a veces, no les presentaban a tiempo las actividades, porque se iban hacer otras cosas.
33. ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial posee una conciencia ambiental que lo motivare a actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?	Sí Sí yo creo que sí, porque en los trabajos que yo le mandó hacer a veces siempre sus propuestas son para que no perjudique el medio ambiente y podría decir que sí.	Nunca he trabajado en proyectos de medio ambiente; sin embargo, siempre he cuidado mucho el tema de la educación ambiental y mis trabajadores también.	Bueno si tengo una trabajadora que ella sí da muchos mensajes ambientales, tiene incluso una marca donde publica cosas del medio ambiente, vende cosas que son orgánicas, pero sí conciencia por el medio ambiente en todos.	Bueno no sabría que responder, porque no he tenido la oportunidad de hablar esas cosas con ellos.	La mayoría de los informantes afirman que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, si tiene conciencia ambiental, principalmente porque siempre dan propuestas de diseño a favor del medio ambiente, otro manifiesta que el profesional siempre cuida el tema ambiental; por otro lado, otro ostenta que uno de sus

					trabajadores da mensajes ambientales y cuenta con una marca de productos orgánicos y por último no tiene conocimiento de eso porque no conoce los intereses de sus trabajadores.
34. ¿Reconoció Ud. Si el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?	Claro que sí ya que nosotros siempre trabajamos en base a una investigación para poder tener un buen proyecto, porque de ahí salen las ideas para ejecutar cada proyecto.	Si a veces sí, he tenido un trabajador que siempre investigaba todo y venía con nuevos temas y conocimientos que los compartía con nosotros; sin embargo, no todos investigan, pero en este caso el sí.	Sí claro que sí, lo que pasa es que ninguna publicación, ningún diseño sale sin tener ningún objetivo, osea hay que planificar definitivamente antes y tener un objetivo para poder publicar sino no se hace nada.	Si siempre han investigado, porque cuando tenían algunas dudas siempre veía en tutoriales o algo para la realización de cada proyecto que se tenía que presentar dentro de la empresa; por ejemplo, cuando teníamos que ser rebranding para una empresa los	Los informantes concluyen que los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial, realizan una investigación previa a la ejecución de cada proyecto, ya que consideran importante investigar porque es ahí donde florecen las ideas para la

				diseñadores se encargaban de realizar una investigación previa de la empresa para poder realizar este proyecto.	realización de cada proyecto y también porque es importante tener objetivos para cada proyecto.
35. ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS tiene una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea? ¿De qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?	Si, con propuestas de responsabilidad social	Sí de hecho es algo que yo evalúo muchísimo, es cuando conoce a su sociedad, cual es su compromiso social, el compromiso que él asume como persona, como integrante de una sociedad, es muy importante eso y siempre lo evalúo, siempre me ha gustado tener un trabajador que me pueda hablar de diversos temas, por ejemplo de la problemática social, de la coyuntura, de cuál es nuestro aporte como diseñadores y ciudadanos, conocer la	Sí con los que he trabajado sí y yo siempre trato de que los trabajadores tengan una visión crítica de los que lo rodean en su ambiente, con las personas que siempre trabajo normalmente siempre les preguntó sobre las situaciones que están pasando.	Bueno en este caso como te comenté no he conversado de estos temas con los trabajadores de diseño de la empresa, así que no podría dar una respuesta sobre su visión crítica del contexto social.	De la información recogida por los informantes, la mayoría afirma que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial tiene una visión crítica del contexto social, ya que uno de ellos manifiesta que el profesional siempre muestra propuestas de responsabilidad social, otro menciona que usualmente conversas de

		política, conocer la historia y conocer el entorno social que nos rodea.			temas relacionados al contexto social, sin embargo, otro manifiesta que no dialoga de esos temas con sus trabajadores.
--	--	--	--	--	--

3.1.2. Discusión de resultados

La presente investigación: “Personal Branding como herramienta para posicionar la imagen profesional de los egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS” buscó diagnosticar el estado actual del posicionamiento de la imagen profesional de los egresados de la escuela profesional de ADGE, con la finalidad de proponer un modelo de personal branding basado en el posicionamiento de la imagen profesional del egresado en el mercado laboral chiclayano, teniendo como referencia el desempleo juvenil, ya que este problema ha descrito que la mayoría de jóvenes que concluyen sus estudios universitarios, tienen dificultad para conseguir empleo, por lo que al contrastar la información obtenida con la realidad problemática, se pretende gestionar la empleabilidad de los egresados de la Universidad Señor de Sipán con un modelo de personal branding. De tal forma que, al relacionar la investigación propuesta con el contexto y los resultados, se estableció que el egresado de diseño si cuenta con una buena imagen profesional en el mercado laboral.

En el presente capítulo se debatieron las teorías obtenidas y el análisis de la información recabada de las entrevistas, motivo por el cual la información se organizó en cinco puntos que responden a los objetivos específicos propuestos en esta investigación; por el cual, con la información seleccionada se concibe con la finalidad de analizar, estructurar, comparar y recopilar detalles del instrumento de medida que permitió enriquecer las conclusiones del estudio.

Cabe precisar que los cinco puntos propuestos (imagen profesional del egresado en función al marketing personal, principios de una marca personal, factores que contribuyen al posicionamiento, características que generan el posicionamiento y tipos de posicionamiento) son componentes desagregados de los objetivos específicos de esta investigación y que se interrelacionan entre sí, e integran los indicadores señalados en la matriz de operacionalización.

Imagen profesional del egresado de ADGE de la USS en función al marketing personal.

El marketing personal, consiste en tomar conciencia de la imagen personal (interna o externa) con la que cuenta cada persona y a partir de la cual se busca vender el trabajo, ideas, y otros. En tal sentido, el marketing personal crea una

proyección del sujeto de acuerdo a diversas variables, como el desenvolvimiento personal, conducta y comportamiento.

Desde el punto de vista profesional, Dávila (2017) refiere que, para gestionar el marketing personal, es necesario un análisis intrínseco, a fin de vender de forma óptima algún trabajo, servicio y capacidades con las que cuenta un individuo. Tal es así, que de la información recaba en el instrumento de medida, se ha establecido que el profesional egresado de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, ha proyectado una buena imagen en cuanto a lo profesional, pues sus jefes han destacado en ellos la responsabilidad, creatividad, organización y puntualidad en el desempeño de sus funciones.

De este modo, poseer talento y habilidades, ya no es suficiente en el mercado laboral, ya que la competencia es alta, por lo tanto es importante ser competitivo y presentar al profesional como un producto que puede posicionarse gracias a las cualidades que ha obtenido a lo largo de la vida, como bien refiere Vásconez (2011), de tal forma que, las características personales que han destacado del profesional egresado de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, se evidencia el trabajo en equipo, el buen trato, la buena comunicación con el equipo, y el aporte o valor que genera para la empresa con las ideas que comparte para mejorar el funcionamiento de la organización. Es decir, ofrece un valor agregado.

De lo descrito, se infiere que el enfoque está en analizar detalladamente las cualidades y tener objetivos profesionales claros, que favorezcan a la gestión de una marca personal y en consecuencia, la creación de una buena imagen como profesional por las características que resalten en la persona. Sin embargo, no solo basta tener una buena imagen, sino que además resulta necesario que dicha imagen sea valorada económicamente, ya que según el informante 2, refiere que la retribución económica del profesional de diseño “No es justa porque, el sueldo de un diseñador debe ser mucho más elevado, pero lamentablemente las persona que no conocen este mundo o ese rubro piensan que es fácil y sencillo, pero no es así”. (Entrevista BBBJ.28.05.2021)

Según Parra y Martínez (2013) establecen que, para una retribución económica correcta, se puede partir de un “precio razonable en el mercado”, al cual se puede denominar como “precio estándar”, para luego ir aumentando de acuerdo a

la percepción del cliente, el valor y el beneficio que obtendrían al seguir contratando al profesional.

En relación a ello, los informantes han establecido que en más de una ocasión han optado por aumentar el sueldo del profesional egresado de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, siempre y cuando vieran un desarrollo, crecimiento y fluidez dentro de la empresa, o en su defecto, brindar una comisión extra cuando el proyecto es grande y represente un ingreso adicional a la empresa, para lo cual el profesional de diseño tendrá que destacar más.

Por ello, el informante 8, refiere que si está dispuesto a aumentarle el sueldo al diseñador ya que en otras ocasiones si lo hizo, “justo eso yo les mencioné a mis trabajadores, en algún momento entraron ganando la mitad del mínimo y uno de ellos era muy proactivo y conversé con mi socia y estuvimos de acuerdo en subirle el sueldo por el mismo tiempo de trabajo, ya que gracias a él yo veía que impulsaba mi empresa, él se encargaba del proceso creativo y me ahorraba mucho tiempo y bueno como era proactivo decidí aumentarle el sueldo, porque si yo veo crecimiento en mi empresa también debe haber un beneficio para los trabajadores. (Entrevista JASS.03.06.2021)

De este modo, cuando hablamos de valor, no solo se debe hacer referencia al aspecto económico, sino también a las relaciones personales (comunicación, el trabajo en equipo, la organización del equipo y otros) que pueden ayudar a establecer el precio del trabajo según el desenvolvimiento dentro de la empresa. Sin embargo, influyen las condiciones sobre las cuales se desarrollan las actividades diarias del profesional, ya que el ambiente laboral, se presta a mejorar el desempeño laboral e incluso, a la calidad del trabajo realizado. Con el ambiente laboral adecuado, se genera la satisfacción del profesional y el mejor desenvolvimiento y calidad de su trabajo.

Tal es así que, de los instrumentos de recolección de datos, los informantes han establecido que el profesional de diseño cuenta con un ambiente agradable para trabajar dentro de la empresa, cuidando la infraestructura o el clima laboral y, sobre todo se le brinda la tecnología adecuada para la elaboración de cada proyecto, sin embargo, mucho influye las condiciones económicas y el contexto social por el que se está atravesando. Por ejemplo, el informante 3, refiere que antes de la pandemia producida por el Covid-19, “nos encontrábamos trabajando dentro de nuestro local, cada uno tenía su propio escritorio ..., pero ya con esta pandemia cada uno se trasladó

a su domicilio y tratamos de considerar que cada quien tengan los equipos necesarios, porque para hacer diseños y todos sus proyectos se necesita tener la maquinaria adecuada y la tecnología adecuada. (Entrevista CEAC.28.05.2021)

En tal sentido, autores como Parra y Martínez (2013), sostienen que se debe optar por relacionarse con personas que sumen imagen y prestigio; además, todas las personas que se encuentran en el entorno cercano deben ser capaces de percibir aspectos positivos y resaltar fortalezas. Esto permitiría que el trabajo y desenvolvimiento sea reconocido por las cualidades personales, enfatizando la necesidad de una educación continua, periódica y auto dirigida, sirviendo asimismo como ejemplo hacia los demás.

Esta información se condice con el instrumento de medida, ya que los profesionales egresados de artes y diseño gráfico, se pudieron conocer de distintas formas, ya sea por su trabajo, por destacar como buenos alumnos desde la universidad, por recomendación o por el empleo de redes profesionales u otras plataformas digitales, tales como: LinkedIn, Facebook o Instagram.

Actualmente, la conectividad es de vital importancia y necesaria para demostrar su trabajo y así tener mayores oportunidades laborales, “ya que es necesario que todo profesional pueda exponer su trabajo en diversas redes para que tenga más facilidades de poder encontrar un trabajo” BBBJ (28.05.2021).

Principios de una marca personal y sus efectos en el perfil del egresado de ADGE de la USS

La relevancia es un principio que coadyuva al perfil profesional del egresado, ya que consiste en la relación que debe tener una persona al desarrollar su marca personal; por cuanto, debe ser estructurada y realizada con la mayor sinceridad posible, de tal forma que los conocimientos que se atribuyen, se plasmen en su desempeño.

Por ello, para crear una marca personal, es fundamental conocerse uno mismo, así como los recursos que se pueden ofrecer al público, y que estos cubran las necesidades de los clientes, de tal forma que debe existir relación entre lo que una persona posee (habilidades, cualidades, conocimientos) y lo que ofrece a su público,

ya que al afirmar que se posee destrezas que en la realidad no se tienen, dicha marca personal no duraría en el mercado, (Perez, (2011).

Asimismo, en el instrumento de medida se verificó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio, ya que estos buscan estar a la altura del perfil del puesto donde laboran, donde además el informante 4, sostiene que el profesional egresado de artes y diseño gráfico empresarial puede ir mejorando cada día, pero “lo más importante para mí es la actitud de la persona, porque el aprendizaje se puede adquirir rápidamente, en cambio la actitud de querer aprender y ser mejor es lo que uno necesita” (Entrevista IAHB.31.05.2021).

Por otro lado, la confianza es otro principio que influye en el perfil del egresado de artes y diseño gráfico empresarial de la USS, por cuanto genera que el profesional se desligue de la incertidumbre, ya que esto permitirá que cumpla metas y objetivos profesionales, como bien refiere Adan (2014), de tal forma que este principio no solo debe entenderse como la seguridad en uno mismo, por cuanto es necesario transmitir esta confianza con los clientes o empleadores, en el sentido de la calidad y seguridad por el servicio que se brinda.

Tal es así que, de la información recolectada por el instrumento de medida, se sintetiza que el profesional egresado de artes & diseño gráfico empresarial, muestra autoconfianza en todo momento y en cada proyecto que realiza, siendo de vital importancia para el fortalecimiento de sus habilidades como profesional. Especialmente, el informante 4, refiere que el profesional “marca posición y eso es bueno, porque cuando exponemos nuestras ideas y evaluamos las razones, eso muestra que confía en lo que sabe y eso para mí es muy importante” (Entrevista IAHB.31.05.2021).

Sin embargo, no solo basta tener seguridad o confianza en uno mismo, ya que sería ideal transmitirla a los clientes y público en general, motivo por el cual los informantes establecen que la actitud, los valores personales, las ganas de aprender y la actitud de liderazgo han sido factores importantes que ayudaron a crear confianza en el profesional egresado respecto a la calidad de su trabajo. Cabe precisar que no todos los egresados dejaron una buena imagen en el mercado, pues no siempre hay un buen trabajo, o muchos conocimientos, ya que el informante 6 menciona que, la

responsabilidad y el compromiso juega un papel muy importante, ya que se dan casos de “entrega impuntual de trabajos” (Entrevista DFP.30.05.2021).

Teniendo como referencia el principio de la relevancia y confianza, surge el principio de la notoriedad, que según Toro (2015), refiere que la notoriedad viene por sí solo en un profesional, después de haber realizado un buen desarrollo de marca personal; es decir hacerse notar, por haber generado confianza, por demostrar que cuenta con los conocimientos precisados en el CV o portafolio, sin necesidad de subestimar o sobreestimar las propias competencias o actitudes del postulante.

Por ello, los informantes establecen que no todos los diseñadores, tienen o presentan notoriedad en el mercado laboral, ya que buscan también que los otros miembros del equipo sobresalgan en su trabajo. Tal es el caso del informante 5, quien afirma que “más que notoriedad, es el hecho de que ha sabido dirigir el equipo de forma efectiva gracias a su desempeño, ..., sin embargo, ella también busca que todo el equipo sobresalga, pues el trabajo es de todos no solo del diseñador”. (Entrevista GOFC.30.05.2021).

En merito a ello, podemos establecer que no solo basta sobresalir solos, sino también en equipo cuando tienes el apoyo de todos. Cabe precisar, que no necesariamente nos referimos a que la notoriedad es una competencia por hacer que un profesional se haga más conocido que otros, ya que lo ideal es que los egresados de diseño se “apoyen mutuamente, de tal forma que el ambiente o clima laboral también resulta de suma importancia, ya que hay casos en los que no hay competencia porque siempre se ha trabajado en equipo y los diseñadores tienen distintos perfiles y destacan por algo en especial. (Entrevista JASS.03.06.2021).

Factores que contribuyen al posicionamiento del egresado de ADGE de la USS

El personal branding tiende a mejorar el perfil de las personas para su posicionamiento dentro del mundo profesional, dejando de lado a los que aún no han gestionado su marca personal y no dan a conocer sus servicios de manera efectiva, por lo que el autor Pérez (2011) menciona que el posicionamiento de una marca personal tiene 5 factores; esto es, la percepción, la voluntad, la capacidad, la propuesta de valor y la diferenciación.

Por ello, el citado autor refiere que la percepción consiste en trabajar detalladamente todas las herramientas de la marca personal, empezando por los valores y actitudes que caracterizan a la persona en cuestión. La gestión de la marca personal ayuda a que los sujetos aumenten su posicionamiento en el mercado laboral o social, mejorando las posibilidades de ser elegidos, por lo tanto, la marca personal permite tener información objetiva del profesional.

Del instrumento de medida se obtuvo que cada informante, dentro del contexto laboral en el que el profesional egresado de artes y diseño gráfico empresarial se desenvuelve, tiene una percepción distinta; ya que, en algunos casos, en cuanto a la labor o actividades que realizan, algunos son ordenados, resilientes y fuertes; por otro lado, se les puede percibir como un profesional con buena actitud, y en otros casos como un profesional responsable y puntual.

Por su parte, el informante 5, sostiene que: el profesional egresado es una persona “muy enfocada en su trabajo, está casi todo el tiempo motivada y es responsable en todas las tareas diarias que se le encomiendan, además ayuda a todo el equipo con el aporte de ideas”. (Entrevista GOFC.30.05.2021), También, hay casos en los cuales, el profesional no tuvo una buena imagen pues según el informante 6 refiere que, “es un poco lento se tomaba su tiempo para realizar cada tarea encomendada, eso era un poco desagradable ya que retrasaba el trabajo de la empresa” (Entrevista DFP.30.05.2021).

El segundo factor del posicionamiento que ha determinado el autor es la voluntad, el cual consiste en mostrar disposición, esfuerzo, tiempo y sacrificio, para aprender nuevas alternativas que los ayude a darse a conocer con su público objetivo por las fortalezas competitivas que los caracteriza; sin embargo, no muchos profesionales hoy en día que están interesados en posicionarse en el mercado laboral, pues gran parte de las personas considera que el hecho de estar laborando en un lugar seguro, consiste en olvidar e ignorar las posibilidades de crecimiento y por ende, en varias ocasiones tiene que adaptarse a la realidad que les toca vivir.

Este factor resulta ser de suma importancia, debido a que los empleadores les agrada aquellas iniciativas de predisposición o voluntad a aprender, los informantes han establecido que el profesional egresado de artes & diseño gráfico empresarial, en su mayoría si está enfocado en aprender y sobresalir, mostrando voluntad y predisposición para su crecimiento profesional. Tal es así que, el informante 9 dice

menciona que el profesional de diseño “Sí quería aprender y crecer en el campo laboral, pues si no mostraba esa actitud no trabajaba en mi empresa, porque siempre yo digo que hay que tener una visión diferente de ver la vida, tratar de sorprenderte de lo nuevo; por ejemplo, si tú ves un diseño de alguien más y dices “wow” que chévere el diseño trataré algún momento de imitar eso, osea esa visión de ver algo y luego querer igualar y superar, entonces esa visión es la que siempre se tiene que tener.” (Entrevista RFI.03.06.2021)

Como tercer factor, el autor menciona a la capacidad, la cual se toma en cuenta para conocer si la persona tiene alguna restricción o limitación que le impida desarrollarse libremente o desenvolverse en circunstancias complicadas, el conocer estas capacidades individuales ayudará en alguna situación donde se le permita destacar sus habilidades ocultas, las cuales en conjunto forman una base sólida de conocimientos, pues es fundamental que todo profesional quiera lograr el éxito y destacar con ayuda de sus capacidades.

Respecto al instrumento de medida, el informante 8, señala que “no todos los diseñadores tienen la capacidad para hacer todas las actividades de diseño, pero esto no quiere decir que sean malos, al contrario, son muy buenos según sus capacidades desarrolladas en la especialidad que ofrece su carrera profesional, además la carrera es amplia y en la universidad no les enseñan todo sobre diseño. En algunos casos si están capacitados, pero necesitan oportunidades para demostrarlo”. (Entrevista JASS.03.06.2021)”

En especial énfasis, el informante 3 sostiene que, los profesionales de artes y diseño gráfico empresarial “no tienen todas las capacidades que requiere la empresa, por ello que delegamos funciones de acuerdo a lo que ellos más dominen. Por ejemplo, se delega actividades relacionadas con una marca, aquella persona que domina la creación de las marcas, programas de diseño y otros”. (Entrevista CEAC.28.05.2021)

Siguiendo con los factores, tenemos a la propuesta de valor, el cual ayuda a definir el valor que el profesional va a entregar con su trabajo en el mundo laboral, ya que actualmente casi nadie propone de manera cautivadora lo que realmente tiene por ofrecer a su público objetivo, lo típico es que se describen de forma general y no personal, por ende, no perdura en el mercado, pues se tiene que tomar en cuenta que la marca personal no puede establecerse en bases incompletas o escasas.

Por su parte, los informantes sostienen que, los profesionales de artes y diseño gráfico empresarial USS, se diferencian de otros diseñadores, por la puntualidad, la organización, la buena comunicación, conocimientos más avanzados y mayor destreza empírica y práctica en sus labores como diseñador. Esta información se refleja cuando se ha trabajado de la mano con personal más técnico, como bien refiere el informante 2 al sostener que, “el caso del técnico, el aprendizaje es en corto tiempo y no es tan amplio el panorama de donde quieren llegar a diferencia de los profesionales universitarios”. (Entrevista BBBJ.28.05.2021)

Como último factor del posicionamiento está la diferenciación, el cual como bien refiere el autor (Moraño, 2010), este término es el más usado cuando mencionamos a la gestión del personal branding o construcción de la marca personal, pues este elemento es fundamental para el proceso de posicionamiento de una marca personal, debido a que ayuda a identificar y destacar aquellas características distintas o diferenciadoras que tiene la persona como marca; es decir, aquello que los hace irrepetibles, únicos, y que aporta valor para su público objetivo o clientes potenciales.

Tal es así que, “la diferenciación permite promocionar aquellas cualidades con las que se cuenta, a diferencia de la competencia, de tal forma que estas cualidades deben ser significativas para el consumidor, ya que todo nuestro valor como marca está dirigido hacia ellos” como bien refiere (Leyva, 2014, p. 62).

En tal sentido, el profesional egresado de artes & diseño gráfico empresarial puede tener buenas referencias e incluso ser reconocidos o dictar clases en otras instituciones, pero también hay situaciones que generan comentarios negativos del profesional. Cabe precisar que, en algunos casos, no es posible hacer que el profesional sea mucho más reconocido, debido a que el informante 10 menciona “los trabajos que presentamos son a nombre de la empresa y no título personal, como si fuera creación de algún diseñador en particular” (Entrevista YCA.04.06.2021).

Características que generan el posicionamiento de egresado de ADGE de la USS

Según las autoras Recio y Abril (2018), en su revista publicada para la universidad de Harvard señalan que existen tres características fundamentales para el posicionamiento de marca, partiendo de la “relevancia”, que en su criterio consiste en que el beneficio que propone la marca sea de carácter significativo o importante, que además tenga por finalidad, cubrir una necesidad del cliente. Tal es así que, una persona como marca podría comunicar los beneficios que ofrece, teniendo en cuenta la necesidad que existente en el mercado laboral, a fin que él con sus servicios pueda ser la solución al problema, dando a entender que su servicio es relevante, beneficioso e incluso necesario para su público.

En tal sentido, del instrumento de medida, se puede sintetizar que los informantes plantean que el trabajo realizado por los profesionales egresados de artes & diseño gráfico empresarial, si cumplen en su totalidad con sus expectativas en cada empresa, puesto que siempre han destacado por su originalidad, innovación, organización y da solución de controversias, siendo esto un gran apoyo para el centro laboral.

Esto se puede colegir con lo establecido por el informante 1 al sostener que el profesional egresado de ADGE de la USS, “sí cumple con las expectativas en general, ya que el hecho de cumplir las expectativas es ir más allá de lo que te encomienda la empresa y no hay duda que el profesional pueda ofrecer innovación en su campo”. (Entrevista JBPC.26.05.2021)

Por otro lado, la siguiente característica que establecen las autoras Recio y Abril (2018), refieren que otra característica importante para el posicionamiento es ser único, ya que el posicionamiento busca la diferenciación, lo cual se logra teniendo una promesa de marca original y única, al menos para aquella categoría de producto o servicio que se direcciona tu marca.

Del instrumento de medida, se obtuvo que la originalidad del trabajo que brinda el profesional egresado de artes & diseño gráfico empresarial, depende mucho del centro laboral donde se encuentren trabajando, ya que no siempre se les da la libertad de variar o fluir en el trabajo, por ejemplo, algunos realizan trabajos más formales porque laboran dentro de instituciones que se rigen a ciertas directivas, mientras que

otros realizar trabajos relacionados con campañas publicitarias, ilustraciones, branding o marketing.

Esto se puede relacionar con lo manifestado por el informante 1 sostiene que profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, “no tiene mucha originalidad en su centro laboral, porque se sigue cierta normativa que el trabajador debe cumplir en cuanto a los diseños, por ello no se permite variar en el diseño y no habido propuestas tampoco por parte del trabajador”. (Entrevista JBPC.26.05.2021)

Por otro lado, el informante 2 sostiene que profesional de diseño “es 100% original, por ende, toda organización o todo diseñador siempre realiza búsquedas de referencias, además son muy creativos en cuanto a su imaginación”. (Entrevista BBBJ.28.05.2021)

Finalmente, la tercera característica del posicionamiento es la credibilidad, que según las autoras Recio y Abril (2018), permite que el posicionamiento de la marca sea verosímil, ya que el posicionamiento es inconveniente si este no genera credibilidad o certeza respecto a la promesa de marca. Tal es así, que, de la información recabada de los informantes, se sostiene que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, si inspira confianza en cuanto al público interno como externo de la empresa, ya que los jefes entrevistados señalan que sus laboradores suman mucho dentro de la organización y si les tienen mucha confianza, es por eso que los contrataron.

En tal sentido, el informante 9 refiere que, que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, “en cuanto al público interno en este caso soy yo, claro que si inspiran confianza, debido a que si yo no tuviera confianza en él no lo contrataría, es por ello que si inspira confianza en el público interno, de la misma forma en el público externo, por ejemplo, siempre observo que uno de ellos está publicando sus proyectos en internet, y su público interactúa con las publicaciones, entonces tiene muy buena aceptación en las cosas que hace, es decir si inspiran confianza en ambos públicos”. (Entrevista RFI.03.06.2021)

Tipos de posicionamiento que el egresado de ADGE de la USS puede utilizar en el campo laboral

Según el autor Otsuka (2015), señala que el posicionamiento en cuanto a un producto o servicio, viene hacer como se observa el producto en relación con la competencia, por ende, existen dos tipos de estrategias fundamentales que deberían ejecutar las marcas para un buen posicionamiento en el mercado; iniciando por el posicionamiento diferenciado, que consiste en marcas que utilizan esta estrategia, de tal manera que promocionan cualidades únicas con la finalidad de complacer a un conjunto de clientes, como también destacan los beneficios, las ventajas del packing, demás, destacando siempre una composición única de variables importantes que posee el producto, obteniendo un posicionamiento diferenciado, además las marcas deben identificar sus mejores características y la elección de posibles medios para obtener una ventaja sostenible sobre los competidores, con el propósito de lograr los objetivos planteados para el producto, línea de productos o servicios.

Del instrumento de medida, se obtuvo que los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial de la USS si entregaron la mayoría de veces los trabajos con responsabilidad y puntualidad, es decir, cumplían con el cronograma de entrega de cada proyecto, por su parte los otros dos informantes sostenían que a veces, no les presentaban a la fecha los trabajos, porque se iban a realizar otras actividades.

Esto se puede relacionar con el informante 10 que manifiesta, que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, si es responsable, porque tienen un cronograma en el que se les da un plazo definido de una semana para la realización de los proyectos, ya que muchas veces realizaba una reunión para poder determinar cuáles eran los proyectos que se tienen que presentar en la siguiente semana y siempre los presentan con responsabilidad y puntualidad. (Entrevista YCA.04.06.2021)

Por su parte, el informante 8 afirma que, por lo contrario, “en algún momento sus trabajadores han pensado que se pueden descolgar de sus actividades laborales, por el mismo hecho que el genera un clima de confianza y amistad, pero con una conversación y una llamada de atención se resolvieron esos inconvenientes de la mejor manera” (Entrevista JASS.03.06.2021)

Por otro lado, del instrumento de medida se obtuvo que, los profesionales de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, siempre realizan una investigación previa a la elaboración de cada proyecto, por lo que consideran investigar, ya que es ahí donde afloran las ideas para la elaboración de cada proyecto, porque es necesario

tener objetivos para cada proyecto, ya que según el informante 7 afirma que, “su equipo de trabajadores siempre realizan un proyecto en base a una investigación previa, ya que es ahí donde nacen las ideas para ejecutar cada proyecto”. (Entrevista COG.02.06.2021)

Del mismo modo, el informante RFI (03.06.2021) sustenta que efectivamente si realizan una investigación, ya que ninguna publicación o ningún diseño sale sin tener un objetivo, por ende, se debe planificar definitivamente antes y tener un objetivo para ejecutar la publicación.

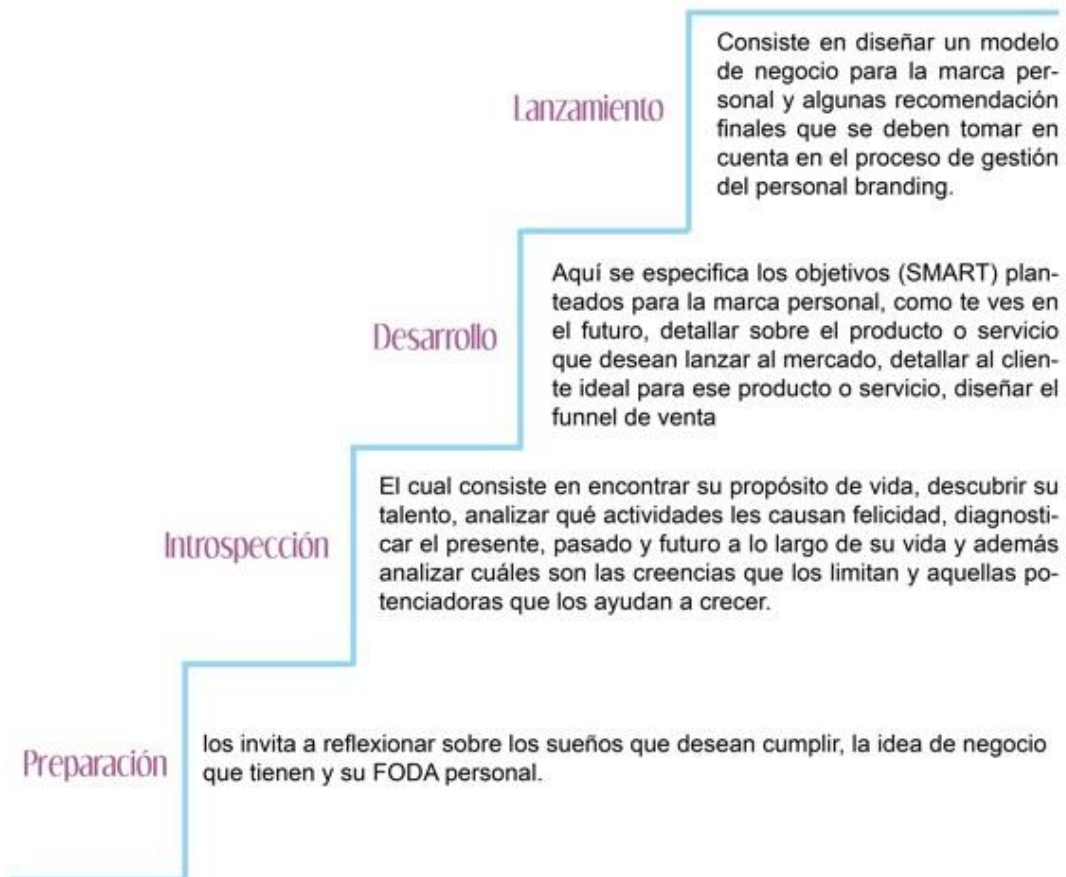
3.2. Aporte práctico

Guía para gestionar el personal branding



La propuesta para esta investigación tiene como objetivo diseñar una guía para que los egresados de la carrera de Artes & diseño gráfico empresarial de la USS empiecen a gestionar su personal branding con la finalidad de mantener una buena imagen profesional en el mercado laboral y potenciar sus habilidades profesionales.

Presenta 4 etapas



Base del diseño de la guía de personal branding

Se ha utilizado 2 tendencias de diseño vigentes en la actualidad para la propuesta de la Guía de personal branding.

Tendencias de
diseño

Colores degradados



Tipografía cinética
distorsionada



Justificación

Esto se usó ya que los diseñadores a los cuales son el público objetivo para esta guía, siempre están buscando las últimas tendencias de diseño para aplicar en cada proyecto o como inspiración para ellos mismos, en este caso se usó para dar mayor contraste entre los colores y movimiento al documento.

El personaje

El personaje que se ha diseñado para esta propuesta es un "Mapache" el cual lo asociamos con los diseñadores por tener características nocturnas, ya que siempre dicen que el diseñador trabaja de noche al igual que el mapache busca y recolecta alimentos al caer la noche, también las características de las ojeras que se le asocian al diseñador y por tener siempre a la mano una taza de café al igual que el personaje diseñado y que está presente en toda la guía. El personaje se diseñó con diferentes estados de ánimo y en diferentes planos que se adaptan efectivamente durante toda la guía de personal branding.

Estados de Ánimo



Planos



Bocetos



Cromática

En el diseño de esta guía se utilizaron dos colores fríos y dos colores cálidos, esto con la intención de darle equilibrio al diseño, pues los colores cálidos buscan llamar la atención y motivar al lector y los fríos ayudaran a que se concentre mejor en responder las preguntas y desarrollar todos los ejercicios propuestos en esta guía. Si solo se presentan colores vibrantes el lector no podrá responder efectivamente al sentirse saturado de color y no podría tener la concentración necesaria.



El color "Morado" está asociado a la creatividad que tiene todo diseñador, pues es una característica que siempre está presente en cada profesional y que además en el mercado laboral, se le asocia esta característica, también este color representa el éxito que todo profesional debe tener con ayuda de su marca personal.

El color "Celeste" representa la inteligencia y confianza personal que tiene o debería tener todo profesional en el ámbito laboral.



El color "Rosado" expresa la relajación, debido a que para la realización de esta guía, la persona debe estar enfocada y relajada para que escriba todo lo necesario y desarrolle de manera efectiva los ejercicios, además representa al público femenino de esta guía.

El "Amarillo" que representa la acción y poder, el cual lo asociamos a que el diseñador tome acción en cuanto a empezar a gestionar su personal branding y trabaje según sus habilidades y con propósito profesional.



Formas

Las formas que se usaron dentro de la propuesta son curvas y con movimiento, pues se buscaba que esta guía no canse al lector y más bien despierte su interés para desarrollarla, también con estas formas curvas se creó caminos, el cual se asocia a entrar a un camino para el éxito profesional de cada diseñador.

Representa el camino hacia el éxito profesional al comenzar a gestionar el personal branding.



Representa el humo del café caliente, el cual es una bebida icónica del diseñador, esto se adaptó y se usó para organizar los textos dentro de la guía de personal branding.



Representa el camino que nos conecta con el pasado y con las creencias limitantes, está entrecortado porque la idea con el ejercicio es tomar conciencia de que aquellas creencias perjudican el futuro de las personas, por ello es necesario cortarlas.



Tipografía

se empleó 2 tipos de tipografía en esta guía, las cuales son: una fuente de tipografía Serif y otra fuente de tipografía San Serif.

Minion Pro

abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

La "Tipografía serif" que facilita la lectura y no cansa la vista del lector, pues esta guía debe ser impresa para luego ser desarrollada por cada profesional que esté interesado en gestionar su personal branding.

Dream Orphans

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ

La "Tipografía san serif" que se usó para los titulares, también para delimitar el nombre de cada etapa y para resaltar el nombre de cada ejercicio a desarrollar.



Personal Branding

Guía para gestionar tu M.P

Fabiola Campos - Ericka Saavedra

PREPARACIÓN

Inicia el viaje

Para comenzar debes tener una idea de lo que quieres lograr y lo que quieres transmitir como marca personal.



LISTA DE SUEÑOS

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

9. _____

10. _____



Foda personal

Fortaleza

Oportunidades

Debilidades

Amenazas

INTROSPECCIÓN

Propósito

Para ayudarte a encontrar tu propósito es importante utilizar la herramienta de Ikigai, este concepto japonés se traduce como “la razón de vivir”, aquella razón por la que te despiertas día a día, es por eso que te presentamos las 10 leyes fundamentales del Ikigai para que las tomes en cuenta.



- Tu nivel físico y mental debe mantenerse activo.
- Toma todo con calma; no tengas prisa y sé paciente.
- Busca el equilibrio en tu alimentación, no comas hasta llenarte.
- Rodéate de buenos amigos.
- Haz ejercicio este aporta sensación de felicidad.
- Sonríe; es muy relajante.
- Reconecta con la naturaleza.
- Da las gracias; por todo lo que tienes y puedes disfrutar.
- Vive el momento; olvida el pasado y no te dejes llevar por ilusiones del futuro.
- Sigue tu Ikigai; reconoce tu pasión y tu talento.

Ejercicios con Ikigai

1. Responde estas preguntas

● ¿Cuál crees que es tu propósito de vida?

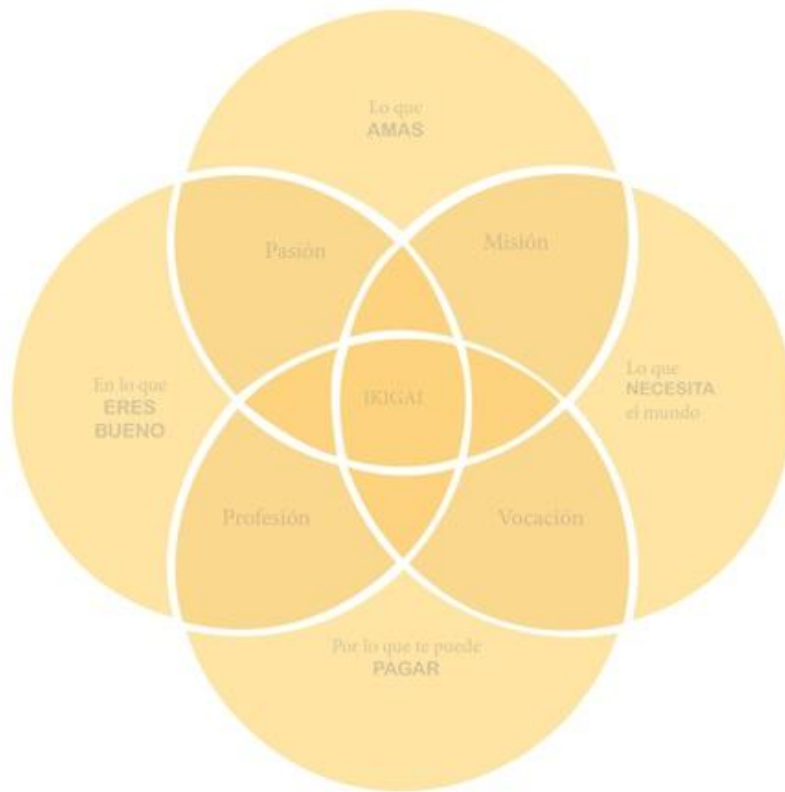
● ¿Qué amas hacer?

● ¿En qué eres bueno?

● ¿Por qué te pueden pagar?

● ¿Qué puedes aportar al mundo?

2. Llena los círculos con los dos conceptos en común de cada área según las respuestas anteriores



Pasión : (Lo que amas hacer + En lo que eres bueno)

Profesión : (En lo que eres bueno + Por lo que te pueden pagar)

Misión : (Por lo que te pueden pagar + Lo que necesita el mundo)

Vocación : (Lo que necesita el mundo + Lo que amas)

3. **Definición :** Reúne en una sola frase lo que has definido en cada uno de los apartados anteriores; pasión, profesión, misión y vocación.



Descubre tu talento

1. Responde estas preguntas que te ayudarán a encontrar tu talento

● 1. ¿Sobre qué acciones recibes elogios de los demás?

● 2. ¿Qué actividades te hacen disfrutar?

● 3. ¿Qué haces para conectar contigo mismo?

● 4. ¿Con qué crees que puedes aportar, en mayor medida, a otras personas?

● 5. ¿Qué actividades realizas con las que pierdes la noción del tiempo?

● 6. ¿Qué cosas harías gratis, cada día?

Yellow rectangular response area for question 6.

● 7. ¿Qué actividades no te quitarías jamás en tu vida?

Yellow rectangular response area for question 7.

● 8. ¿Qué cosas crees que has hecho siempre bien, sin darte cuenta de ello, y sin pararte a pensar que no todo el mundo las tiene?

Yellow rectangular response area for question 8.

● 9. ¿Sobre qué temas investigas más en Internet o hablas con otras personas?

Yellow rectangular response area for question 9.

● 10. ¿Qué crees que has venido a aportar al mundo?

Yellow rectangular response area for question 10.

Identifica tu talento, luego de contestar las preguntas



Termómetro de la felicidad

Para mantener una buena marca personal, es necesario estar felices y enfocados en el bienestar personal. Haz un listado de cosas que te hacen feliz, otro con las cosas que crees que te impiden conseguir la felicidad, y por último escribe la solución para poder alcanzar esa felicidad:



Solución al problema

¿Qué me frena para conseguirlo?

¿Qué me hace feliz y no tengo ahora mismo?

Diagnóstico de situación

(Pasado, presente y futuro)

PASADO

A continuación, vamos a realizar dos ejercicios para cuestionar y cambiar tus creencias limitantes. Disfruta del proceso y dedícale cariño y tiempo para trabajarlo a profundidad, sobre todo responde con honestidad.

Anota todas las limitaciones que pasan por tu cabeza, por ejemplo: «no valgo para...», «nunca he podido...», «no voy a...» «es difícil...», etc.

Creencias limitantes

Llega al origen de esas creencias que te impiden avanzar, ¿Desde cuándo piensas así? ¿Por qué piensas así? ¿Quién en tu familia piensa igual?

Origen

Convierte las creencias limitantes por creencias positivas, reemplazando el “NO puedo” por “SI PUEDO” “SOY CAPAZ”

Reemplaza

Haz un plan para llevar a cabo las creencias positivas y te demuestres a ti mismo que “todo es posible” y tu pasado no te define.

Estrategia

Ejercicio de creencias

Anota 10 cosas que consideras que están frenando u obstaculizando el camino hacia tus metas, estos pensamientos debes sentirlos muy arraigados en tu interior, ideas que consideras que son así y punto, alguna supuesta verdad que te impusieron y las aceptaste como válidas.

En el otro lado, anota 10 creencias que consideras potenciadoras, aquellas que te ayudan a considerar que tendrás éxito en la vida, a conseguir logros, a superar obstáculos, a conseguir tus objetivos. Con este ejercicio te invito a que analices tu contexto actual, basándote en aquellas creencias que han influido en tu vida hasta ahora.

Obstáculo

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____
- 6 _____
- 7 _____
- 8 _____
- 9 _____
- 10 _____

Creencia potenciadora

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____
- 6 _____
- 7 _____
- 8 _____
- 9 _____
- 10 _____

Tarjeta de afirmaciones



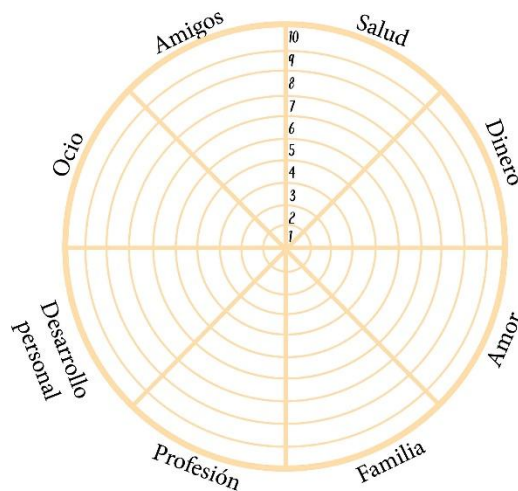
Escribe 3 afirmaciones positivas que te ayuden en tu crecimiento personal
(léelas 3 veces al día, al levantarte, a medio día y antes de dormir y
llévalas siempre contigo)

1. _____
2. _____
3. _____

PRESENTE

Rueda de la vida

El ejercicio consiste en pintar las diferentes áreas de la vida según la puntuación que le des a cada una de ellas, donde el 10 es la puntuación más alta y el 1 la más baja.



Analizar los resultados y ver que área debes trabajar más, según tus intereses o según la que tuvo una puntuación más baja, la idea es que esta rueda esté lo más equilibrada posible, por ello debes trazar metas a corto plazo e ir viendo la evolución semanalmente.

Mis metas son : _____

Futuro ideal

- 1 ¿Has pensado alguna vez cómo te gustaría que fuese tu futuro? Viaja en el tiempo diez años adelante e imagina con quién estás, qué estás haciendo, qué trabajos tienes, qué es lo que quieres en la vida y si lo tienes en ese momento.
- 2 Dibuja todo lo que lograste ver, no importa la calidad del dibujo, sólo representa tu situación, cómo te veías, con quien estabas, en qué ciudad, qué estabas haciendo, etc.

DIBUJA TU FUTURO



¿Quién soy?

(Ventana de Johari)

- 1 Escoge de la lista 6 características que mejor te representan



Rasgos de personalidad

Paciente	Valiente	Hábil
Orgullosa	Independiente	Generoso
Creativo	Curioso	Sensato
Alegre	Relajado	Precavido
Lógico	Erudito	Humilde
Listo	Audaz	Fiel
Cohibido	Idealista	Feliz
Maduro	Asertivo	Tímido
Complejo	Inquieto	Tranquilo
Conservador	Organizado	Tolerante
Espontáneo	Protector	Perseverante
Análítico	Amigable	Atento
Enérgico	Confiante	Tranquilo
Flexible	Sensible	Reflexivo
Expresivo	Cariñoso	Amable
Ingenioso	Extrovertido	Simpático
Ordenado	Afable	Capaz
Sentimental	Seguro	Modesto
Nervioso		

- 2 Ahora da a elegir a un conjunto de personas 6 características que mejor te definen.
- 3 Anota en "ÁREA PÚBLICA" las características que tú has reconocido y al menos otra persona coincidió.
- 4 Anota en "ÁREA CIEGA" los rasgos que otros señalaron, pero tú no.
- 5 Escribe en "ÁREA OCULTA" las características que tú detallaste, pero los demás no.
- 6 Aquellas características que quedaron añádelos en "ÁREA DESCONOCIDA", ahí se recogen por descarte, pero no necesariamente forman parte de tu subconsciente.

7 En la ventana de Johari vas anotar según cada área



8 Ahora vas a relacionar tu visión con la realidad, para eso identifica tus 3 mejores cualidades y tus 3 principales áreas de mejora.



1 _____

2 _____

3 _____



1 _____

2 _____

3 _____

Qué opinan los demás de mí

- 1 Para este ejercicio debes elegir a 9 personas y enviarles el mensaje de abajo: 3 personas de tu **entorno cercano** (familia, pareja, ex-pareja o amigos), 3 **personas conocidas** (compañeros de trabajo, clientes) y 3 personas totalmente **desconocidas** para ti (si no tienes su número interactúa en la calle).



«¡Hola! estoy desarrollando un ejercicio para potenciar mi marca personal y me gustaría que me ayudes, tu opinión es muy valiosa para mí»

Mis 3 cualidades positivas	Mis 3 áreas para mejorar
1 _____	1 _____
2 _____	2 _____
3 _____	3 _____

- 2 Con la información obtenida, Identifica patrones que se repiten tanto en “cualidades positivas” como en “áreas de mejora” y toma consciencia de estos.
- 3 Anota las conclusiones del ejercicio

Cuestionario de marca personal

¿Qué quieres conseguir con tu marca personal?

¿Cuáles son tus principales valores?

¿Qué es lo más importante para ti?

¿Qué temas consumes más en Internet y de que hablas más con las personas?

¿Qué cosas nunca harías para lograr tus objetivos?

¿Cómo te sentirías al ser una persona realizada?

¿Qué palabras te definen?

¿Qué ha impedido que tu proyecto de marca personal se lanzara antes?

¿Cuál es tu actitud con relación al proyecto que pondrás en acción? Descríbela.

¿Cómo te sientes conversando de tu proyecto con otras personas?

¿Qué quieres que te expresen después de contárselo?

¿Por qué eres valioso para los demás?

¿Qué conocimientos destacarías?

¿Cuáles son tus habilidades primordiales?

¿En qué actividades has destacado siempre de forma innata?

¿Cuál crees que es tu superpoder? ¿Aquello en lo que destacas y los demás no tienen?

¿Qué cualidades admiras de otras personas?

¿Qué cualidades no toleras en los demás? (En general puede ser algo de nosotros mismos que tenemos que mejorar y nos resuena)

¿Podrías escribir 3 virtudes que tienes?

¿Podrías escribir 3 defectos que posees?

¿Qué crees que les gusta a los demás de ti?

¿Qué crees que les gusta menos de ti a los demás?

¿La incertidumbre te da miedo? ¿Qué sentimientos sobresalen?

¿Qué te hace sentir orgulloso sobre tu persona?

Del 1 al 10, ¿te consideras una persona feliz?

¿Si fueras un animal, cuál serías? ¿Por qué?

¿Cuál es el estado de ánimo que más te disgusta?

¿Qué actitudes te incitan a desconfiar de las personas?

¿Tienes una buena autoestima? Defínela.

¿Qué aspectos de tu vida quisieras mejorar?

¿En qué circunstancias estarías dispuesto a decir mentiras?

¿A qué le tienes mucho miedo?

¿Cuándo eras niño(a) en qué actividad de ocio pasabas más horas?

¿En la actualidad cuál es tu principal actividad profesional?

¿Qué haces para aportar valor a otras personas?

¿Cómo te sentirías más cómodo ofreciendo un servicio (en persona o de forma digital)? ¿Por qué?

¿Qué inconveniente resuelves con tus conocimientos?

¿Qué beneficios obtienen las personas a las que ayudas con tus servicios?

¿Cómo son las personas a las que prestas tus servicios? (Público objetivo)

¿Qué tipo de personas quisieras atraer? ¿Por qué?

¿Qué profesionales brindan lo mismo que tú o algo parecido? (Competencia)

¿Cómo se puede mejorar tu servicio?

¿Qué relación tienes con el dinero y con lo que cobras por tus servicios? ¿Por qué?

¿Qué opinas de compartir tus conocimientos con personas desconocidas? ¿Por qué?

¿Tienes algún referente como modelo para aprender? ¿Quién? ¿Por qué?

¿Qué cualidades quisieras que se queden grabadas en otras personas en base a tu personalidad?

¿Qué cualidades te hacen diferente o sobresalir frente a los demás? ¿Cómo te presentas a los demás?

¿Qué te hace confiable? ¿Por qué?

¿Cómo te sientes conversando sobre tus servicios? ¿Por qué?

¿Cómo valoras tu talento cuando te relacionas con los demás?

¿Cómo te sientes hablando en público? ¿Por qué?

Defínete en una sola frase de presentación.

¿Cuándo experimentaste la mejor versión de ti? (Describe cómo te sentiste)

¿Cuál fue el logro más importante en tu vida?

¿Qué frase le dirías a tu YO de 8 años?

¿Qué frase le dirías a tu YO de 80 años?

¿Qué frase le dirías a tu YO presente?

¿Por qué eres único? (Escribe lo que te hace diferente al resto)

¿Qué huella quieres dejar en el mundo?

Ejercicio lo que suma y resta energía

Para conocer qué actividades nos suman energía y cuáles nos quitan energía, se hace por 30 días y luego analizas que patrones se repiten.



- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____



- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____

Antes de ir a dormir, relee todo lo que has escrito y haz un repaso mental de todas esas situaciones vividas, con la finalidad de analizarlas.

Ejercicio para tu marca personal

Piensa en cosas que te sacarían de la rutina y que sería un reto para ti, enumera al menos 10 puntos que afinarías durante el fin de semana y que consideras que te ayudarían a tomar acción para gestionar tu marca personal.




10 numbered lines for writing on a yellow notepad.

DESARROLLO

Cómo te ves en un futuro

Imagina cómo te ves, con relación a tu marca personal y tu aporte en el mundo, dentro de 1, 5 y 10 años. Haz una descripción detallada sobre, qué estás haciendo, con quién estás, a qué te dedicas, cuál es tu principal fuente de ingresos, cuánto estás facturando al mes, etc.



¿Cómo te ves dentro de 10 años?

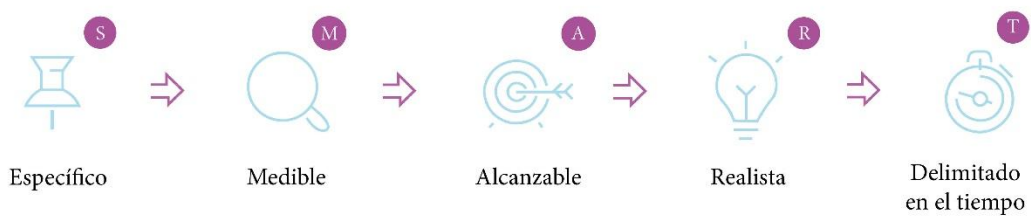
¿Cómo te ves dentro de 5 años?

¿Cómo te ves dentro de 3 años?

¿Cómo te ves con el paso de 1 año?

Objetivos Smart

Los objetivos inteligentes SMART, son aquellos que están muy bien definidos y de los cuales vas a obtener mayor claridad en el proceso de desarrollo de tu marca personal, va a definir tu trayectoria y tus pasos a seguir. Tus objetivos deben tener las siguientes características:

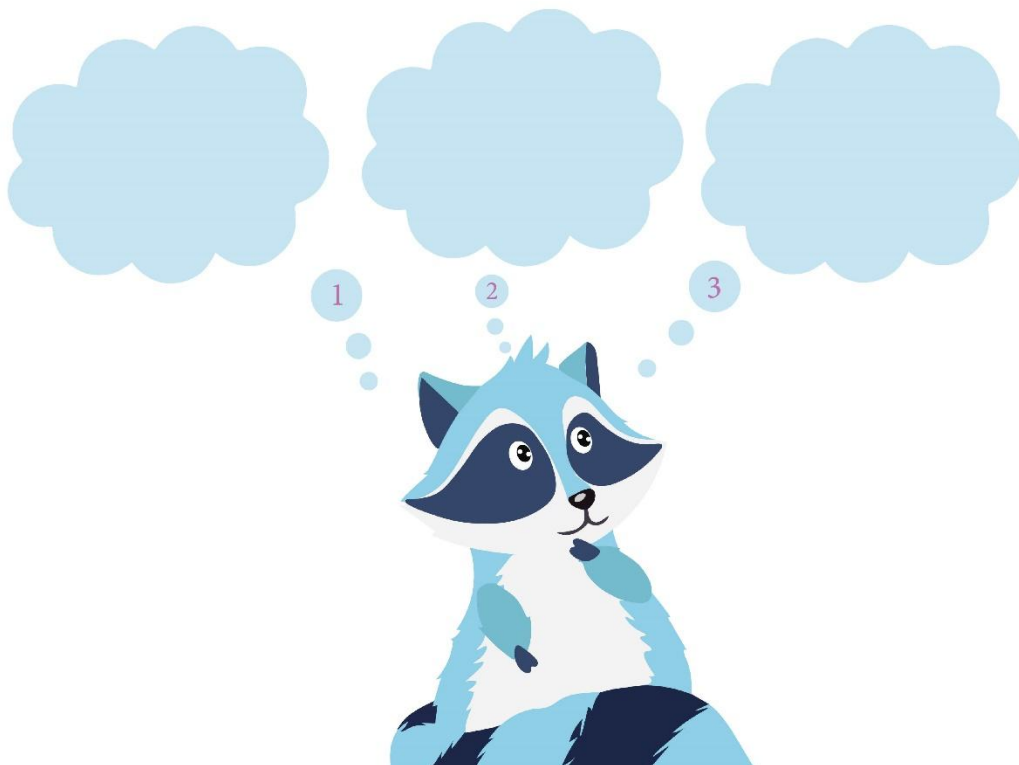


Ahora vas a construir tus objetivos inteligentes, para ello elige 3 objetivos que quieras lograr con tu marca personal siguiendo las características SMART, las áreas más recomendables son:

Aumentar tu red de seguidores y comunidad

Posicionarte en tu sector como referente

Aumentar tu fuente de ingresos



Diseña tu producto o servicio

En esta plantilla trabaja el diseño de tu servicio o producto.

● Describe a tu cliente ideal

● Qué problema resuelves

● Qué beneficios le aportas

● Describe las características técnicas

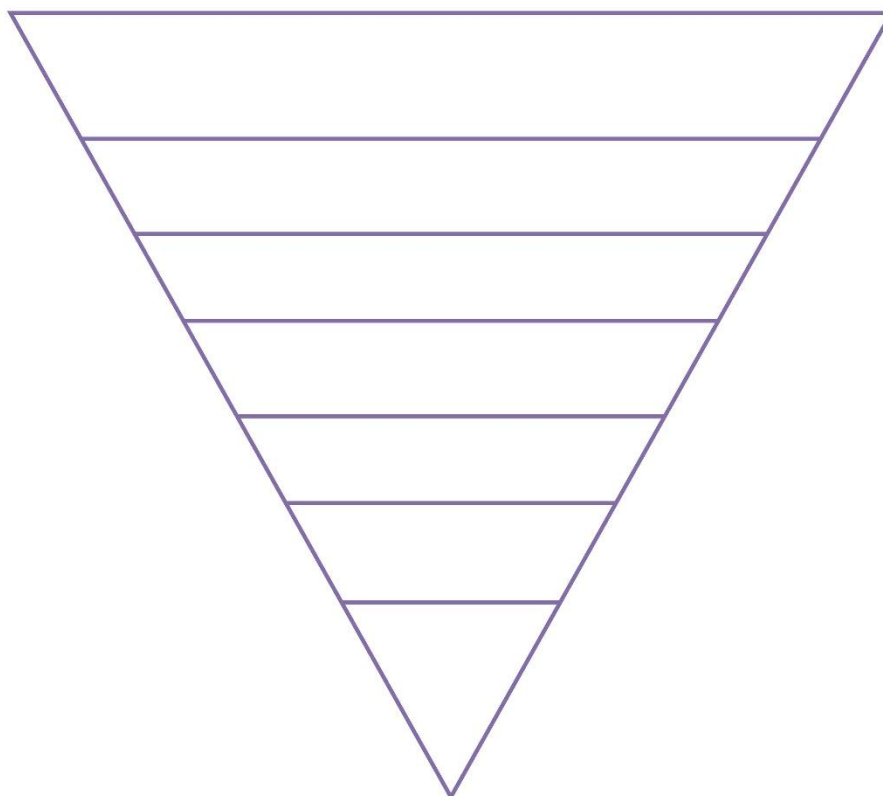
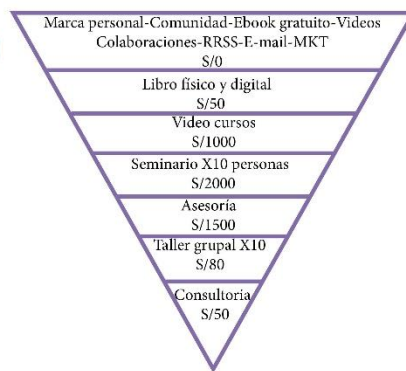
● Nombre de tu marca personal

● Escribe lo que necesitas para su producción

● Precio considerado

● Fecha de lanzamiento

Diseña tu funnel de venta



Cliente ideal



Mi cliente ideal					
Sexo %	Rango de edad	Situación familiar	Ingresos	Trabajo	Ubicación
Femenino					
Masculino					

Contesta a las preguntas sobre tu cliente en base al producto o servicio que vas a lanzar al mercado

● Qué Piensa :

● Qué Ve :

● Qué Dice :

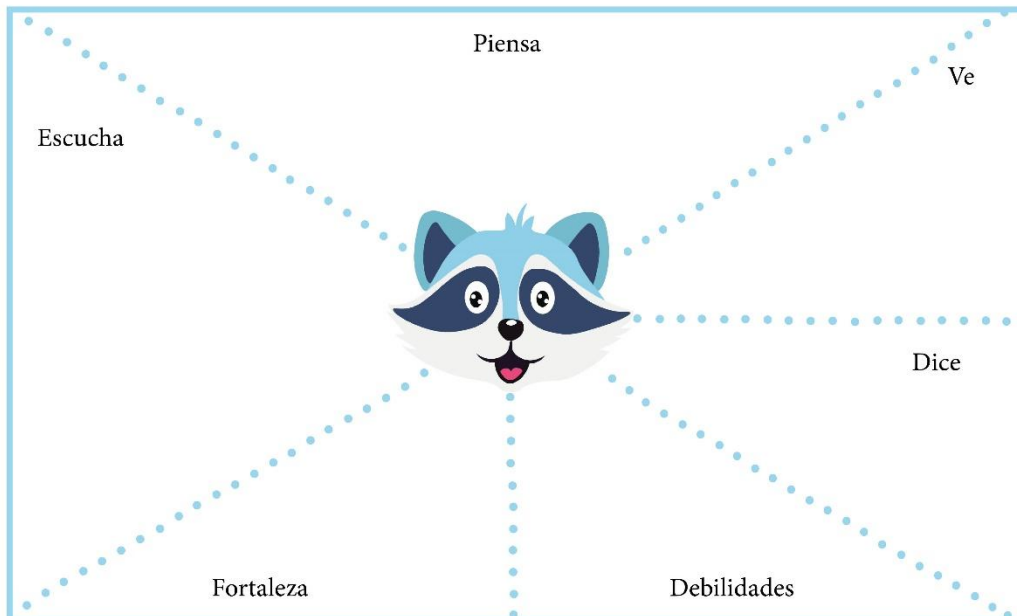
● Describe sus debilidades :

● Qué Escucha :

● Describe sus fortalezas :

MAPA DE EMPATÍA

Selección al cliente ideal que puede estar interesado en tu producto o servicio y llena el mapa de empatía.



LANZAMENTO

Modelo de negocio para tu marca personal

El modelo de negocio nos ayuda a tener una visión clara de lo que tenemos actualmente y lo que aspiramos obtener, también puedes plasmar aquello en lo que estás trabajando actualmente, esto te ayudará a definir las áreas que tienes que mejorar, para evolucionar, avanzar y crecer.

Socio clave	Actividades clave	Tu propuesta de valor	¿Cómo estableces las relaciones?	Cliente ideal
	Recursos clave		Canales de difusión	
Fuente de gastos			Fuente de ingresos	

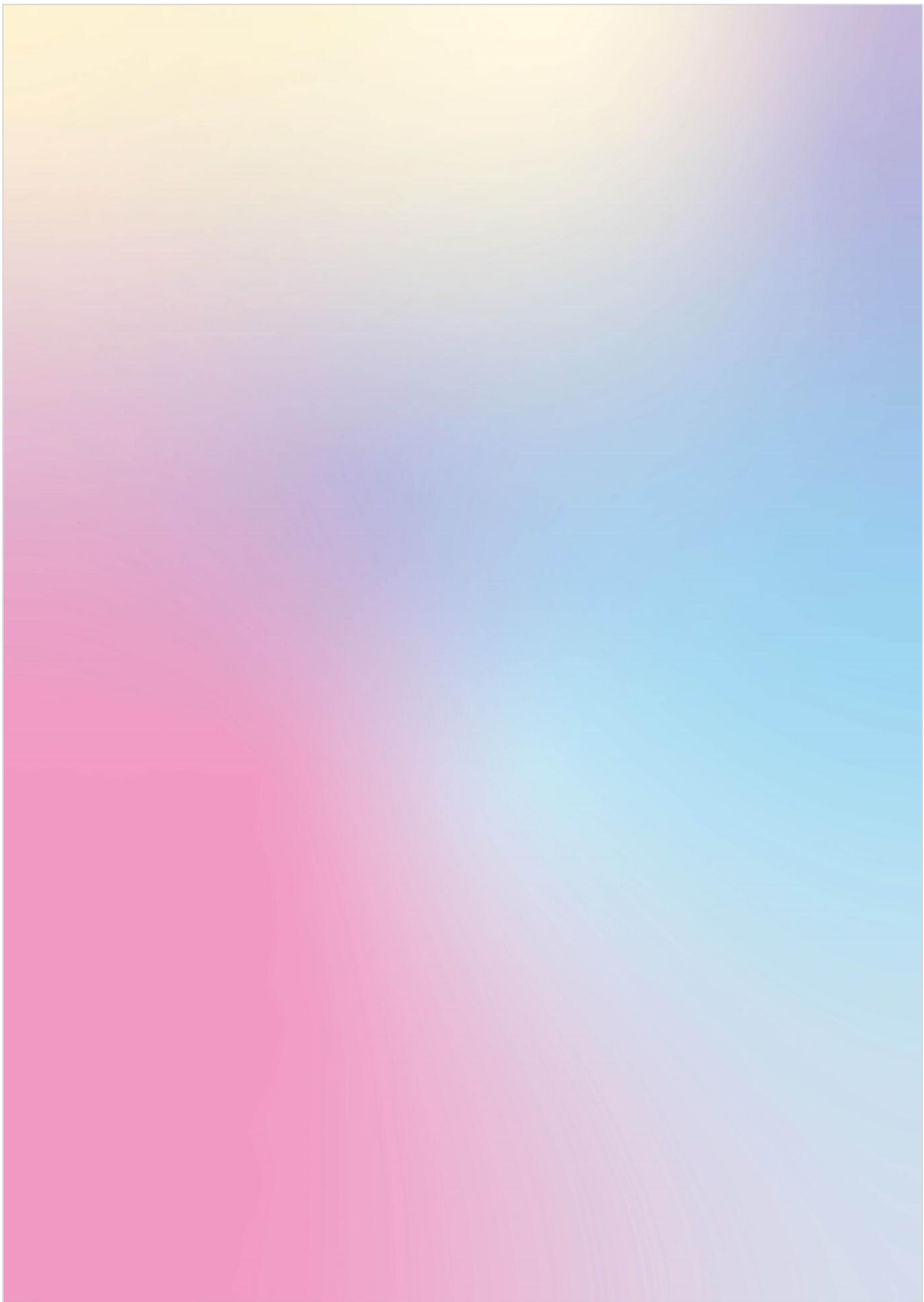


¡Felicidades! Ya definiste tu primera versión de modelo de negocio, recuerda revisarlo cada cierto tiempo e ir ajustando algunos cambios necesarios según cómo se desenvuelva tu negocio.

RECOMENDACIONES

- **Define un plan y toma acción:** Todos los resultados que obtuviste aquí son claves para tu desarrollo y el buen desenvolvimiento de tu marca personal, pero necesitas tomar acción y empezar a trabajar en tus sueños.
- **Se constante:** Las cosas no llegan de la noche a la mañana, así que, si aún no tuviste buenos resultados, verifica que necesitas para seguir creciendo, la constancia te llevara al éxito.
- **Cambia de plan, mas no la meta:** Si las cosas no estaban saliendo como lo esperabas, no te rindas y sigue buscando estrategias que te ayuden a obtener resultados óptimos.





3.3. Consideraciones finales

Conclusiones

Se diagnosticó que el estado de la imagen profesional del egresado ADGE de la USS, es óptima en el ámbito del laboral, debido a que más de la mitad de los entrevistados (80%), manifestaron que el diseñador que labora o laboró en su empresa, cuenta con las cualidades, valores y conocimientos necesarios para el perfil del puesto en el que se desenvuelve. Tal es así que, lo que más resalta del profesional es la responsabilidad, puntualidad, originalidad, creatividad, organización y trabajo en equipo.

En cuanto al uso del personal branding en los egresados podemos deducir que la mayoría si ha tenido un buen desenvolvimiento en su trabajo y por ende su imagen profesional ha sido efectiva, pues la mayoría de los jefes ha reconocido que sus trabajadores realizan los encargos con responsabilidad, donde cada uno ha destacado en un área de diseño diferente según sus capacidades y habilidades.

Se identificaron los factores, características, y tipos de posicionamiento, que ha tenido el egresado de ADGE en el mercado laboral, de las cuales los factores que más resaltan en el profesional son la percepción que ha dejado en el desarrollo de sus actividades diarias y la voluntad que tienen para seguir aprendiendo y creciendo, en cuanto a las características destaca la relevancia e importancia que tiene su trabajo para sus respectivos jefes, finalmente el tipo de posicionamiento que tiene el egresado es el posicionamiento diferenciado, el cual se destaca de otros profesionales por su nivel de investigación, valores y la puntualidad en su trabajo.

Se elaboró y diseñó una propuesta como modelo de personal branding, a fin que el profesional egresado de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, empiece a gestionar el personal branding como estrategia, que le permita destacar e integrarse efectivamente como referente en el mercado laboral chiclayano.

Recomendaciones

Se recomienda que el profesional egresado de artes & diseño gráfico empresarial, se siga capacitando constantemente para mejorar su nivel intelectual y actualizar sus conocimientos técnicos, buscando que su imagen profesional siga siendo positiva en el mercado laboral.

Se recomienda a los egresados de la escuela profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS, gestionar el personal branding, como herramienta que les permita posicionar su imagen profesional como referente en el mercado laboral, partiendo de la etapa del autoconocimiento, identificando fortalezas, habilidades, capacidad y aspectos que puedan mejorar, a fin que se planteen metas y objetivos hasta llegar a la etapa de lanzamiento y creación de la marca personal.

Se recomienda que los egresados de artes & diseño gráfico empresarial de la USS busquen posicionar su imagen en el mercado, partiendo de sus habilidades, características y factores que más los representen, así mismo identificar que tipo de posicionamiento desean tener en el mercado laboral para hacer más efectiva esta práctica.

Se recomienda que los egresados de ADGE de la USS, empleen el modelo de personal branding propuesto en esta investigación, porque este modelo representa una herramienta más didáctica, fácil de comprender y cuenta con información más sintetizada, a fin de no dificultar su comprensión o aburrir a quién busque gestionar el personal branding.

REFERENCIAS

- Adan, P. (2014). Generar confianza. En P. Adan, *El Reto: estrategia personal para tiempos de incertidumbre*. España. <https://pabloadan.es/generar-confianza/>
- Aguilar, M., González, A., & Céspedes, S. (s/f). El branding personal como estrategia del egresado universitario en la aspiración laboral. *Universidad Autónoma de Nuevo León*.
<http://eprints.uanl.mx/13501/1/El%20Branding%20como%20estrategia.%20Dr.%20Artero%20Gonzalez..pdf>
- Aguirre, C. (2014). Personal Branding, hacia la excelencia y la empleabilidad por la marca personal. *The Power of Branding*. <http://www.five365.com/wp-content/uploads/2014/04/resumenlibro-personal-branding.pdf>
- Barreto, C., & Ruiz, Y. (2015). *Identidad profesional en estudiantes del decimo ciclo de la facultad de enfermería de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo- Lambayeque 2015*. Chiclayo, Perú.
<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/175/BC-TES-3942.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bernal, C. (2019). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson .
- Bernal, J., Cifuentes, R., & Garnica, R. (2020). Importancia de la marca personal en la formación de profesionales de la administración de empresas. *ProQuest*.
<https://search.proquest.com/docview/2450765246?accountid=39560>
- Beteta, A. (2011). Personal Branding. En *Personal Branding, hacia la excelencia y la empleabilidad*. Madrid, España: Madrid Excelente.
https://www.academia.edu/19909822/LIBRO_PERSONAL_BRANDING
- Cabrera, M. (2013). *Marca personal en redes sociales*. Valencia, España.
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/30568/marca%20personal%20en%20redes%20sociales.pdf?sequence=1>
- Carabajo, J., & Chila, M. (2017). *ANÁLISIS DE LA TASA DE DESEMPLEO DE LOS PROFESIONALES DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL PERIODO, 2015-2016*". Guayaquil, Ecuador.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40591/2/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20TASA%20DE%20DESEMPLEO%20DE%20LOS%20PROFESIONALES%20D>

E%20LA%20CARRERA%20DE%20INGENIER%20C3%8DA%20COMERCIAL%20DE%20LA.pdf

- Carrillo, E. (Noviembre de 2015). Branding personal: hacia una nueva perspectiva profesional. *Memoria del IX Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/9/9>
- Collel, J. (2015). La diferenciación asusta a los cobardes. En G. Recolons, J. Collel, A. Herms, X. Roca, F. Segarra, P. Fernandez, . . . R. Castro, *Personal Branding 3.0. Valores al alza. Cinco años de marca personal intensiva* (pág. 128). https://www.orientamartamouliiaa.es/wp-content/uploads/2017/08/Personal-branding-3_SoymiMarca-2015.pdf
- Dávila, B. (2017). *Manejo de las dimensiones del marketing personal por los egresados de ciencias de la comunicación social que trabajan en el primer semestre del año 2017 en Puno*. Puno, Perú. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5432/D%C3%A1vila_Calizaya_Brayan_Edson.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Dulanto, M., Jiménez, F., & Libio, M. (2018). *La marca personal como estrategia de empleabilidad para profesionales que cursan estudios de posgrado en las principales escuelas de negocios de la ciudad de Lima*". Lima, Perú. https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2266/Marielena_Tesis_maestria_2018.pdf?sequence=1
- Escuela académico profesional de artes & diseño gráfico empresarial. (2020). *Egresados - Bachilleres y Titulados. 2014 - 2020*. Chiclayo.
- Gestión, D. (20 de Diciembre de 2018). Gestión. (X. Martínez, Ed.) *Empleabilidad en el Perú: ¿Cuáles son los retos para el 2019?* <https://gestion.pe/economia/management-empleo/empleabilidad-peru-son-retos-2019-253406-noticia/>
- González, A., & Céspedes, S. (s/f). EL BRANDING PERSONAL COMO ESTRATEGIA DEL EGRESADO UNIVERITARIO EN LA ASPIRACIÓN LABORAL. *Universidad Autónoma de Nuevo León*. <http://eprints.uanl.mx/13501/1/EI%20Branding%20como%20estrategia.%20Dr.%20Arturo%20Gonzalez..pdf>
- Hernandez, R. (2017). *Metodología de la investigación*. El oso.com. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Huertas, C., & Nicuesa, S. (2018). *Personal branding y empleabilidad de los egresados de la carrera de administración de una universidad privada de la ciudad de Chimbote-2018*. Chimbote, Perú.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28982/Huertas_LC-Nicuesa_VS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Humlerova, V., & Švec, R. (Noviembre de 2017). Automarketing y branding personal como habilidades necesarias de los graduados universitarios. *ProQuest*, 45-51.
<https://search.proquest.com/docview/1966385501?accountid=39560>
- Ibañez, J. L., & Manzano, R. (2008). *Posicionamiento: elemento clave de la estrategia de marketing*. Madrid, España: IE Bussines School.
http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/posicionamiento_1563557948.pdf
- Industria, L. (31 de Agosto de 2019). Más de 200 mil jóvenes están desempleados. *Jóvenes piden mejores oportunidades laborales*.
<https://www.laindustriadechiclayo.pe/noticia/1567468605-mas-de-200-mil-jovenes-estan-desempleados->
- Leyva, A. (2014). *Marketing en esencia: gestiona tu marca personal, profesional y empresarial*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
<https://elibro.net/es/lc/bibsipan/titulos/113878>
- Manterola, C., & Otzen, T. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Scielo*. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037
- Meldini, A. (s/f). *Estrategia de Branding*.
https://www.academia.edu/33509312/Estrategia_de_Branding
- Monteferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing* (Vol. 1). España: UNE.
<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Montero, D., & El Kadi, O. (2017). Marca personal para el posicionamiento de los creadores visuales. *Marketing visionario*, 21.
https://www.researchgate.net/profile/Omar_El_Kadi/publication/326673381_MARCA_PERSONAL_PARA_EL_POSICIONAMIENTO_DE_LOS_CREADORES_VISUALES/links/5b5ce8b7a6fdccf0b2fe8e3f/MARCA-PERSONAL-PARA-EL-POSICIONAMIENTO-DE-LOS-CREADORES-VISUALES.pdf

- OIT. (2000). *La formación para el empleo: La inserción social, la productividad y el empleo de los jóvenes*. https://www.oitinterfor.org/sites/default/files/file_articulo/oit_1.pdf
- Padilla, J. (2017). *La inserción al mercado laboral de los egresados de los programas de licenciaturas administrativas de Centro Universitario de Los Altos*. Guadalajara, Mexico.
http://repositorio.cualtos.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/608/1/Tesis_Insercion%20de%20egresados%20administrativos%20de%20CUALTOS.pdf
- Paredes, A., Sarmiento, M., & Stefos, E. (2016). Perfil de los desempleados Ecuatorianos. Un análisis multidimensional. *Revista PUCE*, 41.
- Parra, J., & Martínez, L. (2013). *Manual de marketing personal*. Cali, Colombia.
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76696/1/manual_marketing_personal.pdf
- Peña, Y. (2014). El personal branding como herramienta para el futuro profesional de Gestión Tecnológica del Deporte. Caso UDS. *EFDeportes.com*.
<https://www.efdeportes.com/efd195/el-personal-branding-para-el-futuro-profesional.htm>
- Pereira, J. (2017). *Personal Branding como estrategia para crear posicionamiento profesional en bogotá*. Bogotá, Colombia.
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16430/VelasquezJoyaJennyPaola2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Perez, A. (18 de Abril de 2011). *Puro Marketing*. 4 factores indispensables para el posicionamiento profesional y el Branding Personal:
<https://www.puromarketing.com/29/9614/factores-indispensables-para-posicionamiento-profesional-branding-personal.html>
- Pérez, A. (2011). El Plan. ¿Qué tengo que hacer? En *El personal branding, hacia la excelencia y la empleabilidad por la marca personal* (pág. 157).
<https://www.andresperezortega.com/documentos/LibroJornadaPersonalBranding.pdf>
- PYMEX. (02 de julio de 2020). *PYMEX*. Obtenido de <https://pymex.com/noticias/peru/que-universidades-son-las-preferidas-de-las-empresas-peruanas/>
- Reyes, A. (2017). *Gestión de Branding Personal en los medios sociales digitales para mejorar el posicionamiento de los estudiantes de los estudiantes del IX ciclo de la escuela profesional de Administración de la Universidad Nacional de Trujillo I semestre 2017*. Trujillo, Perú.

http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/9522/reyesgil_anali.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rincón, E., & Valencia, P. (2018). Contexto general sobre el desempleo universitario en Colombia, caso : egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle periodo 2016-2018. *Universidad de La Salle*, 34.
- Riquero, M. (2017). *Estrategias de marketing personal para optimizar la participación en un proceso de selección de los estudiantes de noveno y décimo ciclo de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad de Lambayeque en el año 2016*. Chiclayo, Perú.
<https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/107/3/Tesis%20Mariana%20Riquero%20Castillo.pdf>
- Rosado, S. (2017). *Aproximación al personal branding. Construcción de la marca personal*. España.
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/63246/TFG%20SANDRA%20ROSADO-%20%20%20compressed%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- RPP. (07 de Junio de 2018). Lambayeque: el 40% de los jóvenes que egresa de la universidad no tiene trabajo. *Semana del Empelo se desarrolla en el colegio San José hasta el 8 de junio*. <https://rpp.pe/peru/lambayeque/lambayeque-el-40-de-los-jovenes-que-egresa-de-la-universidad-no-tiene-trabajo-noticia-1127831?ref=rpp>
- Rúbio, R. (2020). *El poder de tu marca personal*. España: Bubok Publishing S.L.
<https://elibro.net/es/lc/bibsipan/titulos/129119>
- Sánchez, A. M. (2020). *Diseño de investigación, principios teóricos-metodológicos y prácticos para su concreción*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Toro, A. (2015). *Marca personal en medios sociales digitales: propuesta de un modelo de autogestión*. Madrid, España. <https://eprints.ucm.es/31130/1/T36220.pdf>
- Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 155-165.
- Vásconez, M. (2011). *Desarrollo de un modelo de marketing personal aplicado a los estudiantes de la carrera ingeniería comercial de la pontificia universidad católica del Ecuador*. Quito, Ecuador.
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/3091/T-PUCE-3480.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vázquez, M., & Bravo, J. (2018). Innovación y competitividad de negocios, perspectivas para el desarrollo económico. En J. Bravo, J. Juárez, J. Orozco, P. Cruz, & D. d. Caldera, *Innovación y competitividad de negocios, perspectivas para el desarrollo económico* (Primera edición ed., pág. 266). Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara. <http://www.cta.cuc.udg.mx/publicaciones/2018%20-%20Innovacion%20y%20competitividad%20de%20negocios.pdf>

Vicuña, I. (2014). *Personal Branding*. España.
https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/11962/IGNACIO%20VICU%C3%91A%20FERN%C3%81NDEZ_TFG_NOV-13.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

TÍTULO: “Personal branding como herramienta para posicionar la imagen profesional de los egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS”

PROBLEMA	OBJETIVOS	JUSTIFICACIÓN	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
¿De qué manera se puede proponer un modelo de personal branding basado en el posicionamiento de la imagen profesional de los egresados de la Escuela Profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial en la Universidad Señor de Sipán?	<p>OBJETIVO GENERAL Proponer un modelo de personal branding basado en el posicionamiento de la imagen profesional de los egresados de la Escuela Profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial en la Universidad Señor de Sipán.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Establecer un modelo de personal branding basado en los factores, características y tipos de posicionamiento de la imagen para egresados de artes & diseño gráfico empresarial.</p> <p>Diagnosticar el estado actual del posicionamiento de la imagen profesional de los egresados de la escuela profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial en el mercado laboral chiclayano.</p> <p>Diseñar un modelo de Personal Branding para los egresados de la Escuela de Arte & Diseño Gráfico Empresarial que aporte a posicionar su imagen profesional.</p>	Esta investigación se realiza porque permitirá establecer un modelo de personal branding para el posicionamiento de la imagen profesional, a fin que, los egresados de la Escuela Profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS, hagan uso o empleen el personal branding como herramienta para que mejoren su imagen profesional y se posicionen en el mercado laboral chiclayano.	<p>Personal branding Las 4 p marketing personal</p> <p>La marca -Principios básicos para crear una M.P -Bases para desarrollar tu M. P -Etapas para gestionar una M. P</p> <p>Posicionamiento -Factores de P -Empleabilidad e imagen profesional -Estrategias -Características -Errores de P -Tipos y etapas</p>	La propuesta de un modelo de personal branding basado en el posicionamiento de la imagen profesional de los egresados de la Escuela Profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial aporta en la gestión de la empleabilidad en la Universidad Señor de Sipán	<p>VARIABLE 1.</p> <p>Personal branding</p> <p>VARIABLE 2</p> <p>Posicionamiento de imagen profesional</p>	<p>-Persona -Precio -Plaza -Promoción -Relevancia -Confianza -Notoriedad -Percepción -Voluntad -Capacidad -Propuesta de valor -Diferenciación -Relevancia -Único -Creíble -Posicionamiento de confrontación directa -Posicionamiento diferenciado</p>	<p>DESCRIPTIVO O PROPOSITIVO O</p>	<p>CUESTIONARIO SEMIESTRUCTURADO (ENTREVISTA)</p>

CUESTIONARIO SEMIESTRUCTURADO SOBRE “EL PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN”.

Estimado Participante:

El presente cuestionario semiestructurado, tiene como objetivo diagnosticar el estado actual del posicionamiento de la imagen profesional de los egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial en el mercado laboral, con la finalidad de proponer un modelo de personal branding; por ello agradecemos su compromiso y participación en esta investigación, del mismo modo le agradecemos y aseguramos ser confidenciales con sus respuestas.

Por favor completar los campos requeridos a continuación:

Datos Generales:

Fecha: _____

Sexo: (1) Femenino (2) Masculino

Edad (años): _____

A continuación, deberá responder las siguientes interrogantes:

Preguntas

1. Diga Ud. ¿Qué imagen proyecta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, como persona y trabajador de su empresa? Describir el comportamiento.
2. ¿Ud. Observó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando para su empresa?
3. ¿Ud. Considera que el sueldo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial es justo?
4. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, representa un crecimiento económico para su empresa? De representar un crecimiento económico para su empresa, ¿estaría dispuesto a aumentarle el sueldo?
5. ¿Ud. Considera que cuenta con un espacio acondicionado para el área de diseño dentro de su empresa? Cuenta con equipamiento para realizar las labores de diseño

6. ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, se siente a gusto y cómodo trabajando en un espacio que lo motive e inspire dentro de su empresa? ¿Ud. gestiona capacitaciones, talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes & diseño gráfico empresarial?
7. ¿De qué forma Ud. conoció al profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa?
8. ¿Ud. Considera necesario que un profesional de artes & diseño gráfico empresarial, exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales, para que tenga más posibilidades de ser contratado por diversas empresas?
9. ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio?
10. Diga Ud. ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su organización?
11. ¿Ud. ha podido observar que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial presenta actitudes que dan cuenta de su auto confianza?
12. A partir del desempeño laboral observado ¿Usted confía en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su organización?
13. ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, tiene notoriedad dentro de su empresa; es decir, su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir por sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?
14. ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?
15. ¿Ud. Conoce cuáles son las actividades que realiza un profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro su empresa?
16. ¿Cómo percibe Ud. al profesional de artes & diseño gráfico empresarial en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?

17. ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su empresa?
18. ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?
19. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?
20. ¿Ud. cree que el profesional de artes y diseño gráfico empresarial tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requiere su empresa?
21. ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de artes & diseño gráfico empresarial, que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?
22. ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS comparado con el de otras casas de estudio?
23. ¿Ud. Considera necesario que todo profesional de artes & diseño gráfico empresarial cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización, para que lo aplique en su centro laboral?
24. Diga Ud. ¿Se puede comparar la ética laboral del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, de la USS comparado con el de otras casas de estudio?
25. ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa es reconocido por otras personas o instituciones? ¿Cómo se expresan de él?
26. ¿Ud. Considera que el trabajo que realiza el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones para su empresa?
27. De ser el caso. Cuando usted realizó el proceso de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes & diseño gráfico empresarial frente a otras personas que postulaban para el mismo cargo?

28. Diga Ud. ¿Cuán original es el trabajo realizado por el profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro de su empresa?
29. ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial para su empresa, frente a otros diseñadores?
30. ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?
31. ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial inspira confianza tanto en el público interno como externo de la organización?
32. ¿Ud. Notó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?
33. ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial posee una conciencia ambiental que lo motivare a actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?
34. ¿Reconoció Ud. Si el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?
35. ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS tiene ostenta una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea? ¿De qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

CUESTIONARIO SEMIESTRUCTURADO SOBRE “EL PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN”.

AUTOR

Campos Requejo Fabiola Heidy

Saavedra Neyra Ericka

ASESOR METODOLÓGICO

Diego Alonso Cáceres Baca

2022

Solicitud

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

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión de los instrumentos anexados, los cuales tienen como objetivo de obtener la validación los instrumentos de investigación: **cuestionario semiestructurado dirigido a los jefes de egresados de la carrera profesional de Artes & Diseño gráfico empresarial de la Universidad Señor de Sipán**, que se aplicarán para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada **PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA POSICIONAR LA IMAGEN PROFESIONAL DE EGRESADOS DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL DE LA USS**.

Acudo a usted debido a su experiencia y conocimiento en el área, los cuales aportarán una útil y completa información para la culminación exitosa de este proyecto de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Campos Requejo Fabiola Heidi



Saavedra Neyra Ericka

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Diego Alonso Baca Cáceres

Centro laboral: Universidad Señor de Sipán

Título profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

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

Institución donde lo obtuvo: Universidad Nacional de Trujillo

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

2. Instrucciones

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

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

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

3. Juicio de experto

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

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

Nota: Índice de validación del juicio de experto (lvje) = $[75 / 75] \times 100 = 100$

4. Escala de validación

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

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):

Instrumento apto para su aplicación.

6. Constancia de Juicio de experto

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

1. Campos Requejo Fabiola Heidi
2. Saavedra Neyra Ericka

En la investigación denominada: **Personal branding como herramienta para posicionar la imagen profesional de egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS.**



.....
Diego Alonso Baca Cáceres

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

CUESTIONARIO SEMIESTRUCTURADO SOBRE “EL PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN”.

AUTOR

Campos Requejo Fabiola Heidy

Saavedra Neyra Ericka

ASESOR METODOLÓGICO

Diego Alonso Cáceres Baca

2022

Solicitud

Estimado (a) señor (a): Lezzy Minerva Esparza Castillo

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión de los instrumentos anexados, los cuales tienen como objetivo de obtener la validación los instrumentos de investigación: **cuestionario semiestructurado dirigido a los jefes de egresados de la carrera profesional de Artes & Diseño gráfico empresarial de la Universidad Señor de Sipán**, que se aplicarán para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada **PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA POSICIONAR LA IMAGEN PROFESIONAL DE EGRESADOS DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL DE LA USS**.

Acudo a usted debido a su experiencia y conocimiento en el área, los cuales aportarán una útil y completa información para la culminación exitosa de este proyecto de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Campos Requejo Fabiola Heidy



Saavedra Neyra Ericka

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS N°01

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Lezzy Minerva Esparza Castillo.

Centro laboral: Universidad Señor de Sipán

Título profesional: Ciencia de la Comunicación

Grado: Magíster Mención: Gestión Comercial y Comunicaciones de Marketing

Institución donde lo obtuvo: Universidad Privada Antenor Orrego – UPAO

2. Instrucciones

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

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa (x) las categorías implementadas en el siguiente cuadro:

1: Muy malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy bueno

3. Juicio de experto

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

6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)					X
7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido					X
8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					X
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular (orden)				X	
10. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad (extensión)				X	
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado (inocuidad)					X
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)				X	
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)					X
14. Grado de relevancia del instrumento (visión general)					X
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					X
Puntaje parcial				16	55
Puntaje total	71				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (Ivje) = $[71 / 75] \times 100 = 94.6$

4. Escala de validación

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

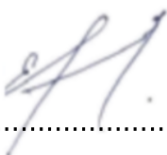
3. **Conclusión general de la validación y sugerencias** (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):
Lo aplicado por los investigadores es coherente a las líneas y variables de investigación.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Lezzy Minerva Esparza Castillo con DNI. N° 43296647 certifico que realicé el juicio del experto del instrumento diseñado por las tesis.

1. Campos Requejo Fabiola Heidi
2. Saavedra Neyra Ericka

En la investigación denominada: **Personal branding como herramienta para posicionar la imagen profesional de egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS.**



.....
Mg. Lezzy Minerva Esparza Castillo

DNI. N° 43296647

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

CUESTIONARIO SEMIESTRUCTURADO SOBRE “EL PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN”.

AUTOR

Campos Requejo Fabiola Heidy

Saavedra Neyra Ericka

ASESOR METODOLÓGICO

Diego Alonso Cáceres Baca

2022

Solicitud

Estimado (a) señor (a): Cinthya Bravo Adanaqué

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión de los instrumentos anexados, los cuales tienen como objetivo de obtener la validación los instrumentos de investigación: **cuestionario semiestructurado dirigido a los jefes de egresados de la carrera profesional de Artes & Diseño gráfico empresarial de la Universidad Señor de Sipán**, que se aplicarán para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada **PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA POSICIONAR LA IMAGEN PROFESIONAL DE EGRESADOS DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL DE LA USS.**

Acudo a usted debido a su experiencia y conocimiento en el área, los cuales aportarán una útil y completa información para la culminación exitosa de este proyecto de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Campos Requejo Fabiola Heidi



Saavedra Neyra Ericka

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS N°01

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Cinthya Bravo Adanaqué.

Centro laboral: Universidad Señor de Sipán

Título profesional: Licenciada en Artes & Diseño Gráfico Empresarial.

Grado: Magíster en Administración y Marketing

Institución donde lo obtuvo: Universidad Señor de Sipán

2. Instrucciones

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

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa (x) las categorías implementadas en el siguiente cuadro:

1: Muy malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy bueno

3. Juicio de experto

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

6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia)				X	
7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido					X
8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo)					X
9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular (orden)					X
10. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad (extensión)				X	
11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado (inocuidad)					X
12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general)					X
13. Grado de objetividad del instrumento (visión general)					X
14. Grado de relevancia del instrumento (visión general)					X
15. Estructura técnica básica del instrumento (organización)					X
Puntaje parcial					
Puntaje total					70

Nota: Índice de validación del juicio de experto (Ivje) = $[70 / 75] \times 100 = 93.3$

4. Escala de validación

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

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):
Instrumento apto para su aplicación.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Cinthya Bravo Adanaqué identificado con DNI. N°45456934 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por las tesisistas.

1. Campos Requejo Fabiola Heidy
2. Saavedra Neyra Ericka

En la investigación denominada: **Personal branding como herramienta para posicionar la imagen profesional de egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS.**



.....
Mg. Cinthya Bravo Adanaqué

VALIDACIÓN DE PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

GUÍA PARA GESTIONAR EL PERSONAL BRANDING DIRIGIDO A LOS EGRESADOS DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

AUTOR

Campos Requejo Fabiola Heidy

Saavedra Neyra Ericka

ASESOR METODOLÓGICO

Diego Alonso Cáceres Baca

2022

Solicitud

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

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión de la propuesta de investigación, el cual tiene como objetivo obtener la validación de la propuesta de investigación: **Guía para gestionar el personal branding dirigido a los egresados de la carrera profesional de Artes & Diseño gráfico empresarial de la Universidad Señor de Sipán**, que se aplicarán para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada **PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA POSICIONAR LA IMAGEN PROFESIONAL DE EGRESADOS DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL DE LA USS.**

Acudo a usted debido a su experiencia y conocimiento en el área, los cuales aportarán una útil y completa información para la culminación exitosa de este proyecto de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Campos Requejo Fabiola Heidi



Saavedra Neyra Ericka

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS N°01

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Diego Alonso Baca Cáceres.

Centro laboral: Universidad Señor de Sipán

Título profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Grado: Magister en Ciencias Sociales

Institución donde lo obtuvo: Universidad Nacional de Trujillo

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tiene que evaluar con criterio ético y precisión científica, la validez de la propuesta de investigación (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicha propuesta, marca con un aspa (x) las categorías implementadas en el siguiente cuadro:

1: Muy malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy bueno

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las etapas de la propuesta responden correctamente a una guía de gestión de personal branding (visión general)					X
2. Coherencia entre las etapas y cuestionario de la propuesta (visión general)					X
3. La cantidad de ejercicios propuestos ayudan a tener una visión objetiva en la gestión de personal branding (visión general)					X
4. Los ejercicios están redactados en forma clara y precisa, sin confusión (claridad y precisión)					X
5. Los ejercicios tienen relación con los temas tratados en la investigación (coherencia)					X

6. Los ejercicios han sido redactados teniendo en cuenta los objetivos de la investigación (pertinencia y eficacia)					X
7. Los ejercicios establecidos tienen relación con el contenido de la investigación					X
8. La propuesta de investigación es dinámica, para no cansar al lector (control de sesgo)					X
9. Los ejercicios están elaborados de forma ordenada siguiendo las etapas de gestión de personal branding (orden)					X
10. Los ejercicios de la propuesta, son necesarios para la gestión del personal branding (extensión)					X
11. La guía P.B no constituyen riesgo para el encuestado (inocuidad)					X
12. Calidad en la redacción de los ejercicios (visión general)					X
13. Grado de objetividad de la propuesta (visión general)					X
14. Grado de relevancia de la propuesta (visión general)					X
15. Estructura técnica básica de la propuesta (organización)					X
Puntaje parcial					75
Puntaje total	75				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (Ivje) = $[75 / 75] \times 100 = 100$

4. Escala de validación

Muy baja	Baja	Regular	Alta	Muy Alta
00-20 %	21-40 %	41-60 %	61-80%	81-100%
La propuesta de investigación está observada			La propuesta de investigación requiere reajustes para su aplicación.	La propuesta de investigación está apto para su aplicación.

Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado): Instrumento apto para su aplicación.

6. Constancia de Juicio de experto

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

1. Campos Requejo Fabiola Heidy
2. Saavedra Neyra Ericka

En la investigación denominada: **Personal branding como herramienta para posicionar la imagen profesional de egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS.**



.....
Diego Alonso Baca Cáceres

VALIDACIÓN DE PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

GUÍA PARA GESTIONAR EL PERSONAL BRANDING DIRIGIDO A LOS EGRESADOS DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

AUTOR

Campos Requejo Fabiola Heidy

Saavedra Neyra Ericka

ASESOR METODOLÓGICO

Diego Alonso Cáceres Baca

2022

Solicitud

Estimado (a) señor (a): Lezzy Minerva Esparza Castillo

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión de la propuesta de investigación, el cual tiene como objetivo obtener la validación de la propuesta de investigación: **Guía para gestionar el personal branding dirigido a los egresados de la carrera profesional de Artes & Diseño gráfico empresarial de la Universidad Señor de Sipán**, que se aplicarán para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada **PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA POSICIONAR LA IMAGEN PROFESIONAL DE EGRESADOS DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL DE LA USS.**

Acudo a usted debido a su experiencia y conocimiento en el área, los cuales aportarán una útil y completa información para la culminación exitosa de este proyecto de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Campos Requejo Fabiola Heidi



Saavedra Neyra Ericka

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS N°01

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Lezzy Minerva Esparza Castillo.

Centro laboral: Universidad Señor de Sipán

Título profesional: Ciencia de la Comunicación

Grado: Magíster Mención: Gestión Comercial y Comunicaciones de Marketing

Institución donde lo obtuvo: Universidad Privada Antenor Orrego – UPAO

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tiene que evaluar con criterio ético y precisión científica, la validez de la propuesta de investigación (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicha propuesta, marca con un aspa (x) las categorías implementadas en el siguiente cuadro:

1: Muy malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy bueno

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las etapas de la propuesta responden correctamente a una guía de gestión de personal branding (visión general)					X
2. Coherencia entre las etapas y cuestionario de la propuesta (visión general)					X
3. La cantidad de ejercicios propuestos ayudan a tener una visión objetiva en la gestión de personal branding (visión general)					X
4. Los ejercicios están redactados en forma clara y precisa, sin confusión (claridad y precisión)					X
5. Los ejercicios tienen relación con los temas tratados en la investigación (coherencia)					X
6. Los ejercicios han sido redactados teniendo en cuenta los objetivos de la investigación (pertinencia y eficacia)					X
7. Los ejercicios establecidos tienen relación con el contenido de la investigación					X

8. La propuesta de investigación es dinámica, para no cansar al lector (control de sesgo)				X	
9. Los ejercicios están elaborados de forma ordenada siguiendo las etapas de gestión de personal branding (orden)				X	
10. Los ejercicios de la propuesta, son necesarios para la gestión del personal branding (extensión)				X	
11. La guía P.B no constituyen riesgo para el encuestado (inocuidad)					X
12. Calidad en la redacción de los ejercicios (visión general)				X	
13. Grado de objetividad de la propuesta (visión general)					X
14. Grado de relevancia de la propuesta (visión general)					X
15. Estructura técnica básica de la propuesta (organización)					X
Puntaje parcial				16	55
Puntaje total	71				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (Ivje) = $[71 / 75] \times 100 = 94.6$

4. Escala de validación

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

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):

Lo aplicado por los investigadores es coherente a las líneas y variables de investigación

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Lezzy Minerva Esparza Castillo con DNI. N° 43296647 certifico que realicé el juicio del experto de la propuesta diseñado por las tesisistas.

1. Campos Requejo Fabiola Heidy
2. Saavedra Neyra Ericka

En la investigación denominada: **Personal branding como herramienta para posicionar la imagen profesional de egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS.**



.....

Mg. Lezzy Minerva Esparza Castillo

DNI. N° 43296647

VALIDACIÓN DE PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

GUÍA PARA GESTIONAR EL PERSONAL BRANDING DIRIGIDO A LOS EGRESADOS DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

AUTOR

Campos Requejo Fabiola Heidy

Saavedra Neyra Ericka

ASESOR METODOLÓGICO

Diego Alonso Cáceres Baca

2022

Solicitud

Estimado (a) señor (a): Cinthya Bravo Adanaqué

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión de la propuesta de investigación, el cual tiene como objetivo obtener la validación de la propuesta de investigación: **Guía para gestionar el personal branding dirigido a los egresados de la carrera profesional de Artes & Diseño gráfico empresarial de la Universidad Señor de Sipán**, que se aplicarán para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada **PERSONAL BRANDING COMO HERRAMIENTA PARA POSICIONAR LA IMAGEN PROFESIONAL DE EGRESADOS DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL DE LA USS.**

Acudo a usted debido a su experiencia y conocimiento en el área, los cuales aportarán una útil y completa información para la culminación exitosa de este proyecto de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Campos Requejo Fabiola Heidy



Saavedra Neyra Ericka

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS N°01

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Cinthya Bravo Adanaqué.

Centro laboral: Universidad Señor de Sipán

Título profesional: Licenciada en Artes & Diseño Gráfico Empresarial.

Grado: Magister en Administración y Marketing

Institución donde lo obtuvo: Universidad Señor de Sipán

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tiene que evaluar con criterio ético y precisión científica, la validez de la propuesta de investigación (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicha propuesta, marca con un aspa (x) las categorías implementadas en el siguiente cuadro:

1: Muy malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy bueno

3. Juicio de experto

INDICADORES	CATEGORÍA				
	1	2	3	4	5
1. Las etapas de la propuesta responden correctamente a una guía de gestión de personal branding (visión general)					X
2. Coherencia entre las etapas y cuestionario de la propuesta (visión general)				X	
3. La cantidad de ejercicios propuestos ayudan a tener una visión objetiva en la gestión de personal branding (visión general)				X	
4. Los ejercicios están redactados en forma clara y precisa, sin confusión (claridad y precisión)					X
5. Los ejercicios tienen relación con los temas tratados en la investigación (coherencia)					X
6. Los ejercicios han sido redactados teniendo en cuenta los objetivos de la investigación (pertinencia y eficacia)					X
7. Los ejercicios establecidos tienen relación con el contenido de la investigación					X

8. La propuesta de investigación es dinámica, para no cansar al lector (control de sesgo)					X
9. Los ejercicios están elaborados de forma ordenada siguiendo las etapas de gestión de personal branding (orden)					X
10. Los ejercicios de la propuesta, son necesarios para la gestión del personal branding (extensión)					X
11. La guía P.B no constituyen riesgo para el encuestado (inocuidad)					X
12. Calidad en la redacción de los ejercicios (visión general)					X
13. Grado de objetividad de la propuesta (visión general)				X	
14. Grado de relevancia de la propuesta (visión general)				X	
15. Estructura técnica básica de la propuesta (organización)				X	
Puntaje parcial					
Puntaje total	70				

Nota: Índice de validación del juicio de experto (Ivje) = $[70 / 75] \times 100 = 93.3$

4. Escala de validación

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

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):

Instrumento apto para su aplicación.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Cinthya Bravo Adanaqué identificado con DNI. N°45456934 certifico que realicé el juicio del experto de la propuesta diseñado por las tesoristas.

1. Campos Requejo Fabiola Heidy
2. Saavedra Neyra Ericka

En la investigación denominada: **Personal branding como herramienta para posicionar la imagen profesional de egresados de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la USS.**



.....
Mg. Cinthya Bravo Adan

Entrevista 1

Entrevistadora: ¿Qué imagen proyecta profesional de diseño como persona y trabajador de su empresa?

Julia: Teniendo la experiencia que ya trabajo con un egresado de la misma escuela, ahorita soy yo obviamente jefa de ella, coordinó muchas cosas, profesionalmente yo debo decir que ella tanto como persona y como profesional pues ha sido destacada no solamente conocida por mí, sino por todo el equipo que formamos la facultad y actualmente es la coordinadora de investigación, es de mucho apoyo para una etapa de transición que vivimos en la escuela, en un momento asumió muchas responsabilidades y lleva trabajando mucho tiempo ahí, entonces he podido recoger opiniones de colegas, en todo este tiempo. Ha sido muy organizada en sus tareas, muy puntual y muy responsable, entonces tengo la parte de que es una línea de trabajo institucional que obviamente pues un ámbito diferente, no tenemos una línea de carrera docente, ya que la docencia lo puede ejercer cualquiera que sienta esa vocación, pues ella se fue capacitando como docente, por ende actualmente es docente de la carrera, además fue inicialmente jefa de prácticas y actualmente viene como dos años siendo la docente gracias pues a las capacitaciones constantes que se dan actualmente en la ciudad en esa formación.

Entrevistadora: ¿Usted observó que el profesional de artes y diseño muestra ser una persona amigable y responsable durante el tiempo que trabajo?

Julia: Si ha sido responsable y amigable, pero depende mucho de ciertas características de personalidad, generalmente cuando uno es estudiante puede encontrar unos que son más expresivos como más artísticos, más alocados y otros que son más observadores, pues ella es una de las personas más observadoras, entonces la palabra correcta sería asertiva, en ese sentido a pesar de ser muy observadora se comunica muy asertivamente; nosotros somos una pequeña comunidad en la escuela bueno actualmente somos cuatro docentes y ella se integra muy rápidamente a los equipos.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el sueldo de profesional de artes y diseño es justo?

Julia: Yo diría que, para mí el sueldo no es justo, pero uno siempre espera que sea más valorado por lo que uno hace, pero entiendo que hay niveles es una escala que se empieza por una base y ella ha transitado todos esos pasos, empezó con sueldo de jefa de prácticas de un año, luego cuando pasó dos años también tuvo un aumento, por último paso a un

suelo de docente básico que recién va ganando experiencia y eso va seguir aumentando a medida que pase va ganando trayectoria académica con sus evaluaciones, porque todos los años son evaluados los docentes y de acuerdo a eso también son nivelados los sueldos; es decir diría que está acorde y se cumple lo que institucionalmente se promueve que es el derecho a ir escalando como en toda profesión.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de diseño representa un crecimiento para su empresa?

Julia: Claro su aporte ha sido muy importante definitivamente en las funciones que se le ha designado, nosotros trabajamos en esta organización con proyectos y metas medibles, pues se ha cumplido satisfactoriamente de una manera responsable, han habido dificultades pues se ha podido sobrellevar pero definitivamente ha sido algo que siempre se ha estado coordinado como digo hay una buena comunicación, entonces definitivamente un profesional que se deja escuchar, es algo que siempre digo, que no se queden en silencio, que comuniquen lo que pueden hacer y lo que no pueden hacer se da una razón, en resumen que sepa comunicar aporta mucho y hace que las tareas y proyectos tengan crecimiento en una organización, para que sea mucho más fluida, una persona que por lo contrario se abruma, que simplemente se quede mute por decirlo de alguna manera, sin embargo con ella ha sido todo lo contrario hay mucha comunicación; como digo uno no siempre tiene que hacer cosas positivas definitivamente hay muchas situaciones que tenemos que sobrellevar, pero como equipo lo hemos podido resolver.

Entrevistadora: ¿Usted considera que cuenta con un espacio que le permita desenvolver dentro de la empresa para realizar todas sus actividades?

Julia: Ah sí claro te refieres al espacio físico a la infraestructura si claro, se cuida mucho de ello no solamente el espacio sino también el equipamiento, además que estamos hablando no solamente el espacio material sino también el clima que también debería considerarse.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño se siente a gusto trabajando en su empresa o espacio físico?

Julia: Claro que, si el espacio físico se cuida mucho, se mejoraron muchos espacios a raíz del licenciamiento, por ejemplo, se brindó ventiladores en espacios cerrados, teníamos agua en los servicios con los materiales de limpieza, entonces creo que es bastante comfortable.

Entrevistadora: ¿En la escuela gestionan capacitaciones y talleres o cursos que le permitan al profesional desenvolverse y ascender?

Julia: Si en la línea que comenté hace unos minutos la capacitación docente, pero también a través de la escuela se ve capacitaciones de especialidad entonces si motivamos y tratamos de tener eso semestralmente.

Entrevistadora: ¿De qué forma usted conoció al profesional de diseño que trabaja con usted?

Julia: Por qué he sido su docente pero bueno yo cuando ingreso a la dirección la encuentro ya como jefa de prácticas ella fue invitada por el anterior director, pues ella ya estaba insertada como jefa de prácticas que son también convocados, ya que cualquier persona no ingresa como jefa de prácticas así se mantuvo y así continuó, es importante que aquí viene la auto capacitación y estratégicamente ir avanzando cuando uno tiene una cierta línea proyectada pues ella rápidamente estudio una maestría de marketing en la universidad y es por eso que ella ahora puede ser docente.

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que el personal de diseño exponga su trabajo por redes personales o medios digitales para que tenga más posibilidades?

Julia: Si bueno ahora más que nunca debemos estar conectados a través de los medios digitales definitivamente es importante al menos una de las plataformas es LinkedIn, que es la más usado de repente el más global así es que es muy importante, la escuela actualmente está promoviendo un proyecto que es un sitio web donde también queremos ser parte de la promoción de esos portafolios de egresados, como directora tengo solicitudes de trabajo como para licenciados, para diseñadores y en algunos casos para practicantes para los recién egresados también tengo ese tipo de solicitudes, sería muy útil para mí que de hecho estoy en ese proyecto para poder compartir rápidamente los portafolios que esté en el acceso de todo aquel centro o empresa interesada.

Entrevistadora: ¿Cuáles son los aportes que ofreció el profesional de diseño en su organización?

Julia: Los aportes, sistematizar ciertos procesos con ella en reuniones que manteníamos, en cuanto a lo que hemos logrado y es lo que nos permite avanzar, en la administrativa de la escuela sistematizar procesos toda la información que pueda estar por aquí o por allá y que tiene que estar alineada a un ente. Que se organice una misma información que viene desde

arriba y que llegue hasta los estudiantes parece muy sencillo, pero hay mucha información la resolución de las posiciones cambian sobre todo en este tiempo fueron cambiando algunos casos, el año pasado fueron cambiando, pero era semanalmente creo, entonces mantener la coherencia de la información y que lleguen a los estudiantes para que estén bien informados y para que puedan avanzar en sus procesos académicos es importante justamente el orden de comunicación es el mayor aporte para mí y lo que valoro de ella.

Entrevistadora: ¿Usted ha podido observar que el profesional de diseño presenta actitudes que muestra en el mismo tener confianza?

Julia: Sí claro una de las actitudes podría ser saber escuchar, también saber preguntar, estar bien informada y otra actitud es la autoconfianza pues es como estar bien informada es por eso que le delegó muchas cosas, yo confío mucho en lo que ella maneja de información, es siempre muy atenta, está presente en las reuniones, es muy responsable, la reuniones que convoque el vice rectorado de investigación al cual los directores no accedemos por qué es prácticamente lo que ella coordina como parte de su función entonces pues yo le delegó a ella y me avisa.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional tiene notoriedad dentro de su empresa es decir su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir sobre los demás miembros desorganización en el ámbito laboral?

Julia: Yo creo que ella no es de las personas que buscan notoriedad, pero sin embargo si se le reconoce, aunque no sea de buscar notoriedad, somos muy pocos los que estamos a tiempo completo. Esa palabra de notoriedad va por el lado cuando uno se promociona a uno mismo que sale siempre en algunas noticias o busca sobresalir, pero ese no es el perfil de ella, pero se reconoce su trabajo.

Entrevistadora: Bueno aquí en esta pregunta hablamos la capacidad que tiene para competir como Estrella iba mencionando ella iba escalando entonces cuál es su opinión acerca de su capacidad para competir

Julia: Bueno en la competencia claro como dije estratégicamente ella fue capacitándose también, al momento de ver qué podría pasar de ser jefa de prácticas, era una solicitud tener docentes de especialidad y ella era una de las candidatas, pues se puso manos a la obra y entonces eso demuestra su emprendimiento el hecho de poder tomar la decisión de capacitarse para ser la mejor y así lo ha sido, ahora es parte de nuestra escuela.

Entrevistadora: ¿Usted conoce cuáles son las actividades que realiza el profesional dentro de la escuela?

Julia: Ella se encarga de dos líneas muy importante en toda escuela, que es parte primordial de la universidad, la investigación y el otro encargo es responsabilidad social universitaria, bueno en las dos ramas aparte en la cuestión académica son pilares de la universidad entonces ella coordina los proyectos con los docentes ella mantiene esa sistematización con ellos con sus docentes de proyectos de tesis, los docentes de investigación y docentes que también enseñan metodología de investigación científica, Por otro lado proyectos de responsabilidad social universitaria que este semestre me tocó a mí, entonces coordina conmigo junto con la dirección de responsabilidad social universitaria que es otra área de la escuela a la cual informamos, entonces ella me pide a mí la información, yo se la envío para que lo envía a dirección.

Entrevistadora: ¿Cómo percibe usted el profesional de diseño en cuanto a la ejecución de sus tareas diarias?

Julia: Si bueno ordenada nuevamente, pese algunas dificultades que se han planteado por esta circunstancia de crisis sanitaria y de salud incluso veo hasta con gran temple, pues ella ha pasado en la vida algo muy fuerte y dolorosa, pero ya está trabajando entonces creo que es mucho temple, también poderte destacar esa parte de su personalidad en cuanto a las tareas si la veo bastante ordenada, podría decir ahorita básicamente como ella está saliendo de una situación personal que está afectando a todo el mundo, como pérdida de familiares creo que ya es suficiente mantenerse en cumplimiento de las funciones, adaptarse, sobreponerse rápidamente eso es residencia y temple .

Entrevistadora: ¿Qué opinión tiene acerca de su desenvolvimiento?

Julia: Justamente lo que acabo decir que maneja la parte personal con mucho temple, me llevo una presentación de como ella desarrolla bien la parte profesional.

Entrevistadora: ¿Considera usted que ella tiene Voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente?

Julia: Sí claro definitivamente.

Entrevistadora: Usted cree que ella también se compromete en cada proyecto que realiza

Julia: Sí, siempre está participando en las charlas que convocan y no solamente por la escuela sino también otras universidades, está participando siempre.

Entrevistadora: Usted cree que el profesional tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requieren.

Julia: Como docente no maneja los programas de diseño como tal, pero conoce del diseño en otra faceta que sirve pues para para evaluar, guiar, y para asesorar proyectos si bien no es ejecutora, pero si los conoce y asesora, sobre todo que ahora está tomando la línea de marketing por su maestría, también está tomando la línea de fotografía, terminó diciendo que ella siempre se está capacitando para asesorar mejor.

Entrevistadora: ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional que le permitieron crecer?

Julia: Emprendimiento al decidir estudiar la maestría, eso le permitió crecer, la perseverancia porque tiene que continuar la maestría y no dejarla, es decir, tienes que llegar hasta el final emprendimiento, perseverancia y responsabilidad.

Entrevistadora: ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo de ella comparado con otros profesionales?

Julia: En primer lugar, sería la puntualidad, comunicación buena, comunicación entre todos, pero los que más resalta son la puntualidad, la comunicación y organización que tiene.

Entrevistadora: Usted considera necesario que todo profesional de diseño cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización para que lo apliquen en su centro laboral.

Julia: Todo profesional debe tener un valor diferencial para que pueda distinguirse en el cual pueda aportar a cualquier organización, pero digamos que ya dentro de la organización uno va contando cuales son aquellas cosa que pueda resaltar más, en el caso de ella pues ha ido resaltando justamente el tema de sistematizar porque aporta mucho por el tipo de trabajo que está realizando, entonces como hay otros profesores por ejemplo que tiene otro valor, yo la coloco en el tema del sistema de la información qué sería uno de sus valores.

Entrevistadora: Se puede comparar la ética Laboral del profesional de diseño comparado con otras casas de estudio podría ser una comparación en cuanto ética.

Julia: Yo creo que es diferente porque justamente de los docentes que tengo yo en el Staf, cada uno tiene su valor diferencial y aportan desde su propio valor a conformar un equipo entonces no es que sea uno mejor que el otro, sino que son muy diferente y esa diferencia enriquece a la escuela, entonces por un lado ella maneja ese valor diferencial la sistematización, por ejemplo, el organizar el tema de investigación como grados y títulos; tengo ha profesores que son muy buenos en investigación, como hay otros muy buenos en el aspecto tecnológico, además tengo profesores que son muy buenos en el área de Branding, así el lado más artístico y cultural entonces cada uno es diferente.

Entonces bueno si yo tuviera dos personas en el mismo puesto podría hacer una comparación, si hablamos de dos jefes de práctica, por ejemplo, en algún momento llegué a tener tres jefas de práctica en ese entonces, pero aun así las tres tenían diferentes funciones entonces cada una tenía su propio valor diferencial la riqueza de un equipo es justamente encontrar el aporte de cada quien con su propio valor diferencial.

Entrevistadora: Usted cree que el profesional de diseño es reconocido por otras personas o instituciones, es decir cómo se expresan de él.

Julia: Quisiera tener esa respuesta cada vez más fresca, pero de los últimos informes que yo realice han sido siempre positivo obviamente para todos, también he tenido observaciones negativas, pero poco esperadas, porque algunos chicos llegan al nivel de práctica, pero no tienen las competencias para llegar a un nivel de práctica en una empresa.

Entrevistadora: Usted considera que el trabajo que realiza el profesional es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones en la escuela.

Julia: Si cumple con las expectativas, pero en un debido momento estaría promoviendo yo más la innovación, cumplir con lo solicitado si está bien, pero cumplir con las expectativas es ir más allá pero también necesario tener todo el panorama favorable, Ahora incluso no es un buen panorama, ya que no se les puede exigir más pese a estos momentos y no hay duda de que ella pueda ofrecer innovación en su campo.

Entrevistadora: ¿Cuál fue el proceso de selección y cuál fue el factor relevante que llevaron a contratar al profesional de diseño?

Julia: Para convocar a practicantes Uno selecciona un cierto perfil, son evaluados, yo lo hice cuando he querido incorporar practicantes buscando un cierto perfil, por que trabajar en la parte administrativa de la de la escuela es complicada, uno tiene que adaptarse rápidamente porque es un sistema de comunicación interna, referente a lo que se vive con los estudiantes es muy rigurosa, porque estamos con un sistema educativo que es supervisado por el estado.

Entrevistadora: ¿Cuán original es el trabajo realizado por el diseñador gráfico dentro de la empresa, En este caso dentro de la universidad?

Julia: No hay mucha originalidad porque seguimos ciertas directivas, es por eso que no se puede variar mucho y no ha habido propuestas.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de diseño en su empresa frente a otros diseñadores?

Julia: En este punto se rescata la buena comunicación la organización la sistematización de los procesos que ella realiza.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño actúa con coherencia y honestidad en la empresa?

Julia: Sí claro que sí, ella como profesional tiene sus valores correspondientes dentro de la empresa.

Entrevistadora: Cree que el profesional de diseño inspira confianza tanto en el público interno como externo de la organización o en este caso de la universidad

Julia: Yo creo que sí, porque siempre le delegó todo sobre egresados a ella y ya no pasan por mí, los atiende y están todo conformes y les genera confianza, incluso yo a veces apoyo a optar por procesos más específicos o más rigurosos, pero ella siempre responde y creo que esa es la manera, sobre todo en la actual situación en la cual no estamos frente a frente y el recibir una respuesta idónea pues realmente genera confianza.

Entrevistadora: Usted ha notado que el profesional de diseño entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad

Julia: Si precisamente como te lo planteé anteriormente, ella es bastante organizada y responsable, siempre presenta sus trabajos con puntualidad y cuando no lo hace procede a informarme previamente.

Entrevistadora: El profesional de artes y diseño posee una conciencia ambiental que motive actuar sobre el impacto de su trabajo y sobre el medio ambiente

Julia: Bueno si eso es una etiqueta que nos pasa a todos en una organización que vela por el impacto ambiental, es que es parte de la escuela como política, además hemos hecho campañas de las cuales justamente ella informa a la dirección de responsabilidad social universitaria, incluso ella como docente ha sido la encargada de delegar a brigadistas ambientales para que sean parte de esta capacitación, es más el año pasado capacitaron y ella colaboró con el cumplimiento de las metas planteadas en dicha capacitación, esta es una línea que surge a través de la renovación de la ley universitaria se creó justamente del DRSU fue asumida como obligatoria, todas las universidades tenían que tener esta área u oficina y uno de los objetivos fue crear la política ambiental.

Entrevistadora: Usted reconoció si el profesional de diseño realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos.

Julia: Si esto ya está establecido y no solamente para ella sino también para todos antes de realizar un proyecto, realizamos una investigación en base a referencias y planteamos soluciones con estrategias.

Entrevistadora: El profesional de diseño De la USS tiene u ostenta una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea de qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo.

Julia: En general señalo que realmente nos falta no solamente a ella sino también en conjunto Como escuela, ya que incluso no tenemos muy determinado esos espacios, pero tal vez sean las cátedras dónde se pueden tomar alguna postura y que se pueda conversar con los estudiantes sin embargo como ciudadanos libres, tenemos ese libre albedrío para poder opinar sobre alguna situación crítica, asumo que también ella lo hace de acuerdo a su perfil de una manera asertiva.

Entrevista 2

Entrevistadora: ¿Qué imagen proyecta el profesional de diseño como trabajador dentro de su empresa?

Entrevistado: Proyecta responsabilidad y mucha creatividad es algo que no todos lo tienen y sobre todo mucha conectividad, ya que se han conectado y sincronizado, con una simple explicación, el trabajador ha podido entender de manera rápida lo encomendado.

Entrevistadora: ¿Usted observó que el profesional de diseño mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando dentro de su empresa?

Entrevistado: Sí porque da ideas y no se rigen a lo que dice el empresario, ya que aportan ideas para mejorar la empresa.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el sueldo del profesional de diseño es justo?

Entrevistado: No es justo porque el sueldo de un diseñador es mucho más elevado, pero lamentablemente las personas que no conocen este mundo o ese rubro piensan que es fácil y sencillo, pero no es así, claro que la mente del diseñador gráfico fluye más que del resto de personas, pero el plasmarlo en un diseño toma tiempo y el tiempo es lo que se cobra.

Entrevistadora: ¿Usted cree que, si el profesional de diseño representa un crecimiento económico para su empresa, estarías dispuesto a aumentar el sueldo?

Entrevistado: Claro que sí dependiendo cómo va el desarrollo porque en ocasiones hay diseñadores que pudieron haber estudiado cinco o seis años, pero cuando lo transmiten en una página o una red social no llama la atención o no capta alguna emoción en algún cliente, entonces no sirve de nada, creo que cuando el diseñador realiza algo siempre tiene que comunicar un mensaje y eso aporta mucho más allá de lo económico.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño se siente a gusto y cómodo trabajando en el espacio que lo motive o le inspire dentro de su empresa?

Entrevistado: Claro que sí ya que el espacio que yo les brindo es cómodo y sobre todo hay una buena comunicación que nos permite crecer entre jefe y trabajador o viceversa.

Entrevistadora: ¿De qué forma conoció usted al profesional de diseño que trabaje en su empresa?

Entrevistado: Bueno yo los conocí a través de contactos de redes sociales y me gusto su trabajo.

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que un profesional de diseño exponga su trabajo en redes personales u otras plataformas digitales para ser contratado en otras empresas?

Entrevistado: Claro ya que es importante que un diseñador se dé a conocer por su trabajo, ya que es necesario que todo profesional pueda exponer su trabajo en diversas redes para que tenga más facilidades de poder encontrar un trabajo.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño demostró dentro de su empresa las capacidades y habilidades que poseen su currículum y portafolio?

Entrevistado: Si porque desde el inicio me plantearon una idea, se realizó y se pudo cumplir más allá de los imprevistos que se han dado se pudo lograr lo planteado.

Entrevistadora: ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de diseño en su empresa?

Entrevistado: Principalmente el mejorar la imagen de mi marca, empezando por el logo y luego las ideas en cuanto al manejo de colores corporativo en las redes sociales para que pueda tener una mejor imagen, esto me ayudo a captar clientes y mostrarme como una empresa seria, que no solamente vende productos, sino que transmite emociones.

Entrevistadora: ¿Ha podido observar que el profesional de diseño presenta actitudes que dan cuenta de su autoconfianza?

Entrevistado: No porque entre el trabajador y yo hubo mucha confianza, sobre todo respeto.

Entrevistadora: A partir del desempeño laboral observado ¿Usted confía en el desempeño del profesional de artes y diseño dentro de su organización?

Entrevistado: Si confío mucho porque sé que toma mucho tiempo estar en la computadora y que fluyan las ideas, la creatividad de uno mismo y realmente confío mucho en mis trabajadores de diseño.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño tiene notoriedad dentro de su empresa es decir su productividad y desempeño lo hacen sobresalir sobre todos los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?

Entrevistado: Bueno no se ha notado eso, porque se ha delegado a cada uno diversas actividades para trabajar, todos a la par porque no es correcto que uno intente hacer todo, ya que siempre es bueno trabajar en equipo.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de diseño que trabaje en tu empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?

Entrevistado: Claro que si, ya que el tiempo que ha trabajado conmigo me ha demostrado que puede hacer cosas mejores que los demás, más allá que sean mejores que otros, es importante que sean mejores cada día como ser humano.

Entrevistadora: ¿Usted conoce cuáles son las actividades que realiza el profesional de diseño gráfico dentro de su empresa?

Entrevistado: Claro su profesión es crear piezas gráficas e ilustraciones para un público dependiendo del rubro de nuestra empresa, ya que para toda empresa es necesario que cuente con una imagen ya sea institucional u otro, este trabajo es realizado por un diseñador gráfico.

Entrevistadora: ¿Cómo percibe al profesional de diseño gráfico en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?

Entrevistado: Lo percibo con buena actitud, ya que cada actividad que le brindo lo realizan de manera correcta, no solo eso, sino que también si hay cosas que corregir me lo dicen para poder mejorar ya que es importante que ambos sepan el valor del trabajo.

Entrevistadora: ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de diseño en su empresa?

Entrevistado: Yo le pondría un puntaje de diez, ya que, si en algún momento mis trabajadores ya no quisieran estar dentro de la empresa más que todo, porque el profesional siempre busca crecer, pero siempre los podría recomendar por su buen trabajo y empeño que ponen en cada proyecto.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño gráfico nuestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?

Entrevistado: Si ya que desde el día uno siempre plantea ideas e inclusive plantea imágenes referenciales, para que uno mismo se desarrolle porque siempre es bueno tener referenciales grandes, ya que permite crecer como diseñadores en este caso.

Entrevistadora: ¿usted cree que el profesional de diseño gráfico se compromete con cada proyecto que realice dentro de su empresa?

Entrevistado: Si porque toda la planificación de los proyectos se cumple, ya que siempre ellos están comprometidos en cumplir con todo lo planteado, como diseñadores.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño tiene la capacidad de desarrollar todas las actividades que se requieren en su empresa?

Entrevistado: Si porque no solamente la labor del diseñador es dibujar, sino también hacer una imagen o crea un post, sino que también busca la manera de como comunicar con cada pieza gráfica.

Entrevistadora: ¿cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de diseño gráfico que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?

Entrevistado: Principalmente la capacidad de crear, también de cómo se proyectan en poder cumplir algún plan en la empresa o como profesionales.

Entrevistadora: ¿Cuáles consideras que son las cualidades que los diferencia entre un técnico y un profesional en cuanto a diseño?

Entrevistado: Bueno en realidad conozco la diferencia entre un técnico empírico y un profesional en el caso del técnico el aprendizaje es en corto tiempo y no es tan amplio el panorama de donde quieren llegar a diferencia de los profesionales, estudian mucho más

tiempo y son mucho más cursos, la diferencia entre un profesional y un técnico es que el técnico es mucho más limitado.

Entrevistadora: ¿Considera necesario que todo profesional de diseño cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización para que se apliquen en su centro laboral?

Entrevistado: Si es importante que todo diseñador se adapte a cada rubro, ya que puede ser que el trabajador sea un capo en los diseños juveniles, pero probablemente si los contratan para una institución ya sea regional, nacional o local, se deben adaptar a ese rubro ya que puede ser cultural o de salud y es importante que se adapten a cada rubro de las distintas empresas.

Entrevistadora: Se podría comparar la ética laboral del profesional de diseño comparado con otros profesionales de otras casas de estudio

Entrevistado: Sí pero más allá de las casas de estudio es la capacidad que cada uno tiene como persona, en cuanto a la capacidad para adaptarse ya que el trabajador de diseño que tengo en mi cargo trabaja super bien y estoy segura que con otras personas lo pueden hacer mucho mejor.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de diseño es reconocido por otras personas o instituciones como se expresan?

Entrevistado: He podido escuchar cosas negativas porque minimizan el trabajo de un diseñador, ya que suelen decir que hacen un par de cosas y cobran precios elevados, pero yo que conozco el mundo del diseño es importante que se les explique a las personas que ser diseñadores es un trabajo complicado, ya que toma tiempo de estudio y conocer a todas las empresas y poder especializarse en cuanto a la línea que se quieren ir y a través de eso el diseñador lógicamente va a desarrollar sus capacidades.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el trabajo que realiza un diseñador es importante y cumple con sus expectativas es decir ofrece soluciones, pero su empresa?

Entrevistado: Si ya que me portan mucho con las ideas con el desarrollo que hacen en cuanto al trabajo de diseño.

Entrevistadora: El ser el caso cuando usted realizó el proceso de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes y diseño frente a otras personas que pasaron por el mismo cargo?

Entrevistado: Yo elegí a las personas que actualmente trabajan conmigo porque me presentaron una propuesta atractiva y las expectativas que yo tuve se fueron dando como yo las imaginé.

Entrevistadora: ¿Diga usted cuan original el trabajo realizado por el profesional de diseño dentro de su empresa?

Entrevistado: Bueno en realidad es 100% original ya que toda empresa o todo diseñador busca siempre referencias, pero es sólo eso referencias, pero son muy originales y creativos en cuanto a su imaginación creatividad y responsabilidad.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de diseño frente a otros profesionales?

Entrevistado: la ventaja es que desarrollan de manera rápida y con responsabilidad los trabajos que se le plantea, pero la desventaja es que no hay mucha comunicación por tema de horarios, pero siempre hay mucho respeto.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?

Entrevistado: Si definitivamente, porque muchas veces yo estoy mal en cuanto a las ideas, pero ellos me lo hacen saber para poder mejorar en cada proyecto que se realizan y es lo que aprecio y valoro de mi trabajador de diseño.

Entrevistadora: ¿Usted quiere que el profesional de diseño inspira confianza tanto en el público interno como externo de la empresa?

Entrevistado: Si inspira confianza en cuanto a su trabajo y la forma en cómo se desenvuelven en cada actividad que se les encomienda.

Entrevistadora: ¿Usted notó que el profesional de diseño entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad dentro de su empresa?

Entrevistado: Si ya que cada actividad que se les ha encomendado muchas veces me lo han entregado antes de la fecha indicada y eso es algo que me da mucha confianza y seguridad de tenerlo dentro de mi empresa.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño gráfico posee una conciencia ambiental que lo motiva actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?

Entrevistado: Claro que sí, porque incluso algunos productos de mi marca son eco amigables como, por ejemplo, para las bolsas de tela se realiza publicidad para incentivar el consumo de bolsas reutilizables y eso es parte del cuidado en el reemplazar bolsas de plástico por bolsas de tela.

Entrevistadora: ¿Reconoce usted si el profesional de diseño gráfico realiza un trabajo de investigación previa a la ejecución de sus proyectos?

Entrevistado: Sí porque primero proceden a preguntarme, también buscan algunas referencias que ayuden a la ejecución de las piezas gráficas e información que se va a utilizar dentro de ella, sobre todo lo consultan conmigo en cuanto características de los productos e información extra que les puede servir para la realización de las piezas gráfica.

Entrevistadora: El profesional de diseño gráfico tiene una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea ¿De qué manera se preocupan por el impacto social de su trabajo?

Entrevistado: Si porque están al pendiente en el mundo que estamos viviendo, es por ello que ustedes como diseñadores crean piezas publicitarias para dar un mensaje y concientizar a las personas.

Entrevista 3

Entrevistadora: ¿Qué imagen proyecta el profesional de diseño gráfico como persona y trabajador de su empresa?

Entrevistado: Con respecto a la imagen que presenta el profesional de diseño que forma parte de mi organización es una imagen presentable y agradable más porque cumple con el perfil del puesto que se le ha brindado dentro de la empresa de una manera responsable y organizada por así decirlo.

Entrevistadora: ¿Usted observo que el profesional de diseño mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando en su empresa?

Entrevistado: Con respecto al tiempo que lleva con nosotros trabajando, pues aún sigue laborando conmigo, es una persona agradable y se lleva bien con la gran mayoría de sus compañeros y en este caso conmigo también, es bastante claro incluso con las ideas que él presenta con respecto a los proyectos que se le encomienda y además con respecto a los trabajos que se le brinda y los presenta a tiempo.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el sueldo del profesional de diseño gráfico es justo?

Entrevistado: Con respecto al sueldo bueno por ley sabemos cuál es el sueldo mínimo, pero en este caso el recién va un año y medio con nosotros y digamos que por el trabajo que él realiza porque no solamente se encarga de los proyectos de diseño para los clientes sino también entre otros y por el tamaño de mi empresa considero que es el adecuado que se le brinda, ya que es lo máximo que le puedo brindar porque digamos que tampoco es una empresa grande la que tengo.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de diseño gráfico presenta un crecimiento económico para su empresa, estaría dispuesto a aumentarle el sueldo?

Entrevistado: En primer lugar, los proyectos que se le brinda a cada colaborador la gran mayoría los cumple dentro del horario, pero hay proyectos que si son mucho más grandes y en este caso por supuesto que sí tienen que llevarse una parte económica más porque por así decirlo como una comisión extra fuera de su sueldo porque si representa un ingreso adicional dentro de la empresa.

Entrevistadora: ¿Usted considera que cuenta con un espacio condicionado para el área de diseño dentro de su empresa, cuenta con equipamiento para realizar las labores de diseño?

Entrevistado: Con el tema de esta pandemia, al principio antes de que todo iniciara, estábamos laborando o trabajando dentro de nuestro local, cada uno tenía su propio escritorio, porque solamente somos cuatro personas, pero ya con esta pandemia cada uno se trasladó a su domicilio y tratamos de considerar de que cada quien tengan los equipos necesarios, porque para hacer diseños y todos sus proyectos se necesita tener la maquinaria

adecuada y la tecnología adecuada para finalizar si pues así creo que si cuentan todos con el equipo adecuado.

Entrevistadora: ¿Considera usted que el profesional de diseño se siente a gusto y cómodo trabajando en un espacio que lo motive e inspire dentro de su empresa? ¿Usted gestiona capacitaciones talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes y diseño?

Entrevistado: Bueno considero que sí, se debe sentir cómodo, porque con el equipo que trabajamos todos somos unidos como equipo, estamos tranquilos y tenemos mucha comunicación, además nos unimos a los otros, a través de grupos de WhatsApp que estamos reunidos profesionalmente y todos llevamos curso, porque si bien es cierto los aplicativos que manejamos cada año tienen actualizaciones que tenemos que ir aprendiendo para mejorar los trabajos o proyectos que presentamos.

Entrevistadora: ¿De qué forma usted conoció al profesional de diseño gráfico que trabaja o trabajó en su empresa?

Entrevistado: La forma en la cual yo conocí al diseñador, fue por recomendación ya que somos una empresa mediana pequeña y tratamos de que los colaboradores sean personas conocidas en la cual se pueda tener una mayor confianza al momento de encargarle algún proyecto o de repente alguna maquinaria que se le deja a su cargo.

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que un profesional de diseño gráfico exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales para que tengan más posibilidades de ser contratado por diversas empresas?

Entrevistado: Considero que realmente es lo principal que debe hacer un profesional de diseño en el caso de mis colaboradores y de todos los proyectos que ellos realizan lo suelen publicar en ya sea en la página de la misma empresa con su nombre debajo de ella para que especifiquen como autores del proyecto, por lo contrario, ellos mismos publican en su historial o en sus estados, ya sea de Facebook, pero mayormente utilizan el Instagram incluso para publicar sus proyectos.

Entrevistadora: ¿El profesional de diseño gráfico demostró dentro de su empresa las capacidades que ofertó en su C.V. y portafolio?

Entrevistado: Con respecto a lo mostrado en su CV, hacía referencia que manejaba bien los programas de diseño por así decirlo, pero sabemos muy bien que hay clientes que piden proyectos bastante amigables con la marca de distintas empresas, pero en consideración si va alcanzado el nivel promedio con respecto a lo mostrado en su C.V. y portafolio.

Entrevistadora: ¿Cuáles son los aportes que ofrecido el profesional de diseño gráfico en su organización?

Entrevistado: El aporte que ofrecido a la empresa con respecto a los diseños de los proyectos es un poco de originalidad, porque debido a los estudios que él ha tenido están más actualizado en el tema de tendencias gustos y preferencias.

Entrevistadora: ¿Usted podido observar que el profesional de diseño gráfico presenta actitudes que da cuenta a su autoconfianza?

Entrevistado: A ver el diseñador es realmente confiable en todos los proyectos que él realiza incluso él confía bastante en los proyectos que elabora, porque en cierto momento recuerdo que yo le había indicado que eso no era lo que el cliente requería, pero él se mantuvo firme porque tuvo una autoconfianza en el proyecto que presentó y para que el cliente que teníamos en esos momentos quedo fascinado con el proyecto.

Entrevistadora: A partir del desempeño laboral observado ¿usted confía en el trabajo del profesional de diseño gráfico de su organización?

Entrevistado: Actualmente si, todos los colaboradores en si lo toman como un segundo líder pues lo considero como mi mano derecha, así que confío 100% en los trabajos que realiza o proyectos que he laborado para otras empresas.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño tiene autoridad dentro de su empresa, es decir su productividad y desempeño lo hacen sobresalir sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?

Entrevistado: Realmente siendo imparcial él es el que maneja el equipo por debajo de mí, su productividad y desempeño sobresale por encima de ellos, porque él es universitario y los que están por debajo de él son técnicos y tiene muchos más conocimientos él por supuesto los lidera, les ayuda y les brinda conocimientos que incluso ellos no tienen.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de diseño gráfico que trabajo en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?

Entrevistado: Por el tiempo que él viene laborando con conmigo y por los trabajos que él suele presentar con respecto a los proyectos y a la competencia que tenemos actualmente, justamente podría decir que se ha sabido desempeñar mucho mejor que otros, así que como diseñador en el mercado laboral está muy bien posicionado para competir con otros diseñadores.

Entrevistadora: ¿Usted conoce cuáles son las actividades que realiza un profesional de artes y diseño dentro de su empresa?

Entrevistado: Claro que si yo conozco las actividades que él o ellos realizan dentro de mi empresa, ya que los proyectos tienen que pasar por mi supervisión para verificar que sean los adecuados porque ellos incluso realizan el estudio de las marcas o con respecto a una campaña que tienen que realizar a nuestros distintos clientes así que obviamente conozco las actividades que realizan.

Entrevistadora: ¿Cómo percibe usted al profesional de diseño gráfico en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?

Entrevistado: Lo percibo como un profesional responsable que entrega todos los proyectos a tiempo hasta el momento en ninguna ocasión me ha presentado ningún proyecto tardío.

Entrevistadora: ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de diseño gráfico en su empresa?

Entrevistado: Tiene un desenvolvimiento adecuado, si bien es cierto este tipo de trabajos de diseño es desenvolverse bastante en las actividades, estar muy activo y por supuesto pensar en que es lo que sería más adecuado cuando se trata de lanzamiento de un nuevo proyecto para nuestros clientes.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?

Entrevistado: Si muestra la voluntad pertinente realmente para poder aprender sobre nuevos proyectos o vincularlos incluso profesionalmente dentro de nuestra pequeña o mediana

empresa que tenemos, ya que eso le ha permitido incluso destacar por encima de los demás y estar un paso adelante.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de diseño se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?

Entrevistado: En realidad, tiene que estar comprometido con los proyectos que realizamos porque no son cualquier tipo de clientes por así decirlo y tiene que mostrar la mayor responsabilidad como en cualquier otra empresa.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de diseño tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que se requiere en su empresa?

Entrevistado: Realmente no todas las capacidades que requiere la empresa, en si precisamente delegamos funciones en favor a lo que ellos más dominan por ejemplo él suele dominar mucho más el tema de creación de las marcas y domina los programas de diseño, así que en esta compañía que tenemos delegamos cada actividad para tener mejores resultados.

Entrevistadora: ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de diseño que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?

Entrevistado: Las capacidades que ha mostrado son las adecuadas y le ha permitido incluso desarrollar nuevas habilidades es muy organizado y lo que realiza me ha sabido ayudar a mí también a poder organizarme con los distintos proyectos que se nos ha presentado.

Entrevistadora: ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de diseño comparada con la de otras clases de estudio?

Entrevistado: Pues las cualidades que ha presentado son mucho mejor, porque él es el único universitario que labora dentro de mi empresa, después los otros tres que trabajan conmigo son solamente educados a nivel técnico, pero también se están orientando al nivel universitario, hasta el momento ha presentado cualidades en términos de conocimiento un poco más avanzado.

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que todo profesional de diseño cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización para que lo aplique en su centro laboral?

Entrevistado: Es totalmente necesario, no todos realmente son iguales y en comparación acá solamente a los que trabajan dentro de la empresa aportan diferentes opiniones que permite que cada proyecto que se realiza salga de una manera excelente y sería bueno que cada casa de estudio oriente a sus alumnos hacia la originalidad para que de esta manera rinda mucho mejor en distintas empresas no solamente dirigiéndome a la mía.

Entrevistadora: ¿Usted considera que se puede comparar la ética laboral del profesional de diseño de su empresa, comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: Podría considerar que lo ético moral dentro de esta empresa ya la tiene al mismo nivel que otras casas de estudio de nivel técnico porque en si son personas que moralmente no aún no me han presentado ningún desánimo, irresponsabilidad o falta de valores éticos morales dentro de esta empresa, así que si podría decir que éticamente están casi al mismo nivel.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de diseño gráfico de su empresa es reconocido por otras personas o instituciones?

Entrevistado: Reconocido profesionalmente en el tema de diseño ya lo es, porque en varios de nuestros clientes ya reconocen que hace un buen trabajo con respecto a sus marcas que ha elaborado.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el trabajo que realiza el profesional de diseño es importante y cumple con sus expectativas es decir ofrece soluciones para su empresa?

Entrevistado: Sí claro que sí, cumple con todas mis expectativas que he esperado de su parte y además ha permitido solucionar diferentes discrepancias por parte de algunos clientes al momento de sus proyectos, así que es claro que ha mostrado un evidente apoyo para esta empresa.

Entrevistadora: ¿Cuándo se realizó el proceso de selección cual fue el factor relevante del profesional de diseño frente otras personas que postulaban para el mismo cargo?

Entrevistado: El factor relevante viene hacer porque es una persona recomendada y al momento de la entrevista que se le dio, mostró los conocimientos adecuados que requieren esta empresa ese fue el factor que le sumó para permitirle formar parte de este equipo.

Entrevistadora: ¿Cuan original es el trabajo realizado por el profesional de diseño dentro de su empresa?

Entrevistado: Midiendo la originalidad por parte de mi colaborador podría decirse que la desarrolla o la desarrollamos en si en un término promedio porque hay clientes que en cada cierto proyecto tenemos que regirnos a lo que ellos requieren, porque no todos los clientes nos permiten fluir con respecto a los trabajos que les brindamos.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de diseño para su empresa frente a otros diseñadores?

Entrevistado: Los beneficios y ventajas que ha aportado es el conocimiento más profundo con respecto al tema de diseño profesional, porque ha permitido que se realicen muchas cosas más de lo que antes nosotros no sabíamos, porque él está mucho más actualizado incluso con los estudios que realiza o ha realizado dentro de su universidad que por conocimiento y le ha permitido desarrollarse mucho más en esta empresa.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?

Entrevistado: Realmente si, ya que la coherencia que tenemos todos es la adecuada porque nos permite entregar los proyectos adecuados para los clientes y la honestidad de su parte ha sido perfecta lo que realmente se espera de cada trabajador.

Entrevistadora: ¿Cree que el profesional de diseño gráfico inspira confianza tanto en el público interno como externo de su empresa?

Entrevistado: Claro que sí, es una persona formada profesionalmente, así que la actitud que ha presentado dentro de esta empresa inspira confianza no solamente hacia mí sino hacia

todos sus compañeros de trabajo y con respecto a los clientes ya lo conocen y cada vez que llegan piden tratar más con él o incluso que los proyectos sean realizados por él.

Entrevistadora: ¿Usted notó que el profesional de diseño entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?

Entrevistado: Si al 100% él suele presentar los proyectos a tiempo de manera responsable mucho antes de que el cliente requiere, así que si podría decir que ha sido bastante responsable y puntual.

Entrevistadora: ¿El profesional de diseño gráfico posee conciencia ambiental que lo motive actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?

Entrevistado: Realmente si muestra una preocupación con respecto al medio ambiente, cada trabajo que realiza procura en no desperdiciar por ejemplo cuida mucho el papel o los materiales que va a utilizar y genera la misma recomendación hacia clientes en los proyectos que se realiza.

Entrevistadora: ¿Usted reconoció si el profesional de diseño realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?

Entrevistado: Claro que sí, eso es lo que agrada realmente, porque en cada proyecto que se ha presentado el realizar una investigación previa al momento de presentar cualquier trabajo hacia los clientes y eso ha permitido tener o que él tenga una mejor referencia.

Entrevistadora: ¿El profesional de diseño gráfico tiene una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea de qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?

Entrevistado: Si, porque tiene una visión bastante crítica, en algunas ocasiones incluso ha debatido con mis ideas y con las ideas de sus compañeros, eso ha permitido que la empresa actualmente entregue proyectos de calidad y que socialmente en el trabajo nos permita elaborar proyectos adecuados con respecto a lo planteado por nuestros clientes.

Entrevista 4

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Qué imagen proyecta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, como persona y trabajador de su empresa? Describir el comportamiento.

Ella es muy eficiente en los trabajos que coordinamos, tiene ganas de aprender, ayuda a tener soluciones en cuanto a los problemas que se presenten dentro de la empresa y estoy contento con su trabajo.

Entrevistadora: ¿Ud. Observó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando para su empresa?

Es muy amigable y responsable, se puede conversar con ella es muy comprensiva y lo más importante, es que tenemos que estar abiertos a enfoques diferentes, también es asequible y me da ideas y yo trato de implementar sus ideas dentro de mi empresa, de esa manera llevamos una relación de trabajo armoniosa.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el sueldo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial es justo?

Sí, considero que es un precio justo ya que yo le pago un sueldo un poco más elevado al del mercado en general.

Entrevistadora: ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, representa un crecimiento económico para su empresa? De representar un crecimiento económico para su empresa, ¿estaría dispuesto a aumentarle el sueldo?

Claro si hay desarrollo y crecimiento, yo no tendría ningún problema de aumentarle el sueldo, además ya lo he hecho, en función de cómo se vaya comportando el mercado se puede ir aumentando el sueldo.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que cuenta con un espacio acondicionado para el área de diseño dentro de su empresa? ¿Cuenta con equipamiento para realizar las labores de diseño?

Claro que sí, yo le proporcione las herramientas necesarias para que pueda estar cómoda trabajando, Por ejemplo, le proporcione computadora y laptop, ya que como estamos en pandemia todo ese equipo se lo llevé a su casa para que pueda trabajar cómodamente, porque siempre trato de darle todas las facilidades.

Entrevistadora: ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, se siente a gusto y cómodo trabajando en un espacio que lo motive e inspire dentro de su empresa? ¿Ud. gestiona capacitaciones, talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes & diseño gráfico empresarial?

Bueno en realidad yo trato de darle todas las facilidades, pero no podría dar una respuesta, porque no sé a ciencia cierta si ella se siente cómoda dentro de mi empresa, podría ser una suposición, pero no lo tengo evidenciado con datos.

En cierta forma le estoy recomendando algunos cursos, los cuales varios de ellos los ha llevado, yo siempre le doy la facilidad de que ellos decidan si quieren llevar esos cursos o quizá se inclinen por otro tipo de cursos, además tiene que ser cosas que a ellos les guste.

Entrevistadora: ¿De qué forma Ud. conoció al profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa?

Fue por recomendación de boca a boca.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera necesario que un profesional de artes & diseño gráfico empresarial, exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales, para que tenga más posibilidades de ser contratado por diversas empresas?

Claro que sí, recontra convencido que es necesario que el profesional muestre sus logros y sus trabajos, bueno ella lo hace a través de una plataforma que se llama behance y lo trata de actualizar cada vez que hay tiempo.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio?

Claro que sí ha demostrado todo lo que ofreció dentro de su CV y portafolio y cada día ha ido mejorando más, lo más importante para mí es la actitud de la persona porque el aprendizaje se puede adquirir rápidamente en cambio la actitud de querer aprender y ser mejor es lo que uno necesita.

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su organización?

Ah bueno Me gusta su trabajo de branding, es muy creativa, a los clientes les ha encantado su trabajo, en cuanto a las propuestas que ella ha logrado desarrollar, luego me gusta porque ha tenido las ganas de trabajar y aprender dentro de la plataforma de wordpress, que ella al inicio lo conocía ligeramente pero ahora ya domina el programa, es eficiente en cuanto a sus diseños y les agradan a los clientes, en ese aspecto de la creatividad estoy bastante a gusto con su trabajo.

Entrevistadora: ¿Ud. ha podido observar que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial presenta actitudes que dan cuenta de su auto confianza?

Sí claro ella marca posición y eso es bueno, entonces a veces exponemos nuestras ideas y evaluamos las razones, eso muestra que ella confía en lo que sabe y eso para mí es muy importante.

Entrevistadora: A partir del desempeño laboral observado ¿Usted confía en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su organización?

Claro con ella hay mucha confianza como te lo repito, es una buena persona, la actitud para mí es lo primordial en cuanto el tema de valores es una persona honesta, le gusta aprender, entonces nosotros en cualquier tipo de trabajo siempre tenemos que dar un poco más de lo esperado, eso va a garantizar que se desarrolla esa confianza y generó una armonía que va a llegar a que todos ganemos.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, tiene notoriedad dentro de su empresa; es decir, su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir por sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?

Sí mucha notoriedad, yo confío bastante en los trabajos de diseño y también tengo años trabajando con diseñadores.

Entrevistadora: ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?

Claro que sí competir y sobresalir

Entrevistadora: ¿Ud. Conoce cuáles son las actividades que realiza un profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro su empresa?

Si nos reunimos frecuentemente y siempre estamos al tanto de las actividades que se realizan tenemos algunos horarios fijados para las reuniones.

Entrevistadora: ¿Cómo percibe Ud. al profesional de artes & diseño gráfico empresarial en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?

Si es muy eficiente no tiene que hacer muchas correcciones, el 90% de los casos los trabajos ya están listos para entregarlos.

Entrevistadora: ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su empresa?

Su desenvolvimiento dentro de mi empresa es bastante bueno y nos llevamos bien.

Entrevistadora: ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?

Si a ella le gusta aprender y crecer y le permite aportar más un mayor valor.

Entrevistadora: ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?

Se involucra en cada proyecto y se toma su tiempo para poder desarrollar sus propuestas y lo hace bien.

Entrevistadora: ¿Ud. cree que el profesional de artes y diseño gráfico empresarial tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requiere su empresa?

Claro que puede desarrollar todas las actividades siempre y cuando se vaya amoldando a los requerimientos y a las tendencias ya que ahora con la tecnología siempre son cambiantes, pero cuenta con los principios para poder adaptarse a cualquier escenario.

Entrevistadora: ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de artes & diseño gráfico empresarial, que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?

Trabaja muy bien el desarrollo del branding, hace muy buenas propuestas, bueno la creatividad es importante y como repito la actitud de querer aprender Y también el compromiso que es cumplida, porque cuando ella dice que va a realizar un trabajo lo cumple a sus horas.

Entrevistadora: ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Bueno siempre he trabajado con diseñadores o estudiantes de diseño de la universidad Sipán.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera necesario que todo profesional de artes & diseño gráfico empresarial cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización, para que lo aplique en su centro laboral?

Yo pienso que salen como en un estándar, pero ya depende del alumno llevar capacitaciones y desarrollarse, en ciertas áreas porque el campo de trabajo es bastante amplio ya depende de cada alumno.

Entrevistadora: ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa es reconocido por otras personas o instituciones? ¿Cómo se expresan de él?

Yo pienso que sí, porque cualquier empresa medianamente grande cuenta con un diseñador y si de repente no cuenta con los ingresos terceriza servicio, pero necesita de todas maneras

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el trabajo que realiza el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones para su empresa?

contar con el servicio de un diseñador más ahora que se necesita tener una buena presencia en plataformas de internet como redes sociales y necesitan sí o sí de un diseñador.

Entrevistadora: De ser el caso. Cuando usted realizó el proceso de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes & diseño gráfico empresarial frente a otras personas que postulaban para el mismo cargo?

Bueno me presento C.V. Con algunos trabajos que había realizado, eran interesantes y bonitos, más que todo en la entrevista personal note en ella algunas características que a mí me interesaron.

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Cuán original es el trabajo realizado por el profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro de su empresa?

Es bastante original recabando información a través de su brief, en cuanto al tema de marcas y todos sus diseños están llenos de originalidad desde el inicio entonces tiene identidad.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial para su empresa, frente a otros diseñadores?

Los beneficios son que varios clientes y en mi negocio trae muy buenos resultados.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?

Si actúa con mucha honestidad es una buena chica.

Entrevistadora: ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial inspira confianza tanto en el público interno como externo de la organización?

Sí inspira mucha confianza

Entrevistadora: ¿Ud. Notó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?

Si siempre es responsable y cumple con los trabajos a tiempo

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial posee una conciencia ambiental que lo motivare a actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?

No ha habido oportunidad de hacer algo con relación al medio ambiente, como ahora el trabajo es de manera remota ya que no se utilizan muchos materiales que contaminan al medio ambiente.

Entrevistadora: ¿Reconoció Ud. Si el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?

Si lo hacen es algo que toma tiempo y hasta a mí a veces me cuesta comprender, pero ella si realiza una investigación.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS tiene ostenta una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea? ¿De qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?

Sí bastante, siempre analiza el escenario, ella da sus opiniones y vamos ordenando las ideas.

Entrevista 5

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Qué imagen proyecta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, como persona y trabajador de su empresa? Describir el comportamiento.

Entrevistado: Bueno ella en cuanto a su persona, es muy reservada, no le gusta mezclar los temas personales con laborales, pero siempre le gusta ayudar y nos da sugerencias en cualquier proyecto que tengamos, es muy competente en el trabajo y constantemente está actualizando sus conocimientos y viendo las últimas tendencias de diseño.

Entrevistadora: ¿Ud. Observó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando para su empresa?

Entrevistado: Claro es amigable, pero a la vez un poco seria también, como dije anteriormente no le gusta mezclar su vida personal en el trabajo, siempre busca hacer su trabajo de la mejor manera posible y con responsabilidad, porque de eso se trata no, de enfocarse en sus labores diarias.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el sueldo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial es justo?

Entrevistado: Esto va a depender mucho de la empresa donde trabaje el diseñador verdad, osea en general creo que no se valora mucho el trabajo del diseñador, muchos consideran que los encargos son fáciles y que incluso cualquier persona los podría hacer, pero esto no es así, porque siempre hay amplios conocimientos detrás, en mi empresa yo considero que pago un precio justo y también se les da una gratificación cuando el proyecto realizado por el diseñador supera nuestras expectativas.

Entrevistadora: ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, representa un crecimiento económico para su empresa? De representar un crecimiento económico para su empresa, ¿estaría dispuesto a aumentarle el sueldo?

Entrevistado: Claro que si, como a lo mencione antes, yo como jefe aliento por su trabajo y cuando se realiza un proyecto y esto nos beneficia como empresa doy un extra por su trabajo.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que cuenta con un espacio acondicionado para el área de diseño dentro de su empresa? Cuenta con equipamiento para realizar las labores de diseño

Entrevistado: Si, considero que tengo un buen espacio en el área de diseño, buena iluminación y bueno, hace unos meses atrás, si no me equivoco en el mes de abril se cambiaron algunos equipos para mejorar el trabajo.

Entrevistadora: ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, se siente a gusto y cómodo trabajando en un espacio que lo motive e inspire dentro de su empresa? ¿Ud. gestiona capacitaciones, talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes & diseño gráfico empresarial?

Entrevistado: Si, ella generalmente está muy motivada, me encanta que siempre tiene buena actitud y disposición para trabajar porque esa energía que tiene contagia a los demás, así que considero que, si está a gusto dentro de la empresa, en cuanto a las capacitaciones, si hice algunas para todo el equipo, pero para ser sincero no es frecuentemente, pero si considero que es importante este tipo de actividades para el crecimiento de la empresa.

Entrevistadora: ¿De qué forma Ud. conoció al profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa?

Entrevistado: Bueno en realidad yo no la conocía, pero un día el diseñador que trabajaba con nosotros renunció y teníamos que contratar a alguien rápidamente, entonces una colaboradora de la empresa nos sugirió a ella porque había visto su trabajo en redes sociales, en este caso Instagram, porque dentro de esta plataforma tiene como un catálogo con los trabajos que ha realizado, entonces la contacté y aceptó trabajar aquí.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera necesario que un profesional de artes & diseño gráfico empresarial, exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales, para que tenga más posibilidades de ser contratado por diversas empresas?

Entrevistado: Efectivamente, pues gracias a que ella mostraba su trabajo por redes sociales, ahora tiene un trabajo, este es un claro ejemplo de que todo profesional que da a conocer su trabajo, puede obtener uno mejor gracias al mundo digital.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio?

Entrevistado: Generalmente si, como ya lo dije creo que su mejor portafolio fueron las redes sociales y todo lo que demostró ahí, lo ha venido desarrollando en mi empresa.

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su organización?

Entrevistado: cuanto a sus aportes pues, durante el tiempo que ha venido trabajando fueron varios, pero los más significativos han sido, el crear campañas publicitarias muy buenas, dirigir y motivar al equipo, recuerdo que en algunas ocasiones ella tenía que dirigir a todo el equipo y lo hizo muy bien.

Entrevistadora: ¿Ud. ha podido observar que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial presenta actitudes que dan cuenta de su auto confianza?

Entrevistado: Definitivamente, ella expresa autoconfianza en cada momento, claro que hay días en los que tiene una ligera desmotivación, pero es algo pasajero, por lo general se siente muy confiada en el trabajo que realiza, yo creo que es también porque siempre busca la forma de aprender nuevas cosas, eso hace que ella misma se fortalezca y se tenga confianza, pero sobre todo confíe en sus habilidades profesionales.

Entrevistadora: A partir del desempeño laboral observado ¿Usted confía en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su organización?

Entrevistado: Definitivamente, como lo dije antes en algunas ocasiones ella ha dirigido a todo el equipo, y eso demuestra que le tengo mucha confianza y sé qué hará un buen trabajo.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, tiene notoriedad dentro de su empresa; es decir, su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir por sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?

Entrevistado: Más que notoriedad, es el hecho de que ha sabido dirigir efectivamente gracias a su desempeño al equipo que se le encargó, sin embargo, ella también busca que todo el equipo sobresalga, pues el trabajo es de todos no solo del diseñador.

Entrevistadora: ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?

Entrevistado: Definitivamente, pues la diseñadora de la empresa ha demostrado cualidades para competir, siempre busca aprender nuevas cosas y está al tanto de las tendencias del mercado, eso la hacen muy capaz para postular y competir con otros diseñadores, eso es muy agradable en un profesional.

Entrevistadora: ¿Ud. Conoce cuáles son las actividades que realiza un profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro su empresa?

Entrevistado: Si, bueno ella se encarga de realizar las actividades que tienen que ver con el marketing, campañas publicitarias y dirigir al equipo de trabajo en algunas ocasiones que se requiera de su participación.

Entrevistadora: ¿Cómo percibe Ud. al profesional de artes & diseño gráfico empresarial en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?

Entrevistado: Es muy enfocada en su trabajo, está casi todo el tiempo motivada y es responsable en todas las tareas diarias que se le encomiendan, además ayuda a todo el equipo con el aporte de ideas.

Entrevistadora: ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su empresa?

Entrevistado: Se desenvuelve muy bien dentro y fuera de la empresa, sabe expresar y defender sus ideas, sabe dirigir, en general su desenvolvimiento es muy bueno y todos en la empresa la aprecian mucho.

Entrevistadora: ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?

Entrevistado: Claro que si, como les comentaba anteriormente, ella está en constante aprendizaje y siempre busca refrescar sus conocimientos para crecer en lo profesional y también en lo personal, lo que noto de ella es que siempre busca aprender nuevas cosas para enseñarle a los demás o darles algunas sugerencias.

Entrevistadora: ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?

Entrevistado: Como le repito si, ella está siempre muy comprometida y motivada en el trabajo, creo que ella eligió bien su carrera y conoce su vocación porque esa energía que entrega en cada proyecto es contagiosa y única.

Entrevistadora: ¿Ud. cree que el profesional de artes y diseño gráfico empresarial tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requiere su empresa?

Entrevistado: Todas no, yo creo que un profesional no abarca todos los campos del diseño, esta carrera es muy amplia, aunque no lo crean, creo que la mayoría sigue una línea según sus gustos y preferencias, eso está bien porque así se enfocan solo en las actividades que les gusta realizar.

Entrevistadora: ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de artes & diseño gráfico empresarial, que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?

Entrevistado: La capacidad que tiene es la de dirigir efectivamente a todo un equipo, eso permitió que la empresa sigue encaminándose de la mejor forma, y en cuanto a sus habilidades es muy creativa y aprende muy rápido, eso es beneficioso para todo profesional que recién está empezando a formar su carrera profesional.

Entrevistadora: ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: Bueno puedo destacar la forma en como hacen sus proyectos, la investigación previa para cada trabajo, el estar al tanto de las nuevas tendencias, pero sobre todo considero que sus proyectos no son improvisados como en otros casos que si he tenido este tipo de profesionales que hacían todo a última hora.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera necesario que todo profesional de artes & diseño gráfico empresarial cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización, para que lo aplique en su centro laboral?

Entrevistado: Claro, es necesario como personas y como profesionales mostrar nuestro don o aquello que nos hace único, ya que casi siempre las personas te recuerdan por aquella característica particular que te diferencia de los demás.

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Se puede comparar la ética laboral del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: Yo creo que cada profesional se muestra tal cual es, independientemente de donde estudio, ya que la ética se aprende y se practica desde niño, porque en la realidad podemos ver profesionales que no son éticos, aunque hayan estudiado en las más prestigiosas universidades, y también encontramos profesionales muy éticos que estudiaron en universidades menos prestigiosas por así decirlo, pero si estoy seguro que estos valores se forjan desde pequeños.

Entrevistadora: ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa es reconocido por otras personas o instituciones? ¿Cómo se expresan de él?

Entrevistado: Según lo que he percibido si es reconocida y también se expresan muy bien de ella en sus redes sociales, esto es indicativo de que es una buena profesional y siempre la felicitan por su trabajo, además fue una destacada alumna cuando estudiaba.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el trabajo que realiza el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones para su empresa?

Entrevistado: Si, el trabajo de un diseñador es importante, aunque haya personas que aún no se han dado cuenta de esto, y bueno también es tarea del empresario buscar un diseñador que reúna todas las características de un buen profesional, en mi caso la diseñadora de mi

empresa si cumple con mis expectativas, pues siempre busca soluciones y apoya al equipo de trabajo.

Entrevistadora: De ser el caso. Cuando usted realizó el proceso de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes & diseño gráfico empresarial frente a otras personas que postulaban para el mismo cargo?

Entrevistado: En este caso no realice un proceso de selección ya que tenía urgencia de contratar un diseñador de manera inmediata, pero me avale de los buenos comentarios de sus redes sociales en cuanto a su trabajo, por eso la contacte y le propuse un mes de prueba, este era pagado también, pero era algo menos al sueldo que hoy recibe, entonces ella acepto trabajar en la empresa y pues hasta ahora sigue trabajando aquí por ser muy proactiva.

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Cuán original es el trabajo realizado por el profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro de su empresa?

Entrevistado: En este caso si es original ya que se encarga de realizar campañas publicitarias únicas que nos hacen pensar fuera de la caja, despiertan todos nuestros sentidos y la publicidad cumple finalmente su objetivo.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial para su empresa, frente a otros diseñadores?

Entrevistado: Los beneficios que ofrece son varios, pero rescato el buen trabajo en equipo, la creatividad y la investigación previa en cada proyecto encomendado.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?

Entrevistado: Si, bueno en cuanto a sus trabajos encomendados, estos siempre tuvieron coherencia y originalidad.

Entrevistadora: ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial inspira confianza tanto en el publico interno como externo de la organización?

Entrevistado: Bueno ella no atiende directamente al público externo, pero dentro de la empresa, los demás compañeros siempre han confiado en su trabajo, incluso muchos de ellos piden su punto de vista antes de que yo supervise su trabajo.

Entrevistadora: ¿Ud. Notó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?

Entrevistado: De hecho, ella siempre busca presentar sus trabajos con puntualidad o incluso antes del tiempo para luego hacer las correcciones necesarias, pero sí, siempre ha sido muy responsable y puntual con sus entregas.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial posee una conciencia ambiental que lo motivare a actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?

Entrevistado: Si, por lo general su espacio de trabajo siempre está limpio, eso da a notar buenos hábitos ambientales, incluso tiene una caja donde acumula las hojas que normalmente las votamos, ella las guarda hasta que se llene esa caja y luego la regala a los recolectores o personas que buscan chatarra en la calle.

Entrevistadora: ¿Reconoció Ud. Si el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?

Entrevistado: Claro que si, como ya lo mencioné anteriormente, yo veo y reconozco toda la investigación que realiza antes de presentar sus propuestas finales.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS tiene ostenta una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea? ¿De qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?

Entrevistado: En este sentido si no sé muy bien, puesto que con ella solo hablamos de trabajo dentro de la empresa, como mencione antes, ella no mezcla su vida personal o lo que piensa del contexto sociales con las personas de la empresa, se enfoca mucho en los trabajos y proyectos de la organización.

Entrevista 6

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Qué imagen proyecta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, como persona y trabajador de su empresa? Describir el comportamiento.

Entrevistado: He trabajado con dos personas, uno de ellos era muy creativo, pero a la vez un poco descuidado, pero si aportaba con muchas ideas, también era puntual pero un poco distraído, pero al final lo compensaba.

Entrevistadora: ¿Ud. Observó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando para su empresa?

Entrevistado: Si era muy amigable pero poco responsable, muchas veces no entregaba los diseños que yo le encomendaba a tiempo.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el sueldo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial es justo?

Entrevistado: Bueno en realidad el diseño no está tan valorado en el mercado, muy pocas empresas son las que quieren pagar un sueldo justo.

Entrevistadora: ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, representa un crecimiento económico para su empresa? De representar un crecimiento económico para su empresa, ¿estaría dispuesto a aumentarle el sueldo?

Entrevistado: Yo creo que si estaría dispuesto a aumentarle el sueldo, pero va de la mano de los ingresos con los que cuenta la empresa y la parte de diseño es fundamental, porque ayuda a mejorar la imagen y las estrategias de comunicación.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que cuenta con un espacio acondicionado para el área de diseño dentro de su empresa? Cuenta con equipamiento para realizar las labores de diseño

Entrevistado: Cómo estoy empezando de nuevo como consecuencia de la pandemia, tuve que cerrar por un tiempo la empresa, podría decir que no tengo las condiciones de tener un buen espacio acondicionado para el área de diseño dentro de la empresa, pues sabemos que la situación es un poco complicada.

Entrevistadora: ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, se siente a gusto y cómodo trabajando en un espacio que lo motive e inspire dentro de su empresa? ¿Ud. gestiona capacitaciones, talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes & diseño gráfico empresarial?

Entrevistado: Yo creo que sí, no tengo muy clara esta respuesta, pero tal vez sí, siempre trataba de que se sienta cómodo, en cuanto a capacitaciones, en realidad no he gestionado ello para mis colaboradores.

Entrevistadora: ¿De qué forma Ud. conoció al profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa?

Entrevistado: Lo que hacemos en la empresa es solicitar personas para que trabajen y fue por redes sociales como Facebook como lo pude contactar.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera necesario que un profesional de artes & diseño gráfico empresarial, exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales, para que tenga más posibilidades de ser contratado por diversas empresas?

Entrevistado: Claro, efectivamente hoy en día es necesario estar en el entorno digital y redes sociales, sobre tener sus trabajos en Facebook, ya que esto ayudará a contactar con algunos posibles trabajos, siempre es recomendable mostrar y demostrar tu trabajo.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio?

Entrevistado: Sí mostró las capacidades más que todo las del portafolio y me brindo una página de Facebook también para poder ver sus trabajos realizados.

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su organización?

Entrevistado: Yo creo que, si aportó a mi empresa, pero no dio el máximo de su esfuerzo en cuanto al re Branding y la imagen institucional

Entrevistadora: ¿Ud. ha podido observar que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial presenta actitudes que dan cuenta de su auto confianza?

Que yo recuerde si confía en su trabajo porque en cada proyecto me lo ha ido demostrando.

Entrevistadora: A partir del desempeño laboral observado ¿Usted confía en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su organización?

Entrevistado: Si confiaba en su trabajo, pero no del todo porque siempre hay correcciones que se tenían que hacer, además a veces era un poco impuntual en la entrega de los trabajos, como dije antes, era distraído y quizá se olvidaba de sus labores.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, tiene notoriedad dentro de su empresa; es decir, su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir por sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?

Entrevistado: Yo creo que él era un poco de perfil bajo porque no sobresale mucho.

Entrevistadora: ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?

Entrevistado: Como te dije es muy creativo, pero no explota todo su potencial que tiene para poder competir con otros diseñadores del mercado laboral.

Entrevistadora: ¿Ud. Conoce cuáles son las actividades que realiza un profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro su empresa?

Entrevistado: Bueno las actividades que realizaba era el re Branding y desarrollo de piezas gráficas para el packing de la empresa.

Entrevistadora: ¿Cómo percibe Ud. al profesional de artes & diseño gráfico empresarial en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?

Entrevistado: Bueno en realidad es un poco lento se tomaba su tiempo para realizar cada tarea encomendada, eso era un poco desagradable ya que retrasaba el trabajo de la empresa.

Entrevistadora: ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su empresa?

Entrevistado: Como te dije desde el comienzo él tiene un nivel intermedio fue muy bueno su desenvolvimiento, pero pudo dar más por lo que mostró su portafolio no dio todo de él y su perfil es un poco bajo y no cumplió con mis expectativas

Entrevistadora: ¿Considera Ud. que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?

Entrevistado: Yo creo que no, siempre estaba distraído y casi nunca notaba que el tenga voluntad para su crecimiento profesional, es más casi nunca veía su interés por aprender nuevas cosas.

Entrevistadora: ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?

Entrevistado: En algunas cosas no en todo, porque siempre presentaba excusas para la presentación de sus trabajos.

Entrevistadora: ¿Ud. cree que el profesional de artes y diseño gráfico empresarial tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requiere su empresa?

Entrevistado: En realidad, se necesita especialistas para cada actividad como por ejemplo para hacer este un re Branding o una ilustración o una línea editorial también uno de ellos era muy bueno en ilustración y el otro tenía otro tipo de capacidad.

Entrevistadora: ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de artes & diseño gráfico empresarial, que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?

Entrevistado: Porque como te dije una de las personas que trabajaba conmigo tenía capacidades en cuanto a la creatividad y a la ilustración, la otra persona no contaba con las mismas capacidades porque era mejor en otras cosas.

Entrevistadora: ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: No puedo dar una respuesta concreta porque solo conozco el trabajo de algunos diseñadores de la Sipán.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera necesario que todo profesional de artes & diseño gráfico empresarial cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización, para que lo aplique en su centro laboral?

Entrevistado: Yo creo que los diseñadores deben tener un valor diferencial para poder sobresalir y tener más oportunidades de trabajo.

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Se puede comparar la ética laboral del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: Desde que inicio mi empresa solo eh trabajado con profesionales de la Sipán, así que no puedo comparar.

Entrevistadora: ¿Ud. cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa es reconocido por otras personas o instituciones? ¿Cómo se expresan de él?

Entrevistado: Dicen que sólo puntualidad en la entrega de trabajos a tiempo y la proyección a la creatividad o sea que no sólo se quede ahí, sino que intente avanzar y crecer como diseñador, pero en si no he tenido seguimiento de ellos

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el trabajo que realiza el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones para su empresa?

Entrevistado: Sí es importante y creo que lo cumplió a medias las expectativas y si ofrecía soluciones para mi empresa.

Entrevistadora: De ser el caso. Cuando usted realizó el proceso de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes & diseño gráfico empresarial frente a otras personas que postulaban para el mismo cargo?

Entrevistado: No realice ningún proceso porque ingreso de manera directa.

Entrevistadora: Diga Ud. ¿Cuán original es el trabajo realizado por el profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro de su empresa?

Entrevistado: Su trabajo es muy original porque tiene muy buena creatividad para cada proyecto que realiza.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial para su empresa, frente a otros diseñadores?

Entrevistado: Bueno en si los beneficios que apporto fueron pocos en relación a los resultados finales de algunos proyectos.

Entrevistadora: ¿Ud. Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?

Entrevistado: Si es coherente y honesto en cada proyecto que realiza y de manera personal.

Entrevistadora: ¿Ud. Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial inspira confianza tanto en el público interno como externo de la organización?

Entrevistado: No había contacto directo con el público exterior, pero dentro de la empresa siempre ha inspirado confianza.

Entrevistadora: ¿Ud. Notó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?

Entrevistado: No, como te digo fue muy regular en algunos casos.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial posee una conciencia ambiental que lo motivare a actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?

Entrevistado: Por ejemplo, recuerdo que una vez hizo una campaña sobre el medio ambiente y aportaba muchas ideas sobre eso y tenía proyectos en la Sipán bueno en eso sí.

Entrevistadora: ¿Reconoció Ud. Si el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?

Entrevistado: Yo creo que sí realiza una investigación previa a la ejecución de cada proyecto.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS tiene ostenta una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea? ¿De qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?

Entrevistado: No sabría decirlo bien

Entrevista 7

Entrevistadora: ¿Qué imagen proyecta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, como persona y trabajador de su empresa?

Entrevistado: En realidad, el trabajador de diseño que tengo a mi cargo, es una persona creativa al realizar cada proyecto, pero también es muy proactivo y eficiente en todo lo que realiza dentro de mi empresa.

Entrevistadora: ¿Ud. Observó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando para su empresa?

Entrevistado: Si, siempre desde que piso mi empresa se mostró como una persona muy amigable y comunicativo, pero también muy responsable en las tareas que se le dejaban siempre con puntualidad.

Entrevistadora: ¿Usted Considera que el sueldo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial es justo?

Entrevistado: Si para mi si es justo y considero que el sueldo que yo le pago a mi trabajador es razonable, en el sentido que yo valoro su trabajo y tengo las posibilidades de pagar un buen sueldo a los diseñadores con los que trabajo.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, representa un crecimiento económico para su empresa? De representar un crecimiento económico para su empresa, ¿estaría dispuesto a aumentarle el sueldo?

Entrevistado: Si, claro desde el día uno me ayudó con todo lo relacionado a mi marca en cuanto a la imagen, es algo que me ayudo a tener más clientes y por ende aporta un crecimiento, por ello si estaría dispuesto a subirle un sueldo mucho mayor al que le pago.

Entrevistadora: ¿Usted Considera que cuenta con un espacio acondicionado para el área de diseño dentro de su empresa? Cuenta con equipamiento para realizar las labores de diseño

Entrevistado: Actualmente es trabajo remoto, así que cada uno trabaja desde su casa con los equipos que cada uno cuenta es por eso que no tenga un espacio acondicionado para mis trabajadores.

Entrevistadora: ¿Considera usted que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, se siente a gusto y cómodo trabajando en un espacio que lo motive e inspire dentro de su empresa? ¿Ud. gestiona capacitaciones, talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes & diseño gráfico empresarial?

Entrevistado: Si, Si se siente a gusto trabajando conmigo, porque tenemos mucha confianza y comunicación; sin embargo, como ahora estamos en un trabajo remoto por la pandemia, no estaría seguro si su espacio que él utiliza lo motiva o lo inspira y si realizó capacitaciones dentro de su área de su competencia.

Entrevistadora: ¿De qué forma Ud. conoció al profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa?

Entrevistado: Eh... yo lo conocí en la escuela profesional de diseño gráfico, ya que yo trabajo ahí como docente y de esta manera conocí al diseñador porque fui su profesor.

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que un profesional de artes & diseño gráfico empresarial, exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales, para que tenga más posibilidades de ser contratado por diversas empresas?

Entrevistado: Si es importante, porque ayuda a poder mostrar sus capacidades y habilidades en cuanto al diseño y de esta manera puede tener más posibilidades de trabajo.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio?

Entrevistado: Si, demostró esas capacidades, porque todo lo que me presentó al inicio de ser contratado en su portafolio me lo ha ido demostrando en cada proyecto que ha ido realizando.

Entrevistadora: ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su organización?

Entrevistado: Los aportes que me ha ofrecido son las propuestas de branding que realizaba para mi empresa y también el buen manejo de redes sociales.

Entrevistadora: ¿ha podido observar que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial presenta actitudes que dan cuenta de su auto confianza?

Entrevistado: Si, Sí he observado que tiene una confianza en sí mismo en cuanto los proyectos, porque siempre está seguro de la idea que plantea y del resultado final a pesar de algunas diferencias en cuanto a la ideas que se quiere plantear.

Entrevistadora: A partir del desempeño laboral observado ¿Usted confía en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su organización?

Entrevistado: Confío mucho porque a lo largo del tiempo que trabaja conmigo se ha podido ganar mi confianza, es muy cumplido con los proyectos y es una buena persona.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, tiene notoriedad dentro de su empresa; es decir, su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir por sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?

Entrevistado: Si tiene notoriedad porque tiene un buen desempeño frente a los demás integrantes de mi empresa además destaca mucho por su trabajo.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?

Entrevistado: Si bien yo creo que si, en mi empresa ha destacado frente a los demás, está preparado para poder competir con otros diseñadores del mercado laboral.

Entrevistadora: ¿Usted conoce cuáles son las actividades que realiza un profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro su empresa?

Entrevistado: Si, claro que sí porque yo soy quien doy las actividades que cada uno de los miembros de mi empresa tiene que realizar, por ejemplo, realiza el branding para las marcas también hace los posts que serán publicados dentro de mi red social.

Entrevistadora: ¿Cómo percibe usted profesional de artes & diseño gráfico empresarial en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?

Entrevistado: Yo lo percibo con mucha planificación y control en cada tarea que se le delega.

Entrevistadora: ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su empresa?

Entrevistado: Bueno en realidad aquí podría decir que su desenvolvimiento realmente me ha sorprendido, porque es muy bueno no he tenido ningún problema con su trabajo y en verdad es muy eficiente.

Entrevistadora: ¿Considera usted que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?

Entrevistado: Si... sí, porque en este caso yo observo mucho eso, la voluntad y disposición que cada uno tiene en mi empresa y para mí es muy importante que tengan esas características como trabajadores porque permite un buen clima laboral.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?

Entrevistado: Si es muy comprometido siempre que le doy una tarea para que realice pone todo de su empeño y me lo entrega las fechas que se ha planteado por eso no tengo ningún problema.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes y diseño gráfico empresarial tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requiere su empresa?

Entrevistado: Bueno en realidad todas las actividades no las pueden desarrollar ya que faltan temas audiovisuales.

Entrevistadora: ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de artes & diseño gráfico empresarial, que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?

Entrevistado: A ver las capacidades en sí fueron la Proactividad, El hecho de que es creativo, sobre todo organizados y todo eso me ayudó a crecer a mí como empresa y También a ellos.

Entrevistadora: ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: No tendría una respuesta y porque no he comparado

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que todo profesional de artes & diseño gráfico empresarial cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización, para que lo aplique en su centro laboral?

Entrevistado: Propuesto, sí creo que es indispensable porque ayuda a que te contraten por el diferencial que tienes entre los demás diseñadores.

Entrevistadora: ¿Usted cree que puede comparar la ética laboral del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: No he comparado en realidad, sólo trabajo con personas de la USS.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa es reconocido por otras personas o instituciones? ¿Cómo se expresan de él?

Entrevistado: Siempre he escuchado buenos comentarios sobre los diseñadores.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el trabajo que realiza el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones para su empresa?

Entrevistado: Si Claro que es muy importante porque ayuda a las empresas a que puedan tener una mejor imagen como marca y en mi caso sí ha cumplido con las expectativas porque me ha ofrecido ideas innovadoras para aplicarlas dentro de mi empresa.

Entrevistadora: Cuando usted realizó el proceso de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes & diseño gráfico empresarial frente a otras personas que postulaban para el mismo cargo?

Entrevistado: No he realizado ningún proceso de selección, pero si elegía a los profesionales que demostraron en aula ser buenos alumnos.

Entrevistadora: ¿Cuán original es el trabajo realizado por el profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro de su empresa?

Entrevistado: Si hablo de la originalidad puedo decir que sus propuestas son muy originales como les decía son innovadoras.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial para su empresa, frente a otros diseñadores?

Entrevistado: Bueno los beneficios y ventajas frente a otros diseñadores es la investigación previa para todo proyecto con la que sustentan sus propuestas creativas.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?

Entrevistado: Si, siempre es uno de los valores que posee el diseñador que trabaja conmigo porque trabaja de manera honesta en todas las tareas que se le dan y sobre todo con coherencia.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial inspira confianza tanto en el público interno como externo de la organización?

Entrevistado: Si, principalmente a mí me inspira mucha confianza al público externo también en cuanto sus propuestas.

Entrevistadora: ¿Usted notó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?

Entrevistado: Si, siempre ha sido una persona muy responsable y puntual para cada proyecto que le doy para que lo realice porque cumple las horas y los plazos de cada proyecto incluso a veces lo presenta antes y estoy muy contento realmente con su trabajo.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial posee una conciencia ambiental que lo motivare a actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?

Entrevistado: Sí... Sí yo creo que sí porque en los trabajos que yo le mandó hacer a veces siempre sus propuestas son para que no perjudique el medio ambiente y podría decir que sí.

Entrevistadora: ¿Reconoció Ud. Si el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?

Entrevistado: Claro que sí ya que nosotros siempre trabajamos en base a una investigación para poder tener un buen proyecto ya que también de ahí salen las ideas para ejecutar cada proyecto.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS tiene ostenta una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea? ¿De qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?

Entrevistado: Si, con propuestas de responsabilidad social

Entrevista 8

Entrevistadora: ¿Qué imagen proyecta el profesional de diseño como trabajador dentro de su empresa?

Entrevistado: Bueno la imagen ha sido buena, siempre han sido profesionales que han cumplido mis expectativas Incluso han sobrepasado las expectativas como yo ya los conocía desde aula por su creatividad, porque son proactivos no he tenido ninguna mala experiencia.

Entrevistadora: ¿Usted observó que el profesional de diseño mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando dentro de su empresa?

Entrevistado: Si siempre han sido responsables, si no hubieran sido responsables no los hubiera elegido, por ese lado siempre he seleccionado a las personas porque sabía que iban a trabajar bien.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el sueldo del profesional de diseño es justo?

Entrevistado: Lo que pasa en este caso, por ejemplo yo he trabajado con dos egresados y los dos, trabajaban medio tiempo y les pagaba más de un sueldo mínimo, pero ese es el

suelo que yo les pagaba y desconozco cual es el sueldo que les pagan en otras compañías, de por sí diseño gráfico es una carrera nueva, y él no conocer el trabajo del diseñador porque lleva poco tiempo en el mercado, siempre se relacionaba con la imprenta, ahí los diseños no costaban solamente tenía un costo las impresiones, entonces está relacionado con eso por muchos años, pero es trabajo del diseñador ponerle un precio respetable a su trabajo, hay formas que te permiten tener una buena paga justa, es de acuerdo al tamaño de la empresa, al número de trabajadores que tienen todo eso tiene que ver cuánto te van a pagar, por otro lado el sueldo del diseñador no es fijo a veces sacas mucho dinero y a veces no, pero ya depende de cómo te hagas y te pongas un nombre dentro del mercado.

Entrevistadora: ¿Usted cree que, si el profesional de diseño representa un crecimiento económico para su empresa, estarías dispuesto aumentar el sueldo?

Entrevistado: Por supuesto claro que sí, justo eso yo les mencioné a mis trabajadores, en algún momento entraron ganando la mitad del mínimo y uno de ellos era muy proactivo y conversé con mi socia y estuvimos de acuerdo en subirle el sueldo por el mismo tiempo de trabajo, ya que gracias a él yo veía que impulsaba mi empresa, él se encargaba del proceso creativo y me ahorra mucho tiempo y bueno como era proactivo decidí aumentarle el sueldo, porque si yo veo crecimiento en mi empresa también debe haber un beneficio para los trabajadores.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño se siente a gusto y cómodo trabajando en el espacio que lo motive o le inspire dentro de su empresa?

Entrevistado: Bueno ahorita porque estamos en pandemia no tengo oficina, pero cuando estaba en oficina todo el tiempo tuve la suerte de tener un departamento que funcionaba como oficina y tenía un baño, tres habitaciones, una sala grande que funcionaba como estudio fotográfico ósea espacio había, también había computadoras todo a la mano, todos los equipos, cámaras fotográficas, entonces equipamiento había infraestructura también, entonces claro que contaba con un espacio adecuado para mis trabajadores.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño se siente a gusto y cómodo trabajando en el espacio que lo motive o le inspire dentro de su empresa?

Entrevistado: Sí claro que sí, justamente como te mencionaba yo tuve la suerte de tener un departamento para utilizarlo como oficina y consideró que es muy importante, las condiciones del espacio, desde una buena silla, una buena computadora y si consideró que es muy importante el ambiente la infraestructura, también siempre hacemos capacitaciones del tema de audiovisual, ya que es lo que les falta a los universitarios egresados de las USS, y si las capacitaciones me han parecido siempre muy importantes y lo que tenía yo era una cuenta

de Crehana que se los facilitaba a mis trabajadores para que ellos puedan llevar cursos que necesitaban aprender.

Entrevistadora: ¿De qué forma conoció usted al profesional de diseño que trabaje en su empresa?

Entrevistado: Bueno, la mayoría de profesionales que trabajan conmigo los he conocido dentro de la universidad, porque he podido conocer su trabajo antes de contratarlos.

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que un profesional de diseño exponga su trabajo en redes personales u otras plataformas digitales para ser contratado en otras empresas?

Entrevistado: Claro que sí de hecho es un aliado muy importante, para ustedes las redes sociales mientras que el resto pública como aficionados ustedes son profesionales que es muy importante el contenido en redes sociales y eso es su portafolio.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño demostró dentro de su empresa las capacidades y habilidades que poseen su currículum y portafolio?

Entrevistado: Si al 90 o al 100%, y en general como yo ya los conocía, ya sabía quiénes tenían el 80% y sabía que mi empresa iba a llegar a un 90 o 100% de aprendizaje, entonces siempre han cubierto mis expectativas y siempre han estado a la altura y muchas veces yo no pedía ni un C.V. ni portafolio porque ya sabía cuáles eran sus capacidades y habilidades.

Entrevistadora: ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de diseño en su empresa?

Entrevistado: Bueno aportes muy buenos, cada uno ha aportado desde sus conocimientos y habilidades, bueno he tenido trabajadores que han sido ilustradores desde su conocimiento de ilustradores han aportado a mi empresa y ellos han aportado muchísimo a las campañas creativas que tenían y si han aportado mucho a mi empresa.

Entrevistadora: ¿Ha podido observar que el profesional de diseño presenta actitudes que dan cuenta de su autoconfianza?

Entrevistado: Sí normalmente sí, bueno hay algunos que tienen un perfil más bajo que otros y hay otros que son muy ostentosos, pero siempre he tratado de escoger a gente que está segura del trabajo que hacen, no que se sobrevaloran, sino que se sepan valorar.

Entrevistadora: A partir del desempeño laboral observado ¿Usted confía en el desempeño del profesional de artes y diseño dentro de su organización?

Entrevistado: Sí confío, porque como ya he conocido las personas nunca me he desilusionado, he estado contento con su trabajo.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño tiene notoriedad dentro de su empresa es decir su productividad y desempeño lo hacen sobresalir sobre todos los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?

Entrevistado: Bueno mi empresa es de publicidad de marketing y diseño, todos somos un equipo de diseñadores, entonces sí destacan y si les hago el reconocimiento público incluso dentro de mi empresa, pero casi no había una competencia porque son de distintos perfiles y es más se apoyaban mutuamente, nunca he sentido que en mi empresa allá un clima de competencia, porque siempre se ha trabajado en equipo.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de diseño que trabaje en tu empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?

Entrevistado: Claro que sí porque hoy en día hay mucha más competencia de diseño en el mercado, porque antes sólo la carrera de diseño lo tenía la Sipán, pero ahora ya hay en institutos y universidades que tienen todo el equipamiento y una buena enseñanza de parte de los profesores entonces si hay competencia y ellos pueden competir en el mercado laboral.

Entrevistadora: ¿Usted conoce cuáles son las actividades que realiza el profesional de diseño gráfico dentro de su empresa?

Entrevistado: Claro si los conozco muy bien, vienen formados como diseñadores; por ende, ellos manejan todos los softwares de diseño, lo hacen con criterio conocen la cromática, la psicología del color, saben cómo mostrar y parar una campaña publicitaria y se cuáles son las destrezas con las que ellos vienen.

Entrevistadora: ¿Cómo percibe al profesional de diseño gráfico en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?

Entrevistado: Lo hace bien, pero hay un factor importante que yo me hago amigo de mis trabajadores y como lo seleccionó sé cuáles son sus capacidades, a raíz de eso en algún momento abusaban de mi confianza, a veces eran muy productivos y de repente había días en que no hacían el trabajo, pero luego se disculpaba y me daban las razones por las cuales no habían hecho el trabajo y después todo bien con ellos.

Entrevistadora: ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de diseño en su empresa?

Entrevistado: Bueno mi opinión es buena siempre ha sido bueno el desenvolvimiento de los chicos de diseño gráfico.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño gráfico nuestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?

Entrevistado: Sí salvo un caso, de una persona que ingresó llegaba y presentaba los trabajos, pero no le notaba las ganas de querer alinearse con la empresa, de querer dar más de proactividad o de querer aprender, no notaba interés por el trabajo.

Entrevistadora: ¿usted cree que el profesional de diseño gráfico se compromete con cada proyecto que realice dentro de su empresa?

Entrevistado: Sí porque yo hago que se comprometa dentro de mi empresa, porque tenemos un cronograma y a cada uno del equipo les digo de lo que se van a encargar, pero sí siempre ha habido compromiso.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño tiene la capacidad de desarrollar todas las actividades que se requieren en su empresa?

Entrevistado: No las tiene, no porque sean malos, sino porque no tienen todas las capacidades que yo necesito, porque no han sido formados en cuestiones audiovisuales y en marketing digital, saben sobre campañas son muy creativos pero al momento de entrar redes sociales no es solamente hacer un post y tener muchos likes, Es hacer campañas publicitarias, por ejemplo, necesito que sepa de marketing de contenidos pero generalmente lo desconocen, todos esos puntos son los que le faltan al diseñador, los trabajadores que yo tenía en mi empresa no han cubierto al 100% de lo que yo requería.

Entrevistadora: ¿cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de diseño gráfico que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?

Entrevistado: Tengo tres cosas muy importantes, lo primero es la habilidad innata, cada uno tiene una habilidad innata en nuestro rubro, otro punto está la capacidad del trabajo de adaptarse a un equipo, la capacidad de aprender y trabajar en equipo, otro factor sería la ética profesional.

Entrevistadora: ¿Cuáles consideras que son las cualidades que los diferencia entre un técnico y un profesional en cuanto a diseño?

Entrevistado: Bueno la única diferencia es que yo los conozco, a la mayoría de los profesionales de diseño de la USS y yo diría que en comparación los diseñadores universitarios con los de instituto, están casi al mismo nivel, pero por ejemplo, en el tema de

investigación obviamente los de universidad tiene más conocimiento de eso, porque profundizar más en el tema de investigación, el tema teórico también es más son más años de estudio.

Entrevistadora: ¿Considera necesario que todo profesional de diseño cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización para que se apliquen en su centro laboral?

Entrevistado: Sí de hecho que sí, siempre debe de haber un valor diferencial en todos, creo que todo profesional debe de haber algo que te haga distinto que trascienda, pienso que todos debemos perfeccionarnos desde el punto que somos buenos, entonces siempre es bueno enfocarse en algo que a ti te guste y que lo hagas muy bien.

Entrevistadora: ¿Se podría comparar la ética laboral del profesional de diseño comparado con otros profesionales de otras casas de estudio?

Entrevistado: Bueno ahí si no podrías responderte muy bien, porque siempre he trabajado con profesionales de la USS, y no podría compararlos en cuanto a la ética laboral.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de diseño es reconocido por otras personas o instituciones como se expresan?

Entrevistado: Si muchas veces son reconocidos por otras personas.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el trabajo que realiza un diseñador es importante y cumple con sus expectativas es decir ofrece soluciones, pero su empresa?

Entrevistado: Creo que es muy importante, en mi empresa no es importante es vital, porque si no tenemos diseñador no hacemos diseño me quedo sin nada, porque mi empresa es de publicidad, todos los proyectos que realizan para mí son muy importantes.

Entrevistadora: El ser el caso cuando usted realizó el proceso de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes y diseño frente a otras personas que pasaron por el mismo cargo?

Entrevistado: Bueno los factores más importantes fueron su habilidad y lo otro es su cultura, cuando hablo de cultura hablé de todo desde como se expresa, porque yo no puedo contratar a alguien que no hable bien y también que sepa de todo un poco, bueno dentro de la cultura está ser ético los valores con los que cuenta la persona; por ejemplo, el compañerismo, la honestidad y la honradez estas cosas que son vitales más que cualquier otra cosa.

Entrevistadora: ¿Diga usted cuan original el trabajo realizado por el profesional de diseño dentro de su empresa?

Entrevistado: Bueno la mayoría de los trabajos y son muy originales en cuanto al diseño y las ideas, sobre todo.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de diseño frente a otros profesionales?

Entrevistado: Han sido muchos en realidad; por ejemplo, cuando han sido ilustradores, aportan un valor especial y único con una propuesta del trabajo que yo podría desarrollar para la empresa, en el tema fotográfico también y bueno el beneficio es que me hacen descansar, yo ya no tengo que cargar con todo el proyecto, entonces el beneficio es que era un gran apoyo que yo podía tener más clientes y podría descargarme de todo el trabajo de diseño fotografía producción audiovisual.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?

Entrevistado: Si de eso nunca me voy a quejar, siempre he trabajado con chicos que han tenido muy buenos valores, que han trabajado de manera positiva dentro de mi empresa, nunca he tenido ninguna queja, nunca me he peleado hasta el día de hoy se mantiene una muy buena amistad con mis ex trabajadores.

Entrevistadora: ¿Usted quiere que el profesional de diseño inspira confianza tanto en el público interno como externo de la empresa?

Entrevistado: Sí claro porque yo lo seleccionó y sé cuánto valen estos chicos.

Entrevistadora: ¿Usted notó que el profesional de diseño entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad dentro de su empresa?

Entrevistado: Casi siempre, porque en algún momento como yo creo este clima de amistad con ellos, algunas veces han pensado que se pueden descolgar de la chamba por la confianza que teníamos mutuamente y bueno en algún momento si me han fallado en ese aspecto, no todos, pero en algún momento uno que otro no presentó, pero ya con una llamada de atención todo se resolvió de la mejor manera.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de diseño gráfico posee una conciencia ambiental que lo motiva actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?

Entrevistado: Nunca he trabajado en proyectos de medio ambiente; sin embargo, siempre he cuidado mucho el tema de la educación ambiental y mis trabajadores también.

Entrevistadora: ¿Reconoce usted si el profesional de diseño gráfico realiza un trabajo de investigación previa a la ejecución de sus proyectos?

Entrevistado: Si a veces sí, he tenido un trabajador que siempre investigaba todo y venía con nuevos temas y conocimientos que los compartía con nosotros; sin embargo, no todos investigan, pero en este caso el sí.

Entrevistadora: El profesional de diseño gráfico tiene una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea ¿De qué manera se preocupan por el impacto social de su trabajo?

Entrevistado: Sí de hecho es algo que yo evalúo muchísimo, es cuando conoce a su sociedad cuál es su compromiso social, el compromiso que él asume como persona, como integrante de una sociedad, es muy importante eso y siempre lo evalúo, siempre me ha gustado tener un trabajador que me pueda hablar de diversos temas, por ejemplo de la problemática social, de la coyuntura, de cuál es nuestro aporte como diseñadores y ciudadanos, conocer la política, conocer la historia y conocer el entorno social que nos rodea.

Entrevista 9

Entrevistadora: ¿Qué imagen proyecta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, como persona y trabajador de su empresa?

Entrevistado: Bueno lo que pasa es que en la búsqueda de las personas que trabajan conmigo siempre he tratado de que sean sobresalientes y en este caso la imagen que ellos han proyectado ha sido siempre buena, llegaban y querían estar aprendiendo básicamente, he proponer nuevas cosas, bueno y eso yo lo veo sobre todo en las empresas que se dedican a la audiovisual, porque en otras personas es distinto la imagen que tienen de los diseñadores, por ejemplo en otros lugares la imagen que tiene de los diseñadores es diferente es como que sólo vienen a dibujar, a sentarse un rato en su computadora estar ahí sin hacer mucho, me doy cuenta con mucha gente que ha salido de la universidad que hasta ahora lo ven así teniendo años de experiencia incluso tienen viéndolo como que son los chicos que sólo vienen a desperdiciar el tiempo o también piensan que están disponibles todo el rato que los diseñadores, no hacen nada y van a estar disponibles las 24 horas del día, pero esa es la imagen que tienen en las empresas, en el caso mío siempre la imagen ha sido bueno, porque creo que se desempeña mejor en ese tipo de ambientes laborales, donde tú le das un poco más de libertad para que puedan hacer las cosas.

Entrevistadora: ¿Usted observó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando para su empresa?

Entrevistado: Sí claro que sí, bueno siempre trato a las personas lo mejor posible, en el ambiente laboral he buscado más siempre entablar una amistad con las personas, para que puedan ellos sentirse tranquilos trabajando, siempre se han desempeñado bien no he tenido ningún problema con los chicos que he trabajado y que han sido varios.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el sueldo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial es justo?

Entrevistado: No aquí no, ante todas las funciones que les ponen definitivamente no es justo, porque además se sigue infravalorando el trabajo y sobre todo, porque hay mucha mano de obra no calificada y que se pone barata las cosas, eso es lo que sucede o muchos otros, por ejemplo, todos nos vamos a cansar de decir que en las imprentas, porque el mayor problema se encuentra ahí, ellos no cobran por el diseño y ahí está el chip de todos los clientes mal puestos, por ejemplo dicen “yo necesito esto entonces voy y ahí me lo van a hacer absolutamente todo sin cobrarme el diseño”.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, representa un crecimiento económico para su empresa? De representar un crecimiento económico para su empresa, ¿estaría dispuesto a aumentarle el sueldo?

Entrevistado: Sí claro que sí, porque muchas veces sucede que el diseñador tiene a su cargo la imagen de la institución, lo que va a decir la gente va a depender muchas veces de lo que él ponga en su publicación, de lo que se vea reflejado en la publicación, entonces si tú mantienes contenta a la persona dentro del trabajo va a ser mucho más rentable para ti también, porque él va a realizar una buena comunicación en tu empresa, ahora muchas veces hay mucha gente renegando de su trabajo en la mayoría de casos, porque no tienen un buen ambiente laboral y no les pagan bien pues, pero si la persona genera y se convierte en un activo mejor dicho para la empresa, que ayuda a promocionar qué es un empleado proactivo con todo eso definitivamente se le puede aumentar el sueldo.

Entrevistadora: ¿Usted considera que cuenta con un espacio acondicionado para el área de diseño dentro de su empresa? Cuenta con equipamiento para realizar las labores de diseño

Entrevistado: No porque ahora la empresa soy yo y otra persona más, muchas veces con las otras personas que yo trabajo en diseño, trabajan en su casa, no trabajan conmigo, pero sobre todo es por el tema de la pandemia que obliga definitivamente a que las cosas sean

así, pero antes sí teníamos una oficina, teníamos un espacio dónde íbamos, pero no contábamos con las cosas necesarias para que el diseñador puede hacer todo, por ejemplo, a veces él tenía que traer su computadora, porque no teníamos cosas suficientes y cuando uno está empezando es así.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, se siente a gusto y cómodo trabajando en un espacio que lo motive e inspire dentro de su empresa? ¿Ud. gestiona capacitaciones, talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes & diseño gráfico empresarial?

Entrevistado: Claro bueno yo a la gente con la que siempre he trabajado, yo le digo puede ser que no te pague mucho acá, pero vas a aprender bastante, entonces sí siempre se le genera capacitaciones a los trabajadores, incluso muchas veces porque vienen de la universidad ignorando cosas, definitivamente como procesos creativos y todo ese tipo de cosas, por ejemplo algunas veces les decía vamos a crear una marca para este empresa de un cliente y con todos hacíamos una reunión para explicar básicamente qué es un proceso creativo, como utilizar bien el brief que nos está mandando el cliente y de allí iban saliendo las ideas, entonces para mí eso es una forma de que los trabajadores se capaciten.

Entrevistadora: ¿De qué forma usted conoció al profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa?

Entrevistado: Yo los conocí en la universidad porque fui profesor allí.

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que un profesional de artes & diseño gráfico empresarial, exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales, para que tenga más posibilidades de ser contratado por diversas empresas?

Entrevistado: Si en este caso es necesario y fundamental que expongas tu trabajo en redes, porque el profesional de diseño es una persona que netamente es visual y que muchas veces trabaja de forma freelance, entonces exponer el trabajo que tú haces es lo que te va a servir para captar clientes, en diseño si tú no expones su trabajo estás muerto, nadie te conoce o sea y es muchas veces lo que pasa en personas que entran a trabajar a un lugar como, por ejemplo, el ministerio las piezas que haces dentro de allí no las expones y la gente piensa que ya no estás trabajando y el momento crítico de eso es cuando dejas ese trabajo porque no hiciste un portafolio, entonces sí es muy importante.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio?

Entrevistado: Sí claro que sí, bueno yo he trabajado con unas seis o siete personas directamente en la empresa, pero si siempre cumplieron lo que prometieron, si yo veía en él se ve que eran ilustradores, yo los necesitaba para que ilustrar, por eso les digo que una de las cuestiones muy importante es la especialización, es muy importante que en el currículum no solamente diga qué es diseñador en general, sino que se especialice en algo en lo que mejor se desempeñó.

Entrevistadora: ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su organización?

Entrevistado: Ya muchas veces lo que necesitábamos en nuestra empresa o en la mayoría de empresas es publicitarse a sí misma, te hablo en mi caso que es una empresa de comunicación visual, qué trabajo haciéndoles la comunicación visual para otras empresas, pero muchas veces descuida mi comunicación visual, entonces en eso es muy importante de meter a un diseñador para que se encargue de poder levantar esa parte de la empresa que definitivamente la descuidas, porque estás concentrado en satisfacer a los otros clientes y creo que ahí puede aportar el diseñador en generar publicidad, en generar comunicación para tu empresa.

Entrevistadora: ¿Usted ha podido observar que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial presenta actitudes que dan cuenta de su auto confianza?

Entrevistado: En muchas personas sí o sea hay personas que son conscientes del trabajo que hacen y dicen este es mi trabajo y sienten que su trabajo es bueno y tienen la confianza, pero hay personas que no y como el diseño es muy subjetivo, entonces hace que cuando tú das una opinión del trabajo lo tomen un poco mal y se bajonee la persona, Allí lo que yo creo que deben hacer es que el diseñador fundamente bien su trabajo, eso es lo que le va a dar la confianza a la persona la fundamentación, buscar él porque está haciendo las cosas.

Entrevistadora: ¿Usted confía en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su organización?

Entrevistado: Sí, claro que sí, confío porque ya hemos desarrollado con algunas personas algunos métodos de trabajo en los que si yo necesito algo se lo encargó, les doy fechas y me los tienen que entregar, hasta ahora no he tenido mayor problema con eso.

Entrevistadora: ¿Considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, tiene notoriedad dentro de su empresa; es decir, su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir por sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?

Entrevistado: Bueno en este caso como te digo siempre buscó a personas que hagan cosas diferentes a los que yo realizo, para mí sí es fundamental que hagan cosas que yo no puedo hacer, entonces está la cuestión de buscar bien a las personas.

Entrevistadora: ¿Cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?

Entrevistado: Claro que sí incluso trabajo con personas que se llevan de encuentro, que enseñan diseño pues o sea sí de hecho que sí trabajó con personas de aquí de Chiclayo, que se dedican a enseñar, entonces ya tienen su nivel trabajó con personas que no tienen mucho tiempo de haber salido de la universidad, básicamente por una cuestión de confianza de rapidez, de saber cómo esas personas ya trabajan.

Entrevistadora: ¿Usted conoce cuáles son las actividades que realiza un profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro su empresa?

Entrevistado: Sí claro bueno las funciones ahorita son básicamente. ahorita estoy trabajando con dos diseñadores les encargó y los dejó que trabajen a su manera y claro yo se las actividades que ellos realizan, porque tenemos un cronograma ya tenemos lo que se va a presentar y todas esas cosas.

Entrevistadora: ¿Cómo percibe usted al profesional de diseño gráfico en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?

Entrevistado: Por el momento se está trabajando por proyectos, por ejemplo, llegan proyectos, contrató gente y se realiza el proyecto, estamos trabajando con un cronograma no diario, sino semanal casi como les digo la mayor cosa que se realizan es proyectos para redes

sociales, entonces eso se planifica con más o menos una semana de anticipación, como se ha planificado, pero hasta ahora no hay problema, si cumplen diariamente las Tareas.

Entrevistadora: ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su empresa?

Entrevistado: Que es bueno el desempeño del diseñador ahora en la empresa es bastante bueno, no tengo mayor problema como les digo trabajo con cronogramas de entregas.

Entrevistadora: ¿Considera usted que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?

Entrevistado: Sí definitivamente sí es más si no mostrarán esa actitud no trabajarían aquí o sea, porque siempre yo digo que hay que tener una visión diferente de la vida, tratar de sorprenderte de lo nuevo, por ejemplo, si tú ves un diseño de alguien más y dices “wow que chévere el diseño trataré de algún momento imitar eso” O sea esa visión de ver algo y luego querer igualar y superar, entonces esa visión es la que siempre se tiene que tener.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?

Entrevistado: Sí sí claro que sí, como te digo yo, hay gente especializada en cosas, entonces por ejemplo si yo le voy a pedir aún es ilustrador que me realicé una ilustración, él va a dar el máximo en eso y en el otro caso si yo soy un diseñador y no sé ilustrar y lo mandó ilustrar allí ya está el problema y la frustración.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes y diseño gráfico empresarial tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requiere su empresa?

Entrevistado: No pues claro ni yo mismo, les digo eso porque yo tengo los conocimientos de diseño, pero la gente no tiene todas las capacidades, todos no son fotógrafos no son ilustradores, por eso te digo que no todos tienen la capacidad de ser lo mismo.

Entrevistadora: ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de artes & diseño gráfico empresarial, que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?

Entrevistado: Bueno la mayoría de veces lo que yo más he requerido siempre han sido ilustradores, porque los temas de diseño los puedo resolver yo esto es en el caso de la empresa que yo tengo, pero los temas de ilustración no puedo porque yo no soy ilustrador y siempre he buscado ilustradores y si tienen la capacidad de crecer definitivamente crecen todos.

Entrevistadora: ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: Bueno en mi caso los conozco nada más porque yo he trabajado en la Sipán, pero de haber trabajado no y bueno yo solamente trabajado con los de las USS, siento que lo que diferencia al diseñador de la Sipán con otros, es las bases teóricas y ahí se dan durante varios ciclos para luego poder aterrizar algo dentro de una computadora y esas bases teóricas no se dan bien en otros lugares, entonces la diferencia es las bases teóricas del diseñador de una casa de estudio universitario, porque ahí te enseñan mucho teoría que no la tienen los institutos.

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que todo profesional de artes & diseño gráfico empresarial cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización, para que lo aplique en su centro laboral?

Entrevistado: Hay personas que desarrollan un estilo de diseño y ese estilo de diseño lo mantienen siempre y lo adaptan a las exigencias que tiene la empresa, sí definitivamente influye.

Entrevistadora: ¿Usted cree que puede comparar la ética laboral del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: Ah claro, osea es muy diferente sabes, porque muchas veces algo que me dado cuenta es el estatus y eso hace que se diferencia en realidad, en cuanto a su forma de actuar, pero hay muchas personas que en su mayoría en los institutos vienen así de lugares que son muy humildes y no tienen bien cimentado las cuestiones éticas, las cuestiones de la confianza, también por ejemplo muchas veces hay personas que confunden la confianza que se les da para hacer el trabajo y hacen lo que quieren, entonces sí es diferente he notado mucha diferencia en eso, por eso que te digo que no he trabajado con nadie de instituto,

cuando tú tienes más años estudiando ahí va desarrollando un pensamiento lógico más incluso empresarial qué es lo que se busca.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa es reconocido por otras personas o instituciones? ¿Cómo se expresan de él?

Entrevistado: Así con estas personas como te digo ya he venido trabajando como 4 años y si son personas muy conocidas, porque algunos ya dictan clases en institutos y universidades.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el trabajo que realiza el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones para su empresa?

Entrevistado: Sí cumplen las expectativas definitivamente, muchas veces el trabajo se hacen algunas correcciones y ya está, pero si siempre nunca he tenido problemas con el trabajo de ellos, siempre han sido cumplidos.

Entrevistadora: ¿Cuándo usted realizó el proceso de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes & diseño gráfico empresarial frente a otras personas que postulaban para el mismo cargo?

Entrevistado: Definitivamente el portafolio, no he contratado a nadie que no tenga portafolio, hay gente que solamente te mando tu currículum, pero allí no está lo que necesito saber, lo fundamental para mí para poder contratarlos es que me muestren su portafolio.

Entrevistadora: ¿Cuán original es el trabajo realizado por el profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro de su empresa?

Entrevistado: De decirte original no, porque siempre las personas vienen con ideas de otros lados, tienes referencias, tu trabajo no es original, porque ya viste referencias de otros lados, lo que sí necesita uno es que el trabajo sea legítimo y que sea propio, porque como te digo cosas originales ya ahorita en este tiempo ya no hay nada original, lo que tú tienes que hacer ahora con todo lo que hay ahí es innovar pues, hacerle algo más a eso de allí y sorprender a las personas con eso.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial para su empresa, frente a otros diseñadores?

Entrevistado: Con la mayoría que yo trabajado son con ilustradores y ya puedo hacer cualquier cosa dentro de mi empresa, muchas veces cuando yo quiero hacer un diseño, entonces se hace una ilustración, para mí es fundamental un ilustrador, porque si no puedo hacer la foto esa persona la dibuja y hay una ventaja sobre los otros, porque con eso yo puedo hacer cualquier cosa.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?

Entrevistado: Sí más que todo hay una amistad dentro de la empresa, como te digo son personas que trabajan hace 5 años, entonces la gente ha actuado bien.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial inspira confianza tanto en el público interno como externo de la organización?

Entrevistado: El público interno en este caso soy yo, si no tuviera confianza en él no lo contrataría, entonces si inspira confianza en el público interno, el público externo también y de uno de ellos siempre veo que está publicando en internet, y la gente interactúa con las publicaciones, tiene muy buena recepción en las cosas que hace, entonces confianza de dentro hacia fuera si inspiran ellos.

Entrevistadora: ¿Usted notó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?

Entrevistado: Sí sí bueno hay veces que no pues, pero la mayoría de veces, pues hay que entregar los trabajos con tiempo, hay muchas veces que no se puede y demoras en entregar el trabajo, pero si en la mayoría de veces sí.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial posee una conciencia ambiental que lo motivare a actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?

Entrevistado: Bueno si tengo una trabajadora que ella sí da muchos mensajes ambientales, tiene incluso una marca donde publica cosas del medio ambiente, vende cosas que son orgánicas, pero sí conciencia por el medio ambiente en todos.

Entrevistadora: ¿Usted reconoció si el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?

Entrevistado: Sí claro que sí, lo que pasa es que ninguna publicación, ningún diseño sale sin tener ningún objetivo, o sea, hay que planificar definitivamente antes y tener un objetivo para poder publicar sino no se hace nada.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS tiene una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea? ¿De qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?

Entrevistado: Sí con los que he trabajado sí y yo siempre trato de que los trabajadores tengan una visión crítica de los que lo rodean en su ambiente, con las personas que siempre trabajo normalmente siempre les preguntó sobre las situaciones que están pasando.

Entrevista 10

Entrevistadora: ¿Qué imagen proyecta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, como persona y trabajador de su empresa? Describir el comportamiento.

Entrevistado: Normalmente están bien cuadrículados, yo creo que deberían tener más experiencia, creo que deberían ser más analíticos al momento de realizar un proyecto, muchas veces esperan que uno les diga tal cual como deberían de hacer las cosas y no son lógicos en proyectar algunos diseños.

Entrevistadora: ¿Usted observó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial mostró ser una persona amigable y responsable en el tiempo que estuvo trabajando para su empresa?

Entrevistado: Bueno en eso sí amigable y responsable, yo también desde el inicio les dije cuáles eran las reglas y todo eso sí se cumplió en ser responsables con los horarios.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el sueldo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial es justo?

Entrevistado: Bueno yo creo que el diseñador recibe de acuerdo a su capacidad, lo que merece de acuerdo a su trabajo mientras tenga más experiencia y realice buenos diseños, más ingresos tendrá.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, representa un crecimiento económico para su empresa? De representar un crecimiento económico para su empresa, ¿estaría dispuesto a aumentarle el sueldo?

Entrevistado: Claro por supuesto yo soy una de las personas que digo cada quien se merece el fruto de su esfuerzo, a cada uno de ellos se le paga un sueldo, pero si veo que esta persona me rinde más, aparte de su sueldo le voy a remunerar algo más adicional, porque soy consciente de que si hacen un buen trabajo se merecen algo más, también hay muchas veces que he tenido la mala experiencia de que todos los diseñadores que han trabajado en mi empresa han tenido faltas ortográficas en sus diseños y el hecho de estar corrigiendo cada trabajo es más dificultoso y traen más problemas a la empresa.

Entrevistadora: ¿Usted considera que cuenta con un espacio acondicionado para el área de diseño dentro de su empresa? Cuenta con equipamiento para realizar las labores de diseño

Entrevistado: Bueno donde trabajamos sí, justo, por ejemplo, hemos buscado un área más grande para poder adecuarla, en tener una oficina especialmente para diseño, cuentan con muy buenos equipos, cada chico contaba con su I Mac y estaban en sus áreas correspondientes.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, se siente a gusto y cómodo trabajando en un espacio que lo motive e inspire dentro de su empresa? ¿Ud. gestiona capacitaciones, talleres o cursos que permita crecer al profesional de artes & diseño gráfico empresarial?

Entrevistado: Yo creo que en todo trabajo se trabaja bajo presión, había momentos en que sí se sentían a gusto porque no todo era trabajo, había momentos en tratar de socializar porque yo sé que todas las personas que son diseñadores tienen que estar en paz y tranquilos para que su creatividad pueda fluir, no hemos gestionado capacitaciones, algunas veces habían pequeñas capacitaciones por falta de conocimiento para realizar algunos trabajos, en ese aspecto se les capacitaba ahí mismo pero no de manera profesional.

Entrevistadora: ¿Cómo conoció usted al profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa?

Entrevistado: Buena los conocimos por las convocatorias que lanzamos en la página de diseñadores que se estaba usando y se presentaban algunos diseñadores conocidos y compañeros, pero mayormente por redes sociales.

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que un profesional de artes & diseño gráfico empresarial, exponga su trabajo en redes profesionales u otras plataformas digitales, para que tenga más posibilidades de ser contratado por diversas empresas?

Entrevistado: Yo creo que sí porque estamos en la era digital, si no estás en internet no estás en nada.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial demostró dentro de su empresa las capacidades que oferto en el C.V. y portafolio?

Entrevistado: Yo creo que sí porque hay diseñadores de todo tipo, por ejemplo, hay muchos que son ilustradores, algunos que se dedican a la parte de editorial y algunos que se dedican a la creación de logos empresariales, nosotros buscamos un poco de todo para después no exigir a los diseñadores algo que estaba fuera de sus capacidades, porque todos son diferentes y no hacen las mismas cosas Y por ello se mandan los trabajos de acuerdo a sus capacidades para después no tener problemas qué no lo hicieron de manera correcta lo que les mandamos para que realicen como lo queríamos.

Entrevistadora: ¿Cuáles son los aportes que ha ofrecido el profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su organización?

Entrevistado: Todo trabajador que se contrata suma en todo aspecto, por algo se le contrata no para poder desempeñar un determinado trabajo, yo creo que todo trabajador suma desde el más pequeño hasta el más grande.

Entrevistadora: ¿Usted ha podido observar que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial presenta actitudes que dan cuenta de su auto confianza?

Entrevistado: Sí mucho como te digo, había un trabajador que al inicio no demostraba mucha confianza en lo que hacía, pero luego al pasar el tiempo pudo demostrar y estar seguro de su trabajo y de lo que podía lograr y encabezó como jefe de los demás diseñadores y lo hizo muy bien y tuvo mucha autoconfianza en ese aspecto, yo siento que cuando se les da la oportunidad pueden lograrlo.

Entrevistadora: ¿Usted confiaba en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su organización?

Entrevistado: Bueno en realidad la mayoría de veces sí se le ha dado y si ha tenido confianza en cuanto a los proyectos que han realizado los diseñadores dentro de mi empresa.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, tiene notoriedad dentro de su empresa; es decir, su pro actividad y desempeño lo hacen sobresalir por sobre los demás miembros de su organización en el ámbito laboral?

Entrevistado: Sí claro que sí tuvieron mucha notoriedad porque como te digo cada uno de ellos tiene diferentes capacidades y siempre han sobresalido en cuanto a los proyectos que han realizado.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial que trabaja o trabajó en su empresa tiene la capacidad de competir con otros diseñadores del mercado laboral?

Entrevistado: Sí porque cada quien se destaca en algo importante empiezan a cultivar ese arte que tienen y tienen la posibilidad de poder competir con cualquier otro diseñador del campo laboral.

Entrevistadora: ¿Usted Conoce cuáles son las actividades que realiza un profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro su empresa?

Entrevistado: Si por ejemplo nosotros nos dedicamos al mundo del cine y la fotografía, éramos una productora, en cuanto a las actividades diseñan posters para las películas que se iban a presentar en el cine, también diseñan las plantillas de los Blu-ray, realizaban retoque profesional, También Se ha realizado post para redes sociales de otras empresas Y también plantillas de las empresas para poder publicar.

Entrevistadora: ¿Cómo percibe usted al profesional de artes & diseño gráfico empresarial en cuanto a la ejecución de las tareas diarias?

Entrevistado: Nosotros éramos bastante organizados, teníamos una aplicación de los días que se tenían que se tenían que subir los posts; por ejemplo, si se tenía que subir automáticamente el miércoles yo les decía que tengan ya los posts listos para el lunes para poder hacer las correcciones porque no tenía la confianza en que ellos lo suban porque a veces se confundían mucho.

Entrevistadora: ¿Qué opinión tiene acerca del desenvolvimiento del profesional de artes & diseño gráfico empresarial en su empresa?

Entrevistado: Su desempeño como profesionales, son muy buenas personas yo creo que pueden dar mucho más de lo que ellos piensan, ya me han demostrado que a pesar con sus altas y bajas cuando ellos le ponen punche con una propuesta basta para quedar contentos con su trabajo, porque te sorprenden, pero estás más que todo cuando ellos se sienten motivados e inspirados.

Entrevistadora: ¿Considera usted que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial muestra voluntad y disposición para aprender y crecer profesionalmente dentro de su empresa?

Entrevistado: Yo creo que sí al inicio, porque esto es más que todo rutinario, porque a veces todo llega a cansar y creo que siempre necesitan algo de motivación para que les fluyan las ideas y no estén estresados.

Entrevistadora: ¿Considera usted que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial se compromete con cada proyecto que realiza en su empresa?

Entrevistado: Hasta el momento siempre han estado comprometidos con todos los proyectos que se les ha mandado a realizar en la empresa, porque lo han entregado al tiempo que se les ha indicado y no he tenido problemas con esas cosas.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de artes y diseño gráfico empresarial tiene la capacidad para desarrollar todas las actividades de diseño que requiere su empresa?

Entrevistado: Yo creo que sí están capacitados y sólo es cuestión de darles la oportunidad para que lo puedan hacer.

Entrevistadora: ¿Cuáles son las capacidades y habilidades del profesional de artes & diseño gráfico empresarial, que le permitieron crecer a él y tener éxito en su empresa?

Entrevistado: Bueno en cuanto a las capacidades uno sería la responsabilidad, compromiso, entrega, eso lo he visto en los trabajadores de diseño y como te digo muy responsables,

aunque a veces lo hacían un poco mal, pero si cumplían con las horas y las fechas pactadas, también muy responsables en su hora de llegada y salida.

Entrevistadora: ¿Qué cualidades diferenciales observa en el trabajo del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: Yo creo que, en cuanto la comparación los de instituto son más prácticos y los de la universidad son un poco más analíticos también más empresariales podríamos decir.

Entrevistadora: ¿Usted considera necesario que todo profesional de artes & diseño gráfico empresarial cuente con un valor diferencial que se acople a los fines de cada organización, para que lo aplique en su centro laboral?

Entrevistado: Yo creo que todos tenemos un valor diferencial y eso es lo que te hace propio no, nosotros tratamos de buscar especialistas que tengan un fuerte en algo ya que son difíciles las personas que tengan el mismo don para diferentes funciones, eso era el valor que cada quien tenía y nosotros tratamos de buscar eso que se desempeñen en una cosa más que otra y eso los hace únicos a los diseñadores.

Entrevistadora: ¿Se puede comparar la ética laboral del profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa, de la USS comparado con el de otras casas de estudio?

Entrevistado: Yo creo que no podría comparar, porque pueden que ellos tengan una ética propia de sí mismos, pero se adecúan al ritmo de trabajo que hay.

Entrevistadora: ¿Usted que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de su empresa es reconocido por otras personas o instituciones? ¿Cómo se expresan de él?

Entrevistado: No porque nosotros le presentamos los trabajos como empresa no como que le pertenecía a este diseñador tal trabajo, nada de eso siempre hemos presentado todo como una empresa.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el trabajo que realiza el profesional de artes & diseño gráfico empresarial, es importante y cumple con sus expectativas, es decir ofrece soluciones para su empresa?

Entrevistado: Si de importante si era importante, y bueno las expectativas los cumplían a un 80% más o menos, porque se les mandaba hacer algunos cambios que tenían que hacer en realidad cambios lógicos y cosas obvias.

Entrevistadora: ¿Cuándo usted realizó el proceso de selección ¿Cuál fue el factor relevante del profesional de artes & diseño gráfico empresarial frente a otras personas que postulaban para el mismo cargo?

Entrevistado: La facilidad para tratar de resolver una situación, la acción que tenían para resolver cualquier tipo de su situación, sobre todo la actitud si yo los veía que tenían una buena actitud no me importaba si era de instituto o universidad igual los elegía y sobre todo si tenían esas ganas de aprender para mí era muy importante, eso fue el factor relevante que nos llevó a contratar a los diseñadores que actualmente trabajan con nosotros.

Entrevistadora: ¿Cuán original es el trabajo realizado por el profesional de artes & diseño gráfico empresarial dentro de su empresa?

Entrevistado: Yo creo que era un 50 50, porque habían cosas a las cuales ellos se tenían que regir a ciertas cosas, porque aquí ya hay una línea gráfica, entonces para poder hacer un rebranding o para poder modificar se tiene que ser poco a poco hasta que le presentes una buena propuesta, esperar poder ser aprobado, por ejemplo, los póster ya tenían una línea de como deberían ir, ya tenían un estilo, entonces era raras veces cuando les decíamos, “es tu oportunidad es tu momento de brillar presentando tu propuesta”.

Entrevistadora: ¿Qué beneficios y ventajas aporta el profesional de artes & diseño gráfico empresarial para su empresa, frente a otros diseñadores?

Entrevistado: Bueno beneficios aporta muchísimo, porque yo creo que un rompecabezas si no está completo o sea una empresa, no funciona y las ventajas son muy grandes, pues porque había personas muy buenas y se les reconocía, porque también nos ayudaba a crecer a nosotros como empresa.

Entrevistadora: ¿Usted considera que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial actúa con coherencia y honestidad dentro de su empresa?

Entrevistado: Yo creo que con respecto a sus valores y era muy honestos, porque también la empresa era cristiana y siempre se le decía las cosas claras; por ejemplo, si en algún

momento no se sentían cómodos les decíamos que nos digan las cosas claras Y que sean honestos en ese aspecto y aparte que sobre todo un diseñador tiene que estar tranquilo para que su creatividad pueda fluir.

Entrevistadora: ¿Usted cree que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial inspira confianza tanto en el público interno como externo de la organización?

Entrevistado: Claro que sí, siempre inspiraron confianza en el público interno que en este caso somos nosotros y también en el público externo.

Entrevistadora: ¿Usted notó que el profesional de artes & diseño gráfico empresarial entregó sus trabajos con responsabilidad y puntualidad?

Entrevistado: Sí por supuesto como te digo ya teníamos una línea específica en que se les daba un tiempo definido de una semana para poder realizar los proyectos, hacíamos una reunión para poder ver cuáles eran los proyectos que se iban a presentar para la siguiente semana y siempre los presentan con responsabilidad y puntualidad.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial posee una conciencia ambiental que lo motivare a actuar sobre el impacto de su trabajo sobre el medio ambiente?

Entrevistado: Bueno nos sabría que responder porque no he tenido la oportunidad de hablar esas cosas con ellos.

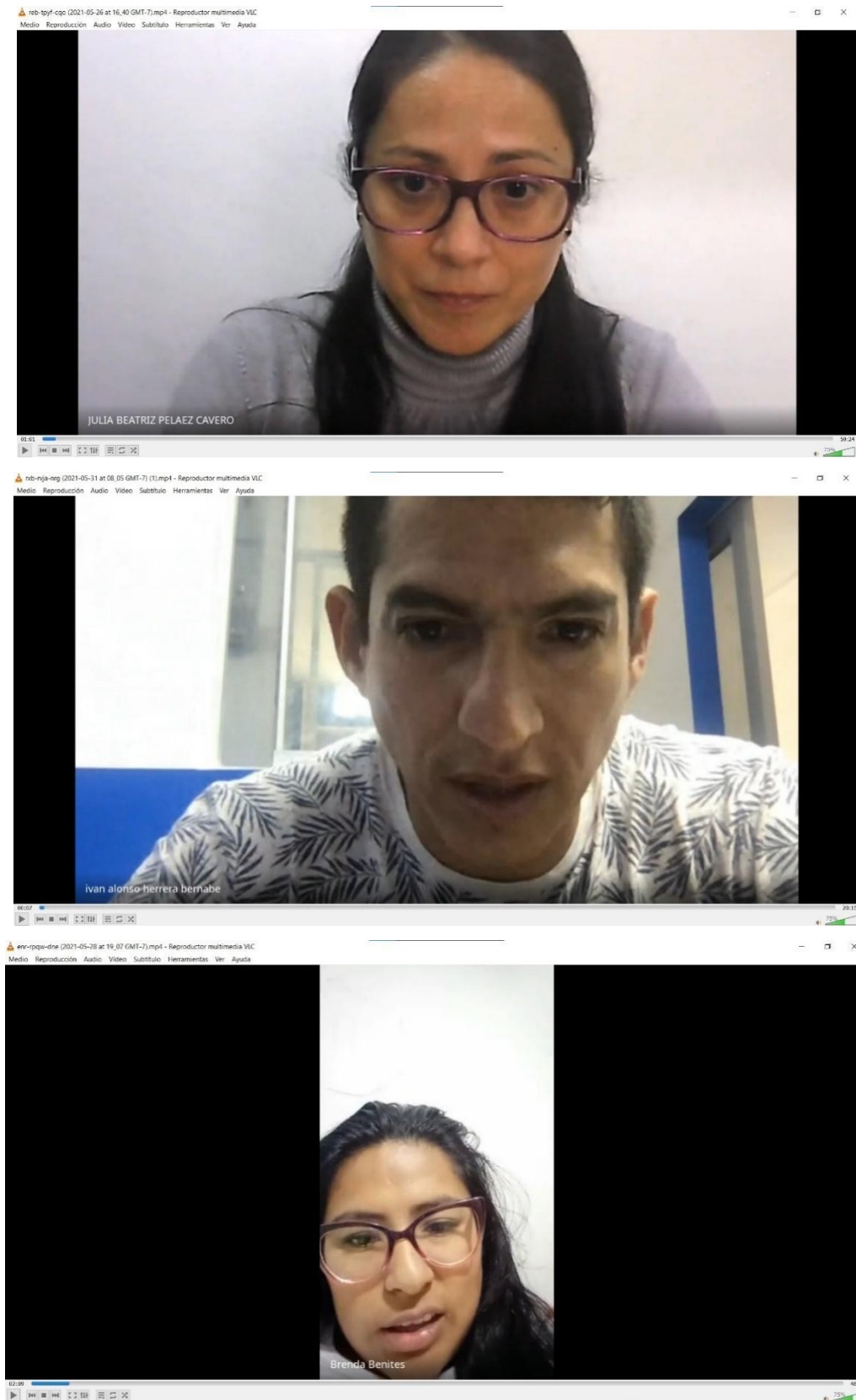
Entrevistadora: ¿Reconoció usted Si el profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS realiza un trabajo de investigación previo a la ejecución de sus proyectos?

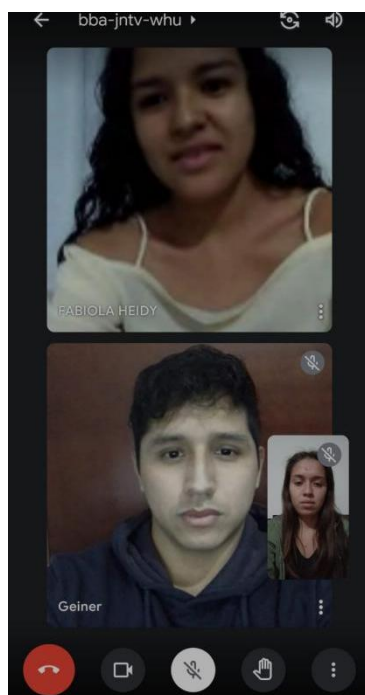
Entrevistado: Si siempre han investigado, porque cuando tenían algunas dudas siempre veía en tutoriales o algo para la realización de cada proyecto que se tenía que presentar dentro de la empresa; por ejemplo, cuando teníamos que ser rebranding para una empresa los diseñadores se encargaban de realizar una investigación previa de la empresa para poder realizar este proyecto.

Entrevistadora: ¿El profesional de artes & diseño gráfico empresarial de la USS tiene ostenta una visión crítica sobre el contexto social que lo rodea? ¿De qué manera se preocupa por el impacto social de su trabajo?

Entrevistado: Bueno en este caso como te comenté no he conversado de estos temas con los trabajadores de diseño de la empresa, así que no podría dar una respuesta sobre su visión crítica del contexto social

Evidencia de las entrevistas







Grabaciones

🔍 Buscar entre 7 grabaciones

nes.

Active la sincronización >

junio de 2021



Yarita 3

00:38 4/6/2021



Yarita 2

09:28 4/6/2021



Yarita 1

17:12 4/6/2021



Entrevista Yarita

00:39 4/6/2021

mayo de 2021



César 3

02:31 28/5/2021



César 2

06:33 28/5/2021



entrevista César

07:33 28/5/2021

mayo de 2021



Deivid 3

00:47 30/5/2021



Deivid 2

05:08 30/5/2021



Deivid 1

06:28 30/5/2021