



**“EL DISEÑO DE PORTAFOLIOS  
DIGITALES Y SU IMPACTO EN LA  
COMPETITIVIDAD DE LOS EGRESADOS  
EN LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO  
DE LA UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y  
ARTES DE AMÉRICA LATINA EN LIMA,  
PERÚ EN EL PERIODO 2020-2021”**

**AUTOR**

Luis Enrique Junior Diaz Bernal

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

La gestión del diseño como factor de competitividad y diferenciación

**ASESOR**

Carlo Daniel Rodríguez Viñas



## ● 15% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 14% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	<b>1library.co</b> Internet	6%
2	<b>repositorio.umb.edu.pe:8080</b> Internet	2%
3	<b>coursehero.com</b> Internet	1%
4	<b>Universidad de Ciencias y Artes de Latinoamerica on 2020-10-20</b> Submitted works	<1%
5	<b>caoba.sanmateo.edu.co</b> Internet	<1%
6	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Internet	<1%
7	<b>Universidad de Ciencias y Artes de Latinoamerica on 2020-10-20</b> Submitted works	<1%
8	<b>repositorio.ug.edu.ec</b> Internet	<1%

9	<b>repositorio.usmp.edu.pe</b> Internet	<1%
10	<b>repositorio.upla.edu.pe</b> Internet	<1%
11	<b>es.slideshare.net</b> Internet	<1%
12	<b>dspace.uhemisferios.edu.ec</b> Internet	<1%
13	<b>lacriaturacreativa.com</b> Internet	<1%
14	<b>kipdf.com</b> Internet	<1%
15	<b>Universidad Rey Juan Carlos on 2022-11-15</b> Submitted works	<1%
16	<b>anxela-art.com</b> Internet	<1%
17	<b>repositorio.uap.edu.pe</b> Internet	<1%
18	<b>cuenta-matado.fun</b> Internet	<1%
19	<b>repositorio.unu.edu.pe</b> Internet	<1%
20	<b>ucal on 2022-12-01</b> Submitted works	<1%

21	<b>slideshare.net</b>	Internet	<1%
22	<b>oldskull.net</b>	Internet	<1%
23	<b>Infile on 2021-12-01</b>	Submitted works	<1%
24	<b>repositorio.ups.edu.pe</b>	Internet	<1%
25	<b>Universidad de Guayaquil on 2022-09-12</b>	Submitted works	<1%
26	<b>dspace.unl.edu.ec</b>	Internet	<1%
27	<b>repositorio.uigv.edu.pe</b>	Internet	<1%
28	<b>Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion on 2019-08-26</b>	Submitted works	<1%
29	<b>redi.unjbg.edu.pe</b>	Internet	<1%
30	<b>Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD on 2021-10-27</b>	Submitted works	<1%
31	<b>documentop.com</b>	Internet	<1%
32	<b>repositorio.unjfsc.edu.pe</b>	Internet	<1%

33	<b>ri.ues.edu.sv</b> Internet	<1%
34	<b>UNILIBRE on 2022-08-23</b> Submitted works	<1%
35	<b>core.ac.uk</b> Internet	<1%
36	<b>Universidad Autónoma de Nuevo León on 2019-06-04</b> Submitted works	<1%
37	<b>Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo on 2022-04-20</b> Submitted works	<1%
38	<b>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria on 2022-02-26</b> Submitted works	<1%
39	<b>repositorio.unheval.edu.pe</b> Internet	<1%
40	<b>iperu.org</b> Internet	<1%
41	<b>repositorio.upp.edu.pe</b> Internet	<1%
42	<b>Cooperativa de Servicios Educcionales Abraham Lincoln Ltda on 201...</b> Submitted works	<1%
43	<b>indoamerica on 2022-07-13</b> Submitted works	<1%
44	<b>tesis.pucp.edu.pe</b> Internet	<1%

45	<b>Universidad Catolica de Trujillo on 2017-04-17</b> Submitted works	<1%
46	<b>patents.google.com</b> Internet	<1%
47	<b>repositorio.unh.edu.pe</b> Internet	<1%
48	<b>virtual.urbe.edu</b> Internet	<1%
49	<b>Universidad Abierta para Adultos on 2022-10-06</b> Submitted works	<1%
50	<b>Universidad Andina del Cusco on 2023-01-18</b> Submitted works	<1%
51	<b>Universidad de Cartagena on 2022-11-08</b> Submitted works	<1%
52	<b>repositorio.unjbg.edu.pe</b> Internet	<1%
53	<b>repositorioacademico.usmp.edu.pe</b> Internet	<1%
54	<b>BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA BIBLIOTECA on ...</b> Submitted works	<1%
55	<b>BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA BIBLIOTECA on ...</b> Submitted works	<1%
56	<b>Universidad Inca Garcilaso de la Vega on 2018-07-11</b> Submitted works	<1%

57	<b>Universidad Nacional del Centro del Peru on 2022-05-19</b> Submitted works	<1%
58	<b>Universidad de Costa Rica on 2020-11-03</b> Submitted works	<1%
59	<b>prezi.com</b> Internet	<1%
60	<b>repositorio.uwiener.edu.pe</b> Internet	<1%
61	<b>sedici.unlp.edu.ar</b> Internet	<1%
62	<b>dspace.uce.edu.ec</b> Internet	<1%
63	<b>FUNIBER on 2022-07-19</b> Submitted works	<1%
64	<b>UNIV DE LAS AMERICAS on 2023-01-17</b> Submitted works	<1%
65	<b>Universidad Técnica Nacional de Costa Rica on 2020-08-18</b> Submitted works	<1%
66	<b>archive.org</b> Internet	<1%
67	<b>dspace.esPOCH.edu.ec</b> Internet	<1%
68	<b>dspace.unach.edu.ec</b> Internet	<1%

69	<b>hdl.handle.net</b> Internet	<1%
70	<b>journalspress.com</b> Internet	<1%
71	<b>mriuc.bc.uc.edu.ve</b> Internet	<1%
72	<b>repositorio.uma.edu.pe</b> Internet	<1%
73	<b>repositorio.unid.edu.pe</b> Internet	<1%
74	<b>ucal on 2022-12-28</b> Submitted works	<1%
75	<b>jpobin.com</b> Internet	<1%
76	<b>Universidad de Ciencias y Artes de Latinoamerica on 2021-01-31</b> Submitted works	<1%
77	<b>UNIV DE LAS AMERICAS on 2015-05-07</b> Submitted works	<1%
78	<b>Universidad San Gregorio De Portoviejo on 2014-08-24</b> Submitted works	<1%
79	<b>Universidad San Ignacio de Loyola on 2018-06-25</b> Submitted works	<1%



**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente

## FUENTES EXCLUIDAS

---

<b>repositorio.ucal.edu.pe</b>	<b>8%</b>
Internet	

---

<b>repositorio.utp.edu.pe</b>	<b>7%</b>
Internet	

---

<b>Universidad Tecnologica del Peru on 2019-03-22</b>	<b>7%</b>
Submitted works	

## **AGRADECIMIENTO**

A mi asesor y docente Carlo Rodríguez, por su paciencia, tolerancia y apoyo para guiarme en el proceso del presente trabajo de investigación.

A mi asesor y docente metodológico Luis Barboza, por toda su sabiduría brindada en las clases para entender y comprender el proceso adecuado para llevar a cabo el presente trabajo de investigación.

A todas las personas involucradas en las entrevistas y cuestionarios de la presente investigación, por tomarse un pequeño momento de sus vidas y compartir sus respuestas voluntariamente.

## **DEDICATORIA**

A mis padres, por el apoyo incondicional, por siempre confiar en mí y ser mi mayor motivación. Este primer logro es completamente de ellos.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación ha sido realizado con el objetivo de saber y entender de qué manera el diseño de portafolios digitales permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú del periodo 2020-2021. El portafolio digital se sustenta en los planteamientos teóricos de los autores, Paz (2017), Tomaylla (2018), Perez (2018), mientras que, la competitividad en los de Cañadas (2020), Roldán (2016) y Pérez (2019). El proyecto se fundamenta en un diseño no experimental de carácter descriptivo, con un enfoque cuantitativo. La muestra se constituyó por treinta y ocho egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú del periodo 2020-2021 y tres gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño. En relación con el tratamiento estadístico, se utilizó el programa online Google Forms, para realizar el análisis de los resultados cuantitativos. A modo de técnicas, la encuesta y la entrevista han sido utilizadas para la recolección de los datos e información, las cuales fueron validadas por tres expertos para determinar su confiabilidad. El primer instrumento realizado ha sido el cuestionario, el cual forma parte de la técnica encuesta para obtener datos basándose en cada indicador. Asimismo, el segundo instrumento realizado fue la guía para entrevista, el cual forma parte de la técnica entrevista para determinar los aspectos más importantes del portafolio digital y conocer a profundidad todo lo que conlleva la competitividad. Con los resultados obtenidos, se confirma la hipótesis de la presente investigación: el diseño de portafolios digitales como herramienta permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.

**Palabras clave:** portafolios digitales, competitividad, egresados.

## INTRODUCCIÓN

Los portafolios digitales, que en la actualidad llevan a cabo los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021 son creados sin una base o una constante instrucción de personas especializadas en el tema. Existe una gran intriga y preocupación por saber cómo realizar estas herramientas para permitir mejorar su competitividad al momento de postular en las convocatorias laborales.

Precisamente, en estos tiempos el portafolio digital cada vez está tomando mayor importancia y protagonismo, pues ahora las convocatorias laborales son menos presenciales, ya que evitan quitar tiempo a los encargados con reuniones o pruebas de desempeño, por lo tanto, en muchas ocasiones los reclutadores solo prefieren pedir las carteras de trabajos para revisar el historial de proyectos realizados y ver cuáles son las características de los postulantes, permitiendo saber si cumplen con sus necesidades de acuerdo a las circunstancias en las que se encuentran.

Por tal motivo, la presente investigación tiene como objetivo determinar de qué manera el diseño de portafolios digitales permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021. En el Capítulo I titulado «Planteamiento del problema» se desarrolla la descripción de la situación problemática, la formulación del problema, los objetivos de la investigación, la justificación de la investigación y finalmente la delimitación del problema. En el Capítulo II titulado «Marco teórico» se incluyen los antecedentes de la investigación y las bases teóricas. En el Capítulo III titulado «Marco metodológico» se presenta el diseño de investigación; la hipótesis; la operacionalización de variables; la población y muestra; las técnicas e instrumentos de recolección de datos; las técnicas para el procesamiento y análisis de los datos y finalmente los aspectos éticos. En el Capítulo IV titulado «Resultados de análisis cuantitativo» se muestra los resultados de la entrevista

a gerentes generales y los resultados del cuestionario a egresados de UCAL periodo 2020-2021 en donde se analizan los resultados de la investigación. En el Capítulo V titulado «Discusión, conclusiones y recomendaciones» contiene la discusión general de los resultados cuantitativos más resaltantes, las conclusiones donde se muestran las reflexiones finales respondiendo a cada objetivo de la investigación y las recomendaciones sustentadas en los resultados de la investigación con aportes teóricos-prácticos. Por último, en el Capítulo VI titulado «Referencias» se exhiben las fuentes de autores consultados para brindar consistencia y veracidad al presente trabajo.

# ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	2
<b>DEDICATORIA</b> .....	3
<b>RESUMEN</b> .....	4
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	5
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	12
1.1 Descripción de la situación problemática.....	12
1.2 Formulación del problema.....	15
1.3 Objetivos de la investigación.....	15
1.4 Justificación de la investigación.....	16
1.5 Delimitación del problema.....	17
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....	18
2.1 Antecedentes de la investigación.....	18
2.2 Bases teóricas.....	21
2.2.1 El portafolio digital.....	21
2.2.1.1 Proceso creativo.....	22
2.2.1.1.1 Diseño.....	23
2.2.1.1.2 Estructura.....	24
2.2.1.1.3 Conceptualización.....	25
2.2.1.1.4 Funcionalidad.....	26
2.2.1.2 Plataformas online.....	26
2.2.1.2.1 Behance.....	27
2.2.1.2.2 Cargo.....	28
2.2.1.2.3 Dribbble.....	28
2.2.1.2.4 Carbonmade.....	29
2.2.1.2.5 Adobe Portfolio.....	29
2.2.2 La competitividad.....	30
2.2.2.1 Competencias duras.....	31
2.2.2.1.1 Formación académica.....	31
2.2.2.1.2 Dominio técnico.....	32
2.2.2.1.3 Dominio de bocetaje.....	33
2.2.2.1.4 Percepción visual.....	34

2.2.2.1.5 Experiencia laboral.....	34
2.2.2.2 Competencias blandas.....	35
2.2.2.2.1 Creatividad.....	36
2.2.2.2.2 Curiosidad.....	37
2.2.2.2.3 Observación.....	37
2.2.2.2.4 Proactividad.....	38
2.2.2.2.5 Trabajo en equipo.....	38
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>40</b>
3.1 Diseño de investigación.....	40
3.2 Hipótesis.....	40
3.3 Operacionalización de variables.....	41
3.3.1 Variable.....	41
3.3.2 Definición operacional / conceptual.....	41
3.4 Población y muestra.....	42
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
3.5.1 Descripción de instrumentos.....	43
3.5.2 Validación de instrumentos por expertos.....	51
3.6 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos.....	56
3.7 Aspectos éticos.....	56
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO.....</b>	<b>57</b>
4.1 Resultados de la entrevista a gerentes generales.....	57
4.2 Resultados del cuestionario a egresados de UCAL periodo 2020-2021.....	65
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>105</b>
5.1 Discusión.....	105
5.2 Conclusiones.....	107
5.3 Recomendaciones.....	108
<b>CAPÍTULO VI: REFERENCIAS.....</b>	<b>111</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>119</b>



## ÍNDICE DE FIGURAS

4.1 Resultados de la entrevista a gerentes generales.....	57
Figura 1.....	57
Figura 2.....	57
Figura 3.....	58
Figura 4.....	59
Figura 5.....	60
Figura 6.....	60
Figura 7.....	61
Figura 8.....	62
Figura 9.....	63
Figura 10.....	64
4.2 Resultados del cuestionario a egresados de UCAL periodo 2020-2021.....	65
Figura 11.....	65
Figura 12.....	65
Figura 13.....	66
Figura 14.....	67
Figura 15.....	67
Figura 16.....	68
Figura 17.....	69
Figura 18.....	69
Figura 19.....	70
Figura 20.....	71
Figura 21.....	71
Figura 22.....	72
Figura 23.....	73
Figura 24.....	74
Figura 25.....	74
Figura 26.....	75
Figura 27.....	76
Figura 28.....	76
Figura 29.....	77

Figura 30.....	78
Figura 31.....	79
Figura 32.....	79
Figura 33.....	80
Figura 34.....	81
Figura 35.....	81
Figura 36.....	82
Figura 37.....	83
Figura 38.....	84
Figura 39.....	84
Figura 40.....	85
Figura 41.....	86
Figura 42.....	87
Figura 43.....	87
Figura 44.....	88
Figura 45.....	89
Figura 46.....	89
Figura 47.....	90
Figura 48.....	91
Figura 49.....	91
Figura 50.....	92
Figura 51.....	93
Figura 52.....	93
Figura 53.....	94
Figura 54.....	95
Figura 55.....	95
Figura 56.....	96
Figura 57.....	96
Figura 58.....	97
Figura 59.....	98
Figura 60.....	99
Figura 61.....	99
Figura 62.....	100
Figura 63.....	101

Figura 64.....	101
Figura 65.....	102
Figura 66.....	103
Figura 67.....	103

# CAPÍTULO I:

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción de la situación problemática

Todo diseñador gráfico debe tener un portafolio digital porque “es aquello que lo define como profesional y lo diferencia de otros. Es el portavoz para situaciones en las cuales el diseñador no está en el lugar para exponer su trabajo, por lo que debe hablar por sí mismo” (Cascio, 2017, p. 14). Además, porque permite evidenciar el trabajo y proceso realizado para sacar a relucir el talento y creatividad del diseñador, que sirvió para llevar a cabo el resultado final del proyecto.

El portafolio digital debe ser creado bajo conceptos creativos claros, con ideas precisas e interesantes sobre lo que se quiere llegar a transmitir y lograr. También es importante tener en cuenta que el estudiante o egresado universitario no debe quedarse en este mismo nivel académico, sino que, ya debe de ingresar con su portafolio digital a un nivel ya mucho más profesional. Por lo tanto, cuando ya se tiene un portafolio profesional, se necesita una constante actualización de esta herramienta, pues en este ámbito, el diseñador ya tendrá que adaptarse a diferentes exigencias que son mucho más profesionales que cuando cursaron en las universidades (Dávila y Calderón, 2016, p.6).

Entonces, diseñar y estructurar los portafolios digitales no es para nada una tarea fácil, ya que necesitan de una óptima organización y adaptación a los nuevos cambios, lo que amerita que deban “ser actualizados constantemente con nuevo material de proyectos profesionales, personales y aprendizaje, para llegar a una exposición en el mercado más grande” (Terán, 2020, p.9) y lamentablemente se encuentra la problemática en la que no existe una guía o algún manual estipulado con todas las recomendaciones necesarias para la realización del mismo que ayude al egresado a elaborarlo de una manera profesional.

Cada vez es más normal que los profesionales en la carrera de diseño gráfico no puedan conseguir sueldos acordes al nivel de calidad de sus trabajos,

tampoco saben vender de forma correcta sus trabajos cuando se encuentran en citas laborales con los reclutadores. Por lo tanto, aquellos diseñadores que se encuentran en este mundo gráfico, piensan lo mismo, las empresas ofrecen sueldos mediocres para el servicio que brindan y la principal causa a este problema, es que los egresados o estudiantes de últimos ciclos, no asisten preparados correctamente a las citas laborales (Dávila y Calderón, 2016, p.2).

Por lo tanto es fundamental generar una gran imagen en una reunión laboral y para conseguir esto, es imprescindible contar con un óptimo portafolio de trabajos. Lamentablemente la mayoría de universidades e institutos educativos no le toman la debida importancia a la enseñanza de la realización de este para cuando se vinculen al campo laboral en un futuro próximo, “no se toma conciencia sobre la importancia de esta gran herramienta, ni mucho menos se brinda ayuda práctica para la elaboración del mismo desde que los alumnos empiezan su carrera. No los guían para una buena creación de este portafolio digital que sirve como documentación del proceso de los proyectos más importantes” (Dávila y Calderón, 2016, p.3).

Aunado a ello, Demera (2016, p.2) afirma que otra de las causas por las que no se tiene un buen portafolio digital es la falta de conocimiento a cabalidad sobre el valor que tienen sus trabajos realizados antes de egresar y la importancia que esto representa para su futuro profesional, trayendo varias consecuencias como la desvalorización de sus trabajos, el poco interés por la revisión de sus proyectos y el desaprovechamiento de oportunidades laborales.

Por otro lado, a nivel nacional, Villano (2018, p.1), nos cuenta que en el Perú la gran diversidad de universidades e institutos educativos, ha generado la ardua competencia por conseguir una plaza profesional dentro de las empresas y en este caso como estamos enfocados directamente en la carrera de diseño gráfico, esto nos tienta a averiguar cuál es el futuro que se les acerca a los egresados en el ámbito laboral. Asimismo, según Asgrap Perú (2017) sustenta que “existe un 62% de diseñadores gráficos que laboran en organizaciones de distintos ámbitos como las de comunicación, marketing, publicidad o diseño; un 28% operan en pequeños y medianas empresas de diseño y solo un 10% brinda

servicios como freelancer”, reflejando así que todos los profesionales del diseño gráfico no corren con la misma suerte y oportunidades que tienen los profesionales de otras carreras.

En el mercado laboral donde se mueve el diseñador gráfico, existe una gran interrogante al no saber de manera clara y precisa sobre cuál es la verdadera función o tarea que debe y puede realizar un egresado universitario y un egresado técnico. Esto ocasiona que en muchas oportunidades al egresado técnico se le exija resolver problemáticas que debería resolver algún egresado universitario mucho mejor preparado. Como por ejemplo, el profesional universitario tiene mayor capacidad de realizar estudios de mercados, briefing, conocimiento del entorno, comunicación interna y psicología del consumidor (Llanos, 2016, p.10).

Es por esto, que es muy importante contar con un portafolio digital correctamente estructurado, diseñado e implementado que brinde la posibilidad a los egresados de dar a conocer cuáles son sus fortalezas dentro del mundo profesional, pues esto brinda la posibilidad de obtener muchas oportunidades laborales.

Finalmente la enseñanza del diseño y creación de portafolios digitales; es decir la “demostración de los procesos de proyectos que el alumno recoge a lo largo de toda su etapa estudiantil y que tiene como objetivo enseñar todo el esfuerzo y trabajo que ha sido desarrollado para progresar en su etapa de creación y formación” (Pujolà, 2019, p.29) aplicado actualmente de manera específica o particular en la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL, 2020-2021) se está llevando a cabo en la carrera de diseño gráfico a través de algunos talleres o distintas asesorías de empleabilidad. Pero no obstante, la problemática que aborda la investigación es la poca consideración que la universidad tuvo hacia la implementación de un curso al comienzo de la carrera de los estudiantes que implique el diseño y creación de los portafolios digitales, ya que al transcurrir de los años, el estudiante va recopilando trabajos importantes de su carrera, los cuales por la falta de algún recurso e instrucción de algún docente especializado, no llega a archivarlos de una manera estructurada para una futura presentación laboral. Además, no debe ser considerado como un taller opcional para

egresados sino como un requisito obligatorio y necesario para poder culminar la carrera.

## 1.2 Formulación del problema

### **Problema general:**

¿Cómo el diseño de portafolios digitales permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021?

### **Problemas específicos:**

- **Problema específico 1:** ¿Qué evalúan las empresas al momento de revisar los portafolios digitales de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021?
- **Problema específico 2:** ¿Cuáles son los puntos más relevantes de los fundamentos del diseño que los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021 deben tener en cuenta al momento de diseñar sus portafolios digitales?
- **Problema específico 3:** ¿A través de qué plataformas online presentan sus portafolios digitales los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021?

## 1.3 Objetivos de la investigación

### **Objetivo general:**

Determinar de qué manera el diseño de portafolios digitales permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.

### **Objetivos específicos:**

- **Objetivo específico 1:** identificar qué evalúan las empresas al momento de revisar los portafolios digitales de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.
- **Objetivo específico 2:** identificar cuáles son los puntos más relevantes de los fundamentos del diseño que los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021 deben tener en cuenta al momento de diseñar portafolios digitales.
- **Objetivo específico 3:** investigar las plataformas online en las que presentan sus portafolios digitales los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.

#### 1.4 Justificación de la investigación

El presente proyecto de investigación se encuentra justificado principalmente por su aporte teórico, pues estudia el diseño de los portafolios digitales para mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021, en el ámbito laboral; lo cual genera nuevas teorías y ofrece conceptos más amplios que conlleva a implicaciones prácticas en beneficio a la solución de la problemática que atraviesan los egresados, ya que el buen diseño de portafolios digitales permite generar diversidad de oportunidades laborales. El portafolio, respalda la experiencia del egresado, habla de su trabajo, sirve como herramienta de marketing personal, muestra la calidad de los trabajos; y, además la variedad de habilidades que tiene el profesional en este ámbito.

Asimismo, se entiende que esta investigación es de suma importancia no solo para los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú del periodo 2020-2021, sino que también lo es para los diseñadores gráficos del mundo, pues permite tener un



punto de partida para proponer estrategias que ayuden a solucionar la incertidumbre que muchos atraviesan debido a que no consiguen el puesto de trabajo deseado al momento de presentarse a una cita laboral, ya que sus portafolios digitales no llegan a generar un gran impacto en los reclutadores a consecuencia de que no han tenido una enseñanza previa de la realización de esta herramienta.

#### 1.5 Delimitación del problema

La investigación sobre el diseño de portafolios digitales y su impacto en la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021 está enmarcado en la línea de investigación: la gestión del diseño como factor de competitividad y diferenciación. Esta investigación se realizará con los egresados de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en la ciudad de Lima, Perú en el periodo 2020-2021, teniendo una duración de seis meses, comprendidos desde el mes de mayo a octubre de 2021.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### 2.1 Antecedentes de la investigación

Al indagar en los antecedentes de la presente investigación, se descubrieron muchos estudios acerca del tema en diferentes campos, porque tanto el diseño de portafolios como la competitividad de los egresados universitarios en la carrera de diseño gráfico tienen mucha relación y dependencia uno del otro. Entre los estudios que aportan referentes importantes sobre las variables de estudio se pueden detallar los siguientes.

En primer lugar, se presenta el estudio de Cascio (2017, p.4), sobre el portfolio profesional y la tendencia hacia la obsolescencia de lo impreso en la era digital, cuya investigación tuvo como finalidad analizar e investigar cómo el portfolio profesional impreso de los diseñadores gráficos se está dejando de lado, algo que en las últimas décadas ha sido el más destacado, pero debido a la nueva era digital en la que estamos atravesando, esto se está ubicando en un segundo plano como una opción casi obsoleta. Se debe tener en cuenta que hoy en día acceder al mercado laboral es más fácil o existe una mayor posibilidad a través de la creación y presentación de piezas digitales, ya no impresas.

De esta manera, se comprueba la hipótesis que se tiene sobre la nueva era digital y lo que esto conlleva, disminuyó de manera abismal a tal punto que ya parece ser una opción nula la presentación de portafolios físicos o impresos porque desacelera el proceso de evaluación de los reclutadores. Por lo tanto, dicho resultado sirve de soporte teórico, para sacar conclusiones sobre la creación de los portafolios digitales profesionales de los diseñadores gráficos.

Por otra parte, Dávila y Calderón (2016, p.1), realizaron un estudio sobre una guía para la elaboración de los portafolios digitales para los profesionales en la carrera de diseño gráfico, cuyo estudio tuvo como propósito comprender el desarrollo de los portafolios digitales profesionales, y también saber qué es un portafolio, muestrario o cartera para explorar las diferentes formas o contenidos

en las que se realizan estos y poder ser utilizados al momento de servir como herramienta de apoyo para ayudar a elaborar su propio portafolio de los estudiantes o egresados.

Por lo tanto, se comprueba la hipótesis que se tiene sobre los portafolios digitales, de que no solamente es una simple herramienta que guarda información de trabajos realizados, sino que sirve de soporte teórico, para hacer inferencias sobre los estilos, formas y contenido relevante que deben de tener los portafolios digitales de los diseñadores gráficos para generar impacto al momento de presentarse en las citas laborales.

De modo similar, Demera (2016, p.6), realizó un estudio sobre el portafolio profesional y su incidencia en el campo laboral del futuro diseñador gráfico, cuyo estudio tuvo como finalidad crear una guía impresa que permita la realización de los portafolios digitales, el cual se ocupa de actualizar trabajos realizados durante la etapa universitaria a través de metodologías de enseñanzas transmitidas por los profesores, permitiendo mostrar sus habilidades y fortalezas en el mundo de la comunicación visual, ya que al momento de pasar por las citas laborales en busca de trabajo, lo primero que se les solicita como presentación es sus portafolios, un requisito indispensable para conocer qué destrezas tienen y han desarrollado en su etapa universitaria.

Por consiguiente, se obtuvo como conclusión que elaborar una guía para el desarrollo de un portafolio digital ayuda a crear buenos portafolios y esto permite obtener mayores posibilidades de trabajo con mayores ingresos. Dicho resultado sirve de soporte teórico, para analizar los puntos establecidos en dicha guía y tener un punto de partida a nuevas propuestas.

Asimismo, Llanos (2016, p.6), realizó un estudio sobre la representación social del diseñador gráfico frente al mercado laboral, cuya investigación tuvo como finalidad identificar si verdaderamente existe la importancia de crear una entidad que respalde al diseñador gráfico y le garantice oportunidades laborales, de ser así se ofrece la fundación de un colegio exclusivo para diseñadores. El estudio es de diseño exploratorio, pues en ese momento no se encontró antecedentes

parecidos de tipo cualitativa porque se buscó analizar y explicar necesidades, a través de sus experiencias que han sido encontradas en las entrevistas con los profesionales en la carrera de diseño gráfico de Lima y Lambayeque.

El antecedente anterior constituye una conclusión, que nos da a entender como la carrera de diseño gráfico está tan devaluada que existe la necesidad de crear entidades que garanticen las oportunidades laborales, aporte importante para la presente investigación por considerarse necesarias las necesidades de los diseñadores gráficos para lograr mejorar su posicionamiento, aspecto fundamental relacionado con el diseño de portafolios digitales, ya que permite generar competitividad y valoración al trabajo de los diseñadores gráficos profesionales.

Por otra parte, Terán (2020, p.2), realizó un estudio sobre los portafolios digitales de los diseñadores gráficos y las posibilidades de acceso a mercados nacionales e internacionales, mediante el uso de la red social Behance. Su investigación tuvo como propósito investigar y analizar a detalle los portafolios digitales de los diseñadores gráficos ecuatorianos para entender cuáles son las posibilidades latentes que existen para acceder a los mercados nacionales e internacionales a través de redes sociales profesionales como Behance en donde exhibas tus trabajos de diseño. La investigación ha sido empleada a través de la metodología análisis de contenido mediante “la clasificación y revisión de diez proyectos destacados” en donde se analizó proyectos destacados de Behance y se entrevistó a cuatro diseñadores gráficos profesionales con la finalidad de obtener comentarios y respuestas. Además, se hizo un focus group en donde se recogió información sobre el desarrollo y crecimiento profesional que tienen a través de la plataforma Behance.

Por consiguiente, a través de este antecedente se obtuvo como conclusión que elaborar los portafolios digitales a través de plataformas interactivas permite mostrar los trabajos a todo el mundo y aumenta la probabilidad de recibir ofertas internacionales. Dicho resultado sirve de soporte teórico, para investigar y analizar las diferentes plataformas digitales más destacadas en donde se puede publicar o crear tu cartera de trabajos.

Finalmente, Villano (2018, p.6), realizó un estudio sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del diseñador gráfico, cuyo estudio tuvo como finalidad comprobar la relación existente entre los portafolios profesionales de los diseñadores gráficos y la percepción que se tiene en el campo profesional de estos. La investigación es de tipo no experimental, de enfoque cualitativo y correlacional siendo analizada por doscientos setenta y dos diseñadores gráficos de la galería “Centro Lima” alcanzando un 95% en el nivel de confianza. Además, el muestreo que se aplicó fue el no probabilístico aplicado a través de encuestas y evaluado por un cuestionario de catorce preguntas.

Asimismo, se llegó a la conclusión que es sumamente necesario la percepción que se tiene de los portafolios digitales, ya que permitirá saber a detalle lo que realmente se cree de la importancia del portafolio digital profesional, a través de los mismos diseñadores gráficos. Dicho aspecto fundamental constituye un soporte teórico, para investigar y analizar las diferentes causas del por qué se tiene ese nivel de importancia sobre sus portafolios digitales.

## 2.2 Bases teóricas

### 2.2.1 El portafolio digital

Los portafolios digitales, de acuerdo con Paz (2017, p.8) permiten presentar de forma breve los servicios que se ofrecen a través de imágenes que han sido debidamente seleccionadas para así poder ordenarlas jerárquicamente con el fin de generar atracción.

Además, es importante brindarle un debido seguimiento a la constante actualización del contenido con el fin de brindar una referencia de las nuevas habilidades que se van adquiriendo con el pasar del tiempo. Por otro lado, Tomaylla (2018, p.6) detalla que, con el avance de la tecnología, los portafolios digitales se han transformado en un mecanismo que cada vez es más interactivo gracias a la gran cantidad de recursos que brinda la digitalización. Ahora el portafolio digital permite integrar de manera más rápida y efectiva, recursos como los textos interactivos, fotografías, presentaciones animadas, etc. Esta nueva era digital que estamos atravesando permite acelerar procesos y apreciar mejor al momento de buscar información para adquirir y generar nuevos conocimientos.

Al mismo tiempo, Perez (2018, p.1) puntualiza que el portafolio digital, es el conjunto de trabajos que se recopila para dar a conocer el talento del individuo que realizó la obra, se puede decir en otras palabras que viene a ser como una memoria documentada de un proceso creativo que tiene la finalidad de mostrar la evolución de dicha trayectoria. No obstante, la definición clásica o antigua que se tenía del portafolio es que, es un conjunto de hojas sueltas que reúne tus trabajos más importantes agrupadas en un folder, pero esto es simplemente la base y un buen portafolio es mucho más que esto y simplemente depende de la imaginación.

Además, es de afirmarse que un buen portafolio digital, se fundamenta en la creatividad del diseño y conceptualización, en la personalidad que transmite, en una buena estructura y en la óptima experiencia funcional de los navegantes.

#### 2.2.1.1 Proceso creativo

En la actualidad, las carreras profesionales en donde se utilizan los procesos creativos, vienen siendo muy infravaloradas, tanto es así que tienen una errónea idea sobre el trabajo realizado, creyendo que surge de momentos de inspiración, mostrando su ignorancia sobre la carrera porque la obra realizada es más que un simple lapso creativo, ya que se necesita un arduo proceso que consta de una serie de métodos o pasos que permite funcionalidad y claridad al momento que se comuniquen los mensajes o conceptos en los diseños.

Para Vargas (2018), el proceso creativo es un método que tiene como objetivo resolver diversos problemas de comunicación visual mediante el uso imágenes, organización de textos y demás elementos que permiten transmitir conceptos, ideas o mensajes muy bien pensados para un determinado público específico, con objetivos plenamente definidos. Para un buen proceso creativo de diseño gráfico, se necesita cumplir estos pasos:

- Briefing: previa investigación general, la idea es saber todo lo necesario para estar bien informado y resolver dudas.
- Diseño: consta de cinco pasos que están compuestos por revisión de la información, bocetaje de las ideas más importantes, revisión con el cliente

para justificar las decisiones, comparación visual con el brief y retroalimentación.

- Artwork: compuesto por tres pasos importantes que son la producción digital donde se preparan los archivos en los respectivos programas, la aprobación del cliente y la aprobación formal a través de la firma de archivos ya modificados.
- Producción: se deriva de acuerdo con lo que desea el cliente, dado que puede ser el producto final para impresión o para medios digitales.

Así mismo, según la metodología de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (2019), el proceso creativo es considerado un método que está compuesto por un conjunto de fases que te brindará ayuda para poder enfrentarte a retos o problemas con la finalidad de encontrar soluciones creativas. En esta idea, nos menciona que, para un buen proceso creativo, se necesita cumplir estas fases:

- Explora: fase que te encamina al planteamiento del problema.
- Conceptualiza: fase que te ayuda a definir el concepto que sirve como guía principal para idear la solución.
- Idea: fase que sirve para generar solución de la problemática.
- Desarrolla: fase en donde se construye el prototipo de la idea de solución innovadora.
- Valida: fase en la cual, el prototipo creado se somete a tests de terceros para determinar el valor de la idea.

#### 2.2.1.1.1 Diseño

Para Vélez (2017, p.16), el diseño es básicamente un lenguaje, algo intangible y no algo tangible como un objeto, capaz de tener la posibilidad de referirse a los tiempos (presente, pasado y futuro), a lo existente e imaginativo, a los objetos, individuos, sucesos y finalmente ideas. Todo esto quiere decir que el diseño es cada vez más una herramienta vital para generar un alto impacto en la comunicación visual y audiovisual.

Así mismo, según Gómez y Villar (2018, p.5), el diseño es algo que va más allá de lo que se puede percibir mediante la vista, pues el diseño transfiere sentimientos a través de procesos o teorías que aterrizan en conceptualizaciones de tal manera que el receptor asuma y entienda de una manera rápida y efectiva lo que se desea comunicar.

En conclusión, el diseño cada vez es más importante en pleno siglo XXI porque en la sociedad la imagen cada vez está tomando mayor consideración y se está comenzando a sustituir al texto, teniendo como resultado una mayor cantidad de estrategias de comunicación, publicidad y demás factores que se centran en el formato visual.

#### 2.2.1.1.2 Estructura

De acuerdo con Matiz (2018), la estructura es la forma en la cual se van a organizar los diferentes elementos que componen un diseño en específico. Por esto, la estructuración se separa en diferentes tipos:

- Formal: compuesta por líneas estructuradas creadas de manera rígida que son la base para guiar el diseño completo. Además, todo el espacio se encuentra dividido en subdivisiones prácticamente iguales con formas organizadas que generan una fuerte sensación de regularidad.
- Semiformal: no necesariamente compuesta por líneas estructurales que determinan las subdivisiones.
- Informal: no contiene líneas rectas que organicen las subdivisiones o elementos, la composición es generalmente libre y asimétrica.
- Inactiva: compuesta por líneas estructuradas que son específicamente conceptuales, esto significa que son líneas construidas en un diseño ya establecido para guiar la ubicación de las formas, pero nunca interrumpen.
- Activa: compuesta también por líneas estructurales, sin embargo, estas líneas sí pueden dividir el espacio en demás subdivisiones.

Por otro lado, según García (2018), la estructura es la parte más importante de una pieza gráfica o proyecto, porque esta es la disposición de los tantos elementos que se puede tener dentro de un espacio visual, el cual permite



ordenarlo de forma equilibrada, ordenada y jerarquizada con la finalidad de transmitir un mensaje de manera clara y precisa.

Entonces, es de afirmarse que la estructura se fundamenta en saber cómo disponer un conjunto de elementos de diseño dentro de un determinado espacio para conseguir un equilibrio estético entre ellos y transmitir de una manera que genere gran impacto y recordación.

#### 2.2.1.1.3 Conceptualización

De acuerdo con Achurra (2021), la conceptualización consiste en la definición de ideas rápidas y principales que sirven para ser utilizadas en una próxima estructuración de un propósito que tendrá como finalidad orientar el lineamiento del proyecto. En el mundo creativo muchas veces se aplica porque se conceptualiza sin darse cuenta, porque en todo momento los seres humanos están expuestos a gran cantidad de estímulos físicos y digitales. Esto genera cierta cantidad de ideas o sensaciones que también han sido previamente conceptualizados por alguien más para promover o impulsar alguna idea.

Así mismo, según Chaur (2016, p.240), la conceptualización muy pocas veces se basa en lo tangible, sino que mayormente se basa en las acciones, comportamientos o sistemas. Se refiere a que el concepto está situado como un enlace de comunicación entre el universo irreal y real, brindando un desarrollo que se genera de alguna necesidad y se transforma en adjetivos o puntos de partida funcionales para encaminar los proyectos.

Por otro lado, según Alberich, Ferrer, Gómez y Sánchez (2016), la conceptualización tiene que ayudar a encontrar un enfoque funcional para el trabajo, significa que se necesita reducir el enfoque del proyecto a un solo concepto o adjetivo que sintetice la esencia. Esto permite que se establezca un sistema de referencia para así contextualizar y experimentar el proyecto.

En conclusión, el tener claro un buen concepto para algún proyecto es lo que ayuda a que toda la ejecución sea realmente llamativa y de gran impacto,

además permite tener un punto de partida para su posterior creación y brinda la posibilidad de tener una idea de orientación o personalidad del diseño.

#### 2.2.1.1.4 Funcionalidad

La funcionalidad, según Perles (2017) tiene como objetivo eliminar posibles dificultades al momento de navegar las plataformas digitales presentando una serie de objetos que permitan una fácil interpretación con diferentes características utilizables y que generen el mayor impacto posible, permitiendo esto una gran experiencia del usuario.

Por su parte, Casamitjana (2019) menciona que es de gran importancia entender el equilibrio que debe de haber entre lo bonito y lo funcional; se debe ser consciente que hay elementos que llegan a beneficiar la estética donde los usuarios tienen mayor ratio de interacción con el proyecto, pero no solamente consta de rellenar el trabajo con elementos agradables, sino que se tiene que llegar a captar la atención del individuo sobre aquello que realmente queremos que entiendan y retengan para poder posicionar correctamente el proyecto y su mensaje.

Entendiendo las ideas mencionadas, es importante reconocer que un diseño que genere impacto y llame la atención de las personas tiene una gran ventaja competitiva, pero la mejor complementación a esto viene a ser una buena funcionalidad de los elementos para que se pueda brindar una personalidad adecuada al mensaje y así llegar al receptor que se pretende.

#### 2.2.1.2 Plataformas online

De acuerdo con Giraldo (2019), las plataformas online son innovadores espacios en internet que brindan soluciones, las cuales permiten la ejecución de gran variedad de aplicaciones al mismo tiempo para poder satisfacer diferentes necesidades. Cada uno de estos espacios brinda una función específica que permite ayudar a los navegantes a solucionar sus dificultades específicas a través de un sistema automatizado.

Por otra parte, Rodríguez (2019) afirma que las plataformas online son los sitios de internet que guardan información de algún usuario, la cual pueden acceder mediante sus cuentas personales, además estas plataformas son creadas por programas con sistemas operativos que tengan la posibilidad de crear contenidos visuales que pueden ser textos, audios, videos, etc.

Atendiendo las consideraciones anteriores, es importante reconocer que las plataformas online sirven como una herramienta potente en la tecnología, siendo capaz de utilizarlas de manera independiente sin la necesidad de querer tener un acercamiento con algún especialista.

#### 2.2.1.2.1 Behance

De acuerdo con Martorell (2016, p.239), Behance es una red social que ha sido creada para los artistas y creadores, en donde cumple la función de un portafolio online. Es una herramienta que permite inspirar a la creatividad y conectar a todos los creativos entre sí, además también los acerca a agentes o empresas del mundo laboral que se encuentran en busca de personal de alta categoría.

Así mismo, según Ceferino (2015, p.177), define a Behance como un espacio exclusivo para todos los estudiantes o profesionales de carreras creativas de distintas áreas como el diseño, fotografía, arte, publicidad e ilustración con la finalidad de que puedan subir sus proyectos personales y profesionales para mostrarlos o exponerlos hacia los demás usuarios. Esta plataforma también permite ser reconocidos y evaluados por el nivel de proyectos que presentan.

En conclusión, una plataforma online como Behance, brinda una excelente oportunidad para enviar o mostrar trabajos de manera rápida y mucho más fácil. Ya no es necesario descargar un montón de archivos pesados para poder mostrar los proyectos, ahora simplemente con solo enviar el enlace del perfil, permite que puedan ver todos los proyectos. En este sentido, la página se convierte en un práctico portafolio que se puede consultar en cualquier momento. Además, las imágenes presentes en la web son de alta resolución y eso también es importante para apreciar la calidad y los detalles.

#### 2.2.1.2.2 Cargo

Según Criatura (2019), Cargo es una plataforma online en donde puedes crear portafolios propios a la manera que se desea porque te brinda variedad de plantillas personalizables, almacenamiento en la nube, dominio propio y demás funcionalidades. Esta plataforma te brinda la posibilidad de tener un portafolio privado totalmente gratuito o profesional, donde el único requisito para acceder a esta opción es que te afilies a una de las dos tarifas que te ofrecen.

A su vez, Carney (2015) señala que Cargo es un sitio comunitario que te brinda la posibilidad de obtener sus plantillas diseñadas personalizables para cualquier propósito con un propio URL y un diseño de código abierto. Este sitio también te brinda la opción de que puedas probar los sitios de carga totalmente gratis.

En ese sentido, cuando nos enfrentamos a una necesidad de querer probar un nuevo servicio, realizar un proceso de prueba como experimento es de vital importancia porque nos permite analizar sobre el servicio deseado y también sentir mayor confianza sobre una posible adquisición de un nuevo producto o servicio.

#### 2.2.1.2.3 Dribbble

Para Piñeiro (2019), Dribbble es una plataforma online que nace en 2009 de la mano de Dan Cederholm y Rich Thornett, pero que fue lanzada públicamente en 2010, donde todo era demasiado exclusivo y ahora en la actualidad, no tan lejano de seguir siendo único o exclusivo, continúa sirviendo para exponer en internet todos los trabajos o proyectos de profesionales creativos donde pueden recibir feedbacks a través de comentarios o “likes”, así cómo funciona en otras redes sociales, solo que Dribbble más que ser considerada una red social, se considera una comunidad.

Al respecto, Bahillo (2017) indica que, Dribbble sigue teniendo esa particularidad en relación con la exclusividad, se refiere a que la plataforma sigue imponiendo una norma importante que se tiene que cumplir; y es que, para poder exponer tus trabajos o suscribirte tienes que ser invitado únicamente por otro usuario que

ya se encuentre registrado en Dribbble. Esto se debe a que se necesita garantizar a todos los usuarios, trabajos de primera calidad en diseños.

En conclusión, al saber que Dribbble es una comunidad algo más exclusiva que cualquier otra plataforma de portafolios, se entiende que existe la posibilidad de que esta red social sea el primer sitio para empezar a tener un nombre como artista creativo, ya que hay menos competencia en relación con la cantidad de usuarios, más no, en relación con la calidad de trabajos.

#### 2.2.1.2.4 Carbonmade

Carbonmade, según Smolen (2022) es un creador de cartera o portafolios online con plantillas modernas, que permite a los usuarios en su mayoría, fotógrafos, diseñadores gráficos e ilustradores obtener una presencia web sólida con toda su funcionalidad encaminada a que puedan configurar sus portafolios de manera visual y funcional.

Al respecto, Castellanos (2020) indica que, las presentaciones brindadas por esta plataforma online son muy diferentes a las demás redes sociales creadoras de portafolios, Carbonmade te permite elegir una de las tantas plantillas predeterminadas que tiene con estilo minimalista donde te brinda una gran practicidad, funcionalidad y facilidad para poder subir tus proyectos.

Atendiendo las consideraciones anteriores, surge valioso reconocer que cada vez, la tecnología y todo lo que esto conlleva (plataformas en línea) cada vez nos facilitan más las cosas y no es necesario ser un especialista en maquetación de páginas web para crear un portafolio digital que genere impacto porque estas plataformas nos brindan las facilidades para hacerlo sin tener la experiencia de un programador web.

#### 2.2.1.2.5 Adobe Portfolio

De acuerdo con Russo (2016), Adobe Portfolio es una aplicación perteneciente a Adobe Systems, la cual te permite crear en cuestión de unos pocos minutos un sitio web con URL y plantillas personalizadas. Está enfocado a los profesionales creativos con la finalidad de que muestren sus obras y ofrecimiento.

Así mismo, según Bassig (2021), la interfaz de Adobe Portfolio es un poco torpe, pero sus plantillas son todo lo contrario. Si bien es cierto que los temas que esta plataforma presenta son limitados, las doce opciones que nos presenta están muy bien diseñadas y además aplican también para dispositivos móviles. Por otro lado, esta interfaz se centra solo en profesionales creativos por eso todos sus temas o plantillas contienen muchos elementos visuales con encabezados llamativos y galerías minimalistas.

En ese sentido, se llega a la conclusión que en los últimos años han ocurrido muchos cambios que exigen al mundo adaptarse a estos, y contar con un portafolio digital sin una versión móvil, es un portafolio perdido, ya que en la actualidad una herramienta como el celular cada vez aumenta de manera exponencial su dependencia.

### 2.2.2 La competitividad

La competitividad, de acuerdo con Cañadas (2020), permite influir en el ser humano de manera positiva, ya que nos permite mejorar, incentivar y nos brinda las energías suficientes para sacar nuestra mejor versión en cualquier ámbito. Por otro lado, Roldán (2016) detalla la competitividad como una ventaja competitiva, que se refiere a habilidades, recursos, tecnologías o atributos que vuelven a un individuo superior al otro, además se refiere también al rendimiento de un individuo con respecto a otro. No obstante, es importante recalcar que no existe una sola definición para el concepto de competitividad, existen muchas interpretaciones y formas de medición que dependen del contexto.

Mientras que para Pérez (2019, p.6), la competitividad debe entenderse como las capacidades y habilidades distintivas que posee cada individuo, esto para ejercer su función laboral de la mejor manera. También, dicha terminación comprende que el talento humano debe sostener una constante formación para así poder sacar a relucir todo su potencial.

En efecto, es importante destacar que el sentido de competencia se encuentra presente en la gran mayoría de personas del mundo, todos buscan y compiten a

toda costa para conseguir el éxito personal. Es lo que más anhela el ser humano, ser siempre el mejor, pero esta competencia no siempre es legal porque ese sentido de competencia a veces te conduce a la toma de decisiones poco ortodoxas con tal de conseguir algo tan anhelado.

#### 2.2.2.1 Competencias duras

Las competencias duras, según Barraza (2019, p.5) son una serie de habilidades que las personas van adquiriendo con el pasar del tiempo, es ese valor añadido que han adquirido por mérito propio. Estas habilidades de un profesional permiten en las entrevistas de trabajo, diferenciar a una persona de la otra mediante cursos, formaciones, titulaciones y demás competencias externas del individuo. Por ello es de suma importancia, conocer bien cuáles son estas competencias duras, ya que te permite desarrollar un currículum de mayor impacto.

De similar manera, Coll (2021) define a las competencias duras como aquellos conocimientos que posee un individuo, como consecuencia de su experiencia vivida a través de su formación académica o laboral que permiten desempeñar una buena labor en su trabajo. Un claro ejemplo podría ser sobre los conocimientos de las leyes, estos los posee un abogado.

Como conclusión, a raíz de estos dos pensamientos entendemos que las competencias duras resultan de mucha importancia en el ámbito laboral, ya que estas sirven como un valor agregado para que un individuo sea elegido en las citas o reuniones laborales donde existe mucha competencia con similitud de capacidad en las competencias blandas.

##### 2.2.2.1.1 Formación académica

De acuerdo con Aveiga, Rodríguez y Segovia (2018, p.210), la formación académica es un proceso del ser humano en donde las distintas actividades ejercidas en un sistema regulado te brindan la posibilidad de aprender de forma más exigente. Además, este sistema de formación tiene el poder de ejecutar la enseñanza con la correcta autorización, y permite otorgar a las personas, su respectivo grado académico de acuerdo con el nivel de aprendizaje obtenido en

su formación; donde pueden considerarse como especialidades, maestrías o estudios doctorales.

Por otro lado, según Tejeda (2016, p.882), la formación académica permite a las personas que puedan lograr desarrollar todo su criterio adquirido, integrado y desarrollado por la puesta en práctica de las diferentes competencias realizadas en las aulas académicas, con la finalidad de demostrar la aplicación de todos sus conocimientos adquiridos que les permita llegar a la certificación de su capacidad a través del grado de formación profesional.

En conclusión, tener una buena formación académica es muy importante, pues te brinda la posibilidad de alcanzar un alto grado de aprendizaje y exigencia lo cual genera que, al momento de formar parte del mundo laboral, el cambio de estudiante a colaborador no es tan brusco porque el grado de exigencia académica y esfuerzo personal ha sido tan alto que permite no verse tan prolongado el tiempo de adaptación.

#### 2.2.2.1.2 Dominio técnico

Para Ricardo (2020), el dominio técnico se refiere a las habilidades o conocimientos necesarios de las personas que resuelven de manera práctica y rápida algunas tareas en específico de diferentes ámbitos, los cuales pueden ser tareas de mecánicas, matemáticas, científicas, tecnología, programación, etc. Además, en la actualidad, las industrias cada vez prefieren o tienen mucho mayor consideración por los individuos que porten por lo menos una cierta cantidad de habilidades técnicas.

De modo similar, Gonzáles y Oviedo (2017, p.5), mencionan que el dominio técnico es el conjunto de conocimientos con enfoque estandarizado que te permiten realizar actividades o tareas que incluyan procesos, métodos, procedimientos y técnicas asociadas al trabajo de algún ámbito o campo especializado. Además, nos dicen que este conjunto de habilidades incluyen ser expertos en alguna tarea específica, como por ejemplo los técnicos de sistemas, saben cómo operar y reparar de manera rápida y efectiva las máquinas de impresoras.



De acuerdo con lo anterior, se llega a la conclusión que tener un buen dominio técnico te permite abrir mucha mayor cantidad de puertas de oportunidades, porque ahora, en años del siglo XXI las empresas o corporaciones cada vez buscan más personas que tengan la posibilidad de tener esa flexibilidad para poder dominar la mayor cantidad de programas y así poder ejecutar diferentes trabajos. Esto genera que las entidades disminuyan gastos por la contratación de más personas y que el profesional polifuncional incremente su valor en el mercado.

#### 2.2.2.1.3 Dominio de bocetaje

De acuerdo con Torres (2016, p.13), el dominio de bocetaje se refiere a la etapa del proyecto más creativa, en donde se le empieza a dar forma al proyecto de una manera rápida y práctica. Esta primera fase es una representación dibujada de lo que se quiere llegar a realizar y se encuentra estipulada como la etapa del proceso creativo más importante porque se trata de un primer establecimiento de ideas o un primer acercamiento con el diseño final.

De igual manera, Hurtado (2018, p.44), define el dominio de bocetaje como la capacidad de poder transformar lo intangible a tangible, esto significa poder representar una idea a través de diferentes formas u objetos. Además, para poder lograr todo esto, se necesita conocer las formas de construcción que nacen a partir de las formas básicas como pueden ser los círculos, triángulos, cuadrados o puntos y esto logra una cierta variedad de interpretaciones. Finalmente, para poder representar la idea intangible y transformarla en algo concreto, es necesario el dibujo rápido para luego convertirse en una expresión gráfica.

En conclusión, dominar la técnica del bocetaje, brinda a las personas la posibilidad de plasmar mucho mejor sus ideas y de poder compartirlas con la seguridad de que se entienda muy bien lo que se quiere transmitir. Además, desarrollar esta técnica sobre papel permite un cierto grado de practicidad al momento de querer empezar un proyecto porque es mucho más fácil deshacer o modificar ideas a lápiz que digitalmente.

#### 2.2.2.1.4 Percepción visual

La percepción visual según López y Villa (2017, p.178) refiere a las tantas competencias visuales que todos los seres humanos desarrollan al momento de observar, preciso instante en donde añaden a esta acción diferentes tipos de experiencias sensoriales que permite, dentro de tantas cosas, identificar e interpretar acciones totalmente visibles, objetos, símbolos que pueden ser naturales o artificiales de su entorno.

Asimismo, Elizalde (2020, p.12) señala que la percepción visual también incluye categorías o conceptos teóricos sobre la imagen que han sido desarrollados por Abraham Moles, tales como el grado de iconicidad, y la pregnancia de las imágenes que se utilizan en diferentes ámbitos. Por otro lado, Muller Brockamn desarrolló unas categorías para describir los elementos gráficos que integran un soporte; esta lista se compone por retícula, formas, tipografía, ilustraciones, superficies cromáticas, espacios blancos y signos de orientación.

En conclusión, el aprender las competencias, conceptos y categorías que componen a la percepción visual, brinda a los individuos, una excelente oportunidad para aprender a comunicar de una manera mucho más visual, directa y atractiva los diferentes mensajes que se quiera transmitir, esto con la finalidad de generar mayor atracción por parte del receptor.

#### 2.2.2.1.5 Experiencia laboral

La experiencia laboral, de acuerdo con Macias (2020, p.6) es de vital importancia en absolutamente todas las profesiones, ya que si se ve desde una perspectiva de una institución o corporación, se considera que la experiencia permite mejorar tu trabajo porque aporta al conocimiento y a las habilidades aplicadas previamente para el logro de los objetivos planteados. A veces en el mundo laboral, consideran las empresas que los postulantes a los puestos de trabajo deben de alcanzar un mínimo de horas de ejercicio para ya saber o conocer el oficio que se les aproxima.

Para Castillo, Ortega y Tamayo (2016, p.9) la experiencia laboral es de vital importancia para las empresas, porque estas al contratar personas que no

tengan esta suficiente experiencia en el ámbito que se desarrollan, permite en un corto tiempo que se note la falta de preparación, algo que traerá como consecuencia un mal desarrollo del empleado en el área donde desempeña y no ayudará al crecimiento de la empresa, por lo tanto existirá un mayor número de clientes que no se encuentren satisfechos con el servicio brindado y por lo tanto buscarán a otras empresas que les ayude a cubrir esas necesidades que buscan.

En ese orden de ideas, es de afirmarse que la experiencia laboral, se fundamenta cada vez más como un requisito indispensable para las empresas a la hora de brindar las citas laborales porque los conocimientos y habilidades que se obtienen a raíz de esto permite ejercer la profesión de mejor manera y además es cierto que cuanto mayor experiencia laboral se tenga, mucho mayor será el grado de posibilidades para el individuo de obtener oportunidades.

#### 2.2.2.2 Competencias blandas

Para García (2020), la definición específica de competencias blandas no existe, pero nos menciona con sus propias palabras que estas pueden ser aquellas habilidades que permiten a un individuo ejecutar de manera adecuada u óptima sus funciones en el ámbito laboral realizado sus tareas con éxito, esto quiere decir que no solo se comprende de conocimientos, sino que es un conjunto de habilidades sociales, de pensamiento, adaptación, etc.

Del mismo modo, según Vallejo (2019, p.18), las competencias blandas son atributos o características de un individuo que le brinda la posibilidad de interactuar con las demás personas de manera efectiva, donde por lo general se enfoca en el ámbito profesional. Es el resultado de la combinación entre habilidades sociales, temperamento, carácter u otros factores psicosociales y culturales. No obstante, es importante saber que no solo basta con saber dominar una de las dos competencias que existen (duras y blandas), sino que, para lograr un buen trabajo, se necesita dominar una combinación de las dos.

En ese sentido, se comprende que fortalecer las competencias blandas es mucho más difícil que aplicar lo mismo con las competencias duras, ya que uno

es básicamente trabajo constante, donde depende plenamente del individuo y el otro es algo innato con lo que se nace y se complementa para mejorar.

#### 2.2.2.2.1 Creatividad

La creatividad, una fuerza cambiante, viva y proceso indispensable de todo ser humano sirvió como base de progreso para permitir la evolución y el desarrollo de la sociedad, los individuos y las organizaciones.

Así mismo, Falco (2016, p.2) manifiesta que la creatividad es como una consecuencia del conocimiento, la curiosidad, la imaginación y la evaluación, ya que cuanto mayor sea el nivel de estos, mayor será el resultado de las ideas, patrones y combinaciones para una posterior innovación de posibles productos o servicios. Es decir, la creatividad es un proceso donde ser solamente inteligente, no te garantiza nada si, la inteligencia no va de la mano con estas otras capacidades.

Mientras que, para Piga y Elisondo (2019, p.2) la creatividad es una potencialidad que poseen todos los seres humanos, que no solamente se refiere a temas artísticos, sino que también pueden ser de ámbitos sociales, culturales, interpersonales y emocionales porque es importante para la creación de contextos innovadores de enseñanza y aprendizaje. Además, esta potencialidad no es un proceso que se resuelva de manera individual, ya que implica de manera directa o indirecta a demás personas.

A raíz de estas dos ideas, se llega a la conclusión de que en una sociedad donde se fundamentan conocimientos y pensamientos similares; convierte a los seres que conforman la sociedad como seres previsibles y poco imaginativos. Por tanto, se tiene que reforzar nuestra inteligencia, actualizando y nutriendo nuestra mente con información valiosa para que dejemos de pensar igual que los demás y así trabajar en un pensamiento creativo, original y diferente que traerá como resultado, resaltar sobre los demás.

#### 2.2.2.2.2 Curiosidad

De acuerdo con Mosquera (2018), la curiosidad es una habilidad básica de todos los seres humanos desde que nacemos, es un impulso necesario e importante, pero al ser eso mismo, un impulso, no es lo mismo en todos los individuos, ya que no todos sentimos el mismo grado de curiosidad por algo. Además, esta habilidad intrínseca puede ser un rasgo estable, pero aumenta y disminuye según el contexto que se está viviendo.

Al respecto, Pérez (2016) indica que, la curiosidad es un instinto natural que brinda una cierta ventaja a algunas especies, ya que te posibilita el conocimiento del entorno el cual favorece en su adaptación. Además, es la base en donde se apoya el desarrollo tecnológico y en donde se basa el proceso educativo y de formación que genera en los seres vivos sus conductas de exploración, investigación y aprendizaje.

En conclusión, desarrollar la curiosidad permite llevar al cerebro a un estado de gran nivel concentración que posibilita aprender y retener información con mayor facilidad, trayendo consigo esto, ser una persona con una cualidad importante para poder ser un individuo seleccionable por tener una habilidad importante y rescatable para el ámbito laboral o corporativo.

#### 2.2.2.2.3 Observación

La observación según Pietro (2018), es la acción de mirar con atención aquello que está aconteciendo para recordarlo y tener que buscarle algún sentido con la finalidad de que el individuo se vuelva más atento y así poder trabajar de manera más eficiente y ser un ciudadano mucho más crítico para poder brindar aportes de mayor impacto a la sociedad.

Así mismo, Brainon (2018), define a la observación como un proceso importante que permite al ser humano a poder crecer en la cultura organizativa. Este proceso de observar todo lo que nos rodea y que ponemos en práctica de manera inconsciente los siete días de la semana como las demás habilidades intrínsecas que tienen los humanos, son la clave para mejorar la calidad de una sociedad u organización.

En ese sentido, se llega a la conclusión que la observación como acción de un ser humano, es de vital importancia porque a partir de ella se puede iniciar los procesos de investigación para resolver problemáticas que rondan en nuestra mente y podamos despejar dudas, dando respuestas a nuestra mente y verificando nuestras inquietudes a través de indagaciones, discusiones o conclusiones.

#### 2.2.2.2.4 Proactividad

Según Holguín (2017, p.188), la proactividad se entiende en un principio como el progreso de la evaluación propia de los individuos, la toma de diferentes decisiones con respecto a un tiempo establecido y la materialización de un lenguaje proactivo que nace en la vida diaria, pues se refiere a un ámbito profesional o personal.

A su vez, Fernández (2020) señala que la proactividad es simple y llanamente la actitud positiva del ser humano, pero como esta palabra se encuentra siempre enlazada al concepto de la psicología del trabajo, se puede llegar a decir que también es como una postura en donde permite asumir el pleno control de una conducta propia para poder llegar a tomar iniciativas que permitan desarrollar diferentes innovaciones que ayuden a mejorar una tarea laboral.

Atendiendo las consideraciones anteriores, surge valioso reconocer que el comportamiento proactivo del ser humano sirve como una ventaja competitiva para las organizaciones, ya que te ayuda a sobrevivir en este entorno laboral tan cambiante y difícil de sobrellevar porque estas, buscan constantemente personas con variedad de habilidades ya sea blandas o duras que puedan adaptarse de la mejor manera a todo lo inesperado.

#### 2.2.2.2.5 Trabajo en equipo

Para Arrea (2016, p.3), el trabajo en equipo es una habilidad o cualidad con la que los seres humanos no nacen, sino que su mecánica es algo que estos individuos deben de aprender. Esta habilidad tiene diferentes reglas dependiendo del contexto o personas con las que se trabaje que deben de conocerse y que al momento de estipularse pueden causar algunas

discrepancias o disfonías en el grupo y eso es algo que hay que saber sobrellevar para que el proyecto realizado en equipo no se convierta en un trabajo ineficiente.

De similar idea, para Raffino (2020) el trabajo en equipo es un modo de organización laboral de la humanidad, en donde permite organizarse y tomar decisiones en consenso social que trae como resultado realizar grandes proyectos. Además, laborar en conjunto requiere de reglas o conductas previamente acordadas que permita disminuir las tensiones propias que genera la convivencia misma por el enfrentamiento de los diferentes puntos de vista; esto puede ser tomado en cuenta como un ensayo de la participación que tienen los individuos en la propia sociedad donde se tiene que respetar las decisiones acordadas en grupo.

Asimismo, se obtuvo como conclusión que, en el mundo, laborar en equipo o tener la habilidad de poder trabajar en conjunto surge por entender que mientras más personas con diferentes pensamientos se unan de manera comprometida para una misma causa, darán como resultado propuestas de soluciones de mayor impacto para el ámbito en donde se aplique.

## CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

### 3.1 Diseño de investigación

La investigación hace uso de un diseño no experimental para su correcto desarrollo. Este diseño, según el INTEP (2018) menciona que este tipo de diseño está basado en variables, contextos, categorías, sucesos, comunidades o conceptos en donde ocurre la intervención directa de la persona, esto quiere decir que la persona investigadora no altera el objeto de investigación, porque en este diseño de investigación se observan a los fenómenos o sucesos tal y como suceden para finalmente estudiarlos.

En consecuencia, en el presente estudio se ha trabajado con dos grupos, el primero en donde serán evaluados por el cuestionario y otro en donde serán analizados por las entrevistas.

### 3.2 Hipótesis

#### **Hipótesis general:**

El diseño de portafolios digitales como herramienta permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.

#### **Hipótesis específicas:**

- **Hipótesis específica 1:** las empresas tienden a evaluar el diseño, estructura, conceptualización y la funcionalidad del portafolio digital de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.
  
- **Hipótesis específica 2:** es indispensable que los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021 diseñen sus portafolios digitales aplicando correctamente los fundamentos del diseño.



- **Hipótesis específica 3:** los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021 prefieren presentar sus portafolios digitales en diferentes plataformas online.

### 3.3 Operacionalización de variables

#### 3.3.1 Variable

Las variables para investigar son las siguientes:

- Portafolio digital
- Competitividad

#### 3.3.2 Definición operacional / conceptual

Primera variable: portafolio digital

- Definición operacional: operacionalmente el portafolio digital se define con las dimensiones del proceso creativo con los indicadores de diseño, estructura, conceptualización y funcionalidad. Por otro lado, tenemos a las plataformas online con los indicadores de Behance, Cargo, Dribbble, Carbonmade y Adobe Portfolio.
- Definición conceptual: el portafolio digital es el conjunto de trabajos que se recopila para dar a conocer el talento del individuo que realizó la obra, se puede decir en otras palabras que viene a ser como una memoria documentada de un proceso creativo que tiene la finalidad de mostrar la evolución de dicha trayectoria (Perez, 2018, p.1).

Segunda variable: competitividad

- Definición operacional: operacionalmente la competitividad se define con las dimensiones de las competencias duras con los indicadores de formación académica, dominio técnico, dominio de bocetaje, psicología visual y experiencia laboral. Por otro lado, tenemos a las competencias blandas con los indicadores de Creatividad, Curiosidad, Observación, Proactividad y Trabajo en equipo.

- Definición conceptual: la competitividad es como una ventaja competitiva, que se refiere a habilidades, recursos, tecnologías o atributos que vuelven a un individuo superior al otro, además se refiere también al rendimiento de un individuo con respecto a otro (Roldán, 2016).

### 3.4 Población y muestra

La población del estudio según Arias, Villasís y Miranda (2016, p.201), es el grupo de casos que han sido definidos, limitados y accesibles que servirán para la elección de la muestra que tiene como finalidad cumplir con una cierta cantidad de criterios predeterminados. Por ello, para el desarrollo del presente proyecto de investigación se tomará en cuenta la recolección de datos de tres gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño. Además, se considerará como población a los cuarenta y dos egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú del periodo 2020-2021 y se tomará una muestra de treinta y ocho egresados que servirán como objetos de estudio para efectos de la presente investigación.

Tabla 1: Muestra del estudio. No probabilístico y por conveniencia

<b>Grupo</b>	<b>Nº de personas</b>
Egresados	38
Gerentes generales	3
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

A modo de técnicas, la encuesta y la entrevista serán utilizadas para la recolección de los datos e información, las cuales han sido validadas por tres expertos para determinar su confiabilidad. El primer instrumento realizado ha sido el cuestionario, el cual forma parte de la técnica encuesta y según López y Facheli (2015, p.8), este procedimiento se ha convertido en algo más importante que solo un simple material de apoyo el cual se encarga de recoger datos y se

ha transformado en todo un proceso o método de investigación social que implica un seguimiento óptimo del desarrollo de estudio en su plenitud, finalizado en la alimentación de información en donde se involucran diversos métodos que forman una conclusión particular y acorde. Para esto, se diseñó una lista de cincuenta y siete preguntas en escala lineal donde se tiene que marcar con las alternativas de respuestas: Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3).

Por otro lado, el segundo instrumento es la guía para entrevista, el cual forma parte de la técnica entrevista y según Folgueiras (2016, p.2), nos menciona que este método es una importante herramienta que te permite recoger datos que han sido hallados oralmente sobre experiencias, opiniones o acontecimientos. Además, esta técnica lejos de ser una estrategia utilizada solo en procesos de investigación ya tiene un valor en sí misma. La entrevista realizada consta de diez preguntas entre abiertas y cerradas a raíz de dos variables principales.

### 3.5.1 Descripción de instrumentos

#### **GUÍA DE ENTREVISTA A GERENTES GENERALES**

**Objetivo de la entrevista: determinar los aspectos más importantes del portafolio digital y conocer a profundidad todo lo que conlleva la competitividad.**

<b>Perfil del entrevistado:</b> en esta sección de la entrevista se busca conocer su perfil. Por favor, considere que le tomará aproximadamente 2 minutos.					
Nombres y apellidos					
¿En qué rango de edad se encuentra?					
20-25	26-30	31-35	36-40	41-45	Otro
¿Cuál es su distrito de residencia? (Respuesta corta)					
¿Cuál es su grado de estudios?					
Egresado	Bachiller	Titulado	Maestro	Doctor	
¿Cuántos años de experiencia laboral tiene en su actual puesto de trabajo?					
0-5	6-10	11-15	16-20	Otro	
Describa una breve reseña de sus funciones laborales. (Respuesta larga)					

**Aspectos del portafolio digital:** en esta segunda sección de la entrevista se busca determinar los aspectos más importantes del portafolio digital. Por favor, considere que le tomará aproximadamente 10 minutos.

1. ¿A través de qué plataformas online consideras que el portafolio digital genera mayor impresión? Puede marcar más de una opción

Behance	Cargo	Dribbble	Carbonmade	Adobe Portfolio	Otro
---------	-------	----------	------------	-----------------	------

¿Por qué? (Respuesta larga)

2. ¿Qué criterios utiliza para evaluar los portafolios digitales de los postulantes? Puede marcar más de una opción

Introducción, Estructura, Evidencias y Actualización	Presentación, Organización, Clasificación y Sustentación	Introducción, Organización, Evidencias y Sustentación	Presentación, Estructura, Clasificación y Actualización	Otro
--	--	---	---	------

2. ¿Cuáles son los errores más comunes que presentan los postulantes en sus portafolios digitales? Puede marcar más de una opción

Falta de identidad	Falta de proceso de los proyectos	Baja calidad de imágenes	Cantidad antes que calidad	Otro
--------------------	-----------------------------------	--------------------------	----------------------------	------

3. ¿Qué proceso consideras que se debe llevar a cabo para realizar un portafolio digital de gran impacto? (Respuesta larga)

4. ¿Qué certeza te ofrece el portafolio digital de los postulantes? (Respuesta larga)

**Conocimiento de la competitividad:** esta tercera sección de la entrevista busca conocer a profundidad todo lo que conlleva la competitividad. Por favor, considere que le tomará aproximadamente 10 minutos.

5. ¿Cuál es el perfil de los diseñadores que postulan a tus convocatorias laborales? (Respuesta larga)

6. ¿Cuáles son las aptitudes personales que evalúas de un postulante? Puede marcar más de una opción

Liderazgo	Flexibilidad	Organización	Respeto	Trabajo en equipo	Otro
-----------	--------------	--------------	---------	-------------------	------

7. ¿Qué factores influyen en la competitividad de un postulante? Puede marcar más de una opción					
Formación académica	Dominio técnico	Dominio de bocetaje	Percepción visual	Portafolio digital	Otro
¿Por qué? (Respuesta larga)					
8. ¿Qué características influyen en la competitividad de un postulante? Puede marcar más de una opción					
Creativo	Curioso	Observador	Proactivo	Otro	
¿Por qué? (Respuesta larga)					
9. ¿Qué garantiza la competitividad entre postulantes? (Respuesta larga)					

### CUESTIONARIO A EGRESADOS DE UCAL PERIODO 2020-2021

**Objetivo del cuestionario: obtener datos en base a cada indicador.**

<b>Perfil del encuestado:</b> en esta sección del cuestionario se busca conocer su perfil. Por favor, considere que le tomará aproximadamente 1 minuto.			
¿En qué rango de edad se encuentra?			
20-25	26-30	31-35	Otro
¿Cuál es su distrito de residencia? (Respuesta corta)			
¿Cuál es su grado de estudios?			
Egresado	Bachiller	Titulado	
¿Cuál es su nivel profesional?			
Trabajador dependiente	Trabajador independiente o emprendedor	Freelance	
<b>Datos fundamentales:</b> en esta segunda sección del cuestionario se busca obtener datos en base a cada indicador y consta de cincuenta y siete preguntas en escala lineal donde se tiene que marcar con las alternativas de respuestas: Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3). Por favor, considere que le tomará aproximadamente 15 minutos.			
<b>Enunciados atendiendo a cada indicador.</b>			<b>N</b>   <b>AV</b>   <b>S</b>
<b>Diseño:</b> actividad creativa que tiene como fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos.			
1. ¿Refuerzas tu nivel de diseño con referentes visuales?			

2. ¿Desarrollas el diseño como herramienta para comunicar mensajes de gran impacto?			
3. ¿Estableces una línea gráfica que se manifiesta a lo largo de todo el diseño en específico?			
<b>Estructura:</b> disciplina que se encarga de la disposición de módulos o elementos gráficos.			
4. ¿Consideras importante realizar una estructura previa a algún diseño en específico?			
5. ¿Revisas las diferentes formas de estructurar de otros proyectos de diseño?			
6. ¿Refuerzas tu capacidad de estructurar de forma equilibrada, ordenada y jerarquizada?			
<b>Conceptualización:</b> proceso en el cual se genera una idea propia sobre un tema específico para facilitar la comprensión del mismo.			
7. ¿Desarrollas un proceso de conceptualización previo a diseñar?			
8. ¿Investigas y reordenas información previa del proyecto en tu proceso de conceptualización?			
9. ¿Analizas y estableces conexiones entre la lista de ideas rápidas para desarrollar conceptos poderosos?			
<b>Funcionalidad:</b> nivel de eficacia de un diseño que permite poder ser utilizado para un propósito.			
10. ¿Consideras de gran importancia que los proyectos de diseño sean funcionales?			
11. ¿Crees que realizas proyectos de diseño que cumplan una correcta funcionalidad?			
12. ¿Utilizas alguna técnica, herramienta o proceso para diseñar proyectos funcionales?			
<b>Behance:</b> plataforma donde creativos de todo el mundo pueden mostrar sus proyectos, compararse, sacar ideas, intercambiar opiniones, actualizarse y abrirse a nuevas oportunidades laborales.			
13. ¿Utilizas Behance como herramienta para crear tu portafolio digital?			

14. Si utilizas Behance: ¿Consideras importante a Behance como herramienta para inspirar la creatividad?			
15. Si utilizas Behance: ¿Crees que es fundamental ser reconocido y evaluado en una plataforma online como Behance por el nivel de trabajos que se presenta en tu portafolio digital?			
<b>Cargo:</b> plataforma de publicación destinada a crear herramientas accesibles y un contexto en red para mejorar la exposición de trabajos de personas con talento.			
16. ¿Utilizas Cargo como herramienta para crear tu portafolio digital?			
17. Si utilizas Cargo: ¿Crees que es importante la posibilidad de rediseñar las plantillas predeterminadas que te brinda una plataforma online como Cargo?			
18. Si utilizas Cargo: ¿Consideras pertinente que Cargo ofrezca tarifas de afiliación para mayores beneficios?			
<b>Dribbble:</b> plataforma online que permite a un usuario exponer en internet sus trabajos creativos y recibir feedback sobre ellos. Este feedback puede ser en forma de comentario o “me gusta”.			
19. ¿Utilizas Dribbble como herramienta para crear tu portafolio digital?			
20. Si utilizas Dribbble: ¿Consideras a Dribbble como una comunidad más que una red social?			
21. Si utilizas Dribbble: ¿Aceptas la idea que solo se pueda suscribir en Dribbble mediante una invitación de algún usuario ya registrado?			
<b>Carbonmade:</b> plataforma digital, la cuál te permite crear tu portafolio partiendo de diferentes plantillas y bloques que puedes ir integrando.			
22. ¿Utilizas Carbonmade como herramienta para crear tu portafolio digital?			

23. Si utilizas Carbonmade: ¿Compartes el mismo gusto por el estilo minimalista que se ofrece en las plantillas de Carbonmade?			
24. Si utilizas Carbonmade: ¿Consideras que configurar las plantillas en las plataformas online de portafolios digitales como Carbonmade es de fácil usabilidad?			
<b>Adobe Portfolio:</b> portal de Adobe en el que se puede crear los portafolios de manera sencilla y totalmente personalizada. Se puede empezar a partir de diferentes plantillas y adaptarlas a algún gusto en específico.			
25. ¿Utilizas Adobe Portfolio como herramienta para crear tu portafolio digital?			
26. Si utilizas Adobe Portfolio: ¿Consideras que las plantillas que presentan las plataformas online de carteras de trabajos como Adobe Portfolio limitan el impacto de los portafolios digitales?			
27. Si utilizas Adobe Portfolio: ¿Aprecias que Adobe Portfolio brinde la posibilidad de mostrar tu portafolio digital en una versión para web y para dispositivos móviles?			
<b>Formación académica:</b> conjunto de conocimientos adquiridos, los cuales son una herramienta que ayudan a consolidar las competencias propias.			
28. ¿Crees que ha sido fundamental las enseñanzas que has obtenido en tu formación académica?			
29. ¿Consideras que ahora en tu etapa laboral logras aplicar todo lo aprendido en tu etapa de formación académica?			
30. ¿Refuerzas todo el aprendizaje y criterio que has obtenido en tu formación académica?			
<b>Dominio técnico:</b> capacidad de poder tener un dominio pleno de los diferentes software gráficos necesarios para el diseño gráfico.			
31. ¿Eres consciente que el aumentar la cantidad de programas técnicos dominados aumenta tu valor en el mercado?			



32. ¿Consideras necesario tener un buen dominio técnico para resaltar en el diseño gráfico?			
33. ¿Desarrollas tu dominio técnico para aumentar tu valoración como profesional?			
<b>Dominio de bocetaje:</b> capacidad de poder dibujar a lápiz de manera simple unas ideas con trazos previos o provisionales a ejecutar la obra artística.			
34. ¿Consideras de vital importancia tener un buen dominio de bocetaje para desarrollar proyectos de diseño?			
35. ¿Eres capaz de transformar tus ideas intangibles a tangibles por medio del bocetaje?			
36. ¿Aplicas un proceso de bocetaje al momento de desarrollar tus proyectos?			
<b>Percepción visual:</b> proceso que extrae la información percibida por el ojo, mediante formas que opera el sistema visual, distinguiendo entre fondo, figuras, tamaños, colores, grupos, tipografías, ilustraciones, etc.			
37. ¿Comunicas mensajes a través de la percepción visual? (retícula, formas, tipografía, ilustraciones, superficies cromáticas, espacios blancos y signos de orientación).			
38. ¿Desarrollas tu capacidad de comunicar visualmente al momento de observar el entorno de tu vida diaria?			
39. ¿Concuerdas que la percepción visual transmite sensaciones?			
<b>Experiencia laboral:</b> conjunto de aptitudes y conocimientos adquiridos por una persona o grupo en un determinado puesto laboral, o durante un periodo de tiempo específico.			
40. ¿Consideras necesario tener una amplia experiencia laboral para poder ser considerado por los reclutadores laborales?			
41. ¿Piensas que la experiencia laboral permite garantizar un óptimo desempeño de las tareas laborales?			
42. ¿Refuerzas tu experiencia laboral con cursos relacionados con tu empleo?			

<b>Creatividad:</b> capacidad de crear, innovar, generar nuevas ideas, conceptos o nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos.			
43. ¿Desarrollas fases o procesos de creatividad al momento de realizar tus proyectos?			
44. ¿Abasteces de información a tu cerebro para desarrollar tu creatividad?			
45. ¿Analizas el nivel de creatividad que transmiten tus proyectos?			
<b>Curiosidad:</b> deseo innato de querer aprender más sobre algo, sobre una temática o un área de conocimiento.			
46. ¿Consideras que la curiosidad permite brindar una pequeña ventaja sobre los demás?			
47. ¿Eres consciente que la curiosidad es el primer paso para los procesos de exploración, investigación y aprendizaje?			
48. ¿Desarrollas tu habilidad de la curiosidad de manera inconsciente previo al momento de emprender tus proyectos?			
<b>Observación:</b> actividad común del ser humano que consiste en emplear la vista para obtener información a partir de un fenómeno de la realidad.			
49. ¿Aplicas el proceso de la observación como el primer paso a una investigación?			
50. ¿Realizas el proceso de la observación con detenimiento a aquello que realmente te importa recordarlo?			
51. ¿Desarrollas el proceso de la observación de manera óptima al desarrollar tus proyectos?			
<b>Proactividad:</b> actitud que asumen ciertos seres humanos para atender a situaciones o tareas que precisan de ser controladas, una gestión responsable y de una alta capacidad de respuesta.			
52. ¿Actúas de manera proactiva al momento de ejecutar tus proyectos personales?			

53. ¿Tomas un papel protagónico en los proyectos grupales por ser una persona proactiva?			
54. ¿Mejoras tu competencia al posicionarte como una persona de conducta proactiva?			
<b>Trabajo en equipo:</b> unión de dos o más personas organizadas de una forma determinada, las cuales cooperan para lograr un fin común que es la ejecución de un proyecto.			
55. ¿Consideras que trabajar en equipo trae como resultado grandes proyectos?			
56. ¿Desarrollas tu habilidad de poder trabajar en equipo al realizar tus proyectos?			
57. ¿Logras adaptarte con facilidad a proyectos que requieran del trabajo en equipo?			

### 3.5.2 Validación de instrumentos por expertos

Los instrumentos del presente trabajo de investigación han sido validados por los docentes expertos Andrea Lazarte, Julio Orué y Diego Sotelo de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina.

**VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1. Apellidos y Nombres: Lazarte Aguirre, Luz Andrea
- 1.2. Cargo e institución donde labora: UCAL, docente investigador
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Cuestionario con dos variables
- 1.4. Autor(a) de instrumento: Luis Enrique Junior Diaz Bernales

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.	X	
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
3. ACTUALIDAD	Es un tema de interés y adecuado a las necesidades reales de la investigación.		X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems.		X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		X
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis (cuantitativo). O es adecuado a los objetivos de investigación (cualitativo)	X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos relacionados con el tema de investigación y/o líneas de investigación de UCAL		X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores. Estos últimos aplicables a la investigación cuantitativa.		X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis o un diseño apropiado al objetivo de una investigación cualitativa.		X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico y permitirá recoger los datos suficientes para concluir la investigación.		X

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

<b>X</b>

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

<b>17</b>
-----------

**Observaciones y sugerencias de modificación:**

Hay algunos enunciados que podría mejorar para mejor comprensión de los indicadores.

Por ejemplo, en el siguiente enunciado, ¿el objetivo es conocer si la persona realiza esos proyectos o si considera que sus proyectos tienen una funcionalidad efectiva? Ten en cuenta que es posible que los encuestados no tengan la misma definición de funcionalidad efectiva que tú:

- Realizas proyectos de diseño que cumplan una funcionalidad efectiva.
- Consideras que realizas proyectos de diseño que cumplan una funcionalidad efectiva.
- Logras aplicar todo lo aprendido en tu etapa de formación académica.
- Consideras que logras aplicar todo lo aprendido en tu etapa de formación académica.

Se sugiere colocar el significado de las siglas de las alternativas antes del inicio del cuestionario.

La Molina, 23 de agosto de 2021



FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE  
Andrea Lazarte

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1. Apellidos y Nombres: Lazarte Aguirre, Luz Andrea
- 1.2. Cargo e institución donde labora: UCAL, docente investigador
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Entrevista con preguntas estructuradas a expertos con dos variables
- 1.4. Autor(a) de instrumento: Luis Enrique Junior Diaz Bernales

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Acceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		X
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
3. ACTUALIDAD	Es un tema de interés y adecuado a las necesidades reales de la investigación.		X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems.		X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		X
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis (cuantitativo). O es adecuado a los objetivos de investigación (cualitativo)	X	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos relacionados con el tema de investigación y/o líneas de investigación de UCAL.		X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores. Estos últimos aplicables a la investigación cuantitativa.		X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis o un diseño apropiado al objetivo de una investigación cualitativa.		X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico y permitirá recoger los datos suficientes para concluir la investigación.		X

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

X
---

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

18
----

**Observaciones y sugerencias de modificación:**

Se sugiere revisar la primera pregunta del segundo formulario. Al preguntar el criterio de evaluación de la competitividad de un postulante, uno pensaría en un procedimiento asociado a indicadores, pero las alternativas están más relacionadas a competencias. De estar sustentado en autores, incluir una breve explicación.

La Molina, 23 de agosto de 2021



FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE  
Andrea Lazarte

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y Nombres: Orue Rodriguez, Julio Cesar  
 I.2. Cargo e institución donde labora: Ucal  
 I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación  
 I.4. Autor(a) de instrumento:

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		x
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		x
3. ACTUALIDAD	Es un tema de interés y adecuado a las necesidades reales de la investigación.		x
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems.	x	
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales	x	
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis (cuantitativo). O es adecuado a los objetivos de investigación (cualitativo)	x	
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos relacionados con el tema de investigación y/o líneas de investigación de UCAL		x
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores. Estos últimos aplicables a la investigación cuantitativa.	x	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis o un diseño apropiado al objetivo de una investigación cualitativa.		x
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico y permitirá recoger los datos suficientes para concluir la investigación.		x

### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación	X
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación	

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

16

Observaciones y sugerencias de modificación:

Reforzar las preguntas del cuestionario para resolver el problema general, la cual desea obtener datos en como el diseño de portafolios digitales mejora la competitividad de los egresados, en gran medida tus preguntas están enfocadas en cuáles son las habilidades de ellos y como preparan sus portafolios.

La Molina, Agosto de 2021

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE  
DNI No 42554089 Telf.:.....

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### I. DATOS GENERALES

I.1. Apellidos y Nombres: MG. DIEGO SOTELO FLORES

I.2. Cargo e institución donde labora: UCAL

I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación:

I.4. Autor(a) de instrumento: LUIZ DIAZ

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Acceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		X
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
3. ACTUALIDAD	Es un tema de interés y adecuado a las necesidades reales de la investigación.		X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems.		X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		X
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis (cuantitativo). O es adecuado a los objetivos de investigación (cualitativo)		X
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos relacionados con el tema de investigación y/o líneas de investigación de UCAL.		X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores. Estos últimos aplicables a la investigación cuantitativa.		X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis o un diseño apropiado al objetivo de una investigación cualitativa.		X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico y permitirá recoger los datos suficientes para concluir la investigación.		X

### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación	X
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación	

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

20

Observaciones y sugerencias de modificación:

GOSTO de 2021

RMANTE  
Tel.: 947732292



### 3.6 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos

El procesamiento utilizado para la tabulación de las preguntas realizadas en las entrevistas a los gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y cuestionarios dirigido a los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú del periodo 2020-2021 ha sido bajo el uso del programa online Google Forms con la finalidad de realizar un análisis preciso de los resultados cuantitativos.

### 3.7 Aspectos éticos

El trabajo de investigación se encuentra fundamentado en data confiable y de semejanza a la realidad actual, cuyo objetivo ético se basa en exponer los datos recopilados de manera cuantitativa totalmente transparente. La originalidad y autenticidad del presente estudio puede ser corroborada con el análisis del autor y las fuentes planteadas en la parte final del documento.

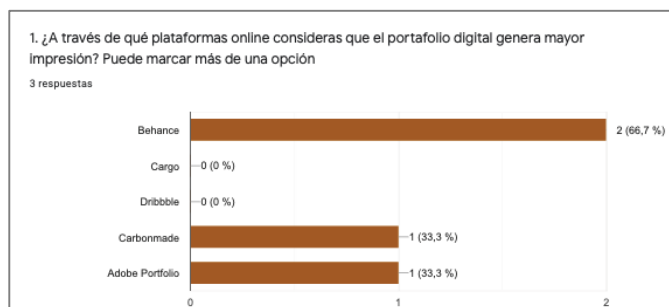


## CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 4.1 Resultados de la entrevista a gerentes generales

**Figura 1:**

*Entrevista sobre la percepción de impacto de plataformas de portafolios digitales*

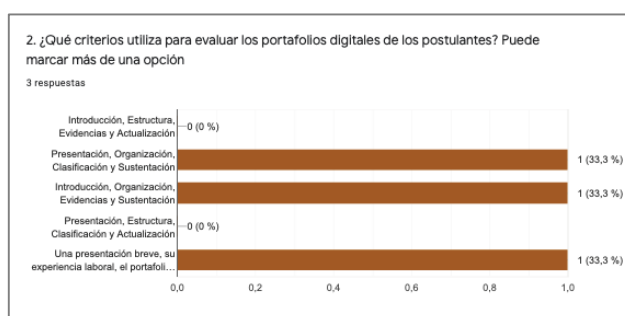


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 3 gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y se realizó en el año 2021.

En la figura 1, se observan los resultados de la cantidad de gerentes generales que consideran a Behance, Cargo, Dribbble, Carbonmade o Adobe Portfolio como la plataforma online en donde el portafolio digital genera mayor impresión, apreciándose un empate entre Adobe Portfolio y Carbonmade con 33,3% siendo así la diferencia de 0%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en la opción de Behance con 66,2%, obteniendo así una diferencia de 33,4% con Adobe Portfolio y Carbonmade lo cual demuestra que la mayoría de gerentes generales consideran que a través de la plataforma online Behance, el portafolio digital genera mayor impresión.

**Figura 2:**

*Entrevista sobre los criterios utilizados para evaluar los portafolios digitales*

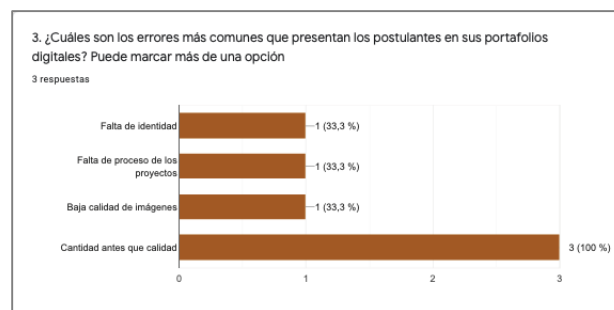


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 3 gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y se realizó en el año 2021.

En la figura 2, se observan los resultados de la cantidad de gerentes generales que utilizan los criterios Introducción, Estructura, Evidencias y Actualización; Presentación, Organización, Clasificación y Sustentación; Introducción, Organización, Evidencias y Sustentación; Presentación, Estructura, Clasificación y Actualización u otro criterio, apreciándose un triple empate entre Presentación, Organización, Clasificación y Sustentación; Introducción, Organización, Evidencias y Sustentación; y finalmente Otro (Breve presentación, Experiencia laboral y Portafolio bien organizado por especialidades) con 33,3% siendo así la diferencia de 0%, lo cual demuestra que los criterios de evaluación son diferentes, dependen mucho de las necesidades de cada gerente general reclutador.

### Figura 3:

*Entrevista sobre los errores más comunes que presentan los portafolios digitales*



*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 3 gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y se realizó en el año 2021.

En la figura 3, se observan los resultados de la cantidad de gerentes generales que consideran a la Falta de identidad, Falta de proceso de los proyectos, Baja calidad de imágenes o Cantidad antes que calidad como los errores más comunes que presentan los postulantes en sus portafolios digitales, apreciándose un triple empate entre Falta de identidad, Falta de proceso de los proyectos y Baja calidad de imágenes con 33,3% siendo así la diferencia de 0%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en la opción de

Cantidad antes que calidad con 100%, obteniendo así una diferencia de 66,7% con la Falta de identidad, Falta de proceso de los proyectos y Baja calidad de imágenes lo cual demuestra que la mayoría de gerentes generales consideran a la Cantidad antes que la calidad como el error más común que presentan los postulantes en sus portafolios digitales.

#### Figura 4:

*Entrevista sobre los procesos para realizar portafolios digitales de gran impacto*



*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 3 gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y se realizó en el año 2021.

En la figura 4, se evidencia diferentes procesos que cada gerente general de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño considera necesario para realizar portafolios digitales de gran impacto, llegando así a la conclusión o análisis que los tres coinciden en que la parte más importante de sus procesos, es la correcta selección de la variedad de proyectos más relevantes de diferentes especialidades.

## Figura 5:

*Entrevista sobre la certeza que ofrece los portafolios digitales de los diseñadores postulantes*



*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 3 gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y se realizó en el año 2021.

En la figura 5, se evidencia las diferentes certezas que cada gerente general de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño considera que le ofrece los portafolios digitales de los postulantes, llegando así a la conclusión o análisis que los tres coinciden en que la certeza más importante que le ofrece los portafolios digitales los postulantes, son las fortalezas y debilidades de cada uno, pues esto permite saber si cumplen con los requerimientos necesarios para el puesto laboral.

## Figura 6:

*Entrevista sobre el perfil de los diseñadores postulantes a las convocatorias laborales*

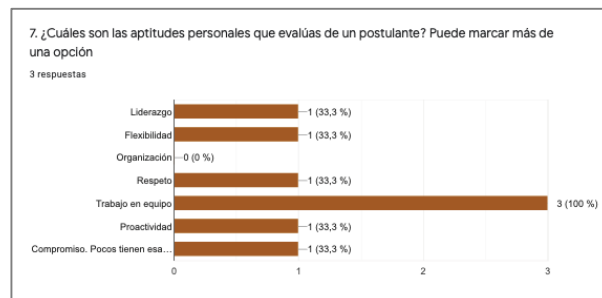


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 3 gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y se realizó en el año 2021.

En la figura 6, se evidencia el perfil de los diseñadores que cada gerente general de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño encuentra en sus convocatorias laborales, llegando así a la conclusión o análisis que los tres coinciden en que es poco probable que exista un perfil definido de los diseñadores a menos que se establezca de acuerdo a las necesidades, pues cada persona es diferente y particular.

**Figura 7:**

*Entrevista sobre las aptitudes personales a evaluar de los diseñadores postulantes*

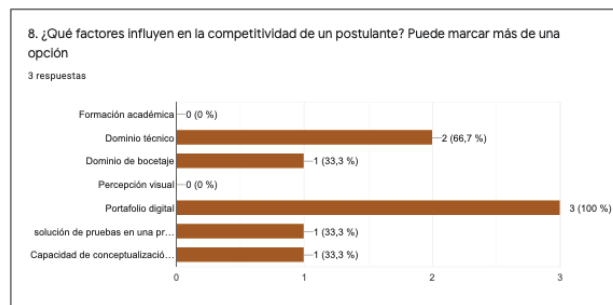


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 3 gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y se realizó en el año 2021.

En la figura 7, se observan los resultados de la cantidad de gerentes generales que consideran al Liderazgo, Flexibilidad, Organización, Respeto, Trabajo en equipo, Proactividad u otro como las aptitudes personales que evalúan de los postulantes, apreciándose un empate entre Liderazgo, Flexibilidad, Respeto, Proactividad y Otro (compromiso) con 33,3% siendo así la diferencia de 0%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en la opción de Trabajo en equipo con 100%, obteniendo así una diferencia de 66,7% con Liderazgo, Flexibilidad, Respeto, Proactividad y Otro (compromiso) lo cual demuestra que la mayoría de gerentes generales coinciden que el Trabajo en equipo es una aptitud personal que evalúan de los postulantes.

**Figura 8:**

*Entrevista sobre los factores más influyentes en la competitividad de los diseñadores postulantes*



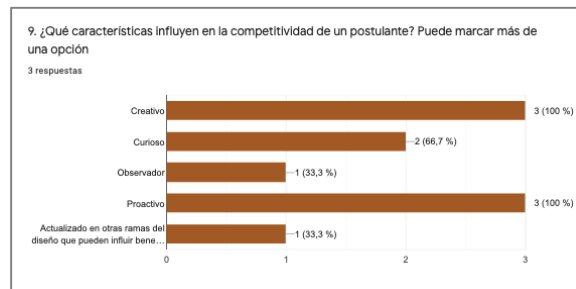
*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 3 gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y se realizó en el año 2021.

En la figura 8, se observan los resultados de la cantidad de gerentes generales que consideran a la Formación académica, Dominio técnico, Dominio de bocetaje, Percepción visual, Portafolio digital u Otros como los factores que influyen en la competitividad de un postulante, apreciándose un triple empate entre Dominio de bocetaje y Otros (solución de pruebas en una prueba in situ y capacidad de conceptualización) con 33,3% siendo así la diferencia de 0%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en la opción de Portafolio digital con 100%, obteniendo así una diferencia de 33,3% con Dominio técnico, el segundo factor con mayor porcentaje, lo cual demuestra que la mayoría de

gerentes generales coinciden que el Portafolio digital es un factor influyente en la competitividad de un postulante.

**Figura 9:**

*Entrevista sobre las características más influyentes en la competitividad de los diseñadores postulantes*



*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 3 gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y se realizó en el año 2021.

En la figura 9, se observan los resultados de la cantidad de gerentes generales que consideran a la opción Creativo, Curioso, Observador, Proactivo como las características que influyen en la competitividad de un postulante, apreciándose un empate entre Observador y Otro (actualización en otras ramas del diseño que pueden influir beneficiosamente en las propuestas que se trabaje) con 33,3% siendo así la diferencia de 0%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en las opciones de Creativo y Proactivo con 100%, obteniendo así una diferencia de 33,3% con la opción Curioso, la segunda característica con mayor porcentaje, lo cual demuestra que la mayoría de gerentes generales coinciden que la opción Creativo y Proactivo son características influyentes en la competitividad de un postulante.

## Figura 10:

*Entrevista sobre la garantía que ofrece la competitividad entre diseñadores postulantes*



*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 3 gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño y se realizó en el año 2021.

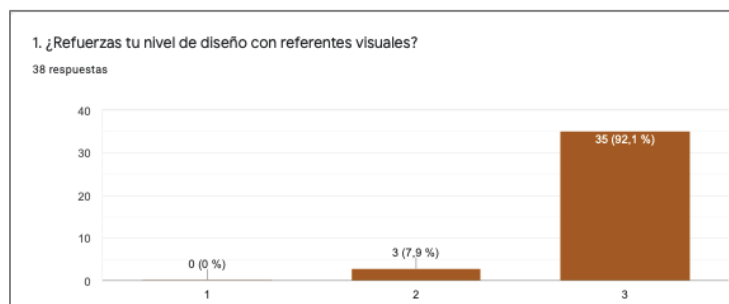
En la figura 10, se evidencia que permite la competitividad entre postulantes como garantía para cada gerente general de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño, llegando así a la conclusión o análisis que los tres coinciden en que la competitividad garantiza un óptimo desempeño y las ganas de querer hacer bien las cosas para quedarse con el puesto laboral.



## 4.2 Resultados del cuestionario a egresados de UCAL periodo 2020-2021

### Figura 11:

*Encuesta sobre el refuerzo del nivel de diseño con referentes visuales*

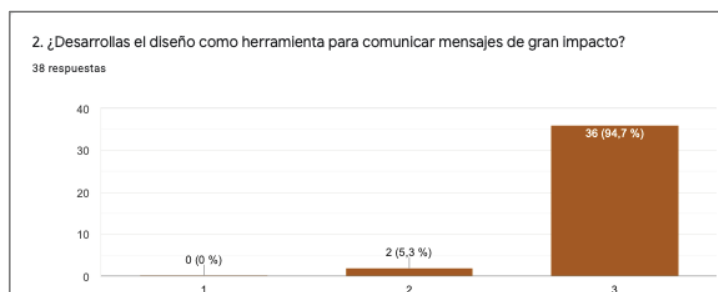


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 11, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) refuerzan su nivel de diseño con referentes visuales, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 7,9% siendo así la diferencia de 7,9%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 92,1%, obteniendo así una gran diferencia de 84,2% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre refuerzan su nivel de diseño con referentes visuales.

### Figura 12:

*Encuesta sobre el desarrollo del diseño como herramienta para comunicar mensajes impactantes*

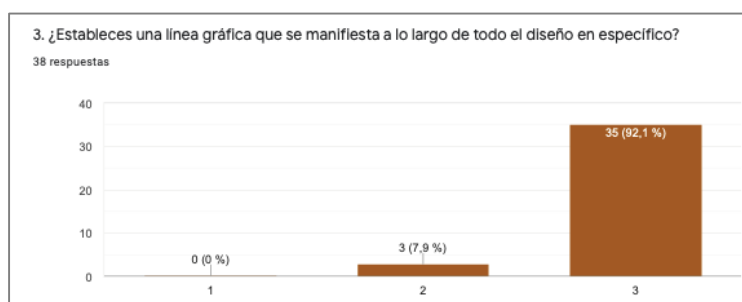


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 12, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) desarrollan el diseño como herramienta para comunicar mensajes de gran impacto, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 5,3% siendo así la diferencia de 5,3%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 94,7%, obteniendo así una gran diferencia de 89,4% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre desarrollan el diseño como herramienta para comunicar mensajes de gran impacto.

### **Figura 13:**

*Encuesta sobre la aplicación de una línea gráfica en todo un diseño en específico*

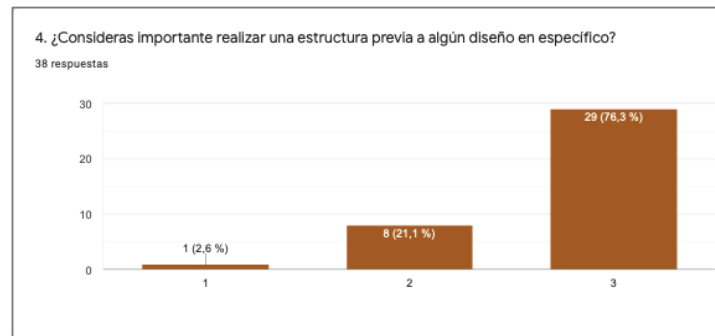


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 13, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) establecen una línea gráfica que se manifiesta a lo largo de todo un diseño en específico, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 7,9% siendo así la diferencia de 7,9%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 92,1%, obteniendo así una gran diferencia de 84,2% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre establecen una línea gráfica que se manifiesta a lo largo de todo un diseño en específico.

**Figura 14:**

*Encuesta sobre la importancia de realizar una estructura previa a algún diseño*

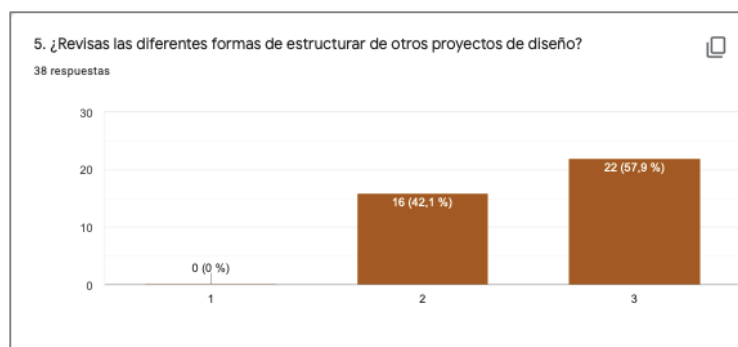


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 14, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran importante realizar una estructura previa a algún diseño en específico, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 2,6% y el A veces (2) con 21,1% siendo así la diferencia de 18,5%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 76,3%, obteniendo así una gran diferencia de 55,2% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre consideran importante realizar una estructura previa a algún diseño en específico.

**Figura 15:**

*Encuesta sobre la revisión a diferentes formas de estructurar*

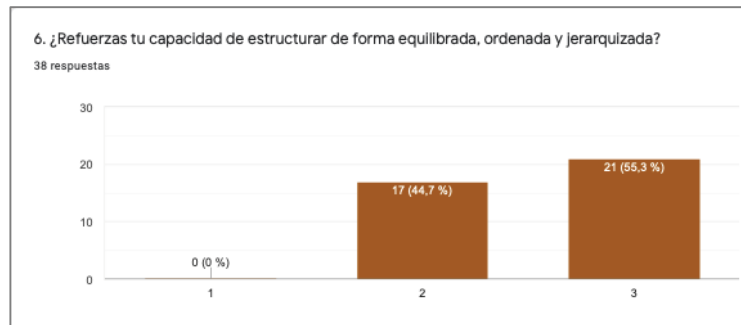


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 15, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) revisan las diferentes formas de estructurar de otros proyectos de diseño, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 42,1% siendo así la diferencia de 42,1%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 57,9%, obteniendo así una pequeña diferencia de 15,8% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre revisan las diferentes formas de estructurar de otros proyectos de diseño.

**Figura 16:**

*Encuesta sobre el refuerzo de la capacidad de estructurar*

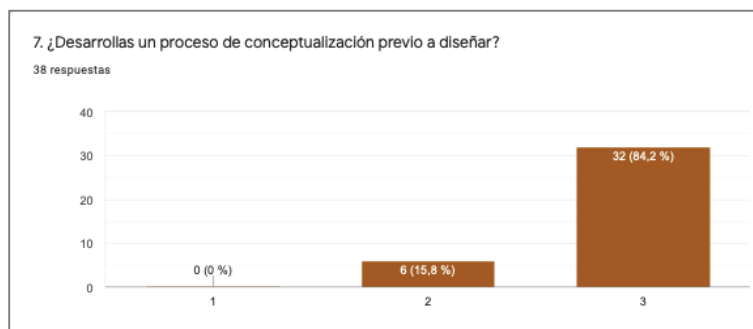


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 16, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) refuerzan su capacidad de estructurar de forma equilibrada, ordenada y jerarquizada, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 44,7% siendo así la diferencia de 44,7%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 55,3%, obteniendo así una pequeña diferencia de 10,6% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre refuerzan su capacidad de estructurar de forma equilibrada, ordenada y jerarquizada.

**Figura 17:**

*Encuesta sobre el desarrollo de procesos de conceptualización*

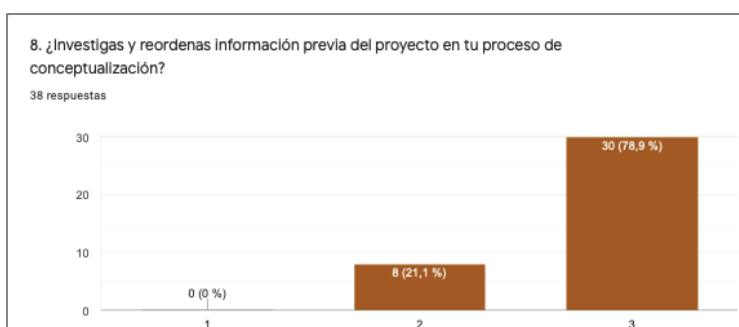


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 17, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) desarrollan un proceso de conceptualización previo a diseñar, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 15,8% siendo así la diferencia de 15,8%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 84,2%, obteniendo así una gran diferencia de 68,4% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre desarrollan un proceso de conceptualización previo a diseñar.

**Figura 18:**

*Encuesta sobre la investigación y reordenamiento de información en los procesos de conceptualización*

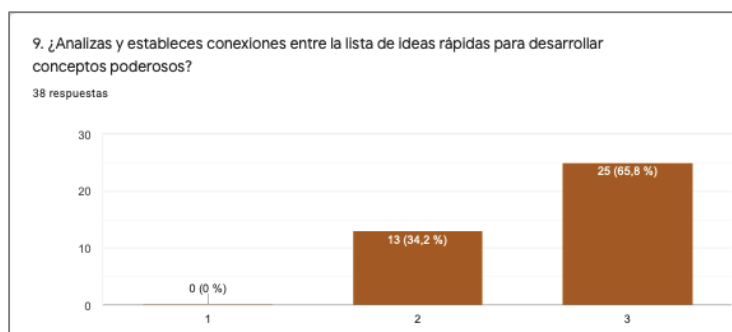


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 18, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) investigan y reordenan información previa del proyecto en su proceso de conceptualización, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 21,1% siendo así la diferencia de 21,1%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 78,9%, obteniendo así una gran diferencia de 57,8% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre investigan y reordenan información previa del proyecto en su proceso de conceptualización.

**Figura 19:**

*Encuesta sobre el análisis de la lista de ideas rápidas*



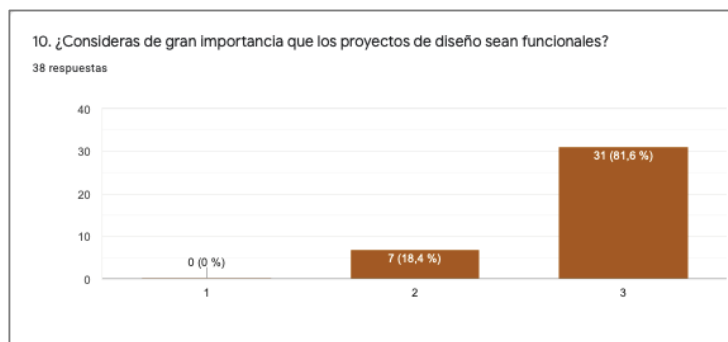
*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 19, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) analizan y establecen conexiones entre la lista de ideas rápidas para desarrollar conceptos poderosos, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 34,2% siendo así la diferencia de 34,2%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 65,8%, obteniendo una gran diferencia de 31,6% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre analizan y

establecen conexiones entre la lista de ideas rápidas para desarrollar conceptos poderosos.

**Figura 20:**

*Encuesta sobre la importancia de la funcionalidad de los proyectos de diseño*

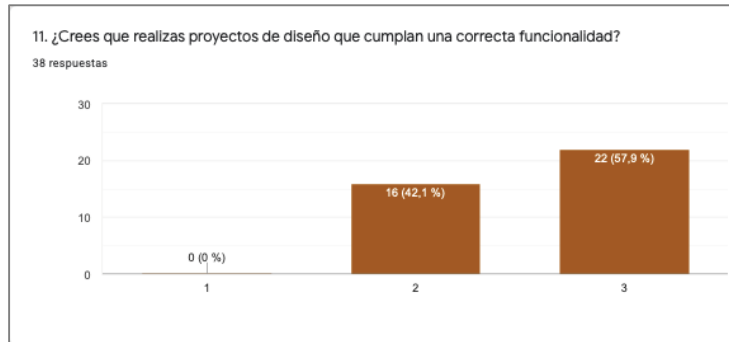


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 20, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran de gran importancia que los proyectos de diseño sean funcionales, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 18,4% siendo así la diferencia de 18,4%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 81,6%, obteniendo así una gran diferencia de 63,2% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre consideran de gran importancia que los proyectos de diseño sean funcionales.

**Figura 21:**

*Encuesta sobre la aplicación de una correcta funcionalidad en los proyectos de diseño*

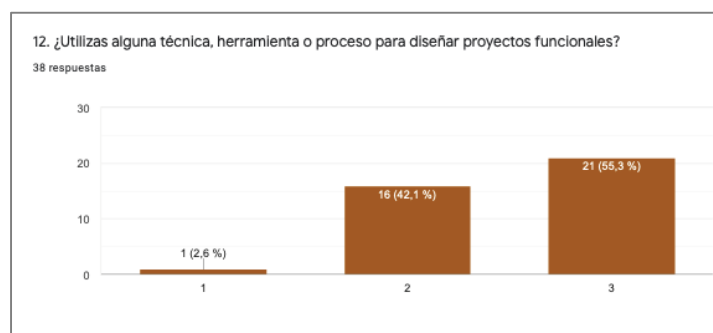


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 21, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) creen que realizan proyectos de diseño que cumplan una correcta funcionalidad, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 42,1% siendo así la diferencia de 42,1%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 57,9%, obteniendo así una pequeña diferencia de 15,8% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre creen que realizan proyectos de diseño que cumplan una correcta funcionalidad.

**Figura 22:**

*Encuesta sobre las técnicas, herramientas o procesos para diseñar proyectos de diseño funcionales*



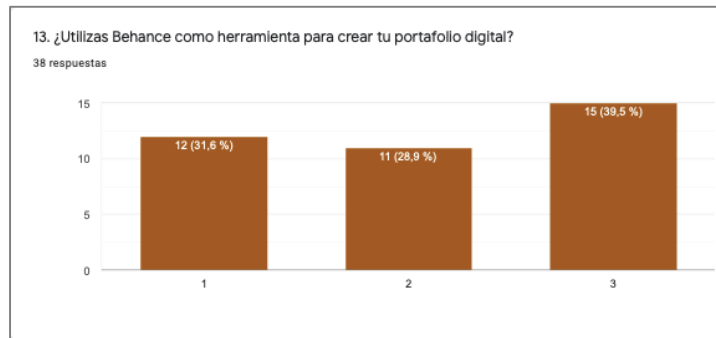
*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.



En la figura 22, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) utilizan alguna técnica, herramienta o proceso para diseñar proyectos funcionales, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 2,6% y el A veces (2) con 42,1% siendo así la diferencia de 39,5%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 55,3%, obteniendo así una pequeña diferencia de 13,2% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre utilizan alguna técnica, herramienta o proceso para diseñar proyectos funcionales.

**Figura 23:**

*Encuesta sobre Behance como herramienta para crear portafolios digitales*

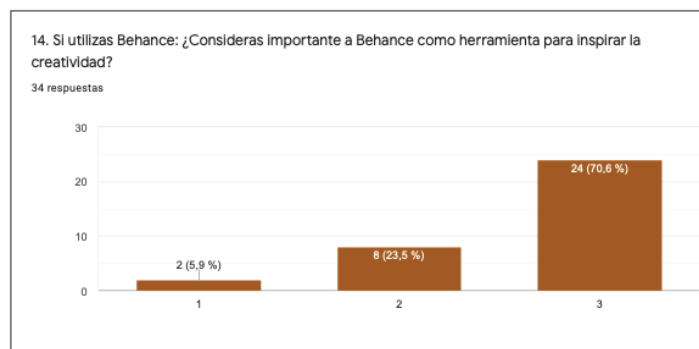


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 23, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) utilizan Behance como herramienta para crear sus portafolios digitales, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 31,6% y el A veces (2) con 28,9% siendo así la diferencia de 2,7%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 39,5%, obteniendo así una pequeña diferencia de 7,9% con el Nunca (1), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre utilizan Behance como herramienta para crear su portafolio digital.

### Figura 24:

*Encuesta sobre la importancia de Behance como herramienta para inspirar la creatividad*

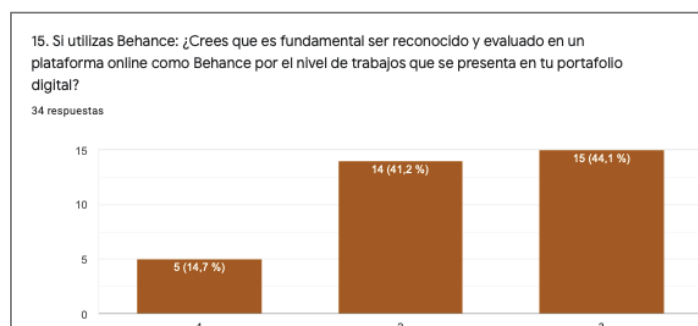


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 24, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran importante a Behance como herramienta para inspirar la creatividad, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 5,9% y el A veces (2) con 23,5% siendo así la diferencia de 17,6%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 70,6%, obteniendo así una gran diferencia de 53% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre consideran importante a Behance como herramienta para inspirar la creatividad.

### Figura 25:

*Encuesta sobre la importancia de ser reconocido y evaluado en Behance por el nivel de trabajos que se presenta en los portafolios digitales*

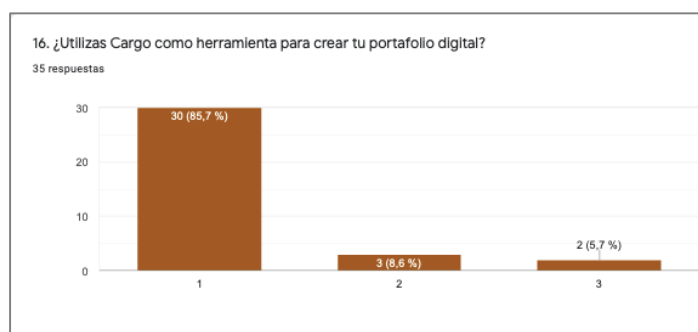


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 25, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) creen que es fundamental ser reconocido y evaluado en una plataforma online como Behance por el nivel de trabajos que se presenta en sus portafolios digitales, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 14,7% y el A veces (2) con 41,2% siendo así la diferencia de 26,5%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 44,1%, obteniendo así una pequeña diferencia de 2,9% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre creen que es fundamental ser reconocido y evaluado en una plataforma online como Behance por el nivel de trabajos que se presenta en sus portafolios digitales.

**Figura 26:**

*Encuesta sobre Cargo como herramienta para crear portafolios digitales*



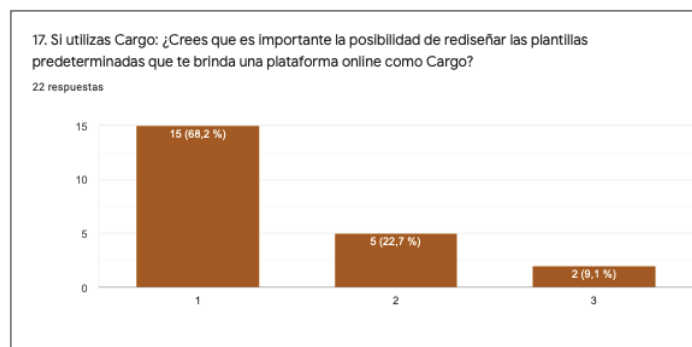
*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 26, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) utilizan Cargo como herramienta para crear sus portafolios digitales, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 5,7% y el A veces (2) con 8,6% siendo así la diferencia de 2,9%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Nunca (1) con 85,7%, obteniendo así una gran diferencia de 77,1% con el A veces (2) lo cual demuestra

que la mayoría de egresados nunca utilizan Cargo como herramienta para crear su portafolio digital.

**Figura 27:**

*Encuesta sobre la importancia de rediseñar plantillas predeterminadas en Cargo*

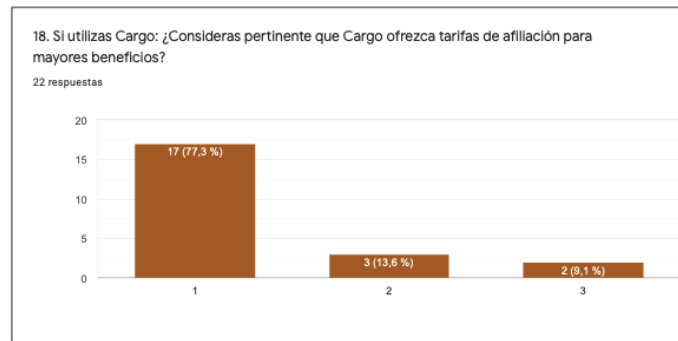


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 27, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) creen que es importante tener la posibilidad de rediseñar las plantillas predeterminadas que les brinda una plataforma online como Cargo, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 9,1% y el A veces (2) con 22,7% siendo así la diferencia de 13,6%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Nunca (1) con 68,2%, obteniendo así una gran diferencia de 45,5% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados nunca creen que es importante tener la posibilidad de rediseñar las plantillas predeterminadas que les brinda una plataforma online como Cargo.

**Figura 28:**

*Encuesta sobre las tarifas de afiliación que ofrece Cargo para mayores beneficios*

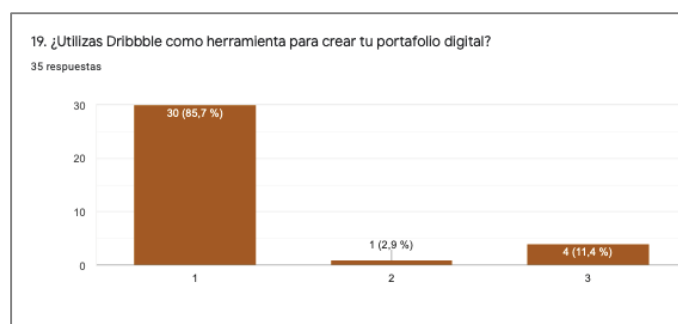


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 28, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran pertinente que Cargo ofrezca tarifas de afiliación para mayores beneficios, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 9,1% y el A veces (2) con 13,6% siendo así la diferencia de 4,5%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Nunca (1) con 77,3%, obteniendo así una gran diferencia de 63,7% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados nunca consideran pertinente que Cargo ofrezca tarifas de afiliación para mayores beneficios.

**Figura 29:**

*Encuesta sobre Dribbble como herramienta para crear portafolios digitales*

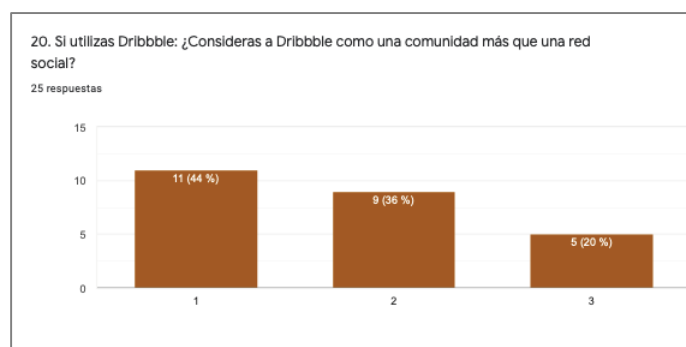


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 29, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) utilizan Dribbble como herramienta para crear sus portafolios digitales, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 11,4% y el A veces (2) con 2,9% siendo así la diferencia de 8,5%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Nunca (1) con 85,7%, obteniendo así una gran diferencia de 74,3% con el Siempre (3), lo cual demuestra que la mayoría de egresados nunca utilizan Dribbble como herramienta para crear su portafolio digital.

### Figura 30:

*Encuesta sobre la consideración a Dribbble como una comunidad más que una red social*

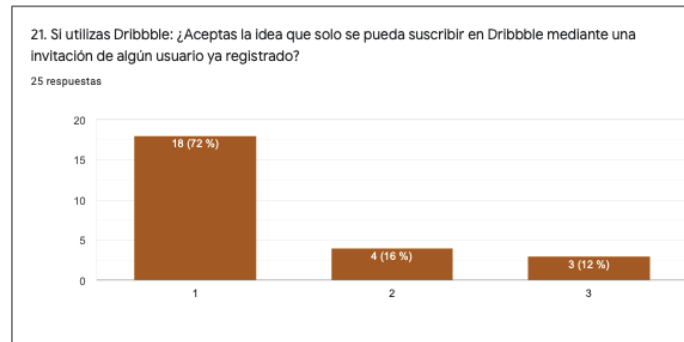


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 30, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran a Dribbble como una comunidad más que una red social, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 20% y el A veces (2) con 36% siendo así la diferencia de 16%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Nunca (1) con 44%, obteniendo una pequeña diferencia de 8% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados nunca consideran a Dribbble como una comunidad más que una red social.

### Figura 31:

*Encuesta sobre la idea de suscripción en Dribbble mediante una invitación*

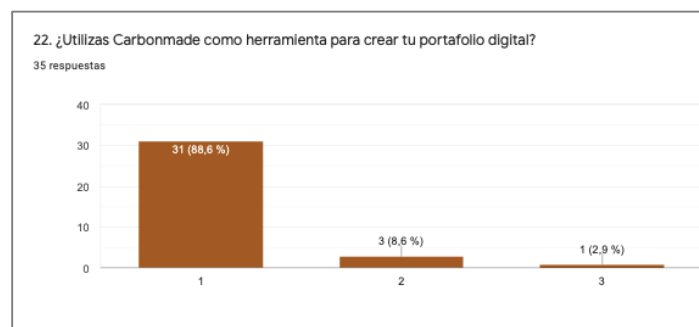


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 31, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) aceptan la idea que solo se pueda suscribir en Dribbble mediante la invitación de algún usuario ya registrado, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 12% y el A veces (2) con 16% siendo así la diferencia de 4%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Nunca (1) con 72%, obteniendo así una gran diferencia de 56% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados nunca aceptan la idea que solo se pueda suscribir en Dribbble mediante una invitación de algún usuario ya registrado.

### Figura 32:

*Encuesta sobre Carbonmade como herramienta para crear portafolios digitales*

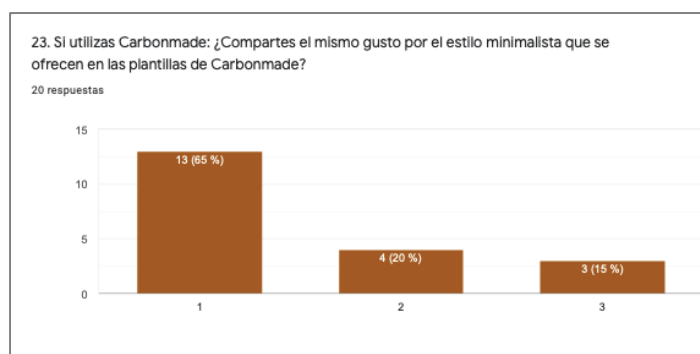


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 32, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) utilizan Carbonmade como herramienta para crear sus portafolios digitales, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 2,9% y el A veces (2) con 8,6% siendo así la diferencia de 5,7%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Nunca (1) con 88,6%, obteniendo así la diferencia de 80% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados nunca utilizan Carbonmade como herramienta para crear sus portafolios digitales.

### **Figura 33:**

*Encuesta sobre el gusto por el estilo minimalista que ofrecen las plantillas de Carbonmade*



*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

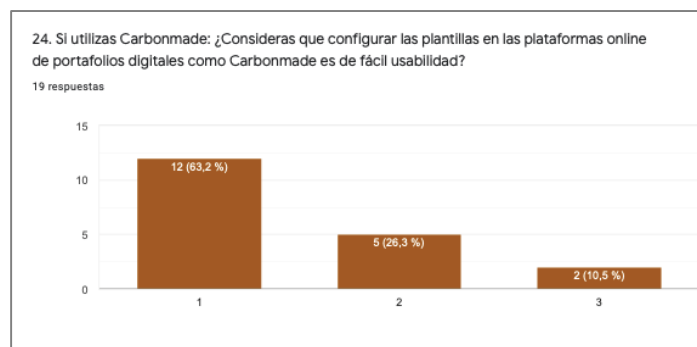
En la figura 33, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) comparten el mismo gusto por el estilo minimalista que se ofrecen en las plantillas de Carbonmade, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 15% y el A veces (2) con 20% siendo así la diferencia de 5%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Nunca (1) con 65%, obteniendo así una gran diferencia de 45% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados nunca comparten el



mismo gusto por el estilo minimalista que se ofrecen en las plantillas de Carbonmade.

**Figura 34:**

*Encuesta sobre la usabilidad en la configuración de las plantillas de Carbonmade*

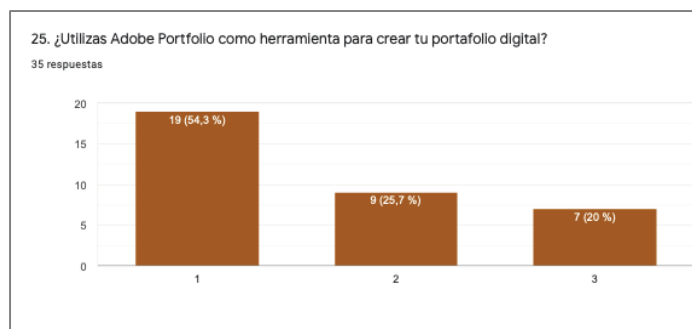


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 34, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran que configurar las plantillas en las plataformas online de portafolios digitales como Carbonmade es de fácil usabilidad, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 10,5% y el A veces (2) con 26,3% siendo así la diferencia de 15,8%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Nunca (1) con 63,2%, obteniendo así una gran diferencia de 36,9% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados nunca consideran que configurar las plantillas en las plataformas online de portafolios digitales como Carbonmade es de fácil usabilidad.

**Figura 35:**

*Encuesta sobre Adobe Portfolio como herramienta para crear portafolios digitales*

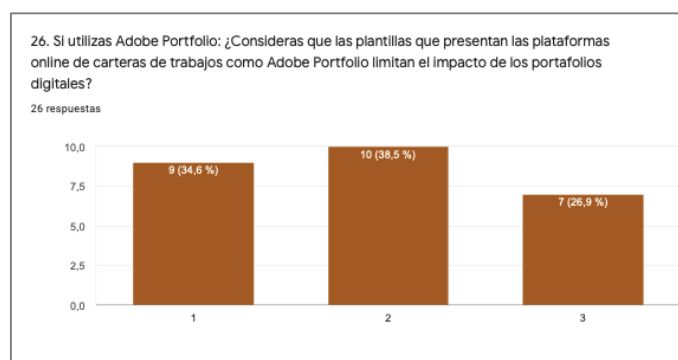


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 35, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) utilizan Adobe Portfolio como herramienta para crear sus portafolios digitales, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 20% y el A veces (2) con 25,7% siendo así la diferencia de 5,7%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Nunca (1) con 54,3%, obteniendo así una gran diferencia de 28,6% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados nunca utilizan Adobe Portfolio como herramienta para crear sus portafolios digitales.

**Figura 36:**

*Encuesta sobre el impacto de los portafolios con las plantillas de Adobe Portfolio*

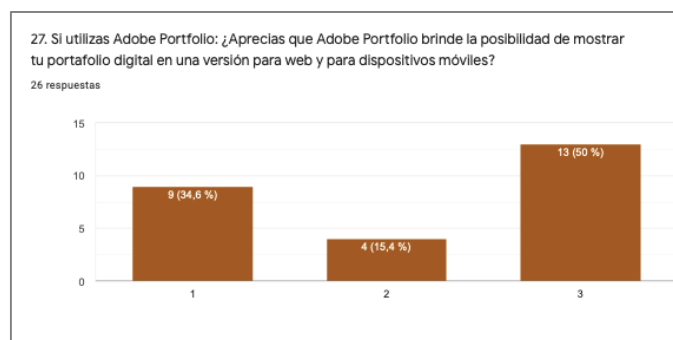


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 36, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran que las plantillas que presentan las plataformas online de carteras de trabajos como Adobe Portfolio limitan el impacto de los portafolios digitales, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 26,9% y el Nunca (1) con 34,6% siendo así la diferencia de 7,7%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el A veces (2) con 38,5%, obteniendo así una pequeña diferencia de 3,9% con el Nunca (1), lo cual demuestra que la mayoría de egresados a veces consideran que las plantillas que presentan las plataformas online de carteras de trabajos como Adobe Portfolio limitan el impacto de los portafolios digitales.

**Figura 37:**

*Encuesta sobre el aprecio hacia Adobe Portfolio por brindar la posibilidad de mostrar los portafolios digitales en versiones para web y móvil*



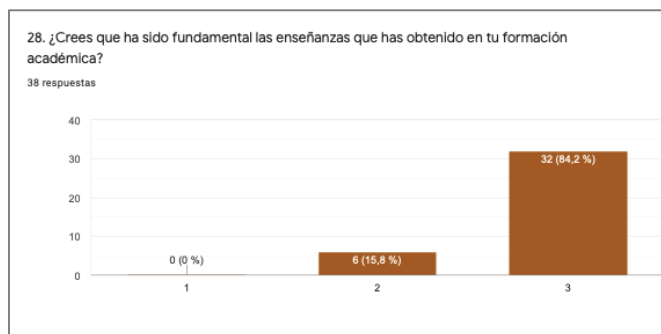
*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 37, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) aprecian que Adobe Portfolio brinde la posibilidad de mostrar sus portafolios digitales en una versión para web y para dispositivos móviles, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 34,6% y el A veces (2) con 15,4% siendo así la diferencia de 19,2%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 50%, obteniendo así una pequeña diferencia de 15,4% con el Nunca (1), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre aprecian que Adobe Portfolio

brinde la posibilidad de mostrar sus portafolios digitales en una versión para web y para dispositivos móviles.

**Figura 38:**

*Encuesta sobre la importancia de las enseñanzas obtenidas en la formación académica*

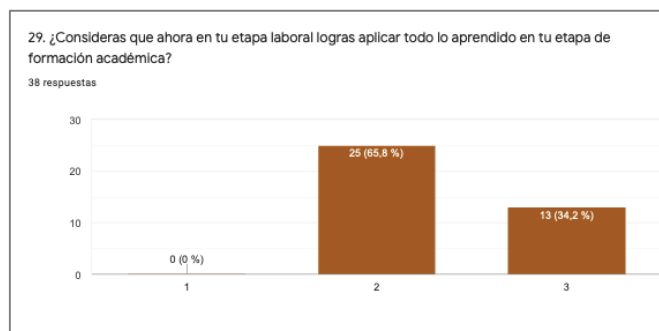


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 38, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) creen que ha sido fundamental las enseñanzas que han obtenido en su formación académica, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 15,8% siendo así la diferencia de 15,8%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 84,2%, obteniendo así una gran diferencia de 68,4% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre creen que ha sido fundamental las enseñanzas que han obtenido en su formación académica.

**Figura 39:**

*Encuesta sobre la aplicación de los conocimientos obtenidos en la formación académica*

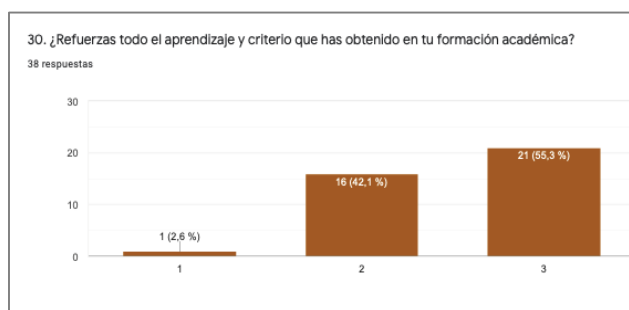


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 39, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran que ahora en su etapa laboral logran aplicar todo lo aprendido en su etapa de formación académica, apreciándose una gran diferencia entre el Siempre (3) con 34,2% y el Nunca (1) con 0% siendo así la diferencia de 34,2%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el A veces (2) con 65,8%, obteniendo una gran diferencia de 31,6% con el Siempre (3), lo cual demuestra que la mayoría de egresados a veces consideran que ahora en su etapa laboral logran aplicar todo lo aprendido en su etapa de formación académica.

**Figura 40:**

*Encuesta sobre el reforzamiento del aprendizaje y criterio obtenido en la formación académica*

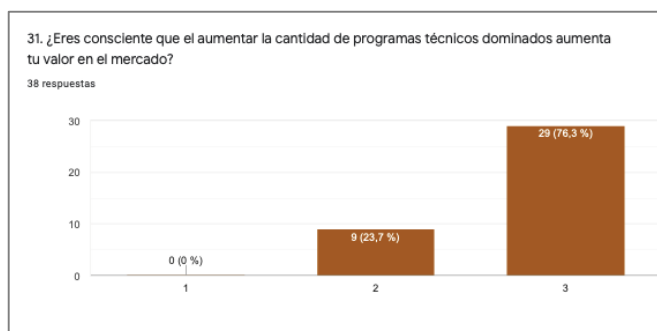


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 40, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) refuerzan todo el aprendizaje y criterio obtenido en su formación académica, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 2,6% y el A veces (2) con 42,1% siendo así la diferencia de 39,5%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 55,3%, obteniendo así una pequeña diferencia de 13,2% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre refuerzan todo el aprendizaje y criterio obtenido en su formación académica.

**Figura 41:**

*Encuesta sobre el valor en el mercado del diseñador en base a la cantidad de programas técnicos dominados*

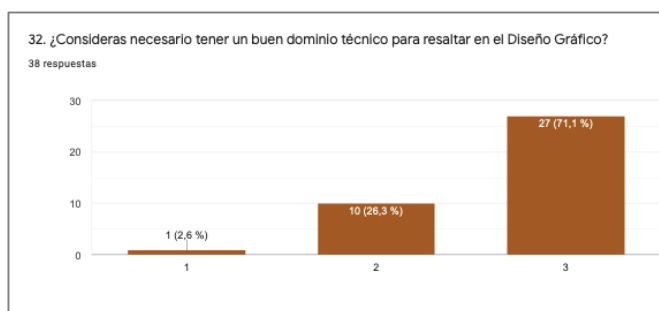


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 41, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) son conscientes que el aumentar la cantidad de programas técnicos dominados aumenta su valor en el mercado, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 23,7% siendo así la diferencia de 23,7%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 76,3%, obteniendo así una gran diferencia de 52,6% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre son conscientes que el aumentar la cantidad de programas técnicos dominados aumenta su valor en el mercado.

### Figura 42:

*Encuesta sobre la necesidad de tener un buen dominio técnico para resaltar en el diseño gráfico*

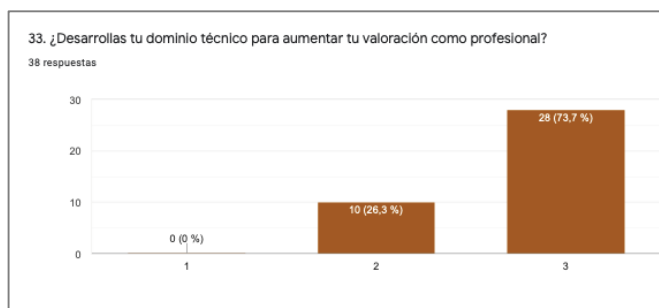


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 42, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran necesario tener un buen dominio técnico para resaltar en el Diseño Gráfico, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 2,6% y el A veces (2) con 26,3% siendo así la diferencia de 23,7%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 71,1%, obteniendo así una gran diferencia de 44,8% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre consideran necesario tener un buen dominio técnico para resaltar en el Diseño Gráfico.

### Figura 43:

*Encuesta sobre el desarrollo del dominio técnico para aumentar la valoración del diseñador como profesional*

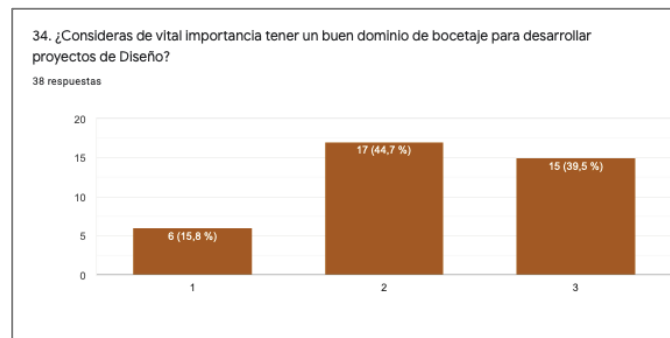


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 43, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) desarrollan su dominio técnico para aumentar su valoración como profesional, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 26,3% siendo así la diferencia de 26,3%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 73,7%, obteniendo así una gran diferencia de 47,4% con el A veces (2), lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre desarrollan su dominio técnico para aumentar su valoración como profesional.

**Figura 44:**

*Encuesta sobre la importancia de tener un buen dominio técnico para desarrollar proyectos de diseño*



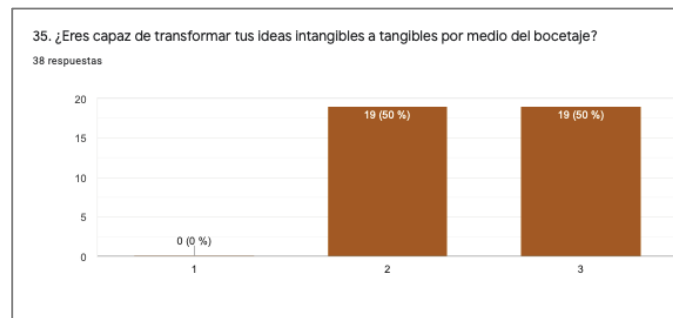
*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 44, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran de vital importancia tener un buen dominio de bocetaje para desarrollar proyectos de Diseño, apreciándose una gran diferencia entre el Siempre (3) con 39,5% y el Nunca (1) con 15,8% siendo así la diferencia de 23,7%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el A veces (2) con 44,7%, obteniendo así una pequeña diferencia de 5,2% con el Siempre (3), lo cual demuestra que la mayoría de egresados a veces consideran de vital importancia tener un buen dominio de bocetaje para desarrollar proyectos de Diseño



### Figura 45:

*Encuesta sobre la capacidad de transformar ideas intangibles a tangibles por medio del bocetaje*

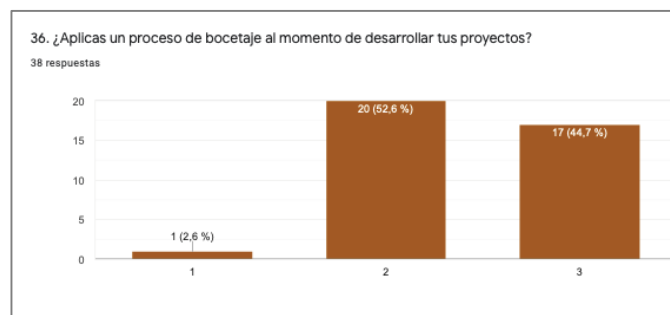


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 45, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) son capaces de transformar sus ideas intangibles a tangibles por medio del bocetaje, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 50% siendo así la diferencia de 50%. Por último, en donde se presenta un empate es en el A veces (2) con 50% y el Siempre (3) con 50%, lo cual demuestra que la mayoría de egresados a veces y siempre son capaces de transformar sus ideas intangibles a tangibles por medio del bocetaje.

### Figura 46:

*Encuesta sobre la aplicación de un proceso de bocetaje al momento de desarrollar proyectos de diseño*

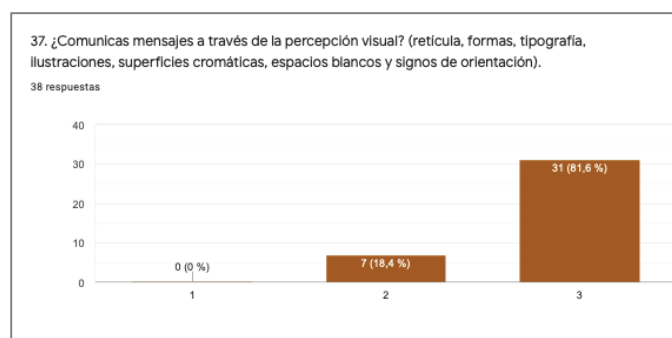


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 46, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) aplican un proceso de bocetaje al momento de desarrollar sus proyectos, apreciándose una gran diferencia entre el Siempre (3) con 44,7% y el Nunca (1) con 2,6% siendo así la diferencia de 42,1%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el A veces (2) con 52,6%, obteniendo una pequeña diferencia de 7,9% con el Siempre (3), lo cual demuestra que la mayoría de egresados a veces aplican un proceso de bocetaje al momento de desarrollar sus proyectos.

#### **Figura 47:**

*Encuesta sobre la comunicación de mensajes a través de la percepción visual*



*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 47, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) comunican mensajes a través de la percepción visual, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 18,4% siendo así la diferencia de 18,4%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 81,6%, obteniendo así una gran diferencia de 63,2% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre comunican mensajes a través de la percepción visual.

**Figura 48:**

*Encuesta sobre el desarrollo de la capacidad para comunicar visualmente*

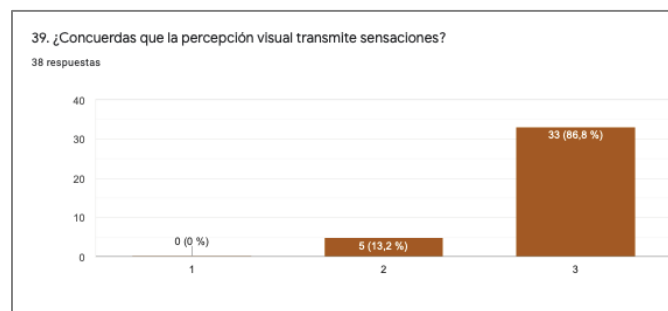


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 48, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) desarrollan su capacidad de comunicar visualmente al momento de observar el entorno en su vida diaria, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 2,6% y el A veces (2) con 34,2% siendo así la diferencia de 31,6%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 63,2%, obteniendo así una gran diferencia de 29% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre desarrollan su capacidad de comunicar visualmente al momento de observar el entorno en su vida diaria.

**Figura 49:**

*Encuesta sobre la percepción visual y la transmisión de sensaciones*

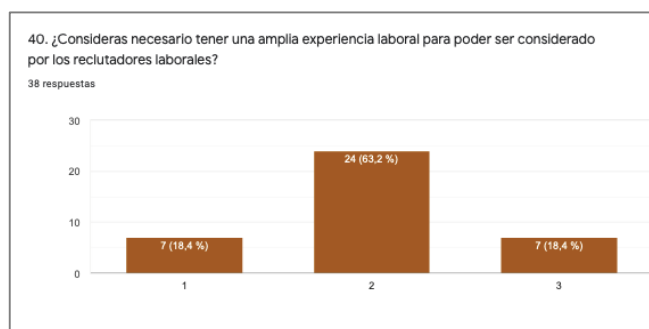


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 49, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) concuerdan que la percepción visual transmite sensaciones, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 13,2% siendo así la diferencia de 13,2%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 86,8%, obteniendo así una gran diferencia de 73,6% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre concuerdan que la percepción visual transmite sensaciones.

**Figura 50:**

*Encuesta sobre la necesidad de tener una amplia experiencia laboral para ser considerado por los reclutadores laborales*



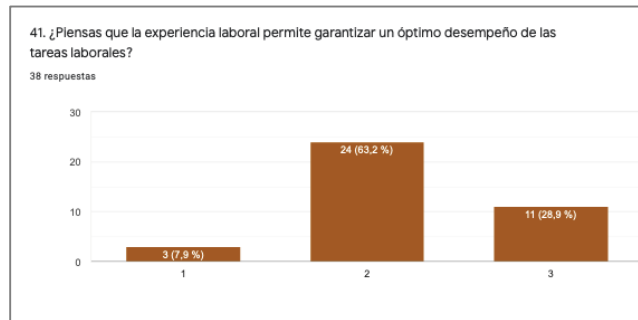
*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 50, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran necesario tener una amplia experiencia laboral para poder ser considerado por los reclutadores laborales, apreciándose un empate entre el Siempre (3) con 18,4% y el Nunca (1) con 18,4% siendo así la diferencia de 0%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el A veces (2) con 63,2%, obteniendo así una gran diferencia de 34,2% con el Nunca (1) y el Siempre (3) lo cual demuestra que la mayoría de

egresados a veces consideran necesario tener una amplia experiencia laboral para poder ser considerado por los reclutadores laborales.

**Figura 51:**

*Encuesta sobre la experiencia laboral y su garantía en el desempeño de las tareas laborales*

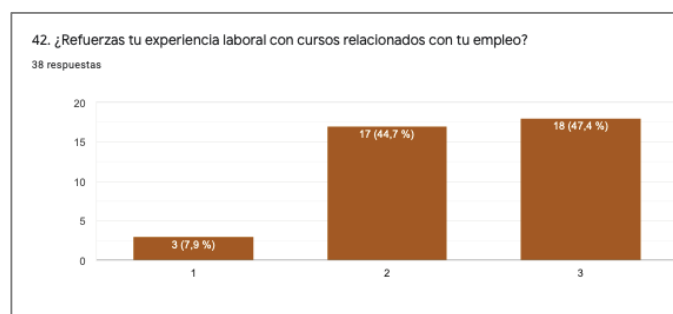


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 51, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) piensan que la experiencia laboral permite garantizar un óptimo desempeño de las tareas laborales, apreciándose una pequeña diferencia entre el Siempre (3) con 28,9% y el Nunca (1) con 7,9% siendo así la diferencia de 21%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el A veces (2) con 63,2%, obteniendo así una gran diferencia de 34,3% con el Siempre (3), lo cual demuestra que la mayoría de egresados a veces piensan que la experiencia laboral permite garantizar un óptimo desempeño de las tareas laborales.

**Figura 52:**

*Encuesta sobre el refuerzo de la experiencia laboral con cursos de diseño*

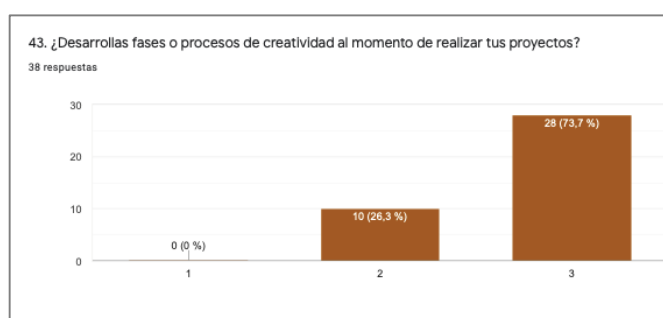


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 52, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) refuerzan su experiencia laboral con cursos relacionados con sus empleos, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 7,9% y el A veces (2) con 44,7% siendo así la diferencia de 36,8%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 47,4%, obteniendo así una pequeña diferencia de 2,7% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre refuerzan su experiencia laboral con cursos relacionados con sus empleos.

### **Figura 53:**

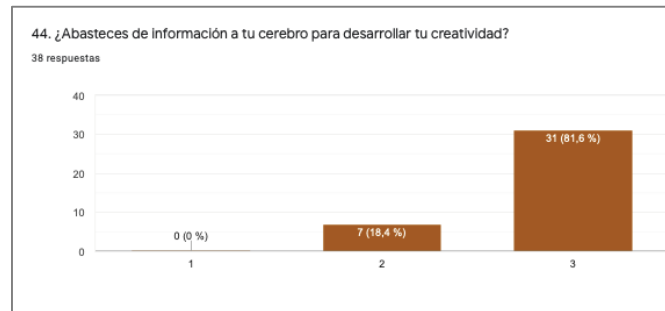
*Encuesta sobre el desarrollo de fases o procesos de creatividad al realizar proyectos de diseño*



*Nota.* En la figura 53, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) desarrollan fases o procesos de creatividad al momento de realizar sus proyectos, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 26,3% siendo así la diferencia de 26,3%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 73,7%, obteniendo así una gran diferencia de 47,4% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre desarrollan fases o procesos de creatividad al momento de realizar sus proyectos.

### Figura 54:

#### Encuesta sobre el abastecimiento de información para desarrollar la creatividad

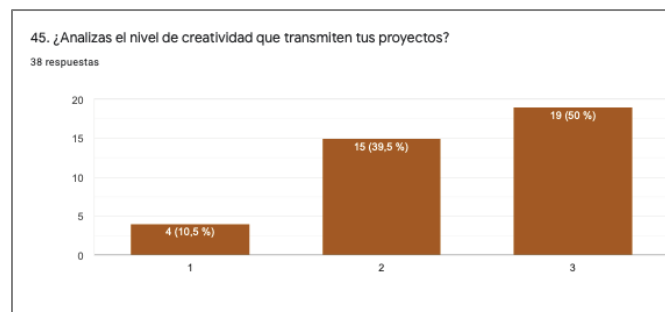


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 54, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) abastecen de información a su cerebro para desarrollar su creatividad, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 18,4% siendo así la diferencia de 18,4%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 81,6%, obteniendo así una gran diferencia de 34,2% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre abastecen de información a su cerebro para desarrollar su creatividad.

### Figura 55:

#### Encuesta sobre el análisis al nivel de creatividad que transmiten los proyectos

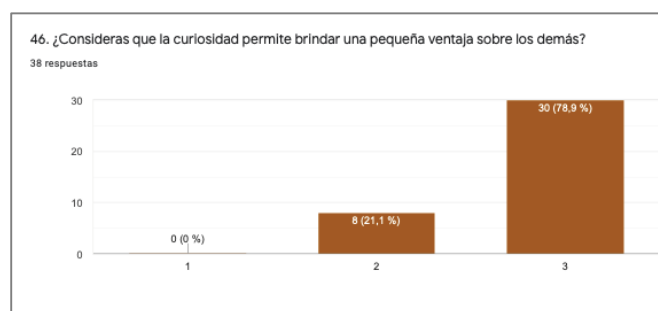


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 55, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) analizan el nivel de creatividad que transmiten sus proyectos, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 10,5% y el A veces (2) con 39,5% siendo así la diferencia de 29%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 50%, obteniendo así una pequeña diferencia de 10,5% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre analizan el nivel de creatividad que transmiten sus proyectos.

**Figura 56:**

*Encuesta sobre la curiosidad y la ventaja que ofrece sobre los demás*



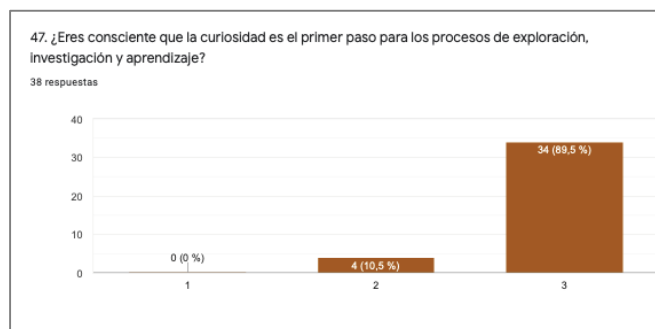
*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 56, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran que la curiosidad permite brindar una pequeña ventaja sobre los demás, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 21,1% siendo así la diferencia de 21,1%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 78,9%, obteniendo así una gran diferencia de 57,8% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre consideran que la curiosidad permite brindar una pequeña ventaja sobre los demás.

**Figura 57:**

*Encuesta sobre la curiosidad como primer paso para los procesos de exploración, investigación y aprendizaje*



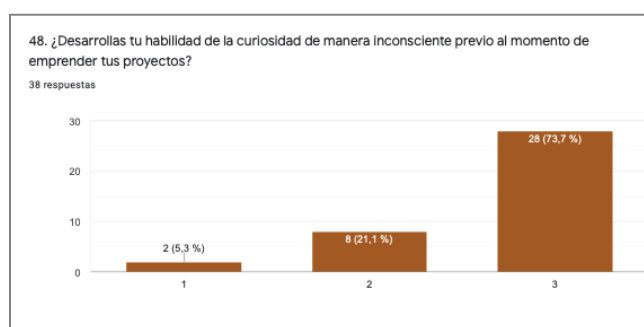


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 57, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) son conscientes que la curiosidad es el primer paso para los procesos de exploración, investigación y aprendizaje, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 10,5% siendo así la diferencia de 10,5%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 89,5%, obteniendo así una gran diferencia de 79% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre son conscientes que la curiosidad es el primer paso para los procesos de exploración, investigación y aprendizaje.

**Figura 58:**

*Encuesta sobre el desarrollo de la curiosidad previo a emprender los proyectos de diseño*

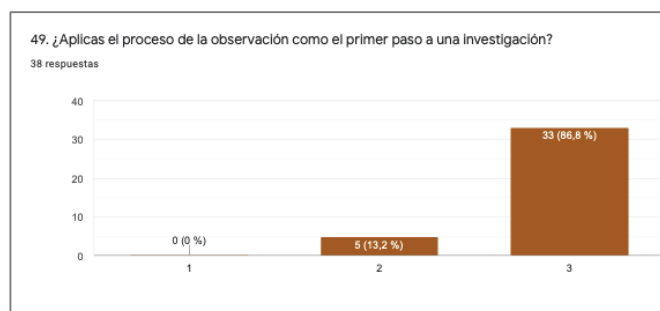


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 58, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) desarrollan su habilidad de la curiosidad de manera inconsciente previo al momento de emprender sus proyectos, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 5,3% y el A veces (2) con 21,1% siendo así la diferencia de 15,8%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 73,7%, obteniendo así la gran diferencia de 52,6% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre desarrollan su habilidad de la curiosidad de manera inconsciente previo al momento de emprender sus proyectos.

**Figura 59:**

*Encuesta sobre la observación como primer paso a una investigación*

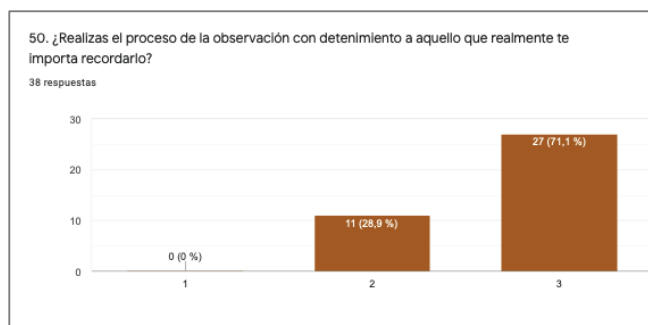


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 59, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) aplican el proceso de la observación como el primer paso a una investigación, apreciándose una pequeña diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 13,2% siendo así la diferencia de 13,2%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 86,8%, obteniendo así una gran diferencia de 73,6% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre aplican el proceso de la observación como el primer paso a una investigación.

**Figura 60:**

*Encuesta sobre la capacidad de observar con detenimiento*

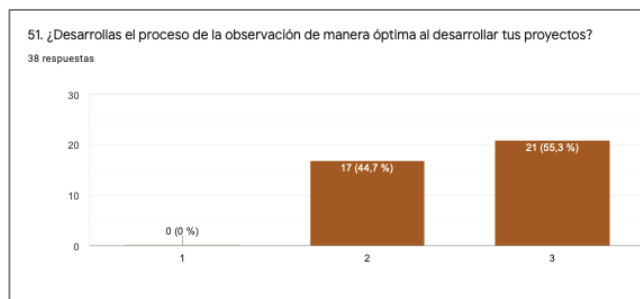


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 60, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) realizan el proceso de la observación con detenimiento a aquello que realmente les importa recordarlo, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 28,9% siendo así la diferencia de 28,9%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 71,1%, obteniendo así una gran diferencia de 42,2% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre realizan el proceso de la observación con detenimiento a aquello que realmente les importa recordarlo.

**Figura 61:**

*Encuesta sobre el desarrollo de la observación al desarrollar proyectos de diseño*

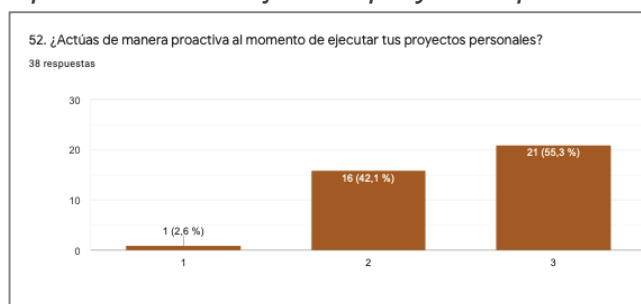


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 61, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) desarrollan el proceso de la observación de manera óptima al desarrollar sus proyectos, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 44,7% siendo así la diferencia de 44,7%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 55,3%, obteniendo así una pequeña diferencia de 10,6% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre desarrollan el proceso de la observación de manera óptima al desarrollar sus proyectos.

**Figura 62:**

*Encuesta sobre la proactividad al ejecutar proyectos personales*

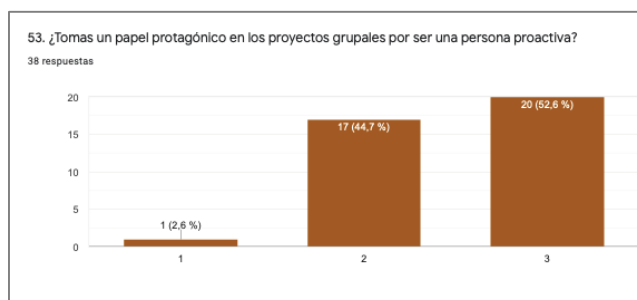


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 62, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) actúan de manera proactiva al momento de ejecutar sus proyectos personales, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 2,6% y el A veces (2) con 42,1% siendo así la diferencia de 39,5%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 55,3%, obteniendo así una pequeña diferencia de 13,2% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre actúan de manera proactiva al momento de ejecutar sus proyectos personales.

### Figura 63:

*Encuesta sobre la toma del papel protagónico en los proyectos grupales de diseño*

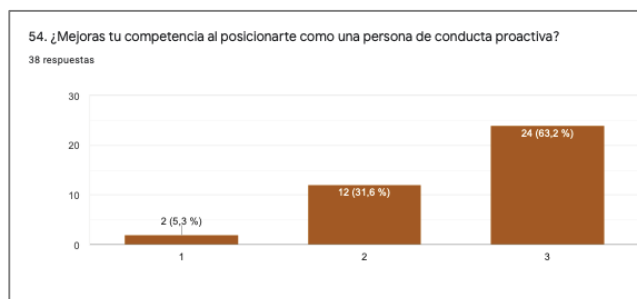


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 63, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) toman un papel protagónico en los proyectos grupales por ser unas personas proactivas, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 2,6% y el A veces (2) con 44,7% siendo así la diferencia de 42,1%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 52,6%, obteniendo así una pequeña diferencia de 7,9% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre toman un papel protagónico en los proyectos grupales por ser unas personas proactivas.

### Figura 64:

*Encuesta sobre el progreso de la competencia al posicionarse como una persona proactiva*

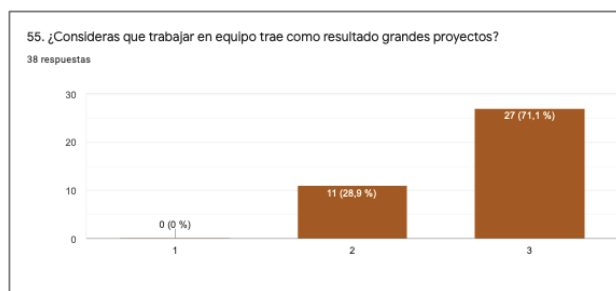


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 64, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) mejoran su competencia al posicionarse como unas personas de conductas proactivas, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 5,3% y el A veces (2) con 31,6% siendo así la diferencia de 26,3%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 63,2%, obteniendo así una gran diferencia de 31,6% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre mejoran su competencia al posicionarse como una persona de conducta proactiva.

**Figura 65:**

*Encuesta sobre el trabajo en equipo y los grandes proyectos que trae como resultado*

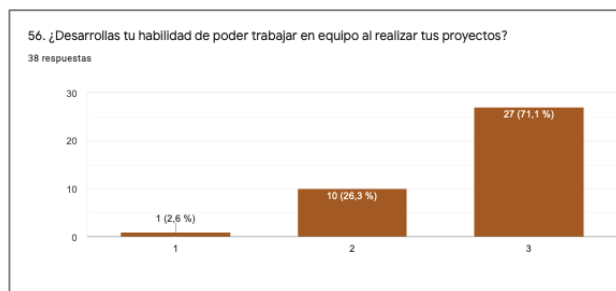


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 65, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) consideran que trabajar en equipo trae como resultado grandes proyectos, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 28,9% siendo así la diferencia de 28,9%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 71,1%, obteniendo así una gran diferencia de 42,2% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre consideran que trabajar en equipo trae como resultado grandes proyectos.

**Figura 66:**

*Encuesta sobre el desarrollo del trabajo en equipo al realizar proyectos de diseño*

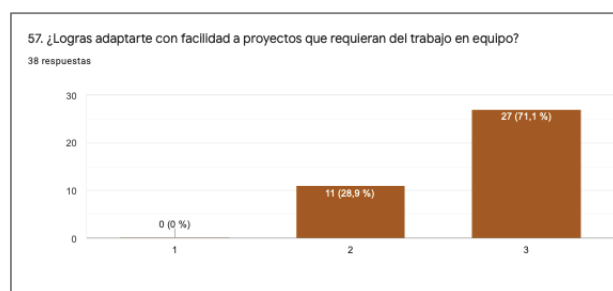


*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 66, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) desarrollan su habilidad de poder trabajar en equipo al realizar sus proyectos, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 2,6% y el A veces (2) con 26,3% siendo así la diferencia de 23,7%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 71,1%, obteniendo así una gran diferencia de 44,8% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre desarrollan su habilidad de poder trabajar en equipo al realizar sus proyectos.

**Figura 67:**

*Encuesta sobre la adaptación a proyectos que requieran de trabajo en equipo*



*Nota.* Elaboración propia. La muestra fue de 38 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina y se realizó en el año 2021.

En la figura 67, se observan los resultados de la cantidad de egresados que Nunca (1), A veces (2) o Siempre (3) logran adaptarse con facilidad a proyectos

que requieran del trabajo en equipo, apreciándose una gran diferencia entre el Nunca (1) con 0% y el A veces (2) con 28,9% siendo así la diferencia de 28,9%. Por último, en donde se presenta el mayor porcentaje es en el Siempre (3) con 71,1%, obteniendo así una gran diferencia de 42,2% con el A veces (2) lo cual demuestra que la mayoría de egresados siempre logran adaptarse con facilidad a proyectos que requieran del trabajo en equipo.



## **CAPÍTULO V:**

### **DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### 5.1 Discusión

Durante del desarrollo de la presente investigación se tomaron en cuenta no solo los factores visuales, habilidades duras y blandas, sino también las plataformas que los diseñadores egresados disponen para insertarse y mantener una presencia relevante en el mercado laboral, puesto que al tener en consideración la forma en que están siendo definidas y analizadas tanto las variables como las categorías presentadas se genera una estructura propicia para empezar a delimitar la problemática desde una perspectiva más objetiva y sostenible.

Esta investigación sobre el diseño de portafolios digitales se introduce en los resultados del impacto en la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, probando la importancia del mismo para encontrarse dentro de los márgenes deseables de los reclutadores, considerando que tanto los procesos creativos como las conceptualizaciones se darán en función al perfil individual del diseñador y la línea de desarrollo profesional que este quiera seguir, y al centrarse en la gestión del diseño como factor de competitividad y diferenciación, se requirieron de una duración estimada en seis meses, comprendidos desde el mes de mayo a octubre de 2021, puesto que los lapsos son necesarios para uniformizar los resultados y entenderlos de manera conjunta para producir un material que pueda dar a los diseñadores recién egresados o a puertas de hacerlo, nociones más claras sobre aquello que las empresas están esperando para considerarlos como potencial fuerza laboral.

Como Demera (2016, p.3) en su desarrollo de una guía impresa que permita la realización de portafolios digitales efectiva, esta investigación comprende que el conocimiento en relación a la correcta estructura de portafolio es un recurso escaso ya estudiado con anterioridad sin un progreso realmente significativo en su mejora activa.

No se toma conciencia sobre la importancia de esta gran herramienta, ni mucho menos se brinda ayuda práctica para la elaboración del mismo desde que los alumnos empiezan su carrera. No los guían para una buena creación de este portafolio digital que sirve como documentación del proceso de los proyectos más importantes. (Dávila y Calderón, 2016, p.3)

Basándose en la demostración del segundo cuadro de entrevistas a gerentes generales con 33,3% siendo así la diferencia de 0%, lo cual permite concluir que los criterios de evaluación son diferentes, dependiendo mucho de las necesidades de cada gerente general, reclutador o empresa, pero sin alejarse del eje central en el proceso de selección, puesto que un portafolio es un adelanto sobre lo que el diseñador puede proveer como empleado.

Se evidencia que un tercio de los gerentes generales consideran que el portafolio digital es indispensable para poder tener una idea previa de la capacidad y calidad de trabajo del egresado, pero lo que si es necesario recalcar es que el trabajo en equipo es una aptitud personal que evalúan considerablemente en los postulantes. Así también se concluye que los egresados carecen de una idea clara de lo que ellos buscan en sus portafolios digitales y esto les ha impedido producir portafolios que cuenten con los elementos necesarios para mostrar sus capacidades. Tanto la casa de estudios como los docentes, no han sabido transmitir de modo claro esta necesidad profunda para el desarrollo profesional. Uno de los puntos más relevantes se encuentra en la certeza de que los postulantes cumplan con los requerimientos necesarios para el puesto laboral.

Es necesario entender la diferencia entre una plataforma de presentación y una herramienta activa que puede ayudar al egresado de diseño para desarrollar libremente sus ideas y complementar su ya de por sí riguroso proceso de creación. Behance es entonces la plataforma más atractiva y con una valoración mucho más positiva entre los diseñadores de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL), puesto que tanto sus plantillas como su formato de interacción parece encajar más con lo buscado por los egresados. Aunque esto no afecta directamente la clasificación del portafolio, se encontraría en la definición portafolio vitrina.

A través de esta plataforma caracterizada por organizar información que se encuentra subida limitadamente, ofreciendo material de mucha ayuda para personas interesadas en el tema. Además, otra oportunidad que ofrece la tecnología de ahora es la comunicación masiva con plataformas que permiten mostrar trabajos organizados con la finalidad de informar y persuadir al público, brindando una gran cantidad de oportunidades. (Demera, 2016, p.16)

Por tanto, plataformas como Adobe Portfolio quedan en una posición donde es eficaz cuando muestra al diseñador en el mercado laboral, pero ineficiente a la hora de darle las herramientas o el formato para hacerlo correctamente, puesto que es altamente considerado para difundir el contenido de sus trabajos, pero no como una plataforma de creación considerable.

Por otro lado, las otras opciones como lo son Cargo, Dribbble y Carbonmade, tanto por el tema de los costos, interactividad, o invitación para la creación de cuentas parecen no coincidir con los criterios que los diseñadores buscan para mostrar de manera conforme sus portafolios digitales cuando podrían aportar en la normalización y efectividad de crear portafolios interactivos y deseables.

## 5.2 Conclusiones

- Se determina a partir de la revisión de antecedentes que mantienen posturas similares que el diseño eficiente de portafolios digitales permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.
- Se concluye que, si bien no existe un perfil definido de los diseñadores, a menos que se establezca de acuerdo a las necesidades del puesto y empresa, la investigación determina que el diseño de portafolios digitales es uno de los recursos más importantes a tener en cuenta por los reclutadores, junto con la capacidad de trabajar satisfactoriamente en equipo y la proactividad.

- Se determina que, conocimientos claros sobre el espacio y el volumen, el ritmo y el equilibrio, la textura y el color, la figura y el fondo, el tiempo y el movimiento deben encontrarse correctamente aplicados en los portafolios digitales; ya que, en un contexto donde las entrevistas de trabajo han cambiado su *modus operandi*, es imperativo que el trabajo hable por uno mismo cuando el diseñador no se encuentre presente.

Diseñar los portafolios digitales aplicando correctamente estos fundamentos del diseño ayudará a los egresados a poder cubrir todos los frentes necesarios (o en el mejor de los casos la mayoría de ellos) para ser considerado por las empresas como un potencial valor humano que se adoptará a ellos con eficacia y eficiencia, puesto que dejará en claro conocer los aspectos teóricos necesarios para ser la opción con mejor potencial a futuro.

- Como resultado de la investigación se reafirma que, a mayor diversidad de opciones, mayor es la posibilidad de conseguir una propuesta o enterarse de una convocatoria, lo que automáticamente coloca a los postulantes que sí tienen presencia en la mayoría de plataformas (contrastando con el poco interés mostrado por aquellas adicionales a Adobe y Behance) en una posición privilegiada sobre aquellos que no cuentan con un perfil en un portal diferente. Sin embargo, parece ser ésta la regla en lugar de la excepción, pues la competitividad también tiene como requisito primordial dejar en claro que es una opción y esto solo puede ocurrir si se tiene presencia en todos los entornos posibles donde el profesional podría ser requerido.

### 5.3 Recomendaciones

- A las personas que están empezando a buscar maneras de mejorar su empleabilidad en el diseño gráfico que lean esta investigación, se recomienda no desvirtuar bajo ninguna circunstancia el desarrollo correcto del diseño de portafolios digitales, no refiriéndose solo a los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, durante un periodo específico de tiempo. La sociedad se encuentra en

una revolución tecnológica que cada día requiere mucho más compromiso en mantenerse pendientes de las redes y plataformas donde aquellos conocimientos aprendidos por los diseñadores son útiles y necesarios mostrando el conocimiento mínimo indispensable. Dado que las empresas evalúan el diseño, la estructura, conceptualización y la funcionalidad del portafolio digital, es básico que todas estas características se encuentren activamente presentes.

- A las personas relacionadas con el campo del reclutamiento, se recomienda que amplíen su conocimiento en relación a los procesos de trabajo cuando están en la búsqueda de diseñadores gráficos, puesto que a lo largo de este documento pueden encontrarse pruebas significativas de cómo un proceso creativo que cuenta con una serie de pasos respaldados por la metodología Pro.Seso 3.0 hace la diferencia, ya que alimenta la base de conocimientos para ser profundos y metódicos al momento de ejecutar proyectos que traen como consecuencia grandes resultados y esto debe ser reconocido como un valor añadido por los futuros prospectos de jefes.
- A los egresados de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina, se recomienda que brinden el mismo nivel de atención a todos los portales en línea para mostrar sus trabajos de manera profesional, pues en su mayoría eligieron no utilizar como plataformas de creación tres de las cinco mostradas en esta investigación y el incremento de la competitividad individual está en función de tener la mayor cantidad de portales online que muestren sus portafolios digitales.
- A las instituciones educativas competentes (universidades e institutos de diseño), se recomienda que se encarguen de la enseñanza en la creación, difusión y concientización sobre la importancia de un portafolio digital. La razón de ello se justifica en la medida que contar con un portafolio bien desarrollado en donde se muestre que el egresado puede manejar desde los fundamentos, las nociones básicas, complejas y versátiles necesarias en un diseñador gráfico, aumentará considerablemente las posibilidades de ser

contratado concluidos los periodos de estudio. Los reclutadores verán en los egresados de la carrera de diseño gráfico que cuenten con un portafolio atractivo la mejor opción para sumarse al equipo.

## CAPÍTULO VI: REFERENCIAS

- Achurra, P. (2021). *La importancia de la conceptualización en un proceso creativo*. Internal.  
<https://www.internal.cl/proceso-de-conceptualizacion-e-ideas/>
- Alberich, J., Ferrer, A., Gómez, D. y Sánchez, Á. (2016). *El proceso del diseño gráfico*. Universitat Oberta de Catalunya.  
[http://cv.uoc.edu/annotation/046561780b39aa7517e5211804373e38/699749/PID\\_00236903/PID\\_00236903.html](http://cv.uoc.edu/annotation/046561780b39aa7517e5211804373e38/699749/PID_00236903/PID_00236903.html)
- Arias Gómez, J., Villasís Keever, M. y Miranda Novales, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arrea Baixench, C. (2016). Más sobre el trabajo en equipo. *Acta Médica Costarricense*, 58(3), 96-99.  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/434/43448497001/43448497001.pdf>
- ASGRAP PERÚ. (2017). *Panorama y tendencias del Diseño*.  
<https://asgrap.com/project/panoramaytendenciasdiseno/>
- Aveiga Macay, V., Rodríguez Alava, L. y Segovia Meza, S. (2018). Superación profesional y formación académica: ¿Conceptos iguales o diferentes?. *Revista Didáctica y Educación*, 9(3), 205-216.  
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjpiZ-m7rHxAhUZIUCHaUBCIQFjAAegQIAhAD&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F6715783.pdf&usg=AOvVaw2uYpO37ijeCy7VNG9KfQB0>
- Bahillo, L. (2017). *Dribbble: La red social/comunidad de los diseñadores gráficos*. Marketing4Ecommerce.  
<https://marketing4ecommerce.net/dribbble-red-social-comunidad-disenadores-graficos/>
- Barraza Carballo, K. (2019). *Libro de habilidades duras y blandas*. Universidad Dr. José Matías Delgado.  
<https://es.calameo.com/read/005539778481707dcaa42>

- Bassig, M. (2021). *Squarespace vs Adobe Portfolio (2021): Which Website Builder Is Better?* Instructify.  
<https://instructify.com/squarespace-vs-adobe-portfolio/>
- Brainon, M. (2018). *La observación de comportamientos como competencia necesaria en seguridad.* Martin Brainon.  
<https://martinbrainon.com/inicio/la-observacion-de-comportamientos/>
- Cañadas, J. (2020). *Competitividad: Psicología de la persona competitiva.* Área Humana.  
<https://www.areahumana.es/personalidad-competitiva/>
- Carney, R. (2015). *6 alternative portfolio sites to make you stand out.* Creative Bloq.  
<https://www.creativebloq.com/career/5-alternative-portfolio-sites-make-you-stand-out-21619197>
- Casamitjana, M. (2019). *SEO, diseño y usabilidad. Estética vs funcionalidad.* Pukkas.  
<https://pukkas.com/seo-diseno-y-usabilidad-estetica-vs-funcionalidad/>
- Cascio, S. (2017). *El portfolio profesional. La tendencia hacia la obsolescencia de lo impreso en la era digital.* [Tesis, Universidad de Palermo].  
[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/archivos/4453.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/4453.pdf)
- Castellanos, M. (2020). *Revista del Diseño Gráfico.* Issuu.  
[https://issuu.com/melissa.castellanos/docs/revista\\_dise\\_o\\_grafico\\_2020\\_parte\\_6/s/11477916](https://issuu.com/melissa.castellanos/docs/revista_dise_o_grafico_2020_parte_6/s/11477916)
- Castillo, K., Ortega, S. y Tamayo, X. (2016). *Nivel de experiencia laboral de los trabajadores y la satisfacción de los clientes en la compañía inmobiliaria Alcanfores S.A.C Lima-Perú.* [Tesis, Universidad Inca Garcilaso de la Vega].  
<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1018/CASTILLO%20S.%2c%20KAREN%3b%20ORTEGA%20C.%2c%20SUSANA%20Y%20TAMAYO%20H.%2c%20XIOMARA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ceferino, J. (2015). *El portafolio digital de Véanse como medio para que ilustradores recién egresados consigan salida laboral en la ciudad de*



- Bogotá*. [Archivo PDF].  
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/1198/1008>
- Chaur Bernal, J. (2016). Estudio sobre el proceso de toma de decisiones durante la fase conceptual del diseño de producto. *Iconofacto*, 12(19), 237-253.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6302032>
- Coll, F. (2021). *Habilidades duras*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/habilidades-duras.html>
- Criatura, H. (2019). *8 páginas web donde puedes crear tu portfolio online*. La criatura creativa.  
<https://lacriaturacreativa.com/2019/07/30/8-paginas-web-donde-puedes-crear-tu-portfolio-online/>
- Dávila, J. y Calderón, J. (2016). *Guía para elaborar un Portafolio Digital Profesional para diseñadores gráficos*. [Tesis, Universidad Autónoma de Ciudad de Juárez].  
<http://erecursos.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/2088/tesis%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Demera, J. (2016). *El portafolio profesional y su incidencia en el campo laboral del futuro Diseñador Gráfico*. [Tesis, Universidad de Guayaquil].  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10090/1/TESIS%20JORGE%20DEMERA%20CHÁVEZ.pdf>
- Elizalde, L. (2020). *Percepción visual en el diseño de revistas culturales*. [Archivo PDF].  
<https://legadodearquitecturaydiseno.uaemex.mx/article/view/13720/10584>
- Falco, M. (2016). Potenciando la creatividad en el ámbito organizacional. *Revista Ciencias administrativas*, (8), 53-60.  
<https://www.redalyc.org/journal/5116/511653788006/>
- Fernández, H. (2020). *¿Qué es la proactividad? 15 formas de ser proactivo en el trabajo*. Economiatic.  
<https://economiatic.com/proactividad/>
- Folgueiras, P. (2016). *La entrevista*. [Archivo PDF].  
<http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

- García, J. (2018). *¿Qué tan importante es la composición en el diseño?*. Teinux.  
<https://teinux.com/blog/2018/07/16/que-tan-importante-es-la-composicion-en-el-diseno/>
- García, A. (2020). *¿Qué son las habilidades blandas y cuáles son sus ventajas?*. The Markethink.  
<https://www.themarkethink.com/negocios/habilidades-blandas-ventajas/>
- Matiz, E. (2018). *Estructuras*. Blog de Edwin.  
<https://edwinblog10.wordpress.com/2018/10/16/estructuras/>
- Giraldo, V. (2019). *Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen?*. Rockcontent.  
<https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
- Gómez Ayala, I. y Villar García, M. (2018). Diseño gráfico e imagen pública, dos conceptos a debate. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, (23).  
<https://www.redalyc.org/journal/4779/477954382029/>
- González Gonzáles, M. y Oviedo Rodríguez, J. (2017). Métodos de enseñanza para el desarrollo de las habilidades técnicas en la asignatura de electrónica. *Revista Electrónica en Educación y Pedagogía*, 2(2), 75-87.  
<https://www.redalyc.org/journal/5739/573962519011/>
- Holguín, J. (2017). Efectos de conductas proactivas y prosociales en incidentes críticos de escolares limeños. *Revista de Psicología Educativa*, 5(2), 186-214.  
<http://revistas.usil.edu.pe/index.php/pyr/article/view/172/314>
- Hurtado, M. (2018). *Funcionalidad del boceto en la proyección conceptual del Diseño*. [Archivo PDF].  
<https://madgu.unison.mx/index.php/madgu/article/view/15/21>
- INTEP. (2018). *Tipos de Investigación*. [Archivo PDF].  
[https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018\\_1/Documentos/INVESTIGACION\\_NO\\_EXPERIMENTAL.pdf](https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018_1/Documentos/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf)
- Llanos, A. (2016). *Representación social del Diseñador Gráfico frente al mercado laboral: Experiencias y necesidades para la creación del colegio profesional*. [Tesis, Universidad Señor de Sipán].  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/3145/INFO>

- RME%20FINAL%20DE%20INVESTIGACIÓN%20-%20Azucena%20Llanos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona.  
[https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)
- López León, R. y Villa Carmona, G. (2017). El aula de diseño como escenario de exploración entre alfabetidad visual y pensamiento crítico. *Revista KEPES*, (14), 173-194.  
<https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/2715>
- Macias, E. (2020). *Experiencia laboral y su repercusión en la contratación del personal administrativo*. [Tesis, Universidad Técnica de Babahoyo].  
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/7864/E-UTB-FCJSE-SEBGUE-000086.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martorell, S. (2016). Las redes sociales como medio de promoción de la práctica artística. *Red de Revistas Científicas*, 32(8), 225-243.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048481013>
- Mas, O. y Vidal, M. (2019). *Manual del Pro.Seso Creativo 3.0*. Universidad de Ciencias y Artes de América Latina.
- Mosquera, I. (2018). *Cómo estimular la curiosidad de tus alumnos para mejorar su aprendizaje en el aula*. Unir La Universidad en Internet.  
<https://www.unir.net/educacion/revista/la-curiosidad-mejora-y-facilita-el-aprendizaje/>
- Paz, S. (2017). *Diseño de un portafolio digital para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los servicios de la empresa Zona Kreativa, Guatemala 2017*. [Tesis, Universidad Galileo].  
[http://biblioteca.galileo.edu/tesario/bitstream/123456789/643/1/2016035\\_Paz%20Jurado%20Shannon%20Geizell\\_13001187.pdf](http://biblioteca.galileo.edu/tesario/bitstream/123456789/643/1/2016035_Paz%20Jurado%20Shannon%20Geizell_13001187.pdf)
- Perez, D. (2018). *Concepto de Portfolio*. Docplayer.  
<https://docplayer.es/38983781-Concepto-de-portfolio.html>
- Pérez, A. (2016). *La curiosidad, el verdadero motor del aprendizaje*. NuecesyNeuronas.  
<http://www.nuecesyneuronas.com/curiosidad-el-verdadero-motor-del-aprendizaje/>

- Pérez Vásquez, M. (2019). La competitividad del talento humano en el ámbito empresarial. *Revista Crecer Empresarial*, 1(1).  
<https://core.ac.uk/download/pdf/229710375.pdf>
- Perles García, J. (2017). *Integración de la funcionalidad en productos multimedia*. IC Editorial.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=7U8pEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=funcionalidad+en+el+diseño+grafico&ots=1RTmLiNG6s&sig=HUawAmUci0\\_0fnW\\_BaF1z6tddbM#v=onepage&q=funcionalidad%20en%20el%20diseño%20grafico&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=7U8pEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=funcionalidad+en+el+diseño+grafico&ots=1RTmLiNG6s&sig=HUawAmUci0_0fnW_BaF1z6tddbM#v=onepage&q=funcionalidad%20en%20el%20diseño%20grafico&f=false)
- Pietro, J. (2018). *Cómo mejorar tus habilidades de observación*. ComoRecordar.  
<https://comorecordarblog.wordpress.com/2018/05/15/como-mejorar-tus-habilidades-de-observacion/>
- Piga, M. y Elisondo, R. (2019). Todos podemos ser creativos. Aportes a la educación. *Red de Revistas Científicas*, 11(20), 1-22.  
<https://www.redalyc.org/journal/5534/553466653010/>
- Piñeiro, A. (2019). *Dribbble: Una comunidad de diseñadores y creativos*. Anxela.  
<https://anxela-art.com/dribbble/>
- Pujolà, J. (2019). *El portafolio digital en la docencia universitaria*. Octaedro Editorial.  
<https://octaedro.com/wp-content/uploads/2019/11/15209-PUJOLA-El-portafolio-digital-en-la-docencia-universitaria.pdf>
- Raffino, M. (2020). *Concepto de trabajo en equipo*. Concepto.  
<https://concepto.de/trabajo-en-equipo/>
- Ricardo, R. (2020). *Habilidades técnicas importantes con ejemplos*. Exonegocios.  
<https://exonegocios.com/habilidades-tecnicas-importantes-con-ejemplos/>
- Rodríguez, J. (2019). *¿Qué son las plataformas digitales y para qué sirven?*. Rankia.  
<https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven>
- Roldán, P. (2016). *Competitividad*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

- Russo, H. (2016). *Adobe lanza Portfolio, servicio para crear y alojar un sitio web para creativos*. Geeksroom.  
<https://geeksroom.com/2016/01/adobe-lanza-portfolio-servicio-para-crear-y-alojar-un-sitio-web-para-creativos/100082/?cn-reloaded=1>
- Smolen, A. (2022). Reseña Carbonmade. MyBest WebsiteBuilder.  
<https://es.mybestwebsitebuilder.com/resena-carbonmade>
- Terán, A. (2020). *Análisis de los portafolios digitales de diseñadores gráficos ecuatorianos y posibilidades de acceso a mercados nacionales e internacionales, mediante el uso de la red social Behance*. [Tesis, Universidad de los Hemisferios].  
[http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/1156/1/Tesis%20Análisis%20de%20los%20portafolios%20digitales%20Behance\\_Andrea%20Ximena%20Terán%20Pacheco.pdf](http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/1156/1/Tesis%20Análisis%20de%20los%20portafolios%20digitales%20Behance_Andrea%20Ximena%20Terán%20Pacheco.pdf)
- Tejeda Rodríguez, M. (2016). La tutoría académica en el proceso de formación docente. *Red de Revistas Científicas*, 32(13), 879-899.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048483042>
- Tomaylla, Y. (2018). *Uso del portafolio y su influencia en el rendimiento académico de los estudiantes de la asignatura de fotografía de la facultad de Arquitectura de la Unsa*. [Tesis, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa].  
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/6506/EDDtoquys.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Torres Rojas, Á. (2016). *Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos*. IC Editorial.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=\\_U4pEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=boceto+de+un+diseñador+grafico&ots=OCRcPeIbMs&sig=OdlgOidBD3rWOg5JoQgRDTC5VhY#v=onepage&q=boceto%20de%20un%20diseñador%20grafico&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=_U4pEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=boceto+de+un+diseñador+grafico&ots=OCRcPeIbMs&sig=OdlgOidBD3rWOg5JoQgRDTC5VhY#v=onepage&q=boceto%20de%20un%20diseñador%20grafico&f=false)
- Vallejo, J. (2019). *Análisis de las habilidades blandas necesarias para el éxito de una startup*. [Tesis, Universidad Técnica Federico Santa María].  
[https://node2.123dok.com/dt02pdf/123dok\\_es/000/863/863800.pdf.pdf?X-Amz-Content-Sha256=UNSIGNED-PAYLOAD&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=aa5vJ7sqx6H8Hq4u%2F20220216%2F%2Fs3%2Faws4\\_req](https://node2.123dok.com/dt02pdf/123dok_es/000/863/863800.pdf.pdf?X-Amz-Content-Sha256=UNSIGNED-PAYLOAD&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=aa5vJ7sqx6H8Hq4u%2F20220216%2F%2Fs3%2Faws4_req)

uest&X-Amz-Date=20220216T183532Z&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Expires=600&X-Amz-Signature=3fa4b8ece02a00d1d06e56ce90bb3f372015ef69deb0ff984ca13a3ea38678e4

- Vargas, M. (2018). *El proceso creativo del Diseño Gráfico*. MRK Integral.  
<https://www.mrkintegral.com/2018/11/28/el-proceso-creativo-del-diseno-grafico/>
- Vélez, C. (2017). *Conceptualización de una estrategia de comunicación gráfico/visual orientada a la captación de nuevos padrinos para el programa Semillas de Gigantes del Centro de Desarrollo Integral Temprano “El Caracol”*. [Tesis, Universidad Autónoma de Occidente Cali].  
<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/9937/T07605.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villano, B. (2018). *Folleto sobre el portafolio profesional y la percepción en el campo laboral del Diseñador Gráfico de la Galería Centro Lima, 2018*. [Tesis, Universidad César Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36243/Villano\\_LBB.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36243/Villano_LBB.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

- Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Supuesto general	Categorías	Metodología
¿Cómo el diseño de portafolios digitales permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021?	Determinar de qué manera el diseño de portafolios digitales permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.	El diseño de portafolios digitales como herramienta permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.	<p><b>Variable independiente:</b> Portafolios digitales</p> <p><b>Dimensión:</b> -Proceso creativo</p> <p><b>Indicadores:</b> -Diseño -Estructura -Conceptualización -Funcionalidad</p> <p><b>Dimensión:</b> -Plataformas online</p> <p><b>Indicadores:</b> -Behance -Cargo -Dribbble -Carbonmade -Adobe Portfolio</p> <p><b>Variable independiente:</b> Competitividad</p> <p><b>Dimensión:</b> -Competencias duras</p> <p><b>Indicadores:</b> -Formación académica -Dominio técnico -Dominio de bocetaje -Percepción visual -Experiencia laboral</p> <p><b>Dimensión:</b> -Competencias blandas</p> <p><b>Indicadores:</b> -Creatividad -Curiosidad -Observación -Proactividad -Trabajo en equipo</p>	<p><b>Tipo de investigación</b> Descriptiva</p> <p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p> <p><b>Técnicas:</b> Cuestionario a egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021 y entrevistas a profundidad con gerentes generales de empresas (agencias o estudios) dedicadas al diseño.</p> <p><b>Población:</b> 42 egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú del periodo 2020-2021.</p> <p><b>Muestra:</b> 38 egresados y 3 gerentes generales.</p> <p><b>Muestreo:</b> No probabilístico</p> <p><b>Instrumentos:</b> <b>Cuestionario</b> Cuestionario para los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias de Artes de América Latina en Lima, Perú del periodo 2020-2021.</p> <p><b>Guía de entrevista</b> Entrevista con preguntas estructuradas para los gerentes generales de empresa (agencias o estudios) dedicadas al diseño.</p>
<b>Problema específico</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Supuestos específicos</b>		
¿Qué evalúan las empresas al momento de revisar los portafolios digitales de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021?	Identificar que evalúan las empresas al momento de revisar los portafolios digitales de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.	Las empresas tienden a evaluar el diseño, estructura, conceptualización y la funcionalidad del portafolio digital de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.		
¿Cuáles son los puntos más relevantes de los fundamentos del diseño que los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina deben tener en cuenta al momento de diseñar sus portafolios digitales?	Identificar cuáles son los puntos más relevantes de los fundamentos del diseño que los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021 deben tener en cuenta al momento de diseñar portafolios digitales.	Es indispensable que los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021 diseñen sus portafolios digitales aplicando correctamente los fundamentos del diseño.		
¿A través de que plataformas online presentan sus portafolios los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021?	Investigar las plataformas online en las que presentan sus portafolios los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.	Los egresados en la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021 prefieren presentar sus portafolios digitales en diferentes plataformas online.		

- Matriz de operacionalización de variables

<b>Objetivo general:</b> determinar de qué manera el diseño de portafolios digitales permite mejorar la competitividad de los egresados en la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Ciencias y Arte de América Latina en Lima, Perú en el periodo 2020-2021.		
<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<b>El portafolio digital</b>	Proceso creativo	-Diseño -Estructura -Conceptualización -Funcionalidad
	Plataformas online	-Behance -Cargo -Dribbble -Carbonmade -Adobe Portfolio
<b>La competitividad</b>	Competencias duras	-Formación académica -Dominio técnico -Dominio de bocetaje -Percepción visual -Experiencia laboral
	Competencias blandas	-Creatividad -Curiosidad -Observación -Proactividad -Trabajo en equipo