

Perspectiva de los empleadores sobre la pertinencia académica del programa de Diseño Visual

Resumen

En el presente artículo se comparten los resultados obtenidos con el estudio de pertinencia académica que, sobre el Programa de Pregrado en Diseño Visual, realizó la Vicerrectoría Académica de la Universidad de Caldas. El objetivo del estudio fue conocer la percepción de los empleadores sobre diferentes aspectos institucionales como la calidad en los procesos de formación, en el desarrollo de competencias y sobre la calidad en el desempeño profesional de sus egresados. Se propuso una investigación descriptiva de carácter no experimental, en la que se utilizó para realizar las comparaciones, la prueba de U de Mann-Whitney, y, para el procesamiento estadístico de la información, el software Xlstat 2014. A través del estudio se pudo establecer el grado en que la institución y el programa atienden a los requerimientos del medio; igualmente, la apreciación que los empleadores tienen sobre las competencias de los egresados en áreas como el manejo de segunda lengua, la capacidad para generar empresas, el compromiso social, la adecuación a las dinámicas digitales, entre otros. Por último, se pudo concluir que la ciudad de Manizales no sólo conserva su calidad de ciudad universitaria, sino que progresivamente se consolida como centro empresarial y escenario para el emprendimiento.

Gustavo Alberto Villa
Carmona
Magíster en Estética
Profesor Asociado Universidad de Caldas
Departamento de Diseño Visual
gustavo.villa@ucaldas.edu.co
 orcid.org/0000-0002-7037-9103

Francisco Javier Ruíz Ortega
Doctor en Didáctica de las Ciencias.
Docente del Departamento de Estudios Educativos - Universidad de Caldas.
francisco.ruiz@ucaldas.edu.co
 orcid.org/0000-0003-1592-5535

Diana Marcela Montoya Londoño
Magíster en Educación con énfasis en relaciones pedagógicas. Magíster en Neuropsicología. Docente Departamento de Estudios Educativos - Universidad de Caldas.
diana.montoya@ucaldas.edu.co
 orcid.org/0000-0001-8007-0102

Carmen Dussán Lubert
Magíster en Enseñanza de las Matemáticas. Docente Departamento de Matemáticas - Universidad de Caldas.
carmen.dussan@ucaldas.edu.co
 orcid.org: 0000-0002-8093-6487

Recibido: Febrero 2016

Aprobado: Abril 2016

Palabras clave:
Autoevaluación, competencias, diseño visual, empleadores, emprendimiento.



Perspective of the employers about the academic pertinence of the Visual Design Program

Abstract

The results from the academic pertinence study carried out by the Academic Vice-Rector's Office of Universidad de Caldas about the Visual Design Undergraduate Program are shared in this article. The aim of the study was to know the perception of the employers about different institutional aspects such as the quality of the educational processes, development of competences and quality in the professional performance of its graduate students. A descriptive research of non-experimental nature is proposed in which the Mann-Whitney U Test was used to make the comparisons, and the Xlstat 2014 software was used for the statistical processing of the information. Through this study it was possible to establish the level in which the institution and the program take into consideration the requirements of the environment. Likewise, the appreciation that employers have about the competences of the graduate students in areas like the use of a second language, ability to establish a business, social commitment, adapting to digital dynamics, among others. Finally, we could conclude that Manizales not only preserves its quality of University City, but also progressively consolidates itself as business center and setting for the entrepreneurship.

Key words:

Self-evaluation, competences, visual design, graduate students, entrepreneurship.

Introducción

El presente artículo deriva de los resultados obtenidos con el estudio de pertinencia social y académica que la Vicerrectoría Académica de la universidad realizó sobre el Programa de Pregrado en Diseño Visual. El estudio de pertinencia ha permitido corroborar gran parte de la información que sustentó el proceso de reacreditación adelantado por el programa durante el 2013; igualmente, se auna a los procesos de autoevaluación cuya finalidad es sostener en el tiempo la calidad, coherencia y concordancia de los contenidos ofertados, con las exigencias del medio. De este modo, los estudios de pertinencia se realizan como una forma de evaluar y garantizar la calidad académica y formativa de un programa profesional en pregrado. De acuerdo con el Ministerio de Educación Nacional, la pertinencia es definida en Colombia como la capacidad de la institución y de sus programas educativos, para responder a los requerimientos del medio. Desde esta perspectiva, se espera que la institución actúe frente a estas necesidades de manera proactiva, tendiendo siempre a transformar el contexto en que se opera, todo ello en el marco de los valores que inspiran a la institución y la definen (Consejo Nacional de Acreditación -CNA-, 2013).

Los estudios referidos sobre calidad académica subrayan el reconocimiento de la relación entre pertinencia y calidad, la cual se ha puesto de manifiesto en diferentes encuentros de investigadores orientados a pensar la educación superior, algunos de los cuales han sido realizados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2009) y por el Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC, 2009); destacan entre dichos eventos la Conferencia Regional de Educación Superior de América Latina y el Caribe (CRES), en la que se dejó en claro que la principal obligación de las universidades, públicas y privadas, es ofrecer educación con calidad y pertinencia (UNESCO-IESALC, 2008); conclusión similar a la señalada en la Segunda Conferencia Mundial por la Educación Superior, en la que se indicó que a través de la educación se deben

perseguir al mismo tiempo metas de equidad, pertinencia y calidad (UNESCO – IESALC, 2009).

Así entendida, la pertinencia social y académica de un programa de pregrado se estudia con el fin de revisar la permanente justificación de la oferta académica del programa frente a las necesidades del país y el desarrollo cultural y científico de la Nación (Ministerio de Educación Nacional - MEN, 2016). La evaluación de la pertinencia de un programa se justifica, en razón al compromiso que como universidad se establece con la efectividad y la pertinencia de la educación superior que se oferta, para poder garantizar el adecuado cumplimiento de condiciones como la calidad, la igualdad, y la investigación orientada a la innovación (Ferro–Bayona, et al., 2014).

Desde esta perspectiva, la pertinencia se entiende desde conceptos, como la pertinencia social que hace referencia a las necesidades de formación del contexto, mientras que la pertinencia académica se refiere a la forma como el programa académico da respuesta a estas necesidades a partir de los propósitos de formación y de la misma estructura curricular del programa (Martínez & Letelier, 1998; Guerra–Gallardo, 2014).

32

Así entendido, el concepto de pertinencia social y académica puede ser comprendido como el grado de contribución o intervención de las universidades en la solución de las necesidades o demandas de la sociedad, en una interacción en la que la universidad toma el entorno como su objeto de estudio y así identificar problemas, proponer soluciones y participar en ellas, desde una posición reflexiva que permite mantener vigentes los principios inherentes a su condición de universidad (Vergel–Ortega, 2015).

En el marco de la autonomía institucional, para que la universidad y sus programas respondan a las necesidades del medio, se requiere que la institución sea capaz de articular la calidad, la pertinencia, la eficacia, la transparencia y

la responsabilidad social en cada una de sus propuestas educativas. Desde esta perspectiva, la pregunta por la pertinencia social y académica implica reconocer y exaltar el papel que desempeña la educación superior en la sociedad, cuando sus ofertas académicas responden a los desafíos que la contemporaneidad ofrece en diferentes frentes, desplegando para ello su capacidad de respuesta e integración de aspectos relevantes como la diversidad, el diálogo intercultural, los valores endógenos del contexto, los cuales ponen de manifiesto que, si bien se debe alcanzar la idoneidad académica, el principal compromiso de la educación superior es la responsabilidad social.

En tal sentido, se ha considerado que la política de acceso a la educación superior no logrará su mayor potencial de impacto si no se acompaña con acciones tendientes a garantizar que la formación que se imparte tenga altos estándares de calidad y esté alineada con las oportunidades de crecimiento económico y la mejora del bienestar social que brinda el contexto actual (Ferro – Bayona, et al., 2014).

Además, el estudio de la pertinencia adquiere gran relevancia si se analiza desde el punto de vista de los empresarios, dado que las empresas son el lugar natural donde los egresados proyectan el cumplimiento con la formación impartida en el programa y dan cuenta de la manera como está, cumple con los requerimientos de calidad en cuanto a la formación profesional y ciudadana del egresado en la sociedad.

En este mismo sentido, se considera que la pertinencia debe ser la cualidad principal de la relación o vínculo universidad-sociedad, y por lo mismo, universidad–empresa, vista dicha relación desde el papel que desempeña y el puesto que ocupa la educación superior en el centro de la sociedad (UNESCO, 2009; Vergel – Ortega, 2015).

Indudablemente, la vinculación en la presente investigación de los empresarios, con su visión y participación práctica en el medio laboral posibilita a la academia revisar, enriquecer y retroalimentar el currículo del programa; igualmente definir, con base en el requerimiento real derivado de las necesidades del medio, las competencias que parecen ser más significativas para la formación profesional general, y las competencias específicas que el contexto actual exige a las disciplinas.

En este mismo sentido, es importante señalar que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y el Banco Mundial, han señalado que en el desarrollo de programas con pertinencia se deben incluir competencias generales y específicas que garanticen tanto la calidad académica como la pertinencia social. De acuerdo con esta perspectiva, se reconocen al menos cuatro grupos de competencias principales que sientan las bases de un sistema de aprendizaje de excelencia, estas son: competencias en disciplinas específicas, competencias genéricas, aprendizaje en contexto y cadena de valor agregado. Puede señalarse, entonces, que las competencias generales y específicas se refieren al perfil que se espera de un profesional de acuerdo con el campo de conocimiento elegido, mientras que el aprendizaje en contexto y la cadena de valor, hacen referencia no solo a la capacidad del currículo para dar respuesta a las demandas formativas en un mundo globalizado, sino también, al reconocimiento del nivel de formación y de desarrollo cognoscitivo que tiene un estudiante al comenzar el programa y a la madurez formativa que alcanza al egresar del mismo (OCDE & Banco Mundial, 2012).

Con base en lo anterior, el presente artículo ofrece los resultados del estudio que tuvo como objetivo evaluar la pertinencia del programa de Diseño Visual desde la perspectiva de los empleadores para el período 2005 – 2014.

Método

Esta es una investigación descriptiva de carácter no experimental, donde la población objeto de estudio estuvo constituida por las empresas e instituciones empleadoras de egresados del programa de Diseño Visual de la Universidad de Caldas (2010-2014). Se trabajó con una muestra no probabilística de 37 empleadores de egresados del programa de Diseño Visual, quienes voluntariamente contestaron la encuesta enviada a su correo electrónico. Las variables utilizadas en la investigación respondieron al interés del programa y de la Vicerrectoría Académica en cuanto a datos de la empresa, condiciones del entorno laboral, valoración del grado de satisfacción con el desempeño profesional del egresado, competencias profesionales desarrolladas por la universidad y por el programa académico.

Mediante tablas y gráficas se describen las variables estudiadas. La comparación entre las valoraciones de las competencias que son requeridas en el ámbito laboral y que el empleador considera posee el egresado, se realizaron mediante la prueba de U de Mann –Whitney (Sheskin, 2007). Los análisis se llevaron a cabo utilizando el software Xlstat 2014.

Resultados

El 51,4% de las 37 instituciones que respondieron la encuesta están ubicadas en el departamento de Caldas (48,6% en Manizales), el 24,3% en la ciudad de Bogotá y el resto tienen su domicilio en los departamentos de Antioquia, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca. La mayoría de las instituciones (62,2%) son de naturaleza privada y en general están ubicadas en la ciudad de Bogotá (56,8%).

En cuanto al número de profesionales en diseño visual que laboran en la empresa, los responsables de la información señalaron que dicho valor oscila

entre 1 y 15 profesionales contratados, siendo 1 profesional el 43,2% de los casos y 15 o más diseñadores visuales en el 10,8% de ellos. Ahora, el 13,5% de los directivos de las empresas manifestó que requerirán los servicios profesionales de únicamente un diseñador visual en los próximos cinco años.

En lo que respecta al desempeño profesional de los egresados del programa de Diseño Visual de la Universidad de Caldas, la mayoría de los representantes de las empresas valoraron el grado de satisfacción en un porcentaje alto o muy alto (89,2%), únicamente el 10,8% de ellos opinó que su desempeño es medio o bajo (figura 1).

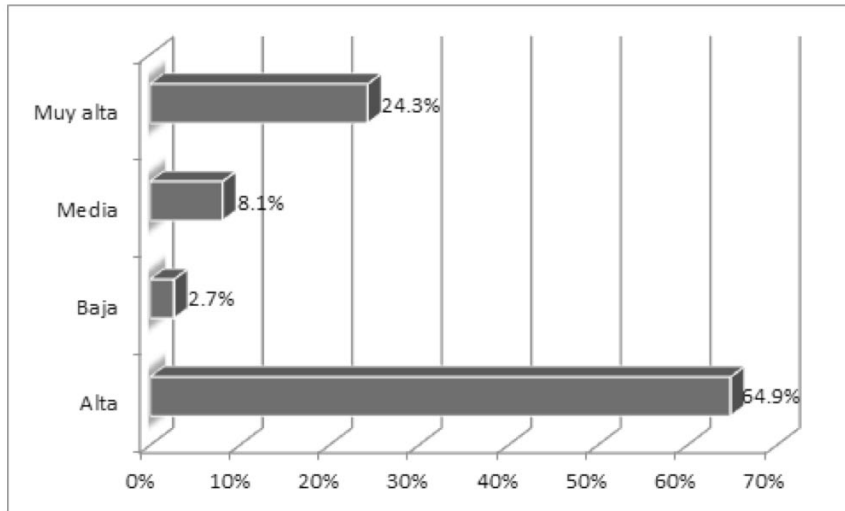


Figura 1. Grado de satisfacción con el desempeño profesional de los egresados del programa de Diseño Visual de la Universidad de Caldas. (Fuente: Autores).

En la encuesta se le solicitó a los representantes de las instituciones evaluar al profesional en Diseño Visual de la Universidad de Caldas, en relación con algunas competencias que todo egresado de la institución y del programa debería poseer (la indagación se realizó teniendo presente el perfil del egresado y el plan de desarrollo de la Universidad de Caldas); para la evaluación se solicitó al egresado utilizar una escala tipo Likert (muy poco, poco, medio, alto y muy alto). Las preguntas buscaron determinar el grado de coherencia para las competencias entre lo adquirido por el profesional durante su proceso de cualificación y lo exigido en el medio laboral.

En lo referente a las competencias generales que los egresados de la Universidad de Caldas deben poseer, se encontró diferencia significativa entre la valoración que el representante empresarial realizó del grado en que esta cualidad es poseída por el egresado y el nivel requerido en el ámbito laboral (Pvalores de 0,035 o menores). En todos los casos se consideró que las exigencias de la competencia en el ámbito laboral, eran superiores que las destrezas poseídas por el egresado, alcanzando niveles críticos en la capacidad del diseñador visual de expresarse en un segundo idioma y la competencia para expresarse oralmente con claridad. Sobre estos dos ítems, únicamente el 21,6% y el 48,6% de los encuestados calificó como alto o muy alto, respectivamente, tales habilidades en el egresado.

Para las demás competencias analizadas se encontró que al menos el 51,4% de los representantes empresariales las calificó como poseída por el profesional en diseño visual en grado alto o muy alto; destacan entre ellas, las habilidades para buscar, procesar y analizar información de fuentes diversas; la capacidad creativa e innovadora; la capacidad de aprender y actualizarse permanentemente; la capacidad de trabajo en equipo y entendimiento interpersonal, y, el compromiso ético. Competencias requeridas en el escenario laboral a las que el egresado en diseño visual responde de manera satisfactoria. Las valoraciones obtenidas se ilustran en la tabla 1.

Tabla 1. valoración del representante institucional del grado en que el egresado posee la competencia y lo requerido en el ambito laboral. Competencias institucionales.

Competencia	Muy alto o alto		Medio		Bajo o muy bajo	
	Egresado	Entorno laboral	Egresado	Entorno laboral	Egresado	Entorno laboral
Responsabilidad social y compromiso ciudadano	75,6%	94,6%	13,5%	5,4%	10,9%	0,0%
Capacidad de comunicarse oralmente con claridad	48,6%	91,9%	35,1%	5,4%	16,3%	2,7%
Capacidad de exponer las ideas por medios escritos	51,4%	89,2%	29,7%	5,4%	18,9%	5,4%
Capacidad de comunicación en un segundo idioma	21,6%	62,2%	37,8%	27,0%	40,5%	10,8%
Capacidad para utilizar herramientas informáticas básicas (procesadores de texto, hojas de cálculo, correo electrónico, etc.)	67,6%	86,5%	27,0%	13,5%	5,4%	0,0%
Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente	81,1%	94,6%	18,9%	2,7%	0,0%	2,7%
Habilidades para buscar, procesar y analizar información de fuentes diversas	91,9%	94,6%	8,1%	5,4%	0,0%	0,0%
Capacidad de pensamiento crítico	64,9%	94,6%	27,0%	2,7%	8,1%	2,7%
Capacidad creativa e innovadora	86,5%	97,3%	13,5%	2,7%	0,0%	0,0%
Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas	62,2%	94,6%	35,1%	2,7%	2,7%	2,7%
Capacidad para asumir responsabilidades y tomar decisiones	64,9%	94,6%	29,7%	5,4%	5,4%	0,0%
Capacidad de trabajo en equipo y entendimiento interpersonal	81,1%	97,3%	16,2%	2,7%	2,7%	0,0%
Compromiso ético	86,5%	94,6%	10,8%	5,4%	2,7%	0,0%
Capacidad para aceptar las diferencias y trabajar en contextos multiculturales	75,7%	97,3%	21,6%	2,7%	2,7%	0,0%
Capacidad para entender el entorno en el que ejerce la profesión	67,6%	97,3%	24,3%	2,7%	8,1%	0,0%

Con relación a las competencias que ofrece al egresado el programa de Diseño Visual, no se encontró diferencia en lo poseído por el profesional y lo exigido en el medio para el ítem “Estructurar información visual en las áreas de la imagen, ya sea fija, móvil, ambiental o digital” (Pvalor = 0,051), lo que significa que en este aspecto, no hay diferencia en lo poseído por el diseñador visual y lo exigido en el medio. En esta competencia el 91,9% de los empleadores consideró que el egresado la posee en grado alto o muy alto. Se anota que éste ítem es estructural en la definición del objeto de estudio del diseño visual y en la estructuración del plan de estudios del programa en la Universidad de Caldas (tabla 2). Para las demás competencias se encontró diferencia estadística entre lo percibido por el representante empresarial en el egresado y lo requerido en el medio (Pvalores de 0,022 o menores), siendo más exigente el ambiente laboral.

Las mayores diferencias se establecieron en la capacidad para la generación de empresa, mediante la aplicación de los principios de la gerencia y el mercadeo del diseño y en la destreza para investigar problemas existentes dentro de los límites de su objeto de estudio, desde una perspectiva global (tabla 2).

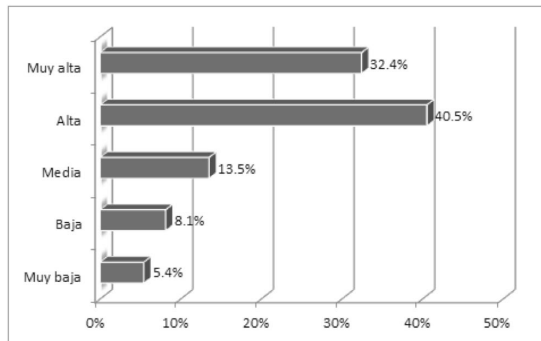


Figura 2. Considera que el egresado de la Universidad de Caldas aporta en el campo empresarial, científico, artístico, cultural, económico o político de la sociedad (Fuente: Los autores).

Tabla 2. valoración del representante institucional del grado en que el egresado posee la competencia y lo requerido en el ambito laboral. Competencias idel programa.

Competencia	Muy alto o alto		Medio		Bajo o muy bajo	
	Egresado	Entorno laboral	Egresado	Entorno laboral	Egresado	Entorno laboral
Capacidad para afrontar procesos de investigación cuyos resultados incidan positivamente en el desarrollo de las comunidades, con un sentido crítico, ético, respetuoso de las diferencias y concordante con las dinámicas culturales y de inserción en el panorama internacional	51,4%	81,1%	37,8%	13,5%	10,8%	5,4%
Administrar sistemas de información, basados en los conceptos y formas presentes en la identidad visual de las empresas	78,4%	97,3%	21,6%	2,7%	0,0%	0,0%
Conformar equipos interdisciplinarios de trabajo, con los cuales diagnostica problemas de información y comunicación visual en el medio	78,4%	94,6%	18,9%	5,4%	2,7%	0,0%
Estructurar información visual en las áreas de la imagen, ya sea fija, móvil, ambiental o digital	91,9%	97,3%	8,1%	2,7%	0,0%	0,0%
Investigar problemas existentes dentro de los límites de su objeto de estudio, desde una perspectiva global	56,8%	89,2%	27,0%	8,1%	16,2%	2,7%
Generar empresa, mediante la aplicación de los principios de la gerencia y el mercadeo del diseño	45,9%	83,8%	32,4%	13,5%	21,6%	2,7%

Tabla 3. Nuevos campos hacia donde se mueve el diseño visual.

Interactividad nuevos medios innovación en comunicación. Hacia lo virtual.

El carácter propio del diseño va más allá del espectro formal de la solución en cualquiera de sus ámbitos (visual o industrial). La dimensión actual de los procesos de diseño ha de ser concebida de manera integral, ante los múltiples escenarios en los que la gestión creativa hace parte de la dinámica empresarial.

Teniendo en cuenta las características del entorno actual, situado bajo el contexto de las tecnologías de la información y las comunicaciones, se evidencia una demanda creciente de profesionales con una visión clara en los procesos de diseño, fundamentados en conceptos de interacción y el respectivo alcance de la labor del diseño visual con base en valor de la comunicación; todo con el fin de facilitar soluciones responsables con énfasis digital, que se traduzcan en beneficios tangibles para mejorar la calidad de vida de los individuos e intangibles para optimizar su relacionamiento a nivel de las sociedades.

A la generación de contenidos, en formatos de alta calidad. Digital interactivo 4D. (5D).

Hacia el desarrollo de estrategias hacia el desarrollo social y comunitario. Dignificar el papel del ciudadano en todos los campos de la vida.

No conozco la perspectiva actual del Programa Diseño Visual, como profesión está estrictamente ligada al avance tanto conceptual como tecnológico de la comunicación.

La parte digital está teniendo más fuerza cada vez y creo que debe dársele toda la importancia que requiere.

Sí, considero que las nuevas tecnologías están cambiando los hábitos digitales de los consumidores y el diseño visual se está adaptando a este fenómeno.

Hacia un diseño que trasciende la forma como resultado de su acción, y en cambio se vincula a otros campos que tienen mayor relación a nivel social, político y ecológico. El diseñador pasa de ser un experto en la producción y manejo del lenguaje visual, para convertirse en el profesional que a través de este lenguaje media y propone diferentes acciones en los diferentes contextos. Por otro lado, cada día es más urgente que los profesionales del diseño tengan la capacidad de comprender las realidades sociales y sean críticos frente a las mismas, a la vez que un elevado nivel de responsabilidad social y ética en su práctica.

En los medios virtuales de aprendizaje. Investigativa. Marketing digital.

Desde mi punto de vista, si al diseñador visual no se le educa más en la innovación el emprendimiento y sobre todo en ser parte de un equipo enmarcado en el mercadeo como un integrante de una cadena de producción de ideas y experiencias para los clientes y consumidores, no va a dejar de estar enfrascado en ideas muy académicas y poco prácticas para la vida laboral presente y del futuro.

Hacia el *social management* y psicología del consumidor. Hacia los campos que el medio del diseño se ha ido expandiendo.

Es una disciplina que puede y debe aportar a todas las demás disciplinas. Un diseñador visual siempre será útil en cualquier equipo de trabajo, desde que el líder de dicho equipo tenga esta visión.

Nuevas tecnologías de la información. Diseño de experiencias y diseño del servicio. Contenidos plenamente interactivos y dirigidos a que su interlocutor utilice sus 5 sentidos.

Se está incursionando en campos de innovación y artes electrónicas. El mercadeo digital es cada vez más fuerte. Entornos virtuales. Realidad virtual. Transmedia.

Diseño ambiental. Pedagógico y diseño social. *CrossMedia* y *TransMedia*. Contenidos digitales, visualización de datos, innovación – creación.

Todo lo que tiene que ver con los cambios de la ciencia, el arte y la tecnología.

La investigación acción participativa, la innovación social, el emprendimiento cultural, la educación, la sostenibilidad ambiental, la memoria y el patrimonio, el turismo, el trabajo transdisciplinar y colaborativo, las redes, el video inverso, la realidad aumentada, las plataformas multifuncionales, el diseño generativo, el diseño universal.

Es un área que ha ido ganando mucho terreno en el diseño de interfaces gráficas para web y aplicaciones móviles.

Una de las áreas de alto crecimiento en Colombia y el mundo es la formación virtual, esto desde niveles básicos a superiores, esto implica que se generen nuevas formas de comunicar visualmente de tal manera que aporte a los aprendizajes de los estudiantes, esto va más allá de la simple creación de plantillas, y se enfoca en la creación de objetos visuales que requieren una labor interdisciplinar o transdisciplinar que buscan aportar, desde la investigación y lo pedagógico, a la formación de estudiantes.

Discusión: El análisis de resultados obtenidos en el estudio permiten comprender algunas de las transformaciones que tanto la academia, el contexto y las empresas han tenido en los últimos años. Si bien el programa de Diseño visual puede calificarse como una propuesta profesional relativamente joven (creado en 1991), la información suministrada por los representantes de las empresas demuestra que Manizales conserva su cualidad de centro de formación universitaria, también, que de manera progresiva se ha convertido en un importante escenario empresarial, en el que los egresados inician su ejercicio laboral. Es de anotar que los nuevos campos de acción hacia los

que ha migrado la disciplina, son concordantes con la propuesta académica, de modo que las áreas de empleo igualmente han tendido a renovarse y más importante aún, a ampliar los nichos que tradicionalmente tuvieron el diseño y la comunicación.

En complemento de la posición de los empleadores, y con base en los datos suministrados por los egresados en el estudio del pertinencia donde valoraron las competencias adquiridas en el programa, si bien la cifra relacionada con la generación de empresas fue del solo del 37,7% para la competencia y del 18,2% para los dueños de su propia empresa, el dato es significativo porque ayuda a establecer el crecimiento de este renglón. Realidad que contrasta con la apreciación de los empleadores quienes pueden no reconocerla de manera clara, por la novedad en los estilos de negocio o por la renovación de las empresas del medio de las comunicaciones; en otras palabras, para el programa de Diseño Visual el número de empresas generadas por los egresados ilustra un avance significativo tanto en los procesos de gerencia, como en las dinámicas de emprendimiento que han sido implementadas en todos los niveles de formación educativa.

42

Con relación al número de profesionales que las empresas esperan contratar, la cifra, como ya se mencionó, oscila entre uno y quince diseñadores visuales. Estos números se conectan de manera directa con el tipo de negocio o institución encuestada; por ejemplo, en el caso de las instituciones de educación, el promedio de contrataciones es más elevado, debido a su naturaleza y a la gran cantidad de dependencias a las cuales se unen tales profesionales. En el escenario de lo público, consejos, gobernaciones, entre otras, han integrado de manera permanente a sus nóminas profesionales del diseño, para que se ocupen, entre otros aspectos de su comunicación electrónica, actualización y mantenimiento de portales web. Ahora, en cuanto a las empresas del sector privado una de las funciones que destaca para los diseñadores visuales es

la de *community manager*, que exige un profesional integral en el manejo de la comunicación, el diseño y la imagen. Así mismo, los profesionales en diseño visual, han contribuido a formar perfiles para el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial en estas instituciones, pues en su proceso de formación se les insta a reconocer el papel que cumple el ciudadano en las interacciones empresa-comunidad.

Como se observa, es revelador el grado de calidad con el que es valorado el desempeño profesional de los egresados del programa, sobresaliendo las competencias de los egresados en responsabilidad social y compromiso ciudadano; capacidad de abstracción, análisis y síntesis; capacidad de aprender y actualizarse de manera constante; capacidad creativa e innovadora; capacidad de trabajo en equipo y entendimiento interpersonal. Lo anterior es consecuencia de la preocupación del Programa de Diseño Visual, por que los estudiantes no solamente ejecuten productos adecuados y cualificados, sino también, que sean capaces de administrar sistemas de comunicación, grupos de trabajo, de gestionar la información dentro de la empresa, etc.

Si bien el porcentaje de aceptación es alto, es prudente subrayar el contraste que ofrecen las cifras debido a la apreciación hecha por los empleadores de las capacidades ideales que, consideran, un empleado debe tener, motivo por el cual, la exigencia expresada está por encima de lo que, en apariencia, la universidad y el programa ofrecen. En este sentido, las falencias en las capacidades de comunicación en segundo idioma y en exponer ideas por medios escritos, son elementos que tendrán que ser revisados por la universidad pues hacen parte de las políticas y niveles de formación general que exige la institución. Entre los puntos inherentes a revisar en la estructura curricular del programa, se encuentra la mediana capacidad que demuestran los egresados para investigar problemas existentes dentro de los límites de su objeto de estudio; esta aseveración difiere con la realidad académica que

el estudiante afronta, porque en su formación el ejercicio investigativo está presente en varios momentos, de allí que sea lícito inferir esta debilidad, no tanto con el campo amplio de la investigación, sino con el tipo de estudio que cada empresa requiere, ya que no es lo mismo una investigación de corte descriptivo o analítico dentro de una actividad académica, que un estudio de mercado o un estudio diagnóstico que defina los posibles clientes que la empresa puede atender con sus productos.

De otro lado, los empleadores consideran que el egresado de la Universidad de Caldas, hace un aporte social y contextual a la sociedad en los campos, empresarial, científico, artístico, cultural, económico y político. Se descubre en este reconocimiento, que los proyectos encaminados a la generación y a la transferencia del conocimiento, desarrollados por la universidad desde hace algunos años, han tenido un impacto positivo y real en el contexto; particularmente, sobre la actividad proyectual que se constituye en la disciplina objeto de estudio del programa.

Nuevas informaciones suministradas por los empleadores se relacionan con los campos de acción y las adecuaciones que los profesionales en diseño visual hacen a los avances de la ciencia y la tecnología, que incluyen áreas que van desde la gestión creativa integrada a la dinámica empresarial; hacia el estudio de los cambios en el comportamiento de los usuarios, así como en todas las áreas de los datos, la información y la comunicación que debe administrar la empresa; y finalmente, hacia escenarios no tradicionales pero fundamentales como la ecología, la psicología de consumo y la responsabilidad social.

Estos últimos ítems permiten colegir que la oferta académica del programa auspicia tanto la flexibilidad curricular, como el acercamiento de los miembros de su comunidad hacia la adaptación a las dinámicas sociales que le rodean. Ello ha permitido demarcar las acciones formativas de los estudiantes y futuros

profesionales, centrándose en potenciar sus capacidades y competencias más que en el fortalecer un perfil profesional invariante, lo que sumado a diferentes acciones favorecen el reconocimiento del programa de Diseño Visual como una propuesta académica de alta calidad.

Conclusiones

Aparte de los hallazgos referidos, del ejercicio reflexivo derivan las siguientes conclusiones:

En primer lugar, se hacen evidentes las similitudes en los resultados obtenidos en el estudio de pertinencia y los conseguidos en la revisión de algunos de los factores incluidos en el proceso de reacreditación del programa realizado en el 2013; dichas similitudes se hallan en el factor referido a misión y proyecto institucional, al factor de procesos académicos y al factor de características asociadas a los egresados e impacto en el medio. Sin embargo, más allá de confirmar o reiterar información, se descubre que las acciones emprendidas para lograr la acreditación de alta calidad del programa se han filtrado de manera afortunada al medio; de otro lado, se aprecia cierta correspondencia entre las competencias que los empresarios esperan de los profesionales y el objetivo del programa de fortalecer los procesos de formación de tipo integral.

En cuanto al contexto, Manizales se reconoce como un importante centro educativo de carácter universitario. La presencia de programas académicos caracterizados por el manejo de tecnologías de punta y con propuestas de investigación progresistas, han marcado el entorno y han exigido que se trabaje institucionalmente para alcanzar su reconocimiento como eje empresarial; por tanto, y como consecuencia de lo anterior, la ciudad ha sido capaz de asimilar un alto número de profesionales en diseño visual y ha permitido la creación de empresas por parte de los egresados del programa que buscan contribuir

al desarrollo de la región. Si bien Bogotá es, por ser el centro administrativo del país, uno de los principales destinos de los profesionales en diseño visual, es justo resaltar, como se ha hecho, el lugar que en la actualidad ocupa de Manizales como espacio de emprendimiento. Al respecto cabe señalar que en el informe de *Doing Business* Colombia para 2013, se confirmó a la ciudad de Manizales, como la ciudad donde es más fácil hacer negocios, al representar para los investigadores en temas de emprendimiento una ciudad de oportunidades de crecimiento y desarrollo para sus habitantes (Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo–Banco Mundial, 2013; Aldana, 2015).

La necesidad de fortalecer los programas y políticas que tiene la Universidad de Caldas respecto a los factores asociados a internacionalización, aparece como una debilidad que urge superar. Se requiere mayor énfasis en la capacitación de los estudiantes en una segunda lengua de manera más efectiva; competencia requerida por un contexto global de negocios, así descrito por los empleadores. La intensificación de los programas relacionados con el dominio de un segundo idioma, redundará en beneficiados en proyectos como los de internacionalización y de proyección.

46

Se demuestra, igualmente, el cambio positivo de percepción de los empleadores sobre el profesional en diseño visual. Desde la creación del programa, uno de los retos más desafiantes era transformar la percepción de los industriales sobre programas relacionados con la imagen, el diseño y la comunicación en el contexto inmediato; sin embargo, la alta absorción de egresados que realiza en la actualidad el medio empresarial, permite inferir un cambio positivo sobre la concepción del diseño y de su incidencia como factor de desarrollo, lo que se convierte en un aliciente para proponer nuevos retos académicos.

Los cambios en la percepción de los empleadores da cuenta, además, de la aceptación y reconocimiento que hace el contexto inmediato a las acciones

educativas, investigativas y de proyección social que adelanta la Universidad de Caldas. En este sentido, el Programa de Diseño Visual no ocuparía el sitio actual, sin el apoyo y el respaldo de una institución con la tradición y calidad de la universidad.

Finalmente es necesario asegurar la periodicidad de este tipo de ejercicios evaluativos, pues la constante crítica y acercamiento al medio, a las empresas y a la comunidad, aseguran que la oferta académica del programa, en sus niveles de formación, se establezcan con la calidad requerida por el contexto. De tal forma que el concepto de pertinencia, al menos dentro del Programa de Diseño Visual, se siga entendiendo como la adecuación del conocimiento al entorno en el que se inscribe.

Referencias

Aldana, E (2015). *Manizales le apuesta a ser la ciudad del emprendimiento*. Recuperado de <http://www.revistagerentepyme.com/manizales-le-apuesta-ser-la-ciudad-del-emprendimiento/>.

Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo–Banco Mundial (2013). *Doing Business en Colombia 2013*. Regulaciones inteligentes para las pequeñas y las medianas empresas. Washington DC: Clearance Center.

Consejo Nacional de Acreditación –CNA– (2013). *Lineamientos para la acreditación de programas académicos*. Colombia. Recuperado de http://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_pregrado_2013.pdf. .

Ferro Bayona, J; Altbach, P., Reinsberg, L., Rumbley, L., Salmi, J., Cárdenas, J., Gómez, D., Higuera, A., Vélez, C., Guzmán, C., Roa, A., Chaparro, f., De

Wit, H., Kouwenaar, K., Vélez, J., Toro, R., Martínez, A., Cabera, K., Cañón, J., Pacheco, I., Wasserman, M., Ruiz – Rodgers, N., Restrepo, J (2014). *Educación Superior en Colombia: Doce propuestas para la próxima década*. Colombia: Universidad del Norte. P.69.

Guerra – Gallardo, L (2014). Pertinencia social y académica de los programas de posgrado: Un reto para las universidades del siglo XXI. *Revista el acontecer científico*, 4 (6): 26 – 33.

Martínez, E., Letelier M (1998). *Evaluación y acreditación universitaria. Metodologías y experiencias*. Caracas: Nueva Sociedad.

Ministerio de Educación Nacional – MEN (2016). Creación de programas académicos. Recuperado de: <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-235796.html>. Programa de Diseño Visual (2013). *Informe de autoevaluación con fines de renovación de la acreditación*. Programa de Diseño Visual. Documento inédito.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC (2009). Conferencia Regional de Educación Superior de América Latina y el Caribe (CRES) (2008). Recuperado de: http://www.iesalc.unesco.org.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=365&Itemid=423&lang=es.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC (2009). Conferencia Mundial de Educación Superior 2009. Recuperado de: http://www.iesalc.unesco.org.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=826%3Acobertura-completa-

de-la-conferencia-mundial-de-educacion-superior&catid=95%3Avease-tambien&Itemid=451&lang=es. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2009). Políticas, estrategias y planes regionales, subregionales y nacionales en educación para el desarrollo sostenible y la educación ambiental en América Latina y el Caribe. Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible 2005-2014. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001819/181906S.pdf>. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Banco Mundial (2012). *La Educación Superior en Colombia 2012. Evaluación de Políticas nacionales de Educación Superior*. Recuperado de: <http://www.oecd.org/edu/skills-beyond-school/Evaluaciones%20de%20pol%C3%ADticas%20nacionales%20de%20Educaci%C3%B3n%20-%20La%20Educaci%C3%B3n%20superior%20en%20Colombia.pdf>. Consultado el 27 de Septiembre del 2015.

Sheskin, D J. (2007). *Handbook of parametric and nonparametric statistical procedures*. 4th ed. Boca Raton Florida: Chapman & Hall/CRC.

Vergel – Ortega, M (2015). Modelo para evaluar la pertinencia social en la oferta académica de la Universidad Francisco de Paula Santander. *Revista de investigación en administración e ingeniería*, 3 (1): 3 – 18.

Cómo citar este artículo:

Villa, G.A., Ruiz, F.J., Montoya, D.M. & Dussán, C. (2016). Perspectiva de los empleadores sobre la pertinencia académica del programa de Diseño Visual. *Revista Kepes*, 13, 29-49. DOI: 10.17151/kepes.2016.13.13.3