

# El aporte de las asignaturas profesionalizantes de la carrera de Diseño Gráfico para el fomento del espíritu emprendedor

Ana Lucía Mediavilla-Sarmiento<sup>1</sup>

Santiago David Loaiza Polo<sup>2</sup>

Luis Estuardo Braganza Benítez<sup>3</sup>

## Cómo citar este artículo / To reference this article

**/ Para citar este artículo:** Mediavilla-Sarmiento, A. L., Loaiza-Polo, S. D. y Braganza-Benítez, L. E. (2024). El aporte de las asignaturas profesionalizantes de la carrera de Diseño Gráfico para el fomento del espíritu emprendedor. *Revista Criterios*, 31(1), 132-145. <https://doi.org/10.31948/rc.v31i1.3754>

**Fecha de recepción:** 28 de noviembre de 2023

**Fecha de revisión:** 17 de enero de 2024

**Fecha de aprobación:** 21 de enero de 2024



## Resumen



El espíritu emprendedor es una aptitud que se debe cultivar, aprender y poner en marcha. Por lo tanto, en esta investigación, se recogieron y establecieron las percepciones de los estudiantes de octavo nivel de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte respecto a cuáles asignaturas han fortalecido su espíritu emprendedor y cómo se sienten en relación con esta capacidad a puertas de ingresar al mundo laboral. En la metodología, se empleó un enfoque mixto con herramientas cualitativas y cuantitativas, aplicado a una población específica de estudiantes que completaron la malla curricular de la promoción 2019-2023. Los resultados destacan que la asignatura Branding es la que más conocimientos y habilidades ha otorgado a los estudiantes para desarrollar y fomentar el espíritu emprendedor; seguido de asignaturas como Creatividad, Diseño Publicitario, Producción Audiovisual y Fotografía, que también han contribuido significativamente a una mentalidad emprendedora. Esto demuestra que la creatividad, el manejo de herramientas tecnológicas, la creación de marcas y la producción son elementos clave para establecer nuevos negocios o emprendimientos al finalizar sus estudios universitarios.

**Palabras clave:** diseño; diseñador gráfico; empresa; competencia universitaria; emprendimiento



Artículo resultado de un plan de publicación titulado: *El aporte de las asignaturas profesionalizantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte al desarrollo del espíritu emprendedor*, desarrollado desde el 1 de abril del 2023 hasta el 31 de agosto del 2023, en Ibarra, Imbabura, Ecuador.

<sup>1</sup> Magíster en Comunicación Organizacional. Docente ocasional tiempo completo de la Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador. Correo electrónico: [almediavilla@utn.edu.ec](mailto:almediavilla@utn.edu.ec)  

<sup>2</sup> Magíster en Marketing, mención estudios del consumidor. Docente investigador de la Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador. Correo electrónico: [sdloaiza@utn.edu.ec](mailto:sdloaiza@utn.edu.ec)  

<sup>3</sup> Magíster en Gestión y Diseño Web. Docente investigador de la Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador. Correo electrónico: [lebraganza@utn.edu.ec](mailto:lebraganza@utn.edu.ec)  

# The contribution of professionalization courses in the Graphic design profession to the promotion of entrepreneurship

## Abstract

Entrepreneurship is an aptitude that must be cultivated, learned, and put into action. Therefore, in this research we have collected and established the perceptions of the eighth-level students of the Graphic Design career of the Universidad Técnica del Norte regarding which subjects have strengthened their entrepreneurial spirit and how they feel in relation to this ability, on the verge of entering the labor market. The methodology used a mixed approach with qualitative and quantitative tools, applied to a specific population of students who completed the curriculum of the 2019-2023 graduating class. The results highlight that Branding is the subject that provided them with the most knowledge and skills to develop and promote entrepreneurship, followed by subjects such as Creativity, Advertising Design, Audiovisual Production and Photography, which also contributed significantly to an entrepreneurial mindset. This shows that creativity, the use of technological tools, branding and production are key elements in the creation of new businesses or ventures at the end of their studies.

*Keywords:* design; graphic designer; business; university competency; entrepreneurship

# A contribuição dos cursos de profissionalização na profissão de Design gráfico para a promoção do empreendedorismo

## Resumo

O empreendedorismo é uma aptidão que deve ser cultivada, aprendida e colocada em ação. Portanto, nesta pesquisa, coletamos e estabelecemos as percepções dos alunos do oitavo nível da carreira de Design Gráfico da Universidad Técnica del Norte sobre quais disciplinas fortaleceram seu espírito empreendedor e como eles se sentem em relação a essa habilidade, prestes a entrar no mercado de trabalho. A metodologia utilizou uma abordagem mista com ferramentas qualitativas e quantitativas, aplicada a uma população específica de alunos que concluíram o currículo da turma de formandos de 2019-2023. Os resultados destacam que Branding é a disciplina que lhes proporcionou mais conhecimentos



e habilidades para desenvolver e promover o empreendedorismo, seguida por disciplinas como Criatividade, Design Publicitário, Produção Audiovisual e Fotografia, que também contribuíram significativamente para uma mentalidade empreendedora. Isso mostra que a criatividade, o uso de ferramentas tecnológicas, a marca e a produção são elementos-chave na criação de novos negócios ou empreendimentos ao final de seus estudos.

*Palavras-chave:* design; designer gráfico; negócios; competência universitária; empreendedorismo

## Introducción

La profesionalización del diseño gráfico establece la conjunción de diversas cualidades tanto en lo aptitudinal como actitudinal, entre las principales se destacan el uso de la tecnología y su evolución, aspectos como la innovación en temas de desarrollo de marca, procesos de construcción de imagen, identidad, pensamiento estratégico y, además, la capacidad de constituir sus propias alternativas de negocio, principalmente enfocado a los servicios de la comunicación visual. Sobre esta última cualidad, Mera (2022) señala que los emprendedores poseen perfiles o características de motivación y voluntad. Estas características les permiten actuar en consonancia con las metas que quieren alcanzar; muestran habilidades, actitudes, talentos, etc., que les permiten formular y lograr los propósitos establecidos o mejorar negocios e ideas preexistentes mediante la innovación en terrenos desconocido.

Así también, Hidalgo (2015) define al emprendedor empresario como la persona capaz de identificar oportunidades de negocio y organizar los recursos necesarios para su implementación. El término se usa a menudo para referirse a una persona que contribuye a la creación de una empresa o que desarrolla un negocio. Estos criterios acuñados por Hidalgo con respecto al emprendedor son los que se pretenden desde la enseñanza y aprendizaje, sumado a la visión humanista de la Universidad Técnica del Norte, que plantea fomentar el desarrollo del espíritu emprendedor en los estudiantes de Diseño Gráfico. Este propósito se ha llevado a cabo con el objetivo de fortalecer el espíritu emprendedor, con la intención de que los futuros profesionales encuentren la motivación para dirigir su propia empresa, empoderados y respaldados por los conocimientos adquiridos durante su formación. Esto les permitirá contribuir de

manera significativa a la sociedad, así como a la economía local y nacional.

La carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte (UTN) fue rediseñada en el año 2017. En este proceso, se destacaron las tecnologías, el pensamiento analítico y crítico, la expresión del pensamiento y la comunicación visual como los pilares más importantes del desarrollo de competencias profesionales de los futuros diseñadores gráficos, quienes cuentan con la capacidad y actitud para marcar la diferencia en el interminable mundo de la comunicación visual (Universidad Técnica del Norte, 2022). Por su parte, Loaiza (2019) señala que es importante contar con profesionales con capacidad de construir identidad corporativa y visión de negocio como parte transversal e integral de todas las instancias y etapas del desarrollo productivo de la sociedad actual.

Por lo antes expuesto, es necesario analizar los procesos de enseñanza y aprendizaje para empatar con todos los elementos que engloba al emprendimiento desde la visión de la academia. Basado en, primera instancia, las asignaturas profesionalizantes, sus contenidos, la estrategia desde el aula para construir y afianzar en los estudiantes el espíritu emprendedor. En segunda instancia, integrar elementos propios de la enseñanza para que el estudiante adhiera recursos estratégicos y herramientas técnicas que le permita, posterior a sus estudios, aplicar sus conocimientos en pro del desarrollo de una idea de negocio.

De acuerdo con la postura de Alfaro et al. (2022), el emprendimiento corresponde a elementos transformadores en la sociedad, centrándose en el desarrollo de los individuos y el nivel macro-social. Por lo tanto, se define al emprendedor como una persona creativa, que dedica esfuerzos y recursos a una nueva idea de negocio con la intención de mantenerse

activo en el tiempo. En este sentido, el emprendedor muestra un comportamiento especial que le permite desarrollar la idea y asegurar su permanencia a nivel práctico. En el estudio, destacan cuatro rasgos de la personalidad emprendedora: autorrealización, flexibilidad cognitiva, liderazgo y planeación. También, sobre los componentes de la conducta emprendedora se destacan la actitud, norma subjetiva y control social percibido.

Al respecto, Cantos et al. (2020) concluye que la actividad emprendedora debería poseer actitudes imprescindibles: "La persona debe ser autónoma, creativa, tener visión de futuro, dispuesto a asumir riesgos, habilidad para comunicarse, planificar, ser decidido, flexible, persistente, tener iniciativa, tolerar la ambigüedad, tener motivación al logro, autoconfianza y control interno" (p. 367). Los emprendedores son personas optimistas que buscan dar solución a necesidades insatisfechas o problemas no resueltos. Ellos encuentran la posibilidad de subsanar las necesidades de los clientes. Además, Fernand et al. (2022) proponen estrategias para fomentar el ecosistema emprendedor en el Ecuador; para ello, identificaron ejes para mejorar el entorno emprendedor, a saber:

Cuatro ejes de intervención: primero, mejorar el acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas (Mipymes). Segundo, reducir el alto nivel de burocracia para emprender en el país. Tercero, reforzar la relación entre emprendedores, sector público e instituciones de educación superior para el tema de la formación y capacitación. Cuarto, fomentar la innovación y adaptación tecnológica en los emprendimientos. Estas estrategias son determinantes para que los emprendimientos se mantengan y logren crecer en el tiempo. (p. 151)

Los emprendimientos requieren esfuerzo; sin embargo, existen ciertos aspectos diferenciadores, tal como proponen Fernand et al. (2022), quienes establecen estrategias más dinámicas, inclusivas y enfocadas, cuyo fin es facilitar que la realidad local de estas empresas tome mayor protagonismo y sobre todo se mantengan en el tiempo.

Los emprendedores se enfrentan a procesos de creación de negocios y a todo lo que ello conlleva, desde la parte estratégica (como análisis de mercado, estudios de cliente-consumidor, entre otros) hasta aspectos operativos. Al momento de poner en marcha el proyecto de negocio, los emprendedores que no cuentan con la experticia y formación adecuada pueden cometer errores y, por ende, el negocio fracasará a corto o mediano plazo, es decir, acabará inevitablemente en el cierre o la culminación de la operación. Igualmente, aquellas personas que emprenden de forma empírica, sin asesoría o apoyo, aunado al deseo de lograr su objetivo sin tener en cuenta las adversidades u obstáculos que se puedan presentar, se convierte en un desafío y a mitad de camino muchos emprendedores desisten.

Para mitigar los riesgos y mantener al emprendimiento, se requiere, entre otras cosas, planificación, acceso a recursos o financiamiento, plan de acción, procesos a corto y mediano plazo. Además, se añaden aspectos introspectivos de quienes deciden emprender, pues la actitud y aptitud son factores esenciales para sostener el proyecto. No siempre el emprendedor tiene conocimiento sobre los procesos de cara a la formalización de su negocio, para ello debe sortear aspectos burocráticos, ambientales, administrativos, que, a la vez, son necesarios y requeridos. En Ecuador, tanto a nivel estatal como local-municipal, se necesitan permisos de funcionamiento, propuestas ambientales (dependiendo del tipo de negocio), plan de seguridad, etc.

Por lo tanto, es pertinente que, en los ámbitos de la formación profesional, se incluyan temas de innovación, procesos, análisis financieros, tributación, propiedad intelectual, entre otros. Emprender es la génesis para llegar a la madurez de las empresas, al respecto, Varela et al. (2011) plantean algunas etapas del proceso empresarial, las cuales están atadas al emprendimiento (ver Tabla 1)

**Tabla 1**

*Etapas del proceso empresarial*

<b>Etapas</b>	<b>Varela (2008)</b>	<b>Gasse-Tremblay (2009)</b>
Motivacional	Gusto	Deseabilidad
Situacional	Oportunidad	
Decisión	Decisión	Factibilidad
Analítica	Plan de empresa	
Económica	Consecución de recursos	Creación
Operativa	Gestión empresarial	

*Nota.* Varela et al., 2011, p. 173.

Estas etapas inician desde una perspectiva motivacional y situacional, pues para Varela et al. (2011), debe existir gusto y oportunidad; mientras Gasse-Tremblay (2006-2009, como se citó en Varela et al., 2011), sobre el mismo momento, establece la percepción básica de la deseabilidad, que sería una fase intencional y potencial para emprender, en la cual inciden aspectos como la cultura, las actitudes, las creencias, los valores, entre otros. Por su parte, en las etapas de decisión y analítica, Varela et al. sostienen que debe existir la decisión y un plan de empresa, mientras Gasse-Tremblay refiere solo a la factibilidad. Los autores coinciden en que es preciso tener todas las posibilidades claras para que la ejecución de la empresa sea viable. Es en estas etapas donde se mide o cuantifica las posibilidades reales de éxito o fracaso del nuevo negocio antes de su funcionamiento. Finalmente, Varela et al., en las etapas económica y operativa, las asocia con la consecución de recursos y la gestión empresarial; en tanto, Gasse-Tremblay, con la creación propiamente dicha de la empresa, es decir, gestionar de manera óptima los bienes, medios, posibilidades para obtener empresa de manera estructurada y sin improvisaciones.

En ese sentido, el emprendedor debe cumplir con una a una de las etapas mencionadas por estos autores. Entre los hallazgos relevantes encontrados por Varela et al. (2011) cabe destacar que varios de los estudiantes tienen familiares cercanos que son empresarios, lo cual sugiere "incentivar la investigación de los procesos formativos para el desarrollo de una familia empresarial y el fortalecimiento de los programas de gestión de empresas familiares" (p. 84). Tal vez, esta hipótesis o tema permite afirmar que aquellos estudiantes que cuentan

con un ejemplo o referente de emprendimiento entre sus familiares o seres cercanos se encuentran más motivados para desarrollar una idea de negocio.

En el ámbito académico, el espíritu emprendedor juega un papel importante en el desarrollo profesional presente y futuro, pues les permite identificar y aprovechar oportunidades dentro y fuera del sector donde el estudiante se está especializando. En este contexto, las asignaturas profesionalizantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte desempeñan un rol relevante al fomentar el desarrollo de habilidades y competencias que permitan visualizarse y reconocerse como emprendedor. Para Mitma (2020), "el espíritu emprendedor es una actividad humana, creativa, innovadora y exitosa" (p. 1) que favorece el desarrollo, la gestión y promoción de cadenas productivas a través de programas educativos de emprendimiento; además, genera oportunidades económicas de trabajo como iniciativa unipersonal. En este contexto, es necesario adoptar ideas innovadoras e invertir recursos para aprovechar las oportunidades que ofrece una empresa en el mercado.

Por su parte, Reyes y Molinero (2022) señalan que "la universidad puede estimular aún más al estudiante en procesos de emprendimiento, mediante el apoyo técnico y capacitación, para desarrollar su autoestima y habilidades" (p. 26).

Como parte de los objetivos de aprendizaje establecidos en el proceso de rediseño a partir del año 2017, las asignaturas profesionalizantes de la carrera de Diseño Gráfico brindan a los estudiantes la oportunidad de explorar nuevas ideas, desarrollar soluciones creativas y aplicar

conceptos innovadores en proyectos reales, así como acoplarse en los actuales avances tecnológicos para el sector de la comunicación visual. A través de ese abanico de fuentes educativas, sumado a la metodología de enseñanza y evaluación, el estudiante adquiere conocimientos, confianza y mentalidad emprendedora, aspectos necesarios para enfrentar los desafíos del mundo laboral. El espíritu emprendedor implica la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades, entender la dimensión de las inversiones tanto económicas como de tiempo y esfuerzo; empleo de creatividad como eje esencial para la resolución de problemas dentro de los diversos escenarios de la sociedad: productivo, comercial, educativo, de servicios, entre otros.

Mediante este enfoque, las asignaturas profesionalizantes de la carrera de Diseño Gráfico proveen a los estudiantes las herramientas y conocimientos necesarios para cultivar su espíritu emprendedor, siendo esta una cualidad intrínseca de los seres humanos: tanto por el afán de buscar la libertad económica como por desarrollo profesional. Sin embargo, es importante alimentarlo de conocimientos, desafíos y retos, pero sobre todo de pensamientos optimistas y positivos. Las asignaturas profesionalizantes de Diseño Gráfico, a través de proyectos prácticos, reales y situaciones de simulación, contribuyen a desarrollar habilidades para la toma de decisiones, resolución de problemas y capacidades de pensamiento crítico, esenciales para el espíritu emprendedor.

Bertuzzi y Escobar (2017) expresan que para lograr ser un buen diseñador y emprendedor, estos profesionales deben saber observar y reflexionar sobre nichos de mercado, complementar cada propiedad creativa en beneficio de los usuarios o consumidores, comprender los beneficios comerciales de las alianzas estratégicas y el trabajo intermultidisciplinario y, lo más importante, ofrecer una identidad distinta y diferenciada a través del diseño.

En la presente investigación, se estableció, por una parte, la percepción de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico respecto a las asignaturas profesionalizantes y su incidencia en el desarrollo del espíritu emprendedor.

Por otra parte, desde una perspectiva individual, se determinó cuáles asignaturas han fomentado aspectos intrínsecos al emprendimiento, como la innovación, la creatividad y el pensamiento crítico, y qué asignaturas otorgan herramientas técnicas y tácticas para la creación de nuevos negocios.

## Metodología

Esta investigación se llevó a cabo bajo los siguientes lineamientos:

### Tipo de investigación

Se utilizó enfoque mixto, como lo propuso Ortega (2018), quien explica:

La investigación mixta ofrece, y su flexibilidad en el proceso de investigación al permitir incorporar en los estudios imágenes y narraciones de los actores involucrados en el hecho de investigación da como resultado otra mirada diferente a los hechos en comparación con los datos numéricos. Algunos metodólogos e investigadores afirman que la utilización de los enfoques mixtos facilita la obtención de una mejor evidencia y comprensión de los fenómenos lo cual fortalece la construcción del conocimiento teórico y práctico. (p. 24)

Es necesario contar con datos numéricos y cualitativos, es decir, cuantificar y caracterizar e identificar las asignaturas profesionalizantes, así como determinar ciertos aspectos que permitan conocer las percepciones de los estudiantes acerca de la carrera de Diseño Gráfico. Además, desde lo cuantitativo, se trabajó con un diseño descriptivo y, desde lo cualitativo, con la teoría fundamentada. De igual forma, se aplicó estadística descriptiva en el tratamiento de la información recolectada.

### Técnicas e instrumentos de investigación

La encuesta fue la técnica de investigación aplicada, la cual incluía 12 preguntas cerradas de opción múltiple y 4 preguntas en escala de Likert. Se creó un formulario en Microsoft Forms, el cual se compartió a través de mensajería instantánea para que accedieran a diligenciar dicho formulario.

## Participantes

Para aplicar el instrumento validado por el experto Ph. D. Miguel Posso, se consideró a los estudiantes que cursaban octavo semestre de la carrera de Diseño Gráfico, es decir, aquellos que ya contaban con el recorrido de toda la malla curricular. Las percepciones que ofrecieron fueron desde sus vivencias. En este aspecto, 19 estudiantes matriculados en el último semestre de la carrera (octavo) llenaron el cuestionario. Es importante puntualizar que los estudiantes sujetos de esta investigación iniciaron sus estudios en el período comprendido entre marzo y agosto de 2019.

## Resultados

De acuerdo con el instrumento aplicado a los 19 estudiantes de octavo semestre de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte, desde la perspectiva demográfica, se evidenció que, en cuanto al género, el 32 % corresponde a mujeres, y el 68 %, hombres. Desde la variable etaria, el 84 % se encontraba entre 21 y 25 años; mientras que el 16 % superaban los 26 años de edad. En relación con la etnia, existe prevalencia de mestizos con el 68 % e indígenas con el 21 %; los afrodescendientes y mulatos coinciden con un porcentaje de 5,5.

Posteriormente, la encuesta se orientó a determinar aspectos como preparación, habilidades y destrezas que se asociaran con acciones de emprendimiento. Por lo tanto, al consultarles si se consideraban personas con capacidad emprendedora, el 84 % respondió afirmativamente; mientras que, el 16 % no se identificó como emprendedores, tanto en aptitud como en actitud. En concordancia con la pregunta anterior, se indagó acerca de si se han planteado crear su propia empresa en un futuro próximo. El grupo encuestado, en su mayoría, respondió afirmativamente correspondiente al 89 %.

También, se consultó acerca de la disposición de asumir el riesgo intrínseco que representa el proceso de emprender, el 100 % señaló que sí tienen predisposición para tomar dichos riesgos. De igual manera, al indagar si creen o consideran que poseen habilidades y conocimientos necesarios para emprender un negocio, el 84 % expresó que cuenta con esos aspectos.

Las siguientes preguntas de la encuesta se enfocaron en ámbitos de formación, específicamente sobre la malla curricular, donde se desplegaron las asignaturas que se imparten en la carrera de Diseño Gráfico, y cómo estas fomentan y conducen, desde su contenido-sílabo, actividades, asignaciones y evaluaciones al desarrollo del espíritu emprendedor. En consecuencia, se enlistó las asignaturas profesionalizantes según el nivel y orden académico a fin de que los encuestados escogieran tres opciones con las siguientes indicaciones: ¿qué asignaturas profesionalizantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte consideran que más han aportado al desarrollo de su espíritu emprendedor? El resultado de esta pregunta reveló el siguiente orden: Branding (11); Creatividad, Fotografía, Diseño Publicitario, Producción Audiovisual (5); Prototipos 3D I y II (4); Diseño y Composición Visual, Diseño e Imagen de Marca, Diseño Estratégico, Diseño de Nuevos Medios (3); Ilustración Digital, Diseño Editorial, Diseño y Programación Web (2); Fundamentos del Diseño, Teoría del Color, Imagen Digital, Diseño de Envases (1). Por otro lado, se evidenciaron asignaturas que no fueron consideradas por ningún estudiante, a saber: Ilustración Tradicional, Diseño Vectorial, Infografía, Introducción al Lenguaje Audiovisual, Señalética, Cultura Contemporánea del Diseño (0).

Por lo tanto, las asignaturas Branding, Creatividad, Fotografía, Diseño Publicitario, Producción Audiovisual, Prototipos 3D I y II son las de mayor impacto en los estudiantes para formar su espíritu emprendedor. En este mismo sentido, el 42 % opinó que están muy de acuerdo; 32 %, de acuerdo, y 26 %, neutral al indagar si estas asignaturas profesionalizantes fomentan su capacidad para identificar oportunidades de negocio, es decir, en qué medida estas asignaturas les han brindado esa seguridad para tener su espíritu emprendedor y saber reconocer oportunidades de negocio.

El 53 % manifestó estar algo preparado, y el 11 %, muy preparado como estudiante de Diseño Gráfico para emprender un negocio o proyecto al finalizar su formación académica; mientras que, el 32 % tuvo una postura neutral y el 5 % expresó estar poco preparado para dar ese paso cuando sea profesional. También, cabe

destacar que el 74 % de este grupo si ha tenido oportunidades de vinculación con el sector productivo durante su carrera; pero no el 26 %.

Respecto al aporte e incidencia de las asignaturas profesionalizantes, específicamente en la dotación, apropiación de herramientas y habilidades específicas que fomentan el espíritu emprendedor, el 68 % expresó que probablemente, y el 16 %, muy probablemente ha aportado para el desarrollo de su mentalidad emprendedora; mientras que el 16 % mantuvo una posición neutral.

Referente a la participación de estudiantes en actividades o programas relacionados con el emprendimiento fuera de la universidad, el 63 % señaló que sí, mientras que el 37 % no ha contado con dicha posibilidad. Entre los motivos más señalados se encuentra la falta de oportunidades. Considerando la mayoría de respuestas afirmativas, se destaca que existen estudiantes que sí se involucran directa o indirectamente en actividades por fuera de la universidad para desarrollo de proyectos de emprendimiento.

En otro cuerpo de preguntas de la encuesta, se buscó obtener información sobre la perspectiva y visión acerca de la importancia de enlazar la formación profesional con el espíritu emprendedor. Para ello se plantearon las siguientes preguntas: ¿cree que la formación del espíritu emprendedor debería ser una parte integral de la carrera de Diseño Gráfico? El 58 % afirmó estar muy de acuerdo; el 37 %, algo de acuerdo, y 5 %, neutrales. En este mismo sentido, se formularon beneficios que ofrece el desarrollo de habilidades emprendedoras, de las cuales los encuestados destacaron: profesionales con capacidad para detectar oportunidades de negocio con el 37 %; formar profesionales más seguros para innovar con el 32 %; profesionales con miras a proponer fuentes de trabajo con el 21 % y profesionales dispuestos a asumir riesgos con el 10 %.

Finalmente, para conocer sobre cuáles son las habilidades y competencias que consideran necesarias para emprender en el campo del Diseño Gráfico, se pidió a los estudiantes escoger tres opciones de un listado. En la Tabla 2 se muestran los resultados.

**Tabla 2**

*Habilidades y competencias necesarias para emprender en el campo del Diseño Gráfico*

Habilidades y competencias	Número de estudiantes
Creatividad y capacidad para generar ideas innovadoras	12
Conocimiento de <i>marketing</i> y estrategias de comunicación efectivas	9
Habilidad para adaptarse a las necesidades y requerimientos de los clientes	7
Conocimiento profundo del diseño gráfico y sus herramientas	6
Habilidad para resolver problemas y tomar decisiones de manera eficiente	6
Habilidad para negociar y establecer acuerdos justos con los clientes	5
Conocimiento y aplicación de herramientas digitales para la gestión de proyectos y el trabajo remoto	5
Capacidad para trabajar en equipo	3
Liderazgo en proyectos colaborativos	2
Habilidad para gestionar el tiempo y cumplir con plazos de entrega	1
Conciencia ética y social en la toma de decisiones y en la ejecución de proyectos	1

*Nota.* La creatividad y capacidad para generar ideas innovadoras es la habilidad que más destaca entre los 19 estudiantes.



## Discusión

Considerando el emprendimiento como la opción y posibilidad de desarrollarse profesionalmente de forma autónoma y poseer libertad financiera y de gestión, es notable destacar que el Ecuador es uno de los países donde más se emprende. Sin embargo y como punto de partida de la discusión de esta investigación, cabe destacar cómo se presenta la tendencia respecto al género. Lasio et al. (2020) en el reporte de *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) refiere que, en Ecuador, los hombres son quienes más emprenden:

En 2019, el total de emprendedores en la etapa de la Actividad Emprendedora Temprana - TEA, estuvo compuesto en un 53.5 % por hombres y 46.5 % por mujeres [...] La proporción de hombres con negocios nuevos (52.30 %) continúa siendo superior a la de las mujeres, manteniendo la tendencia en los últimos años.

Para los negocios establecidos, se observa una mayor proporción de hombres (62 %), que muestra una marcada diferencia con las mujeres propietarias (38.0 %). En otras palabras, a pesar de que una cantidad similar de hombres y mujeres emprenden, una proporción mayor de hombres lograría sostener sus negocios por más de 42 meses.

Cabe resaltar que las disparidades de género vienen desde antes de la decisión de emprender. Tanto los resultados del presente reporte, como los de años pasados, muestran que los hombres manifiestan una mayor autopercepción de capacidades para emprender, y menor temor al fracaso como barrera para iniciar un negocio. (p. 25)

Sobre esta base nacional recabada por el GEM, los resultados demográficos de la investigación de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte revelaron que el 68 % de los encuestados son hombres, quienes poseen mayor inclinación a gestionar procesos de emprendimiento en relación con el 32 % de mujeres. En términos numéricos participaron 13 hombres y 6 mujeres. La discusión en este aspecto hace hincapié en que más hombres que mujeres están dispuestos a emprender y han tenido una experiencia anterior en estos procesos.

Así mismo, las edades se reafirman con el reporte de GEM, donde se indica el comportamiento de las personas emprendedoras en Ecuador. Estas edades apuntan a que la mayoría de jóvenes menores de 35 años y los universitarios de octavo nivel (entre 21 a 25 años) son quienes más emprenden.

Tras analizar los resultados de los futuros diseñadores, se puede apreciar que, mayoritariamente el grupo se percibe como personas con capacidad para emprender. En tal virtud, Marulanda et al. (2014) refieren la versatilidad que tiene un emprendedor, por lo tanto, no se puede tratar a todos como "emprendedores universales", ya que cada persona proviene de un entorno diferente, así como una historia particular, factores que van a influir de manera significativa tanto en su desarrollo como expectativas al momento de decidir si emprender o no.

El riesgo o miedo al fracaso es una parte intrínseca a la naturaleza propia del emprendedor. Como afirman Lasio et al. (2020), en el reporte de GEM, el 35,8 % de la población ecuatoriana manifestó que el miedo al fracaso impediría iniciar un nuevo negocio. Sin embargo, todos los estudiantes encuestados afirmaron estar dispuestos a tomar riesgos para alcanzar sus metas. El miedo es un reflejo natural que puede o no experimentar una persona ante una situación. El GEM señaló que en Ecuador varias personas no asumirían el riesgo que representa emprender por la desconfianza o malas experiencias. No obstante, el grupo de los futuros diseñadores sí aceptaría aventurarse por cumplir sus ideales, acotando que una empresa es el sueño ideal de muchas personas, ya que consideran que pueden alcanzar libertad financiera, liderazgo y autonomía en múltiples sentidos.

Gamonal-Arroyo y García-García (2015) exponen el quehacer del diseñador gráfico y afirman que no es un productor de formas con la intención de crear mensajes visuales, su trabajo va más allá: «Diseñar acciones expresivas que permitan la interconexión entre el usuario y el diseño a partir de la cual se constituye la comunicación dentro del contexto social generando intercambios sociales a través de su discurso». De esa manera, el 84 % de los

universitarios en Diseño Gráfico afirmó poseer las habilidades y conocimientos para emprender un negocio.

Analizar la carrera de Diseño Gráfico es una tarea que debe integrar diferentes aristas; por lo tanto, se tuvo en cuenta la investigación de Naranjo et al. (2017), quienes manifiestan:

En países como Ecuador, México y Argentina, cercanos a la realidad de las autoras del presente ensayo, consideramos que las carreras de diseño gráfico comparten objetivos comunes a los países latinoamericanos: buscan encaminar esfuerzos por mejorar la educación superior para el desarrollo de sus países a través del fortalecimiento de la disciplina dentro de la sociedad, donde el diseño gráfico participa como configurador de imaginarios visuales, crecientemente debatidos desde el saber más que desde el hacer por las universidades que enseñan el diseño. En la Argentina, la FADU-UBA sigue un modelo ideológico de enseñanza de la alemana Escuela Superior de Diseño Ulm, en consecuencia, en dicha universidad se considera que, para robustecer la enseñanza del diseño, existen dos caminos a recorrer: por una parte, en el hacer del diseño, y por otra, en el conocimiento de la disciplina, el saber teórico. (p. 32)

Lo que marca la enseñanza del diseño es el contexto social y político en que cada universidad se desarrolla, el país en que se encuentra y las influencias traídas a cada carrera por la formación de sus docentes y las experiencias que adquieren en su carrera profesional. Algunas carreras se pueden haber fortalecido desde su labor cotidiana en aspectos como la creatividad y la formalización visual, mientras que otras, más bien se centran en la reflexión del saber mediante el conocimiento crítico de la disciplina. (p. 33)

Dentro de este análisis, de acuerdo con la postura de Naranjo et al. (2017), se evidencia que la malla curricular con la cual se oferta la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad Técnica del Norte, tras un análisis minucioso de pertinencia, pretende dar solución y otorgar profesionales en esta área a la zona norte del país.

En la Tabla 3 se pueden ver las opiniones de los estudiantes acerca de cuáles asignaturas profesionalizantes dentro de la carrera de Diseño Gráfico fomentan su espíritu emprendedor.

**Tabla 3**

*Asignaturas profesionalizantes que fomentan el espíritu emprendedor*

<b>Asignaturas profesionalizantes</b>	<b>Número de estudiantes</b>
Branding	11
Creatividad	5
Fotografía	5
Diseño Publicitario	5
Producción Audiovisual	5
Prototipos 3D I y II	4
Diseño y Composición Visual	3
Diseño e Imagen de Marca	3
Diseño Estratégico	3
Diseño de Nuevos Medios	3
Ilustración Digital	2
Diseño Editorial	2



Asignaturas profesionalizantes	Número de estudiantes
Diseño y Programación Web	2
Fundamentos del Diseño	1
Teoría del Color	1
Imagen Digital	1
Diseño de Envases	1
Ilustración Tradicional	0
Diseño Vectorial	0
Infografía	0
Introducción al Lenguaje Audiovisual	0
Señalética	0
Cultura Contemporánea del Diseño	0
<b>Total</b>	<b>57</b>

De acuerdo con la Tabla 3, Branding es la asignatura profesionalizante con mayor aporte para el desarrollo del espíritu emprendedor.

Cabe señalar que la apreciación por parte de los 19 estudiantes está fundamentada en que cada uno podía escoger tres asignaturas del listado propuesto, correspondiente a todas las asignaturas profesionalizantes de la carrera de Diseño Gráfico. También, se observa coincidencias al escoger cada una de ellas; no obstante, hay asignaturas que ningún estudiante escogió dentro de esta categoría.

Sobre los hallazgos, se destaca de forma positiva la asignatura de Branding con el mayor indicador de incidencia para coadyuvar y desarrollar el espíritu emprendedor. Hoyos (2016) define al *branding* como la creación de una marca o proceso integrado que tiene como objetivo construir marcas fuertes, “poderosas”, es decir, marcas ampliamente conocidas, asociadas con elementos positivos que son deseados y comprados por una amplia gama de consumidores. La definición incluye la identidad o imagen que se quiere tener en el mercado, el diseño gráfico y la presentación de la marca frente a grupos objetivos específicos, para que logre relevancia y, además, rentabilidad en todos los procesos de compra y recompra. Es decir, esta asignatura imparte conocimientos sobre una marca en su conjunto, su gestión

y administración que se asocia con el rostro corporativo con el que llegará a sus públicos objetivos. Entonces, es posible vincular gran parte de los contenidos y resultados de aprendizaje de la asignatura en el desarrollo del espíritu emprendedor, este caso particular, 11 de 19 estudiantes consideraron que la materia Branding es de gran importancia para catapultar el espíritu emprendedor.

Por otro lado, el 64 % afirmó que está preparado para emprender un proyecto al terminar su formación académica; mientras que, el 74 % ha tenido oportunidades de vinculación con el sector productivo paralelo al tiempo de estudios universitarios. Con estos últimos datos, es posible resaltar que los futuros diseñadores se sienten preparados para enfrentarse a su realidad profesional, ya que han tenido contacto con áreas que se relacionan con su campo laboral; incluso, se puede afirmar que esa es una razón para desear emprender.

En relación con la consulta referente al aporte de herramientas y habilidades específicas por parte de las asignaturas profesionalizantes para fomentar su espíritu emprendedor, el 84 % de encuestados afirmó que los contenidos y temáticas planteadas en los sílabos de las asignaturas poseen las características táctico técnicas para fortalecer la aptitud hacia la creación de negocios y emprendimientos.



Malagón (2003) señala que el sistema educativo actual pocas veces estimula el desarrollo del espíritu empresarial, de hecho, enseña el cumplimiento y la voluntad de trabajar en una relación de dependencia; inclusive sostiene que la creatividad de los niños se sofoca o se pasa por alto, pero la creatividad es la piedra angular de la mayoría de los empresarios y de los diseñadores gráficos, como se ha señalado en líneas anteriores. Plantea también que hay cosas que no se puede enseñar como la impulsividad, inteligencia o personalidad, por lo tanto, tampoco es posible saber cómo funciona la mente o la personalidad. Entonces, se comprende que la creatividad y la innovación se deben estimular o incentivar porque son cualidades indispensables para un emprendedor. El fracaso de muchos emprendedores se ocasiona porque está movido únicamente por el hecho de ganar dinero; sin embargo, el emprendedor necesita estar comprometido con la actividad.

En este estudio, se observa que existe voluntad, empeño y predisposición por emprender; el 63 % de universitarios sí ha participado en emprendimientos ajenos a su relación con las actividades de la universidad. En ese sentido, Sunta (2021) indica que el cometido de las universidades es proporcionar a los estudiantes conocimientos interdisciplinarios que les permitan operar en el entorno empresarial. Lo anterior corresponde al perfil de egresados y profesionales de cada universidad, cuya investigación contribuye a promover su participación en el mercado y la inversión en la economía nacional.

También, a criterio de los encuestados, la formación del espíritu emprendedor sí debería ser una parte integral de la carrera de Diseño Gráfico. Los estudiantes destacan los beneficios que ofrece: desarrollar habilidades emprendedoras, oportunidades de negocio, ser profesionales más seguros al innovar y propositivos, además de generar trabajo.

Los futuros diseñadores consideran que las habilidades y competencias más destacadas son la creatividad y la capacidad para generar ideas innovadoras; el conocimiento de *marketing* y estrategias de comunicación efectivas; la habilidad para adaptarse a las necesidades y estrategias de relacionamiento con clientes; el conocimiento profundo del diseño gráfico y sus herramientas; la habilidad

para resolver problemas y tomar decisiones de manera eficiente; la habilidad para negociar y establecer acuerdos justos con los clientes y finalmente, el conocimiento y aplicación de herramientas digitales para la gestión de proyectos y el trabajo remoto. Todas estas opciones fueron tomadas en cuenta desde el perfil del diseñador gráfico y cómo este se puede desempeñar en su vida profesional posterior a la obtención de su titulación.

## Conclusiones

La importancia del desarrollo del espíritu emprendedor para el estudiante de diseño gráfico radica en la manera en que este edifica su futuro como ser social que aspira y visiona la autodeterminación económica y su crecimiento profesional y personal. Desde la perspectiva de la formación académica, establecer acciones y enseñanzas orientadas al emprendimiento permite comprender y adaptar el conocimiento hacia una perspectiva profesionalizante que otorga competencias, aptitudes y habilidades no solo del rigor técnico, sino también en la transformación e innovación hacia la creación de nuevas alternativas de negocio en el campo de la comunicación visual.

Todo esto da lugar a la autorrealización personal de manera significativa para la cristalización de sus aspiraciones empresariales e inclusive de sus familias, generando resultados positivos a nivel social al ser gestores de propuestas con más índice de éxito y oportunidad.

Luego de los análisis y discusiones derivados de la investigación, se determinó que, entre las asignaturas profesionalizantes, unas en mayor medida que otras, juegan un papel importante en el fomento del espíritu emprendedor de los estudiantes de diseño gráfico, tanto sus temáticas como resultados de aprendizaje se han constituido específicamente para proporcionar habilidades, práctica y conocimiento en el campo del diseño, lo que permite a los estudiantes desarrollar proyectos reales, resolver desafíos comerciales y explorar nuevas oportunidades en el mercado. Entre las asignaturas que los estudiantes opinan son las que mayor aporte ofrecen a su espíritu emprendedor son Branding, Creatividad, Fotografía, Diseño Publicitario, Producción Audiovisual y Prototipos 3D I y II.

Los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico analizados en esta investigación, en gran medida, tienen tanto actitud como aptitud para emprender, pues, desde una lectura cualitativa, perciben condiciones favorables y con oportunidades para asumir el riesgo a los diferentes desafíos que implica iniciar una nueva actividad de negocio posterior a la culminación de sus estudios.

Finalmente, se debe considerar las diversas posibilidades de innovación, investigación y desarrollo siempre cambiantes y crecientes en el espectro de la comunicación visual, estas, al ser incorporadas estratégicamente en el proceso de aprendizaje del diseño desde la academia, permitirán que el profesional integre las destrezas técnicas y tácticas para proyectar su espíritu emprendedor.

### Conflicto de interés

Los autores de este artículo declaran no tener ningún conflicto de intereses sobre el trabajo presentado.

### Responsabilidades éticas

En este trabajo, todas las investigaciones que involucraron seres humanos se llevaron a cabo de manera ética, y se obtuvo el consentimiento informado debidamente diligenciado de todos los participantes.

### Referencias

Alfaro, M. G., Lozano, C. M. y Castillo, J. S. (2022). El ADN emprendedor: Una mirada psicométrica al emprendimiento. En A. López (coord.), *Actas del VII Congreso de Investigación, Desarrollo e Innovación de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología -IDI-UNICYT 2022* (pp. 326-332). Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología.

Bertuzzi, F. y Escobar, D. (2017). El espíritu emprendedor (...). *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (64), 41-53.

Cantos, M. E., López, J. E. y Reyes, A. R. (2020). Espíritu emprendedor en los estudiantes de la escuela Panamá de la ciudad de Cuenca-Ecuador. *Sapientiae*, 5(2), 357-370. <https://doi.org/10.37293/sapientiae52.08>

Fernand, P., Ortiz, V. y Tasinchano, M. (2022). Estrategias para fomentar el ecosistema emprendedor en el Ecuador. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 4(1), 138-153. <https://doi.org/10.52948/rcca.v4i1.548>

Gamonal-Arroyo, R. y García-García, F. (2015). La capacidad discursiva del diseño gráfico. *Arte, Individuo y Sociedad*, 27(1), 9-24. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ARIS.2015.v27.n1.43009](https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2015.v27.n1.43009)

Hidalgo, L. F. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 3(2), 1-8. <https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/6074>

Hoyos, R. (2016). *Branding*. ECOE ediciones.

Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J. y Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020. [https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM\\_Ecuador\\_2019.pdf](https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf)

Loaiza, S. (2019). Pertinencia de la carrera de Diseño Gráfico para el proceso de rediseño curricular. *Revista Ecos de la Academia*, 5(9), 45-58. <https://revistasojs.utn.edu.ec/index.php/ecosacademia/article/view/505>

Malagón, F. (2003). El espíritu emprendedor y la creación de empresa. <https://docplayer.es/9844644-El-espiritu-emprendedor-y-la-creacion-de-empresa.html>

Marulanda, F., Montoya, A. y Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 30(51), 89-99. <https://doi.org/10.25100/cdea.v30i51.46>

Mera, M. F. (2022). El perfil del emprendedor en la era del conocimiento. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 9(17), 72-74. <https://doi.org/10.29057/estr.v9i17.8089>

Mitma, R. (2020). Espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas por estudiantes de educación superior. *Quintaesencia*, 11(1), 1-5. <https://doi.org/10.54943/rq.v11i.141>

Naranjo, V., Lozano, R. y Parra, M. (2017). La enseñanza del diseño gráfico en la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador. *Zincografía*, 1(2), 19-34. <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i2.31>

Ortega, A. O. (2018). *Enfoques de investigación*. Métodos para el diseño urbano-Arquitectónico. [https://clasev.com/pluginfile.php/21199/mod\\_resource/content/1/Enfoques%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf](https://clasev.com/pluginfile.php/21199/mod_resource/content/1/Enfoques%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf)

Reyes, N. I. y Molinero, M. (2022). Perfil emprendedor de un grupo de estudiantes universitarios de UNITEC y CEUTEC. *Innovare: Revista de Ciencia y Tecnología*, 11(1), 23-27. <https://doi.org/10.5377/innovare.v11i1.14076>

Sunta, H. (2021). Emprendimiento universitario. [https://www.researchgate.net/publication/353581529\\_UNIVERSIDAD\\_TECNICA\\_DE\\_MANABI\\_EMPRENDIMIENTO\\_A\\_EMPRENDIMIENTO\\_UNIVERSITARIO](https://www.researchgate.net/publication/353581529_UNIVERSIDAD_TECNICA_DE_MANABI_EMPRENDIMIENTO_A_EMPRENDIMIENTO_UNIVERSITARIO)

Universidad Técnica del Norte (2022). Plan Estratégico de Desarrollo Institucional PEDI. Facultad de Educación Ciencia y Tecnología. Carrera de Diseño Gráfico 2018-2023. [https://diseniografico.utn.edu.ec/wp-content/uploads/2023/03/PEDI-FECYT-19-23-DISE%91O-GRa%81FICO-5-1\\_compressed-2.pdf](https://diseniografico.utn.edu.ec/wp-content/uploads/2023/03/PEDI-FECYT-19-23-DISE%91O-GRa%81FICO-5-1_compressed-2.pdf)

Varela, R., Martínez, A. C. y Peña, A. T. (2011). Intención de los estudiantes de la Universidad ICESI hacia la creación de empresa. *Estudios Gerenciales*, 27(119), 169-186. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(11\)70162-0](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(11)70162-0)

## Contribución

**Ana Lucía Mediavilla Sarmiento:** investigador principal. Procesamiento estadístico de datos, escritura de materiales y métodos y obtención de los resultados.

**Santiago David Loaiza Polo:** análisis e interpretación de resultados, escritura de la introducción, métodos, discusión y conclusiones.

**Luis Estuardo Braganza Benítez:** análisis e interpretación de resultados, escritura de la consolidación de referencias, interpretación de resultados y análisis crítico del documento.

Todos los autores participaron en la elaboración del manuscrito, lo leyeron y aprobaron.