



Universidad Politécnica de Nicaragua
"Sirviendo a la comunidad"

Escuela de Diseño

INVESTIGACIÓN MONOGRÁFICA

Título:

Potencialidad de los estudios de Posgrado
en la carrera de diseño gráfico en la UPOLI
durante el segundo semestre del 2016,
sede Managua, Nicaragua.

Autora:

Annieth Arlene Corea

Nº Carnet:

1211983

AGRADECIMIENTOS

Después de este largo camino recorrido quiero agradecer primeramente a Dios, por brindarme la fortaleza en los momentos en que dudaba si seguir intentándolo era lo correcto, que no me dejó rendirme y que estuvo ahí acompañándome en mis momentos de angustia y desconfianza propia. Gracias Dios por nunca abandonarme y por darme la fuerza y sabiduría necesaria para poder terminar esta travesía con tan grandes y satisfactorios resultados, por poner en mi camino a personas tan importantes y representativas en mi vida que nunca me abandonaron y siempre encontraron la manera de apoyarme cuando yo más lo necesite.

A mi madre por apoyarme siempre y en todo momento. Por brindarme todo lo que yo necesitaba de ella, por nunca abandonarme y siempre darme la mano para no dejarme derrumbar. Por haber sido la mejor mamá que Dios pudo haber puesto en mi vida. Por haber sido madre, padre, amiga y hermana para mí. A ella más que a nadie en el mundo quiero agradecerle y dedicarle todo el fruto de mi esfuerzo.

A mi única hermana que nunca me abandonó y que me convenció de salir adelante y de no quedarme como dependiente de tienda de ropa. Por haberme persuadido de emigrar de mi tierra natal y emprender esta difícil aventura llena de malos y buenos momentos en mi vida. Por siempre apoyarme en todo o que ella podía. Por ayudarme a madurar y enseñarme que en la vida siempre hay que estar dispuesto a luchar para lograr lo que uno quiere. Por siempre defenderme y apoyarme de las personas que de alguna u otra manera querían hacerme daño. Por haberme hecho mejor persona de lo que era antes y por haberme dado la oportunidad de ser lo que hoy soy.

A Doña Maritza Vanegas, quien a pesar de no ser parte de mi familia me abrió las puertas de su casa, dándome la oportunidad de cumplir mi sueño de prepararme y desarrollarme en lo que era parte de mi más grande anhelo. Quien a pesar de mis múltiples errores personales me acogió más de una vez en su casa y siempre supo comprenderme. Hoy quiero celebrar uno de mis más grandes éxitos en la vida junto a ella que fue y sigue siendo participe de este.

A mi tutora, primero como maestra durante mi carrera universitaria, por enseñarme el verdadero valor de la cultura de paz, una de mis clases favoritas. Luego como tutora por su paciencia y comprensión cuando tenía dificultades de tiempo debido al trabajo. Por su serenidad durante el proceso de revisión y sacrificio de tiempo libre. Si me pongo a mencionar cada una de las cosas por las que le agradezco durante el proceso, esta dedicación llevara más de lo recomendado. Así que por esto y todo lo que no me fue posible mencionar, gracias.

A mis maestros que siempre me apoyaron incondicionalmente sirviéndome de guía en estos cuatro años. Por compartirme su conocimiento y pasión por esta hermosa profesión de la que aun después de ver todos los altibajos que tiene el mundo laboral sigo infinitamente enamorada. Por saber cómo resolver el mundo de interrogantes que existe en mi respecto a temas, a veces más allá de mi profesión.

A mi universidad por darme la oportunidad de desarrollar mis capacidades y fortalecer mis conocimientos en esta materia. Por ayudarme a madurar y a crecer como persona.

A todas las personas que fueron participes de este proceso, directa o indirectamente y a quienes les debo de cierta manera no dejarme vencer en momentos de debilidad interna.

DEDICATORIA

*Quiero dedicar esta tesis primeramente a Dios por
permitirme estar aquí
Gozando de vida y buena salud.*

*A mi madre por darme la oportunidad de lograr mis
metas, porque a través de su apoyo es que soy la mujer
que soy ahora.*

*A mi hermana por apoyarme siempre, por no dejarme
sola cuando más lo necesité y por siempre estar ahí
ante las situaciones más difíciles, porque es la persona
con la que sé que siempre podré contar.*

*A doña Maritza Vanegas, quien a pesar de no ser
familiar suya, me abrió las puertas de su casa y
cuido de mí tan como lo haría mi madre.*

I.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 4

- A.- Planteamiento del problema 4
- B.- Objetivos 4
- C.- Justificación de la Investigación 5
- D.- Metodología 5
- E.- Limitaciones 6
- F.- Alcances 6

II.- MARCO TEÓRICO 7

- A.- Antecedentes de la Investigación 7
- B.- Bases Teóricas 8
 - 1.- Posgrados, sinónimo de progreso Nicaragüense 8
 - 2.- Hay crédito para estudiar 11
 - 3.- Egresados y demanda laboral 14
 - 4.- Realidad socioeconómica Nacional 16
 - 5.- Competencias Nacionales e Internacionales 20
- C.- Hipótesis 22
- D.- Operación de variables 22

III.- CUADRO METODOLÓGICO 23

- A.- Nivel de investigación 23
- B.- Diseño de investigación 23
- C.- Tipo de investigación 24
- D.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos 24
 - 1.- Análisis Documental 24
 - 2.- Entrevista 25
 - 3.- Encuesta 26
- E.- Técnicas de procesamiento y análisis de datos 27

IV.- RESULTADOS 29

- A.- Análisis Comparativo 29
- B.- Posibilidades de Maestría en Diseño Estratégico 32

V. CONCLUSIONES 35

VI. RECOMENDACIONES 36

VII. BIBLIOGRAFÍA 38

VII. ANEXOS 40

Actualmente en Nicaragua, hay unos 160,000 estudiantes universitarios, tanto de las que están como de las que no están en el Consejo Nacional de Universidades, CNU. En la universidad Politécnica de Nicaragua es notoria la presencia, tanto de estudiantes de diseño gráfico como los de diseño de productos. De los que se gradúan de la carrera muy pocos logran obtener un título pos universitario, ya sea por las limitaciones económicas o por la inexistencia de estas en un campo específico del diseño gráfico en las universidades Nicaragüenses.

Existen muchos estudios de posgrados, maestrías y especializaciones en campos de economía, administración y finanzas pero en un campo específico de diseño gráfico estas son inexistentes. La falta de estos estudios representa una problemática debido a los huecos académicos de nuestros licenciados en diseño gráfico al momento de presentarse para candidato a una plaza laboral.

Por motivo del limitante económico fundamentado en este escrito, los licenciados que desean realizar estudios de posgrado no logran concretar este ideal. A continuación se enmarcan algunas posibles soluciones a las limitantes económicas expuestas por nuestros licenciados a través de una encuesta. Es importante recalcar la importancia de una mayor calificación de nuestros licenciados a través de la potencialización de estos estudios.

El objetivo principal de este escrito es la producción de una investigación mixta que sirva como base para la discusión de la creación de una oferta educativa a fin de promover la especialización del diseño gráfico en la Escuela de Diseño Gráfico de la UPOLI.

Palabras Clave: 1.- Diseño gráfico 2.- Título pos universitario 3.- Limitante económico 4.- Potencialización, 5.- Oferta educativa.

La presente tesis es una investigación sobre la potencialidad de cursos de especializaciones, posgrados y maestrías para los licenciados de la carrera de diseño gráfico en Nicaragua.

La información recabada está basada en artículos web, informes nacionales, encuestas a licenciados, entrevistas a coordinadores de la carrera de diseño gráfico e investigaciones anteriores (aunque muy limitadas en un contexto específico).

Cabe destacar que para el desarrollo de esta investigación se hizo un marco comparativo teórico entre la Escuela de Diseño de la Universidad Politécnica de Nicaragua con universidades del extranjero que ya imparten cursos de especializaciones, maestrías o posgrados en el área de diseño gráfico. Las universidades extranjeras que servirán de objeto de investigación serán: Universidad de Buenos Aires (UBA), Colegio Universitario Boston, Centro de estudios en Ciencias de la Comunicación (CECC), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y Universidad César Vallejo (UCV).

La relevancia de esta investigación queda evidenciada en el presente escrito. Es de significativa relevancia que todo diseñador este siempre al tanto de las tendencias nacionales e internacionales en cuanto a su campo le compete. Esta es una de los principales objetivos de los cursos de posgrado, maestrías y diplomados. Es importante mencionar los beneficios personales y profesionales que esto conlleva (mismos citado en este escrito).

Este tema esta intrínsecamente relacionado con el sector educación, mismo que ha sido foco de atención nacional en los últimos años para la contribución al desarrollo del país.

Los alcances de esta investigación mixta se enmarcan en los objetivos planteados a continuación en puntos posteriores.

I. - EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente en Nicaragua no existe ningún estudio de posgrado en el área específica del diseño gráfico para contribuir al crecimiento didáctico continuo de nuestros licenciados. Por lo expuesto anteriormente, a través de esta investigación se responde la siguiente interrogante:

¿Es posible la potencialidad de estudios de posgrados en el campo específico del diseño gráfico en Nicaragua?

B.- OBJETIVOS

Objetivo General

Generar una investigación mixta que sirva como base para la discusión de la creación de una oferta educativa a fin de promover la especialización del diseño gráfico en la Escuela de Diseño Gráfico de la UPOLI.

Específicos

- Diagnosticar la situación del perfil de egreso de la licenciatura en diseño gráfico de la UPOLI en perspectiva con los perfiles de egreso de las licenciaturas de las universidades latinoamericanas seleccionada con el fin de la identificación de las competencias nacionales e internacionales en este campo en específico.
- Contrastar el perfil de egreso de la licenciatura en diseño gráfico de la UPOLI con los perfiles de ingreso de las universidades latinoamericanas con estudios de posgrado para la evidencia de las aptitudes de los licenciados Nicaragüense en esta profesión.
- Documentar acerca de las Escuelas de Diseño Gráfico en torno a sus ofertas educativas en el campo especificado.
- Analizar el contexto social de las ofertas educativas para el desarrollo de una posible oferta de especialización de la escuela de Diseño Gráfico de la UPOLI.

I. - EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

C.- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación responde a la necesidad de identificar los factores que impiden la potencialidad de los cursos de posgrados, especializaciones y maestrías en las universidades de Nicaragua, particularmente hablando de la Universidad Politécnica de Nicaragua.

Este estudio se enfocará en presentar resultados sobre limitaciones y posibilidades para la generación de una oferta educativa dirigida a licenciados de la carrera de diseño gráfico.

Es importante recalcar que el presente estudio nace también ante la escasez de estudios específicos sobre este tema, constituyendo la principal limitación durante el desarrollo del mismo.

Si bien es cierto, existen estudios sobre problemas intrínsecamente ligados a este como el desempleo, la economía en perspectiva a la mejora de la educación del país o el bono demográfico nacional y su correcto aprovechamiento, ninguno habla como tal sobre la problemática que existe en cuanto a que no halla programas de posgrado para diseñadores gráficos en Nicaragua.

Ante la falta de investigaciones pertinentes sobre el tema, se espera que esta investigación cumpla con la relevancia necesaria para una pertinencia de los datos obtenidos.

Vale la pena decir que los estudios de mejora continua después de alcanzar el título de licenciado, son de gran importancia para el desarrollo personal y profesional en este mercado laboral cada vez más competitivo. Se hace cada vez más necesaria la especialización para optar a un mejor trabajo y por consiguiente a un mejor índice de ingresos.

D.- METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación la metodología utilizada fue cualitativa, porque se buscó determinar el nivel de potencialidad de los estudios de posgrados y el impacto que estos tendrían para la Escuela de diseño gráfico de la UPOLI.

E.- LIMITACIONES

Las presentes limitaciones restringieron la investigación:

a) Dificultades para reunir la información necesaria de grupos focales

A causa de la falta de tiempo de los miembros de la muestra teórica, el grupo focal no pudo ser llevado a cabo por motivos de tiempo y en algunos casos, disponibilidad de sus miembros.

b) Sesgo del sujeto

Las respuestas que se obtuvieron de una entrevista y las encuestas dependieron del grado de conocimiento de los programas de posgrado o la probabilidad de que estos se abran en el país.

c) Poco acceso a la muestra teórica intencionada.

Luego de establecer la muestra teórica intencionada, el mayor limitante fue la disponibilidad de estos, ya que solamente nueve personas accedieron a realizar la encuesta y de los cuatro entrevistados preseleccionados, solamente uno respondió positivamente.

E.- ALCANCES

La generación de pautas teóricas para la creación de una oferta educativa de programa de posgrado en Diseño Gráfico en la Universidad Politécnica de Nicaragua sede Managua, hablando específicamente de la Escuela de diseño UPOLI. A través del análisis y estudio del perfil de ingreso de los programas de posgrado de universidades extranjeras en comparación con el perfil de egreso de la Licenciatura en Diseño Gráfico, el plan de estudios de los programas de posgrado de las universidades extranjeras, las limitaciones de los estudiantes al momento de optar por un programa de posgrado, la situación social del país en perspectiva a la apertura de los programas de posgrado y las posibles soluciones para impulsar la matrícula de los programas de posgrado en Diseño Gráfico en la UPOLI para los licenciados de esta carrera.

II. - MARCO TEÓRICO

A.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Antes de ahondar en el tema principal que son los cursos de posgrados para hablar sobre los cimientos en la rama del diseño gráfico. El Área de Artes y Humanidades es una de las más antiguas en los sistemas educativos universitarios de todo el mundo, pues contiene una gran variedad de estudios que podrían clasificarse de manera genérica como manifestaciones artísticas o culturales de todo tipo. En esta categoría se agrupan los estudios de Bellas Artes, Teatro y Cinematografía, Arqueología, Lingüística, entre otras.

La publicidad en Nicaragua inicia en 1944 con la aparición de la primera agencia publicitaria fundada por el poeta Joaquín Pasos y el dibujante y caricaturista Toño López. La publicidad se vino desarrollando a la par de los medios de comunicación y con el surgimiento de la radio, el medio prensa se mantuvo en primer plano. En esta etapa la publicidad básicamente fijaba marca sin estrategias de mercado.

Después de la II Guerra mundial, a medida que la capacidad productiva se volvió hacia los bienes de consumo, las perspectivas de la estructura capitalista podían significar una interminable expansión y prosperidad económica. El diseño era un buen negocio. Las organizaciones se daban cuenta de la necesidad de desarrollar una imagen de identidad corporativa entre varios sectores del público. El diseño gráfico era visto como una de las principales formas para crear una reputación basada en la calidad y la confianza. Se produce un despliegue publicitario.

En 1963 se pone en marcha el tratado del Mercado Común Centroamericano firmado en 1960. En estos años la publicidad mundial es convulsionada con la teoría de posicionamiento de la mente del consumidor y la teoría USP de Rosser Reeves que revelaba: "Que es lo que hace que una persona compre". Con el terremoto de Managua, el 22 de Diciembre de 1972, prácticamente desaparece el comercio, las industrias, los medios de comunicación y las agencias publicitarias. (Hernández, 2012)

Refiriéndonos a los posgrados en diseño gráfico en Nicaragua o más bien de la posibilidad de que estos existan, debemos tener claros los antecedentes de los posgrados no solo en Nicaragua, sino también en Latinoamérica.

La experiencia de América Latina en materia de postgrados es reciente. Empezó un siglo después que en Estados Unidos y un siglo y medio después que en Alemania. Los datos disponibles sugieren que no es posible identificar cursos sistemáticos de esta naturaleza en ninguna Universidad del Continente antes de 1930, (año de la gran depresión económica mundial) y, salvo casos muy excepcionales, los primeros cursos para optar a títulos

II.- MARCO TEÓRICO

A.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

superiores al primer grado universitario, aparecen en la región una vez terminada la Segunda Guerra Mundial. En Colombia, por ejemplo, el curso más antiguo se inició en 1946 en la Universidad Nacional de Bogotá; ese mismo año, en Turrialba, Costa Rica, el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA) crea un centro de experimentación así como sus primeros cursos de especialización en agricultura; en la Universidad Nacional Autónoma de México los primeros cursos datan de 1950; en la Universidad Central de Venezuela en 1941; en la Universidad de Río de Janeiro en 1958; en Ecuador en 1975, y para 1980 no existen o la experiencia es realmente incipiente en Bolivia, Haití, Honduras, Nicaragua, El Salvador y Paraguay.

B.- BASES TEÓRICAS

1.- Posgrados, sinónimo de progreso Nicaragüense

Antes de empezar a hablar sobre los posgrados, master, doctorados u otros estudios profesionales pos universitarios, debemos tener claro el concepto principal que en esta tesis vamos a abordar.

Que son realmente y cuál es la escala en la que se deben cursar. En estos conceptos se explican las características fundamentales de cada uno de ellos a continuación:

Diplomado: son estudios bastante cortos. Su duración por lo general es de un mínimo de 20 a 30 horas y un máximo de 60 a 120 dependiendo del país y la institución donde realices este curso. No se obtiene ningún grado académico, más que un reconocimiento y sirve para actualizar los conocimientos del estudiante o el aprendizaje de nuevas técnicas.

Especialización: Son estudios técnico-profesionales, donde se profundiza en un área en específico. La característica particular es la duración, pues dura aproximadamente un año dependiendo de la universidad y el país donde realices dicho estudio. Al terminar recibirás un diploma como especialista.

Maestría: esta puede ser una forma de redirigir tu carrera y complementar tus estudios

II. - MARCO TEÓRICO

B.- BASES TEÓRICAS

previos, se puede decir que la Maestría es más flexible que la Especialización. Estos programas por lo general están basados en clases y seminarios. La parte investigativa es más larga y compleja en una maestría investigativa, requiriendo más trabajo independiente por parte del estudiante. Dependiendo del país y el centro educativo donde realices este programa, la duración será de entre uno a tres años y deberás presentar una tesis al final de tus estudios.

Doctorado: estando en un nivel superior al de la Maestría, este programa es el próximo paso en la adquisición de conocimiento en tu área de estudio. La duración del programa es de tres a cuatro años, pero puede tomar más tiempo si decides hacerlo medio tiempo. Deberás terminar con una tesis y una presentación oral de la misma. Este es el visto bueno que necesitas si quieres enseñar a nivel de educación superior o tener una posición importante en la industria en algún área específica.

La responsabilidad de la organización de estos pertenece exclusivamente a la universidad, ya que son ellos los que establecen tanto la composición y normas de funcionamiento de la comisión de estudios de Postgrado como los centros universitarios encargados de su desarrollo. Un programa de Postgrado puede, entre otras opciones, contener: un solo Máster, un conjunto de materias o módulos conducentes a la obtención de varios títulos de Máster, o estudios de Máster y Doctorado.

Luego de estar definido el tema, título y demás elementos del programa posgrado una Comisión de Estudios de Postgrado, designada por cada universidad, los propondrá al Consejo de Gobierno para su aprobación. Para su implantación requerirán la autorización de la Comunidad Autónoma a la que pertenezca la universidad. En el caso de la UPOLI, deberá ser aprobada por el Consejo Nacional de Universidades (CNU). Este programa de Posgrado estará bajo la responsabilidad del centro o departamento al que la universidad determine.

Ahora bien, cuales son los requisitos que debe uno como estudiante alcanzar para poder optar a un programa de posgrado. Estos son, en primera instancia estar en posesión de un título de licenciatura (o un título universitario obtenido por sistemas anteriores) o equivalente extranjero que de acceso a las enseñanzas de Máster en este país. Además, la Universidad podrá establecer una serie de complementos formativos (nunca superiores a 120 créditos), en función de la formación previa de cada alumno. Formen o no parte del Máster, esos complementos formativos se considerarán siempre créditos de nivel de Máster, tanto a efectos de precios públicos como para la concesión de becas y ayudas. Según el portal de universidades nicaragüenses Universia actualmente en Nicaragua existen 146 posgrados, 36 maestrías y 12 diplomados.

II. - MARCO TEÓRICO

B. - BASES TEÓRICAS

Refiriéndonos específicamente a la capital Managua; los estudios de posgrado son un medio para que él o la estudiante puedan conseguir la formación que desea, tanto para su desarrollo personal como para acceder a un mejor presente y futuro profesional dentro de la inserción profesional. Para este campo laboral cada vez más competitivo, es importante la especialización para optar a un mejor puesto de empleo y por consiguiente a un mejor índice de ingresos.

Según La Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES):

“Existen más de 260 mil nicaragüenses con estudios universitarios completos. Esta cifra es baja si se considera que las universidades públicas y privadas mantienen un flujo global de 163 mil estudiantes activos. Según Juan Sebastián Chamorro, director ejecutivo de FUNIDES, este fenómeno se explica por razones principalmente de deserción, y que la cantidad de estudiantes activos se distribuye en los cinco años de estudios, que por lo general dura la carrera. De estos quizás un 20% logra hacer algún estudio posgrado”. (Membreño, Periódico Confidencial, 2012)

En el área de diseño gráfico, en Nicaragua no existe ningún estudio posgrado en este campo para brindar a los licenciados algún estudio especializado que ellos deseen. Las escuelas de diseño en el istmo centroamericano se abrieron en los años iniciales de la década de los ochentas del siglo pasado, y sus cuerpos docentes se formaron en México, Sur América, Europa o Estados Unidos. Nicaragua no fue la excepción, la Escuela de Diseño Industrial -en tiempos iniciales-, se abrió bajo los aleros de la Universidad Politécnica de Nicaragua; hoy en día alberga dos especialidades: Diseño de Productos y Diseño Gráfico.

En la universidad politécnica de Nicaragua (UPOLI) es cada vez más tangible la idea de un estudio de posgrado en diseño gráfico, específicamente una maestría en diseño estratégico; sin embargo, la principal limitación de los estudiantes que desean especializarse es el costo de la misma. Lograr la meta de pagar una especialización constituye un desafío significativo si se toma en cuenta que, en Centroamérica, la cobertura de la educación superior sólo alcanza un promedio del 13% (excluyendo a Costa Rica, cuyo porcentaje asciende al 43%). Si se compara este porcentaje con el del resto de Latinoamérica, donde asciende al 28%, se sabe que aún hay mucho por hacer.

Con la apertura de esta nueva maestría en Diseño Estratégico en la Universidad Politécnica de Nicaragua (UPOLI) sin duda alguna se abrirá muchas puertas y significará un gran avance en educación superior para los docentes y, en un futuro cercano, para nosotros como estudiantes y para el país como medio de desarrollo y progreso. Cabe destacar que es un

B.- BASES TEÓRICAS

logro muy significativo que la Escuela de diseño de la UPOLI vaya a inaugurar la primera maestría en el país, siendo esto una puerta de oportunidad para aquellos estudiantes de escasos recursos que no tienen los medios para viajar a otros países con el objetivo de continuar sus estudios profesionales.

La escuela de diseño, de manera independiente, cuenta con cursos libres de formación continua dirigidos a estudiantes en las dos carreras que oferta la Escuela de Diseño (Diseño Gráfico y Diseño de Productos). Entre estos, se abrió, en este semestre el de fotografía.

2.- Hay crédito para estudiar

Todos los licenciados nos queremos especializar en algún campo específico de nuestra carrera, sin embargo la limitación principal, en este caso, para la mayoría es el dinero.

Según el periódico El Confidencial:

Un posgrado dentro del país en otras carreras disponibles oscila entre U\$ 2,000 y U\$ 8,000 dólares. (Membreño, 2012)

Sin duda alguna, este es un dinero con el que no muchos contamos. Por si fuera poco, desafortunadamente los que tienen la capacidad de pagar esto, no tienen donde llevarlos a cabo ya que en Nicaragua no existe ninguno directamente ligado al diseño gráfico. Citando brevemente un ejemplo sobre costos de estudios de posgrados en Nicaragua, en la Universidad de Managua (U de M) los cursos de maestrías y posgrado incluyendo matrícula, curso y trámites de título ascienden a casi los U\$ 1,000.

Irónicamente, si por un lado a los nicaragüenses nos resulta sumamente costoso realizar un curso de posgrado con los costos de estas universidades, en Honduras es incluso más difícil poder lograr esta meta en su país. El costo es tan elevado que muchos de ellos han optado por venir a realizarlos aquí en Nicaragua. Si bien es cierto que las embajadas nos proporcionan becas de intercambio al extranjero, es un poco pretencioso pensar que estas nos pondrán a nuestra disposición enteramente todos los materiales y herramientas necesarias para lograr irnos y cursar el programa de posgrado. En el mejor de los casos estas becas cubren un estimado del 70% de los gastos del programa de posgrado dependiendo de la universidad, país y programa que desees cursar. Sin contar con los gastos personales que tendrás que cubrir estando allá, manutención, comida, transporte; en fin, es una inversión considerable si la comparamos con los programas realizados dentro del país.

II. - MARCO TEÓRICO

B.- BASES TEÓRICAS

Según El Diario Hondureño El Herald, Unos 300 estudiantes migran de Honduras hacia Nicaragua:

“Los estudiantes aseguran que mientras en nuestro país tenían que pagar hasta 5,000 lempiras mensuales (6.321,74 C\$) para optar a un posgrado, en Nicaragua pueden acceder a becas y solo pagan 1,500 lempiras (1.896,52 C\$), incluyendo el traslado y la alimentación” (Flores, 2016)

Esto sólo hace ver que la principal barrera que tenemos como nicaragüenses no es necesariamente monetaria, sino de actitud. Esto es solo un ejemplo de que en Nicaragua no es necesario viajar miles de kilómetros para alcanzar el crecimiento superior educativo que tanto anhelamos. Si el principal limitante para los estudiantes licenciados en Diseño gráfico que no tienen los medios o recursos para salir del país es el hecho de que no existan programas posgrados dentro del país, esto ya no seguirá siendo un problema después que de apertura el programa de posgrado mencionado anteriormente.

Otro principal problema luego de afrontar el antes mencionado sería la capacidad monetaria de cada estudiante. Para hablar de esto debemos analizar antes como está la economía del país. De esto ahondaremos más adelante. Pues bien, desde 2010 varias entidades han firmado convenios con instituciones educativas para ofrecer préstamos que sufraguen los costos de carreras de pregrado y posgrado. Cada una de estas instituciones tiene requisitos distintos. Entre estos están: un fiador prendario y un fiador asalariado. Con un plazo de pago de 24 meses.

En 2010, medios nacionales nicaragüenses anunciaron que el BCIE pondría a disposición de bancos regionales un monto de US\$20 millones para invertir en educación superior. En conjunto con universidades privadas y bancos del istmo, ciudadanos de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica podrían acceder a préstamos que cubrirían los costos de maestrías y posgrados de los centros de estudio aprobados por este Banco.

Si bien es cada vez más necesaria la especialización luego de sacar la licenciatura, el principal impedimento para un país tercermundista como lo es Nicaragua es el dinero. No cualquiera cuenta con unos \$ 5,000 o \$ 10,000 dólares que es lo que, a una estimación deliberada, lo que vendría costando un curso de posgrado. Sin embargo, para las personas realmente interesadas, el BCIE nos da una respuesta a nuestra necesidad de educación con su préstamo para este fin.

En la encuesta web realizada a licenciados de la carrera de diseño gráfico en el estudio se les preguntó cuánto estarían dispuestos a invertir en uno de estos cursos. La encuesta arrojó que

II. - MARCO TEÓRICO

B.- BASES TEÓRICAS

el 88,89% de estos estaban dispuestos a invertir no más de U\$1,000.

Conversando personalmente con uno de estos, me comentaba que el motivo por el que no invertiría más de esta cantidad es porque no tenía los recursos necesarios para hacerlo, porque era un empleado con un salario mínimo y no podía dejar detrás las necesidades de su familia como sostén de su casa. Por otro lado, otra de las entrevistadas me comentaba que si estaría dispuesta a pagar hasta más de U\$3,000 dependiendo del pensum y el prestigio de la universidad que la impartiese.

El BCIE tiene convenios con siete universidades Nicaragüenses: UAM, Amulac, Keiser University, Universidad Thomas More, UCA, UdeM, Incae y UCC. A pesar que la UPOLI no figura entre estas, en una entrevista telefónica con el personal calificado de este banco pude confirmar que ellos cuentan también con préstamos personales adecuados a la modalidad del fin al que se destina dicho préstamo. Sin embargo, para aquellos a quienes esta noticia pueda desanimarlos, tres micro financieras nicaragüenses también cuentan con este tipo de financiamiento, siendo estas: Micrédito, la Asociación para el Fomento al Desarrollo de Nicaragua y el Fondo del Instituto Nicaragüense de Desarrollo. Por ejemplo Micrédito en el 2014-2015 tuvo:

“... 230 beneficiarios directos y eso suma unos 200 mil dólares desembolsados en total. La expectativa fue llegar al medio millón de dólares en desembolsos” (Galo Romero H, 2014)

El tiempo de los estudios más seis meses posteriores a finalizarlos es el período de gracia para empezar a pagar este tipo de crédito. Sin duda esto es una gran oportunidad para aquellas personas quienes tienen por principal impedimento el costo del curso que desean tomar. Las oportunidades vienen de más de una puerta a nivel nacional y serian incluso más accesibles si el estado pusiera a disposición del sector fondos estatales o sirviera de garantía ante organismos internacionales que financian programas de este tipo, ya que es un plan de crédito bastante arriesgado para las microfinancieras.

Lafise Bancentro, por ejemplo, tiene un acuerdo con el Banco Centroamericano de Integración Económica para apoyar a estudiantes interesados en cursar maestrías en Incae Business School, la Universidad Thomas More y la Universidad Americana. La ayuda financiera para este tipo de estudios va desde 1,800 dólares hasta montos superiores, según el vicegerente general banca de personas de Lafise Bancentro, Gastón Rappaccioli. (Galo Romero H, 2014)

Es un hecho bastante evidenciado que si de verdad te interesa estudiar un curso de posgrado hay más de un camino que puedes seguir para lograr conseguirlo. En la encuesta realizada un 22,22% expuso su falta de tiempo como primordial limitante (dos de los nueve). Pues bien,

B.- BASES TEÓRICAS

para ese 22,22% dependiendo de la universidad en la que deseen realizar el curso de posgrado, maestría o especialización pueden optar por las diferentes y variadas modalidades en las que se imparten este tipo de cursos.

3.- Egresados y demanda laboral

Gran parte de las empresas en la actualidad, sobre todo aquellas más grandes, han comprendido que la mejor forma de alcanzar una posición favorable en el mercado es a través de las buenas acciones realizadas en la publicidad. Sin embargo es importante tener en cuenta un aspecto relevante en el sector y este es que tanto el área de la publicidad, comunicaciones y servicios, como muchísimas otras del entorno laboral, han sido modificadas grandemente e influenciadas por los cambios tecnológicos que atraviesa la sociedad.

“En publicidad, hoy en día, se estima que un 69% de las empresas latinoamericanas (de carácter comercial sobre todo) hacen uso de la herramienta virtual Facebook para mantener activa su comunicación y ejercer las acciones de marketing correspondientes. Con situaciones como estas queda claro que las demandas emitidas por parte de las instituciones a sus profesionales pueden ir variando, siendo más exigentes y complejas, al mismo tiempo que guiadas a la modernización de las prácticas laborales” (Tecoloco Nicaragua, 2013).

Las organizaciones como entes productivos suelen exigir a quienes las integren la mayor capacidad y competitividad posible para lograr que esta crezca. De esta forma, lanzan al público interesado una serie de demandas o requerimientos específicos que deben configurar la personalidad laboral del trabajador para que este sea tildado como eficiente. Esta clase de demandas suelen ser bastante favorables porque contribuye mucho a que los nicaragüenses terminen de pulirse en cuanto al ámbito profesional y puedan llegar lejos.

Los aspectos más requeridos para los profesionales del sector publicidad, comunicaciones y servicios son los siguientes:

- Haber cursado carreras afines a publicidad, diseño gráfico, relaciones públicas, mercadeo, comunicaciones, administración de empresas, sistemas, entre otras.
- Experiencia mínima de dos años en el área de interés.
Conocimientos actualizados sobre manejo de publicidad, campañas publicitarias,

B.- BASES TEÓRICAS

comunicación gráfica, emisión de mensajes efectivos,

- Dominar paquetes computacionales como programas de Microsoft Office, software adobe y en algunos casos corel draw.
- Conocimiento avanzado del idioma inglés (en mucho de los casos).
- Saber laborar en equipo, trabajar bajo presión, poseer dotes de liderazgo.
- Buena expresión verbal y escrita.
- Buena presentación.
- Cumplir con valores como la responsabilidad, honestidad, disciplina, compromiso, dinamismo, creatividad, eficiencia, puntualidad y muchas otras más.

Si bien es cierto, la universidad no nos dará ciertos conocimientos que solo logras aprender ya en el sector laboral, es importante contar con gran parte de estos al momento de optar a un puesto laboral.

Ahora bien, hay muchos requisitos que el licenciado moderno no cumple a cabalidad para poder calificar en el puesto de trabajo deseado. Por ejemplo; piden un mínimo de dos años de experiencia, sin embargo para poder cumplir con este requisito, el licenciado debe empezar a desenvolverse en el ámbito laboral estando aun en el desarrollo de sus estudios universitarios.

Para poder cumplir con este requisito debes empezar a laborar al menos dos años antes de graduarte, no abandonar los estudios para poder obtener tu título de licenciado, no descuidar las notas para evitar dejar alguna clase, poner el interés merecido en tus estudios universitarios al mismo tiempo que estas enfocándote en desarrollarte en el ámbito laboral. Esta tarea suena, para la mayoría, algo bastante difícil de lograr a la perfección y aun si tuviésemos la determinación para lograrlo, la mayoría de las empresas nicaragüenses no les es de gran agrado contratar a gente sin experiencia por las pérdidas económicas que ello atrae.

La competitividad laboral es cada vez más fuerte en nuestro país, es por esto que el licenciado moderno debe estar siempre intelectualmente actualizado y retroalimentándose constantemente para siempre dar lo mejor a sus clientes o, si es un empleado contratado, a la entidad donde labore. Los postulantes que no logran cumplir con los requisitos necesarios para calificar al puesto laboral optan por buscar empleo en otras ramas diferentes a su campo, ya sea por necesidad o por encontrar una solución rápida a su economía. Esta es una de las principales causa por la que en Nicaragua hay tantos trabajos informales y que haya licenciados laborando en campos que no son de su área profesional.

B.- BASES TEÓRICAS

Según el sitio web Universia España:

un nuevo estudio realizado por Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya afirma que el 85,5% de los que finaliza un postgrado encuentra trabajo antes de dos años(España, 2015).

4.- Realidad socioeconómica Nacional

En esta sección nos referiremos a la realidad actual de la economía y la sociedad de un país. Un factor fundamental a tomar en cuenta al hablar de potencialidad de la educación en Nicaragua es el nivel socioeconómico. Si ya ahondamos respecto a los que ofertan estos cursos y a los consumidores de los mismos, es momento de abordar más detalladamente a quien facilita la potencialidad de estos. En una economía como la de Nicaragua, los progresos económicos nunca han sido a pasos agigantados. En este capítulo hablaremos sustancialmente del papel que juega el país en el desarrollo y potencialidad de los estudios de posgrados.

Según la FUNIDES para este año se proyecta un crecimiento económico nacional de 4,7%. Este valor es bastante positivo teniendo en cuenta la situación de incertidumbre en la que se encuentra la economía mundial. También estima un crecimiento considerable en el sector manufactura debido a su constante dinamismo, recordando que el año pasado este sector fue afectado por la eliminación del tratamiento arancelario preferencial para prendas de vestir no originarias de Nicaragua, conocido como TPL.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) destacó recientemente que el país ha tenido un crecimiento promedio de 5.2% en los últimos cinco años y el país ha tenido uno de los crecimientos promedio más altos de Centroamérica. (Manuel Bejarano, 2016)

El Consejo Superior de la Empresa Privada (Cosep) nicaragüense considera que el país debe facilitar préstamos a la producción y a la pequeña empresa, sectores claves para la reducción de la pobreza y el crecimiento económico. Tomando en cuenta de las mipymes son parte fundamental para el desarrollo y crecimiento del país, esto representa una estrategia efectiva para superar el 4,7% de crecimiento estimado para este año.

Según el BCN, otro de los rubros que ayudó a superar los indicadores del país fue la inversión extranjera directa que al cierre del 2015 superó los 1200 millones de dólares. Estas inversiones se registraron principalmente en sectores como: construcción, energía e industria.

B.- BASES TEÓRICAS

En el estado de la nación publicado en este año Nicaragua figura como el único país en lograr recuperar el ritmo del crecimiento económico que tenía antes de la crisis internacional de los años 2008-2009, sin embargo este aún posee el más bajo nivel de productividad de la región. Esto se resume a miles de dólares perdidos por persona en edad laboral. Según este mismo informe Nicaragua está en estado de transición demográfica.

Esto quiere decir que habrá mayor proporción de personas en edad productiva (15 a 64 años) de su historia. Si sacamos un mayor provecho a nuestro bono demográfico en la actualidad, abasteciéndolos de estudios adecuados para la correcta calificación técnica y profesional, la región podría mejorar su productividad y competitividad. Una vez concluido el período de bono demográfico, las sociedades centroamericanas envejecerán rápidamente. El riesgo de no prepararse para enfrentar esa situación es convertirse en sociedades envejecidas como las europeas o la japonesa, con los niveles de productividad de las africanas.

Según el economista Adolfo Acevedo en su artículo “Más desempleo e informalidad” publicado en el sitio web del periódico La Prensa, en Nicaragua, los sectores agropecuario, comercio y servicios sociales y personales, cuya productividad como porcentaje de la productividad media de la economía es la más reducida, generan el 75.9 por ciento del empleo total.

“La magnitud del empleo informal es aplastante. De acuerdo con la Encuesta Continua de Hogares, el setenta por ciento del empleo total puede catalogarse como informal. En términos de sexo, el 75.6 por ciento del empleo de las mujeres y el 65.5 por ciento del empleo de los hombres es informal”. (Acevedo, 2015)

Estas cifras son bastante preocupantes si tomamos en consideración el adecuado aprovechamiento que debemos tener de nuestro bono demográfico, pero de esto ahondaremos más adelante. Uno de los principales problemas de la nación es el desempleo. Según el Sistema de Monitoreo de la Opinión Pública de M&R Consultores los tres principales problemas que aquejan a Nicaragua son: el desempleo, la pobreza y la carestía.

En el informe del año pasado, Nicaragua registró una tasa de desempleo del 6,79%. Esta no tiene mucha diferencia con la presentada en el 2014, sin embargo este porcentaje es el más alto presentado desde el 2010. Este índice de desempleo no ayuda mucho para superar el problema significativo que representa la pobreza del país para el financiamiento de cursos de posgrado. Sin embargo, contrario a lo que muchos piensan, no todo pinta mal para Nicaragua y más específicamente hablando, para el sector comunicación en el país. Pues, el sector de telecomunicaciones mantuvo su ritmo de crecimiento por inversiones extranjeras del año

B.- BASES TEÓRICAS

pasado, siendo los principales inversionistas de este sector Movistar y Claro.

Por otro lado, Nicaragua también está haciendo importantes negociaciones con Canadá y Corea del Sur para futuras inversiones que contribuyan al desarrollo y crecimiento del país: Del informe de la CEPAL se desprende también que el Gobierno de Nicaragua está avanzando en las conversaciones con Corea del Sur y Canadá para concretar un acuerdo comercial y de “prosperar estas acciones, las autoridades nicaragüenses estiman que en los próximos años podrían generarse inversiones por unos 160 millones de dólares”. (Hidalgo, 2016)

Este no es más que otro de los muchos motivos para impulsar, no solo los estudios de posgrados, sino los estudios fundamentales en general. Es evidente que la raíz de todo está en la temprana educación, no solo en la escuela sino también en el seno familiar mediante la correcta guía de enseñanza fundamentada en los valores como el respeto, la unidad, el autoaprendizaje, el fomento de la lectura, entre otros.

Basándonos en lo dicho anteriormente, es un poco inquietante el tema de la inversión nacional en el sector educación. Para poder analizar el tema, primero debemos saber cuánto destina el estado al sector antes mencionado. Pues, según las estadísticas del Instituto de Estudios Estratégicos y Políticas Públicas (Ieepp), Nicaragua invierte 17,174 millones de córdobas en educación inicial, básica y media, técnica y superior. Es importante señalar que la inversión en educación básica y media apenas representa el 3.37% del PIB. Nicaragua invierte 12,271 millones de córdobas para atender a 1.6 millones de estudiantes, según el presupuesto aprobado para el Ministerio de Educación (Mined) este año.

Pues bien, para lograr el tan ansiado crecimiento económico de los y las nicaragüenses el estado debe invertir más en el sector fundamentalmente responsable de la gran mayoría de las problemáticas nacionales, la deficiente temprana educación. Debemos elevar la inversión en este sector, mejorar las condiciones estructurales de las escuelas y capacitar adecuadamente a los maestros ya que estos son la guía directa educacional.

Mendoza, director ejecutivo del Foro Educación y Desarrollo Humano (FEDH), recuerda que el tema del financiamiento en educación debe mejorarse a partir del próximo año, pues al 2030 la inversión educativa deberá representar el seis por ciento del PIB. (Mendoza, 2016) El estado continúa destinando menos del cuatro por ciento del PIB en educación primaria y media. Después de la última estrategia nacional 2011-2015 lanzada por el Ministerio de Educación (Mined) no ha sido lanzada otra estrategia educativa ni presentada los resultados de la anterior.

B.- BASES TEÓRICAS

Alex Bonilla, especialista del IEEPP y Jorge Mendoza, director ejecutivo del FEDH, señalan que mientras en Nicaragua no defina las políticas y estrategias escolares, los organismos que trabajan en el tema no pueden proponer inversiones para mejorar la calidad y solucionar los actuales problemas educativos. (Mendoza, 2016).

Después de todo lo mencionado, es importante recalcar que, sin hacer favoritismo de ningún tipo, como país tercermundista es muy normal tener problemas comunes y que la educación figure como una de las principales problemáticas. Sin embargo, el que sea común no quiere decir que no se pueda superar, después de todo somos un país en crecimiento y todas estas son problemáticas por las que debemos atravesar para ir creciendo como país. No podemos pretender crecer de la noche a la mañana y convertirnos en potencia mundial como EEUU o China. Es un esfuerzo diario, con constantes estrategias de cambios en el sector educación porque, después de todo, es el fundamento para el desarrollo del país.

El principal limitante para analizar esta brecha es la falta de información actualizada publicada por el Mined. En la Declaración de Incheon los gobiernos del mundo han fijado una ambiciosa agenda para sus sociedades, en el entendido de que se quiere no solo una “educación para todos”, sino también una educación pertinente y de calidad, inclusiva, y permanente; en otras palabras, la educación relevante para las generaciones que crecen en este siglo XXI. Esto plantea una nueva reforma de la educación a nivel centroamericano y una reestructuración del sistema escolar. Esperamos que para el 2030, que es para lo que está limitada la agenda, la problemática de la educación en Nicaragua sea cosa del pasado, esa es la meta principal.

En resumen, Nicaragua tiene grandes proyectos en relación con las inversiones internacionales y las buenas relaciones con el gobierno de Corea del Sur y Canadá para el aumento de la inversión en el sector educación. Basándonos en la Agenda de Educación 2030 planteada por el Foro Nacional por la Educación celebrada en Incheon, el panorama educacional se ve prometedor. Resolviendo el problema principal que aqueja a la nación, se desglosarán los secundarios que impiden el crecimiento económico del país. Más que hablar de potencialidad de los estudios superiores, debemos tratarlo como una necesidad para el desarrollo del país y, si ya se está trabajando en el desarrollo de uno, es cuestión de tiempo para hacer crecer a Nicaragua.

Con la estructuración de los estudios superiores posgrados se establecerá un cambio significativo en la economía y una ventaja competitiva personal en el mercado, tenemos que

B.- BASES TEÓRICAS

lograr establecer esto como un paso necesario en nuestro crecimiento académico, darle la misma importancia que a la educación primaria y secundaria. Para lograr ser un país grande, hay que empezar a pensar como piezas claves para el desarrollo de este, pensar como profesionales en desarrollo, en constante crecimiento y aprendizaje. Lograr esto se escucha un poco distante a la realidad actual, pero como dijo nuestro célebre poeta Rubén Darío: “Si la patria es pequeña, uno grande la sueña”.

Es necesario desaparecer ese típico pensamiento conformista nicaragüense y reemplazarlo por positivismo constructivista, si bien es cierto que el estado juega un papel fundamental en el desarrollo del país, el cambio inicia desde uno mismo; la retroalimentación es por impulso personal, así como nos puede nacer leer determinada novela, nos despertará cierto interés en el crecimiento didáctico personal. Todo está en las ganas de crecer uno mismo y de hacer crecer nuestro país.

5.- Competencias Nacionales e Internacionales

En esta sección abordaremos lo referente a los perfiles de ingreso y egreso, recordando los conceptos fundamentales: el perfil de ingreso no es más que el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que debe reunir y demostrar el aspirante a cursar cualquier licenciatura o estudios de posgrado, con la finalidad de garantizar su formación al concluir sus estudios profesionales. Dentro del perfil de egreso se incluyen un conjunto de habilidades, conocimientos y competencias que describen lo que el egresado será capaz de realizar al término.

En Nicaragua existen actualmente tres escuelas de diseño de universidades pertenecientes al Consejo Nacional de Universidades (CNU). Entre estas están: La Universidad Politécnica de Nicaragua (en quien se centra esta investigación), la Universidad Centroamericana (UCA), y la Universidad Nacional de Managua (UNAM); esta última es relativamente joven, por lo cual no logra entrar en este estudio.

Los resultados del cuadro comparativo entre universidades latinoamericanas de Argentina, México y Costa Rica en contraste con la UPOLI arrojaron que tenemos más semejanzas con universidades mexicanas. Si bien es cierto que no podemos compararnos con las economías de estos países, tenemos el derecho y las competencias profesionales necesarias para

II. - MARCO TEÓRICO

B.- BASES TEÓRICAS

compararnos con estas Instituciones por el prestigio que a nuestra universidad le precede. Después de este exhaustivo análisis comparativo, la delimitación de las universidades se hace cada vez más sustancial pues, hay que tomar en cuenta no solo las diferencias en las economías sino también las diferencias sociales y culturales.

En el particular mencionado anteriormente, debido a que la población nicaragüense consume bastante televisión mexicana, estamos familiarizados con su cultura y sus costumbres sociales, también tenemos muchos aspectos sociales parecidos. Debido al consumismo de la cultura mexicana en nuestro país, de cierta manera en algunos sectores de la población nicaragüense hemos adoptado ciertos modismos de su cultura. Quizás por estas razones tenemos más competencias en común con las universidades mexicanas que las demás.

Tomando en cuenta lo dicho anteriormente, en un marco específico nuestras competencias van más ligadas a las ofrecidas por el Centro de Estudio de Ciencias de la Comunicación (CECC), el cual ofrece, además de la licenciatura en diseño gráfico, una maestría en creatividad y estrategias publicitarias que busca personas curiosas y observadoras, pero sobre todo creativas y con una gran imaginación, interesadas en todas las manifestaciones de la cultura visual, como el arte, los medios de comunicación, la publicidad y las nuevas tecnologías. Tiene que saber utilizar su capacidad creativa e innovadora para proyectar sus ideas y emociones a través de imágenes y composiciones gráficas que logren llegar e impactar a todos los públicos.

De acuerdo al Coordinador de la carrera de diseño gráfico de la UPOLI el Lic. Leonard Chavarría La Escuela de Diseño forma profesionales en el ramo del diseño gráfico y de la comunicación visual capaces de resolver problemas del ser humano en cuanto a comunicación. El profesional graduado de esta escuela es indagador e investigador y al ser graduado de una universidad cristiana que está al servicio de la comunidad, es capaz de dar solución a problemas sociales. El profesional graduado de la UPOLI puede laborar en cualquier organización tanto gubernamental como no gubernamental. También puede desempeñarse en el sector privado y en el sector estatal, tanto de manera independiente como Freelancer y como dueño de su propia empresa.

Los licenciados de la UPOLI cumplen con las competencias orientadas por la CECC para los postulantes a la maestría que ofrece este centro mencionada anteriormente.

II.- MARCO TEÓRICO

C.- HIPÓTESIS

Existe la potencialidad del desarrollo de programas de posgrado en el campo del diseño gráfico en la Upoli a partir de las condiciones socioeconómicas y competencias nacionales vistas en el estudio.

D.- OPERACIÓN DE VARIABLES

Variable	Concepto	Indicador	Escala/Valor
Condiciones socioeconómicas	Las condiciones de referencia para el desarrollo de los programas de posgrado	Capacidad económica de usuarios	Capacidad de pago de posgrado
		Oferta de crédito educativo	Banco Microfinancieras
		Demanda laboral	Requisitos laborales
Competencias Nacionales	Las cualidades del perfil de egreso de la carrera de diseño gráfico de la UPOLI en perspectiva con los estudios de posgrado de las universidades extranjeras	Perfil de egreso licenciatura Perfil de ingreso de posgrado	UPOLI CECC

III.- CUADRO METODOLÓGICO

A.- NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo exploratoria, ya que en la actualidad en Nicaragua no existe ningún trabajo investigativo que explique por qué no hay estudios de posgrados en el campo específico del diseño gráfico en Nicaragua. Se corroboró lo anterior expuesto a través de un acercamiento documental, aplicación de entrevista y el estudio a través de la encuesta.

B.- DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Población y muestra

Para el desarrollo de esta investigación fue necesario realizar un estudio a una población de licenciados cohorte 2011 y 2012 de la carrera de diseño gráfico de la UPOLI. La muestra quedó definida por la cohorte 2012, turno matutino, aprovechando mi familiaridad con ellos. Debido a problemas de falta de tiempo de parte de la muestra se les aplicó una encuesta en línea para poder saber las limitaciones para llevar a cabo estudios de posgrado, preferencias específicas de programas de posgrado, costo deseado, entre otros.

Por consiguiente, la muestra de la presente investigación estuvo integrada por un grupo de nueve (09), seis (06) mujeres y tres (03) varones. Estos son licenciados titulados de la carrera de diseño gráfico de la universidad politécnica de Nicaragua UPOLI. De nacionalidad nicaragüense, de entre veinte y veinte y dos años de edad, ocho solteros y un viudo.

También se tomó como muestra teórica intencionada a cuatro universidades latinoamericanas. Las universidades extranjeras que sirvieron de objeto de estudio fueron: La Universidad de Buenos Aires (UBA) con una maestría en tipografía, El Colegio Universitario Boston con un diplomado en diseño publicitario, El Centro de estudios en Ciencias de la Comunicación (CECC) con una maestría en creatividad y estrategias publicitarias y La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) con una maestría en diseño y comunicación visual.

III. - CUADRO METODOLÓGICO

C.- TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de carácter descriptivo porque en éste se enfrasan los diferentes elementos que componen la fundamentación sobre la potencialidad de los estudios de posgrado. Es de corte transversal dado que no se pretende prolongar esta investigación por la naturaleza de la misma. Y es de carácter prospectivo porque hace referencia a un tiempo futuro, es decir el tiempo en el que se ofertaran los estudios antes mencionados.

D.- MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Debido a la inexistencia de documentos investigativos previos sobre esta investigación en específico se hizo necesaria la utilización del método de análisis documental, la entrevista y la encuesta para lograr recabar información para un mejor resultado final de la misma.

Es importante recalcar que para las citas inmersas en esta investigación se utilizó la sexta edición de las normas APA publicadas en este año.

1.- Análisis Documental

Se realizó un análisis comparativo entre la UPOLI y universidades extranjeras pertenecientes al istmo centroamericano tomando en cuenta su perfil de ingreso y egreso de las licenciaturas, así como el plan de estudios proporcionado por la universidad. La investigación en torno a la información de las universidades extranjeras fue exclusivamente web, debido a las limitaciones económicas para reunirme personalmente con los representantes de estas instituciones educativas así como la dificultad de llegar a tener alguna videocharla respecto al tema.

D.- MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

2.- Entrevista

Para obtener información sustancial el diseño del estudio contempló cuatro entrevistas. Una al coordinador de la carrera de Diseño Gráfico de la UPOLI, otra a la coordinadora de la Escuela de Diseño Gráfico de UNAM Managua, otra a la coordinadora de la Escuela de Diseño de la UCA y una última a la Coordinadora de la carrera de Diseño de Productos de la UPOLI. Siendo posible solamente dos de estas; la aplicada al Coordinador de la carrera de Diseño Gráfico de la UPOLI y la realizada a la Coordinadora de la carrera de Diseño Gráfico de la UCA.

En primera instancia se pretendió estudiar los perfiles de egreso de las licenciaturas de la UCA y la UPOLI con universidades del istmo mesoamericano que contaran con perfiles de ingreso de maestrías, posgrados o diplomados en el área de diseño gráfico. Sin embargo, la investigación primaria arrojó que la Universidad centroamericana no cuenta con ningún programa de posgrado, maestría o diplomado ni el plan remoto de la apertura de uno.

Tomando en cuenta esto fue descalificada del contexto central de la investigación, logrando solamente una pequeña mención de reconocimiento a su creciente apoyo a estudiantes de escasos recursos con el evidente aumento en la tasa de becados. Si bien es cierto que la Universidad Politécnica de Nicaragua actualmente tampoco cuenta con ningún programa de posgrado, maestría o diplomado, esta (como mencionamos anteriormente) tiene contemplada la apertura de una en diseño estratégico que vendrá a potenciar la apertura de demás cursos derivados de esta. Este es un logro significativo, no solo para la universidad sino también para todo el país pues esta será la primera maestría en el campo específico del diseño gráfico y vendrá a solucionar la necesidad de una dentro del país.

A través de la aplicada al Licenciado Leonard Chavarría, Coordinador de la Carrera de Diseño Gráfico de la UPOLI, se obtuvo información respecto al perfil de ingreso y egreso de la licenciatura de diseño gráfico de la Universidad Politécnica de Nicaragua en sus distintas modalidades, dando como resultado final la obtención del perfil de ingreso y egreso de la carrera de diseño gráfico, así como el plan de estudios y, algo bastante sustancial para la investigación, el informe respecto a la próxima apertura de la primera maestría en el país en diseño estratégico por esta universidad. Ver anexo No. 1.

D.- MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.- Encuesta

El público meta de los programas de posgrado sin duda son los licenciados, en este caso los diseñadores gráficos, por lo tanto era necesario estudiarlos de una manera directa para lograr conocer las causas de la problemática en investigación.

Se realizó una encuesta web a través del portal Survey Monkey con resultados calculables bastantes satisfactorios. Se realizó una guía de nueve preguntas de opción múltiple para cuantificar el grado de aceptación de los estudios de posgrado. La encuesta arrojó datos bastante relevantes para la investigación. A continuación se detalla un resumen con los resultados de la encuesta antes mencionada. Ver Anexo No. 2.

Respecto a la encuesta realizada a nueve licenciados de la UPOLI. De la muestra teórica el 55,56% están más interesados en cursar especialidades que diplomados y maestrías. El 66,67% de estos cree más conveniente llevar a cabo sus estudios de posgrado fuera del país.

Dentro de estas especialidades es importante saber cuáles que sectores específicos están a la cabeza dentro de ellos por lo que se les pregunto cuál era el tema de su preferencia respecto a esto, a lo que el diseño publicitario salió favorecido con un 11,11%, el diseño editorial con un 22,22%, el diseño de imagen corporativa con un 11,11%, el diseño web con un 22,22%, el diseño de envases con un 0% y el diseño tipográfico, con mayor preferencia en el público con un 33,33%.

El mayor limitante del 77,78% de estos licenciados es el dinero. Debido a su estatus económico no estarían dispuestos a pagar más de U\$1,000 en un programa de estos. De lo anterior dicho lo que más llamó la atención fueron los limitantes expuestos por la muestra teórica. Siendo el mayor el dinero y en segundo plano el tiempo disponible para cursar estos estudios. Sobre esto ya se encuentra expuesta dentro de las bases teóricas una solución bastante factible para erradicar esta problemática.

E.- TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para analizar los datos recolectados en la encuesta aplicada, así como los obtenidos a través de la entrevista mediante el análisis de los datos y la aplicación de las mismas, se hará uso de herramientas de estadística descriptiva tales como la obtención de la media de respuestas del grupo sujeto a estudio y el análisis gráfico de cada una de las preguntas, ya que, tal como se definió anteriormente el tipo de estudio será no experimental y se pretende determinar el potencial que tendrán los estudios de posgrados en diseño gráfico en el país. Los resultados serán presentados en modo de porcentajes de un todo.

Para la realización de esta encuesta se hizo uso del portal de Survey Monkey. Esta es una herramienta web para la creación de encuestas online. Esta aplicación te permite diseñar y enviar encuestas a través del correo electrónico en un enlace en tu web o página de facebook, etc... Se eligió este método porque los sujetos que forman la muestra teórica no cuentan con el tiempo necesario para asistir a un determinado punto a realizarla físicamente. Haciendo un resumen de respuestas no tan necesarias de presentar porcentualmente, las nueve personas que conforman la muestra teórica son licenciados de las edades de entre veinte y veintidós años solteros, seis mujeres y tres varones.

En lo que respecta a la preferencia entre los tipos de cursos de posgrados, los resultados obtenidos con mayor demanda fueron las especializaciones con un 55,56% seguido por las maestrías con un 44,44%. Respecto a los diplomados, no tuvimos resultado alguno.

Es importante recalcar que debido a que en nuestro país aún no hay estudios de posgrado, el 66,67% de estos graduados optan por la idea de realizarlos fuera del país.

Un tema sustancial para el desarrollo de una propuesta de estudio de posgrado es el nivel de demanda que puede llegar a tener uno de estos programas. Es por esto que dentro de esta encuesta se colocó una serie de sectores específicos para saber cual estaba en la preferencia del público meta. Cabe destacar que los resultados estuvieron bastante apretados, las opciones fueron diseño publicitario con 11,11%, diseño editorial con 22,22%, Diseño de identidad corporativa con 11,11%, diseño web con 22,22%, diseño tipográfico con 33,33%, siendo este último el favorito entre este grupo y diseño de empaques o envases, en el cual no se obtuvo porcentaje alguno.

Para el 77,78% de los encuestados es el dinero que costaría un programa de posgrados, mientras que para 22,22% el mayor obstáculo para realizarlos es el insuficiente tiempo con el que cuentan. La gran mayoría de estos, probablemente los que dijeron que su mayor limitante

E.- TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

era el factor económico, dijo que solo estarían dispuestos a pagar de U\$ 500 a U\$1,000 en uno de estos estudios.

Para el procesamiento del análisis documental utilicé un cuadro comparativo para un mejor manejo y síntesis de la información sobre perfiles de ingreso y egreso, así como los datos acerca de los nombres, ubicaciones y el tipo de programa de posgrado de la muestra teórica intencionada.

Para el análisis de la entrevista aplicada utilicé los ejes que incorporaba la guía de preguntas de la entrevista como elemento para la construcción de la temática propuesta.

IV. - RESULTADOS

A.- ANÁLISIS COMPARATIVO DEL PERFIL DE EGRESO E INGRESO

Para analizar mejor la información se realizó un cuadro comparativo sobre el perfil de egreso de la licenciatura y sobre el perfil de ingreso de los estudios de posgrado. Se realizó dos interpretaciones, primero entre perfiles de egreso de las licenciaturas que ofertan las universidades extranjeras versus la que oferta la UPOLI y luego entre el perfil de egreso de la licenciatura de la UPOLI versus el perfil de ingreso de las universidades extranjeras.

Las universidades que sirvieron de objeto de estudio son pertenecientes a Latinoamérica, específicamente de Argentina, Costa Rica, y México: Universidad de Buenos Aires (UBA) ubicada en Buenos Aires, Argentina con una licenciatura en diseño gráfico y una maestría en tipografía; Colegio Universitario Boston (CUB) ubicado en San José, Costa Rica con un técnico superior en diseño gráfico y un diplomado en diseño publicitario; El Centro de estudios en Ciencias de la Comunicación (CECC) ubicado en el Distrito Federal, México con una licenciatura en diseño gráfico y una maestría en creatividad y estrategias publicitarias y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) ubicada en la Ciudad de México, México con una licenciatura en diseño y comunicación visual y una maestría en diseño y comunicación visual.

A continuación dicho cuadro:

IV. - RESULTADOS

A.- ANÁLISIS COMPARATIVO DEL PERFIL DE EGRESO E INGRESO

Universidades	UPOLI	UBA	CUB	CECC	UNAM
Perfil de Egreso Licenciaturas	Capaces de resolver problemas del ser humano sociales y comunicativos. Indagador e investigador. Está siempre al servicio de la comunidad. Multifacético. Con amplias opciones laborales.	Programador. Supervisor, controlador y productor de elementos que posibiliten la comunicación. Transmisor de ideas y valores útiles al hombre por medio de un proceso en términos de forma expresiva. Con condicionantes funcionales y tecnológicos de producción.	Veloz y masivo en el intercambio de información. Atento al desarrollo de tecnologías. Atención especial a los factores humanos que escapan a la competencia de los ingenieros.	Multifacético. Con amplias opciones laborales. Capacitado ampliamente en solución a problemas de publicidad gráfica en general.	Comprende, domina y propone los conocimientos teóricos y conceptuales. Integra, desarrolla y dirige proyectos de investigación y producción. Posee una visión humanística, creativa, crítica y reflexiva frente a las disciplinas artísticas y sus estrategias contemporáneas. Multifacético. Con amplias opciones de empleo. Educación internacionalizada.
Perfil de Ingreso Programas de Posgrado		Valerse del dibujo del diseño de letras. Familiarizarse con la problemática del diseño de sistemas de familias tipográficas. Entender a la tipografía como generadora de la pieza de comunicación. Iniciarse en la elaboración teórica de específicas de la materia	Personas que desean desarrollarse profesionalmente en el campo del diseño publicitario y artes gráficas. Los estudiantes de esta carrera deben poseer intereses artísticos y plásticos, también habilidades para el dibujo y el diseño y trabajar con diversas técnicas.	Curioso y observador. Creativo y con una gran imaginación. Interesado en todas las manifestaciones de la cultura visual y las nuevas tecnologías. Utilizar tu capacidad innovadora para proyectar ideas que logren llegar e impactar a todos los públicos.	Deberá poseer fundamentos del diseño y la comunicación visual. Ser capaz de comprender, manejar y aplicar los diversos lenguajes que se desarrollan en estos campos. Utilizar las técnicas tradicionales y las tecnologías de la información y la comunicación. Manejo apropiado del lenguaje para comunicarse oral y de forma escrita en idioma español.

IV. - RESULTADOS

A.- ANÁLISIS COMPARATIVO DEL PERFIL DE EGRESO E INGRESO

Poniendo en perspectiva los perfiles de egreso de las licenciaturas extranjeras en comparación al nuestro, los resultados arrojan que nuestro perfil de egreso se asemeja más a los perfiles de egreso de licenciados en México. Analizando las características fundamentales de estos podemos darnos cuenta que nuestro perfil va más acorde al del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación (CECC). Ambos licenciados están capacitados para resolver problemas sociales a través de la implementación de los conocimientos adquiridos durante su periodo de estudio universitario. También tienen la oportunidad de desarrollarse en muchos campos laborales. Siendo multifacéticos pueden desempeñarse tanto como apoyo empresarial, así como dueños de su propio negocio.

Se logró establecer que universidad de las puestas en estudio estaba más acorde a las competencias brindadas por la UPOLI. Pues bien, tomando en cuenta el perfil de egreso del licenciado de la carrera de diseño gráfico con todas sus cualidades y características en comparación con los perfiles de ingreso de los cursos posgrados de las universidades extranjeras; nuestros graduados están más en concordancia con los perfiles de ingreso de las universidades mexicanas, principalmente hablando de la CECC, ya que sus graduados tienen más armonía didáctica con las características de nuestro país.

El CECC es una universidad Fundada en el año 1981 especializada en comunicación. Cuenta con ocho licenciaturas, tres cursos de maestrías y especialidades, nueve talleres y ocho diplomados.

Cabe destacar que los perfiles de ingreso de los estudios de posgrado se asemejan pero van en dependencia del tipo de estudio al que el postulante desee aplicar.

Como se decía anteriormente, estamos más en armonía didáctica con universidades de México por lo que no es de sorprender que los perfiles de ingreso de sus programas de posgrado encajen más con nuestro perfil de egreso de la licenciatura de diseño gráfico de esta universidad.

Nuevamente centrándonos en el CECC, su perfil de ingreso de la maestría en creatividad y estrategias publicitarias se ajusta perfectamente a las cualidades de las que goza todo diseñador gráfico graduado de la UPOLI. Por lo dicho anteriormente la CECC es la que armoniza mejor con la UPOLI.

Es importante recalcar que los demás programas de posgrados también tienen características similares a las competencias que ofrece la UPOLI, sin embargo estas van en dependencia del sector en específico al que se desee aplicar.

IV. - RESULTADOS

A.- ANÁLISIS COMPARATIVO DEL PERFIL DE EGRESO E INGRESO

El CECC ofrece la plataforma académica del más alto nivel educativo a los jóvenes interesados en desarrollarse profesionalmente dentro de cualquiera de los ámbitos de las Ciencias de la Comunicación, campo en el que las necesidades del mercado nacional e internacional demandan hoy más que nunca una Profesionalización y especialización. Ver Anexo No. 4.

B.- POSIBILIDADES DE MAestrÍA EN DISEÑO ESTRATÉGICO

Después de analizar el cuadro comparativo antes mencionado, se propuso un plan de ingreso y egreso sobre la maestría en diseño estratégico que desea implementar la UPOLI. Esto se hizo con el objetivo de dar a la escuela de diseño una propuesta factible para implementarla en el desarrollo de su propuesta académica.

Perfil de Ingreso: En primera instancia este programa está creado para licenciados de la carrera de diseño gráfico que deseen ampliar sus conocimientos en el campo del diseño estratégico, sin embargo también está pensado para todas aquellas personas que deseen desarrollarse en el maravilloso mundo del diseño y su impacto en el desarrollo de una empresa.

El licenciado que desee llevar este programa deberá ser investigativo, autodidáctico, curioso, indagador, debe tener la habilidad de resolver problemas en cuanto a comunicación mediante técnicas creativas obtenidas a través del diseño. Debe estar siempre al servicio de la comunidad y dar solución a problemas sociales.

Perfil de Egreso: El Master en Diseño Estratégico tendrá un pensamiento analítico para la creación de estrategias publicitarias para el desarrollo de productos o servicios desde una visión humanista a las necesidades de los usuarios. También contará con las competencias y habilidades necesarias para la innovación y el diseño estratégico del sistema-producto. El Master Upoliano podrá no solo llevar el diseño gráfico de un producto, sino también podrá desarrollar el posicionamiento del mismo acorde a las necesidades del público meta mediante el desarrollo de la experiencia, la innovación funcional y el desarrollo y posicionamiento nacional e internacional del producto o servicio que desarrolle este profesional.

B.- POSIBILIDADES DE MAESTRÍA EN DISEÑO ESTRATÉGICO

Plan de estudios: el plan de estudios es orientado exclusivamente por la universidad para que cumpla con los requerimientos necesarios acorde al perfil de egreso de la carrera. Son las entidades de dicha institución quienes se encargaran, tomando en cuenta las condiciones tecnológicas, recursos didácticos y profesionales académicos capacitados en este campo, de establecer el plan de estudios o pensul del programa con todas las áreas de interés para el master en diseño gráfico estratégico. Sin embargo, para no quedarme limitada y ofrecer una propuesta basada en esta investigación a la escuela, cito aquí alguno de los criterios que, obtenidos de mi investigación, considero pertinentes y necesarios para el desarrollo de este programa:

Diseño estratégico: este sector específico ayudará a los profesionales a generar soluciones de diseño, que no solo tomen en cuenta forma y función, sino que también sean económicamente viables, tecnológicamente factibles y que suplan eficientemente las necesidades de los actores sociales involucrados. Su visión de diseño responsable promueve un equilibrio entre lo social, económico y medioambiental.

Planeación estratégica: esta herramienta de gestión permite al diseñador actual apoyar la toma de decisiones de las organizaciones para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno. Dichas estrategias tienen el objetivo de lograr la mayor eficiencia, eficacia y calidad en las campañas o proyectos que se desarrollen dentro de estas organizaciones.

Márquetin estratégico: permitirá conocer las necesidades actuales y futuras del mercado, identificar segmentos de mercado potenciales y valorar el potencial e interés de esos mercados. El diseñador preparado en este campo será capaz de instruir, ya sea la organización en la que labore o a su propia empresa las oportunidades en apertura de nuevos mercados y estará calificado para diseñar un plan de actuación para conseguir los objetivos buscados.

Simbología o Semiótica de la imagen: esta materia en específico permitirá al master en diseño estratégico analizar e interpretar todos los elementos para poder transmitir eficazmente el mensaje en cuestión.

Administración empresarial: preverá al diseñador la visión para transmitirlo a todo el equipo de lo que se va hacer y así aplicar toda la racionalidad posible a la estrategia que va a desarrollar, implica seleccionar misiones u objetivos, así como las acciones necesarias para cumplirlos, requiere de toma de decisiones, esto es elección de cursos futuros de acción a

B.- POSIBILIDADES DE MAESTRÍA EN DISEÑO ESTRATÉGICO

partir de diversas alternativas.

Posicionamiento del producto: dotará de la capacidad de posicionar un producto en la mente del consumidor. Facilita al comprador la y asociación entre un producto y la marca, destacando sus atributos para crear pregnancia entre el público meta.

Sociología: esto permitirá un estudio más preciso del comportamiento de los consumidores en pro de las estrategias publicitarias para el posicionamiento de la marca.

Estrategias de marca: para lograr posicionar el producto, primero es necesario diseñar las estrategias de marca a utilizar para el cumplimiento de los objetivos establecidos en el manual de operación.

Mercadotecnia: esta permite el estudio específico para la comercialización de un producto. Conducta del consumidor: esta estudia el comportamiento del comprador, lo que buscar, compra, utiliza, evalúa y desecha. Que productos y servicios son fundamentales para satisfacer sus necesidades.

Estas son solo algunos de los criterios que, basada en la investigación realizada, podrían ser de gran beneficio para el Master en diseño estratégico de la UPOLI.

La presente investigación ha tenido por objeto la potencialidad de los estudios de posgrado, maestrías, doctorados y especializaciones en el campo específico del diseño gráfico en la Universidad Politécnica de Nicaragua. En la presentación de la misma está aplicado un cuadro comparativo entre los perfiles de egreso de las licenciaturas de diseño gráfico de algunas universidades extranjeras con la UPOLI, así como la comparación entre el perfil de egreso de la licenciatura de la UPOLI con el perfil de ingreso de los estudios de posgrado de las universidades antes mencionadas, esto con el fin de saber con cuál de estas universidades presentamos mayores similitudes en cuanto a competencias profesionales.

Podemos afirmar que los objetivos planteados al principio de este escrito se han cumplido, ya que se planteó como propuesta de oferta educativa la redacción de un perfil de ingreso y egreso, así como algunos puntos a considerar para incluir en el plan de estudios de la Maestría el diseño estratégico que tiene proyectado inaugurar el próximo año la universidad en cuestión.

En cuanto a la hipótesis planteada se determinó a través de esta investigación que si es posible la potencialidad de estos estudios por las oportunidades económicas que prestan varios bancos nicaragüenses comprometidos con la educación profesional como fundamento para el desarrollo económico del país.

Uno de los puntos más sobresalientes durante el desarrollo de esta investigación fue descubrir que, a pesar que no somos un país con las mismas posibilidades económicas que los de las universidades puestas en comparación, eso no significa que no tengamos las oportunidades de desarrollarnos en el campo de estudio de nuestra preferencia acorde a las competencias laborales para optar a un mejor puesto de trabajo o a una mayor oportunidad para las pequeñas y medianas empresas.

VI. - RECOMENDACIONES

En cuanto a las recomendaciones, la principal es dirigida a los licenciados en diseño gráfico. Es importante prepararse más allá de la capacitación universitaria, si se prestan las condiciones y oportunidades necesarias para poder optar a uno de estos cursos de posgrado es necesario aprovecharlo para poder crecer profesionalmente y estar al día en cuanto a los avances tecnológicos y didácticos de nuestra profesión.

A partir de la propuesta anterior se realizaron algunas propuestas de programas de posgrado tomando en cuenta las competencias laborales y los resultados arrojados por las encuestas realizadas al público a quien van dirigidos.

Como mencionamos anteriormente en las bases teóricas, las empresas ya no buscan solo licenciados en diseño gráfico que conozcan sobre la correcta aplicación de los colores, la semiótica, etc. Estas buscan personas que puedan posicionar productos y establecer estrategias de márketing. Bajo esta pauta se podría suponer que la maestría en diseño estratégico encajaría perfectamente en esta demanda, sin embargo hay que tomar en cuenta que esta no es dirigida específicamente a la mercadotecnia.

Carreras demandadas por el mercado

En una entrevista realizada al dueño de una imprenta se le preguntó en que sector le interesaría que estuviesen más capacitados su personal de trabajo, a lo que respondió que sería de significativa ayuda que estuviesen más familiarizados con el sector de marquetin para aplicar mejor el manejo de los programas guiados directamente a un objetivo comercial en específico.

Por lo dicho anteriormente, una recomendación más ajustada a las exigencias de las empresas actuales podría ser una maestría en mercadotecnia estratégica o una maestría en mercadotecnia y comunicación estratégica. Ambas están ofertadas actualmente en el CECC. Para aclarar un poco los conceptos, es importante definir brevemente en qué consisten estas dos citadas. Estos dos conceptos son dados directamente por la universidad antes mencionada.

Maestría en Mercadotecnia: esta te proporcionará los conocimientos necesarios para realizar planes integrales de mercadotecnia, contemplando las diferentes áreas que la constituyen: desde la investigación de mercados que define al público exacto al que dirigirás un determinado producto o servicio hasta seleccionar los medios más adecuados para difundirlos y darlos a conocer, o determinar los mejores canales de

distribución y las técnicas de venta más efectivas para hacerlos llegar a los consumidores finales.

Maestría en mercadotecnia y comunicación estratégica: formarte de manera integral con sólidos conocimientos teóricos y prácticos que te permitan responder a las necesidades actuales de las empresas, precisamente en lo que se refiere al desarrollo de la comunicación de marca, a través de la aplicación profesional de la mercadotecnia en todas sus áreas, incluyendo el análisis estratégico de negocios, la investigación de mercados, las técnicas de ventas, las políticas de precio, las promociones, la publicidad y las relaciones públicas.

Carreras demandadas por la muestra teórica

Ahora bien, tomando en cuenta lo que está a la vanguardia en la preferencia del público meta, según los resultados de la encuesta, sería una maestría en Tipografía o Maestría en diseño tipográfico. Como segunda opción más denotada entre la muestra esta una maestría en diseño y producción editorial. A continuación, se definen los conceptos:

Maestría en diseño tipográfico: tienen por objetivo fundamental formar maestros en Diseño Tipográfico, capaces de investigar y desarrollar soluciones óptimas a problemas particulares de comunicación mediante la correcta interpretación tipográfica, a partir del conocimiento específico de aspectos formales, conceptuales y tecnológicos de este medio y su entorno, que le permitan aplicarlos convenientemente.

Maestría en diseño y producción editorial: esta tiene como objetivo formar maestros de alto nivel, capaces de investigar, planear, proyectar y supervisar el diseño editorial singular aplicado a diferentes medios impresos para hacerlo más competitivo dentro de los diferentes mercados del medio económico y social de la región y el país.

En conclusión, son muchas las demandas del mercado en perspectiva con las demandas de deseo de crecimiento profesional de los graduados, sin embargo con la apertura de la primera maestría en Nicaragua, específicamente en la UPOLI, se abrirán las pautas para la creación de más ofertas educativas en el campo específico del diseño gráfico.

TRABAJOS ACADÉMICOS

Informe Universitario

Hernández, Gabriela (2012). Comunicación Gráfica del Siglo XX. Informe universitario. Universidad Centroamericana UCA, Managua, Nicaragua.

FUENTES ELECTRÓNICAS

Sitios Web

Membreño, Cinthya (2012). Confidencial. Recuperado de:
<http://confidencial.com.ni/archivos/articulo/6879/maestrias-y-posgrados-si-es-posible>

Juan Flores (2016). El Heraldito. Recuperado de:
<http://www.elheraldo.hn/pais/958296-466/unos-300-universitarios-migran-a-nicaragua-para-estudiar-posgrados>

Galo Romero, Humberto (2014). La Prensa. Recuperado de:
<http://www.laprensa.com.ni/2014/07/24/economia/204507-hay-credito-para-estudiar>

Acevedo, Adolfo (2015). La Prensa. Recuperado de:
<http://www.laprensa.com.ni/2015/05/02/economia/1824795-mas-desempleo-e-informalidad-en-nicaragua>

Hidalgo, Wendy Álvarez (2016). La Prensa. Recuperado de:
<http://www.laprensa.com.ni/2016/06/16/economia/2052775-llega-menos-inversion-extranjera-a-nicaragua-america-latina>

Bejarano Manuel (2016). La Prensa. Recuperado de:
<http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/392787-funides-crecimiento-economico-sera-4-7-2016/>

Mendoza, Gerardo (2016). La Prensa. Recuperado de:
<http://www.laprensa.com.ni/2016/05/04/nacionales/2029067-piden-mas-dinero-para-la-educacion-en-nicaragua>

Tecoloco Nicaragua. (2013) Tecoloco Nicaragua. Recuperad de:
<http://www.tecoloco.com.ni/blog/demanda-profesional-en-el-area-de-publicidad-y-comunicaciones.aspx>

Rosales, Adolfo (2014). UPOLI. Recuperado de:
<https://www.upoli.edu.ni/noticias/verNoticia/articulo:149-rina-rodas-diseno-en-nicaragua>

ANEXO NO. 1.-



Universidad Politécnica de Nicaragua
"Sirviendo a la Comunidad"

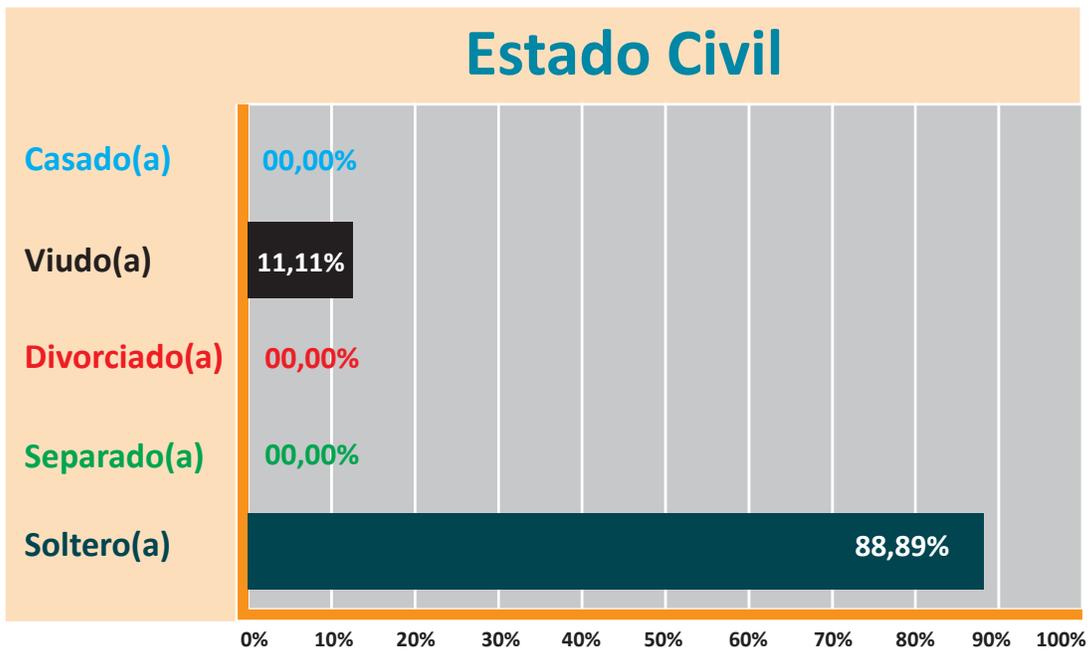
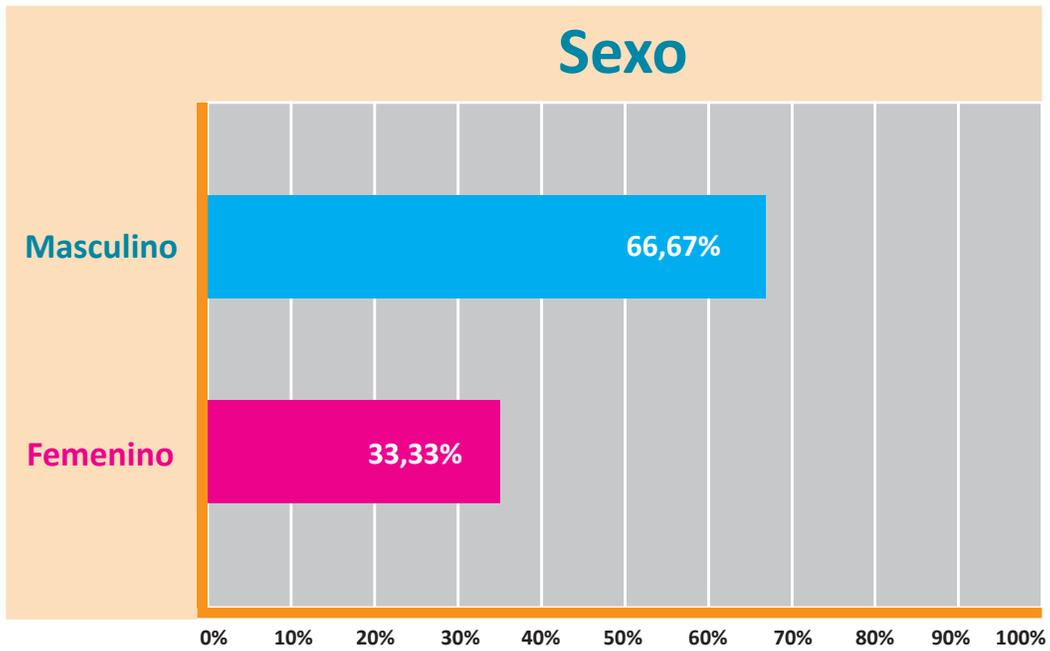


Cuestionario de Entrevista

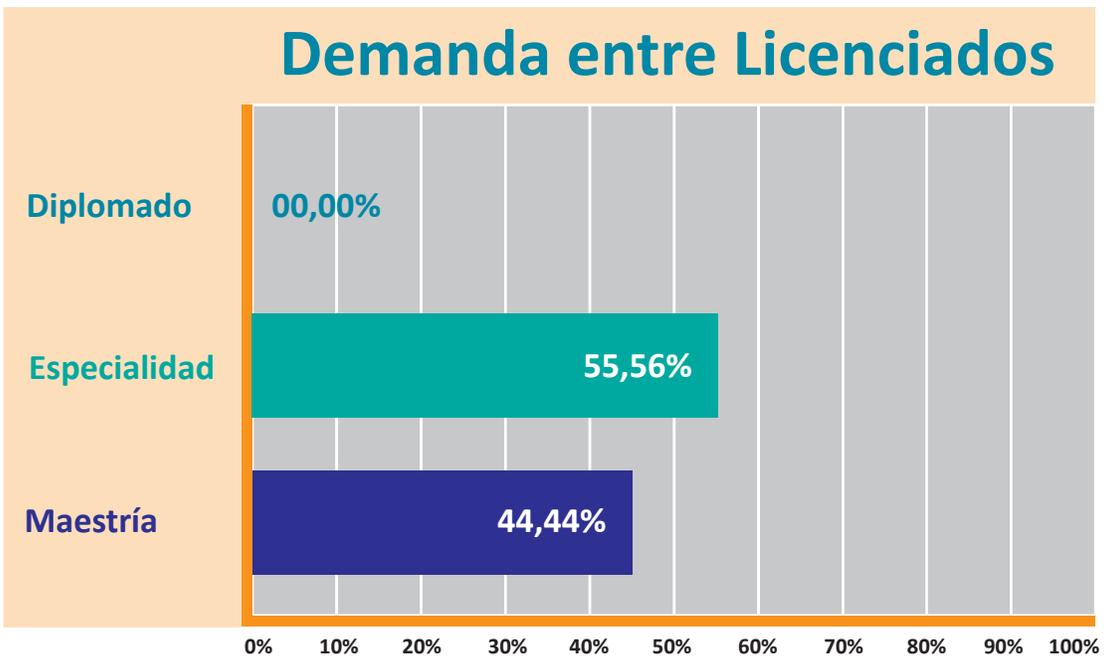
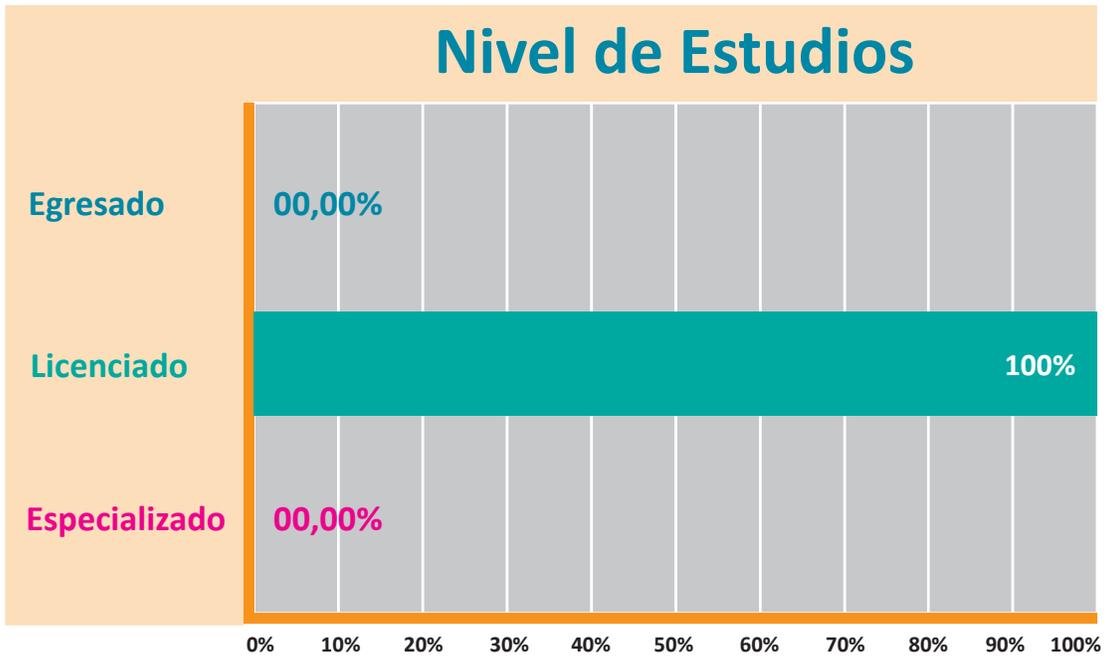
La finalidad de esta entrevista es para recabar información que nos permita inferir la demanda potencial por los estudios de Especialización y Maestría en Diseño Gráfico en el departamento de Managua, Nicaragua. Asimismo se busca indagar sobre los planes posgrados futuros de esta universidad.

1. ¿Cuál es el perfil de egreso de la carrera de diseño gráfico de esta universidad?
2. ¿Cuál es la situación actual de la carrera en cuestión de calidad de enseñanza?
3. ¿Cuál es el método de enseñanza implementado?
4. Respecto a los posgrados, ¿Cuál cree usted que sea el principal impedimento por el que los licenciados en Diseño Gráfico no llevan a cabo estudios posgrados luego de salir de la carrera?
5. ¿Esta universidad cuenta con algún programa posgrados dirigido a diseñadores gráficos? ¿Cuál?
6. ¿Tienen pensado implementar algún estudio posgrado para diseñadores gráficos en el futuro? ¿Cuál? ¿Por qué?

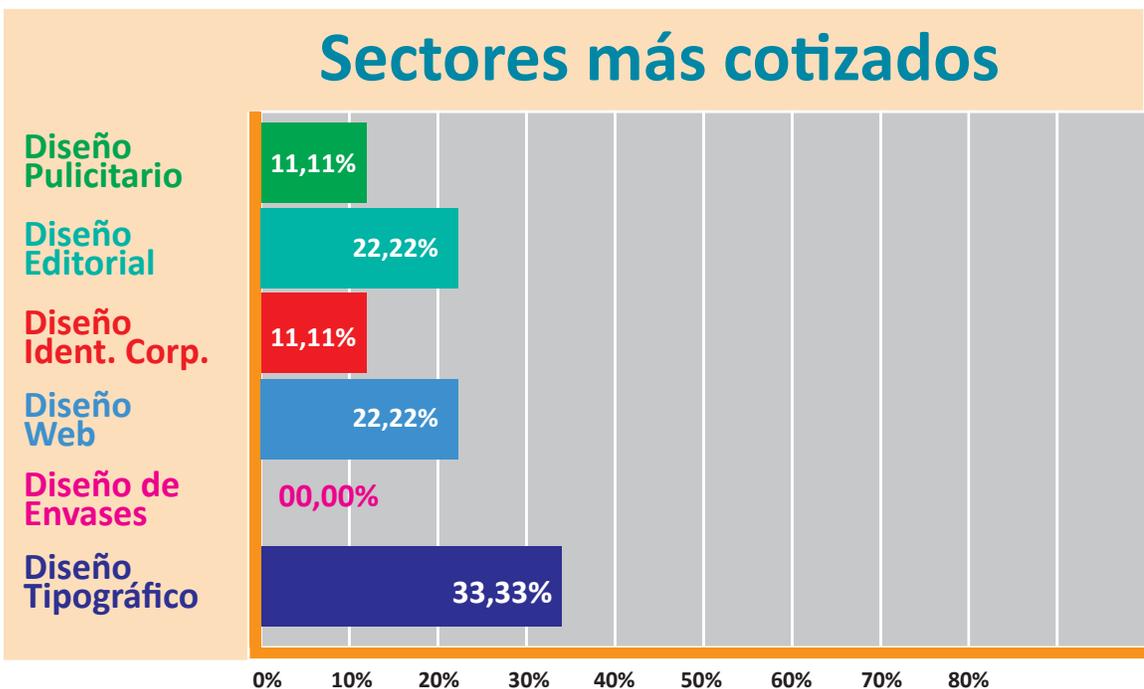
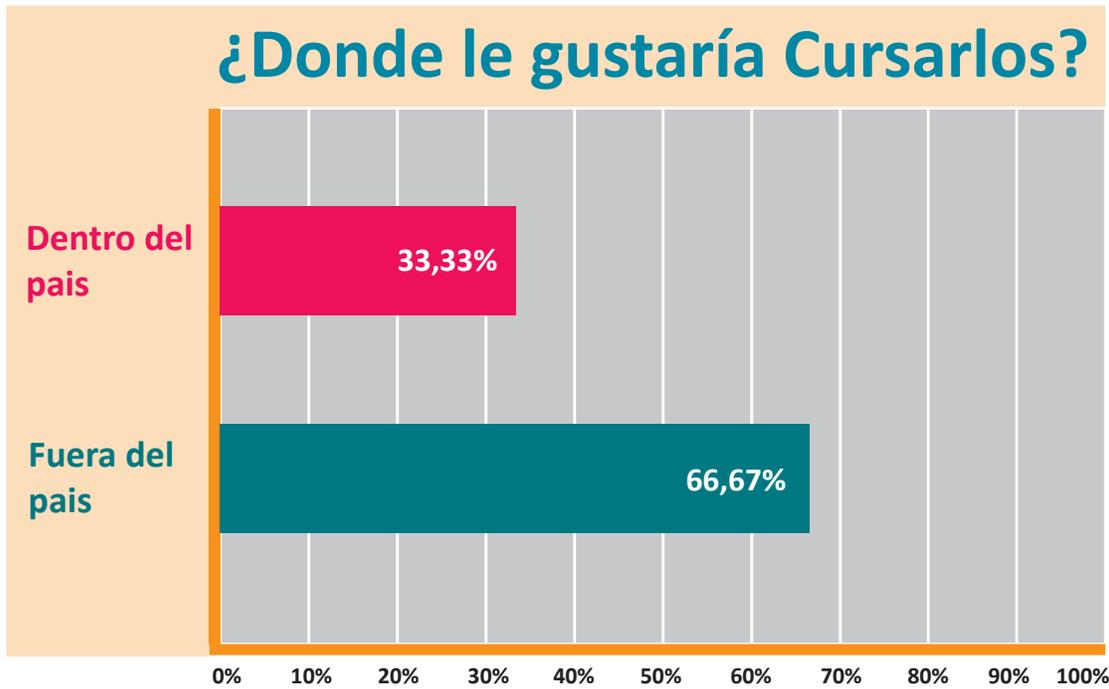
ANEXO NO. 2.-



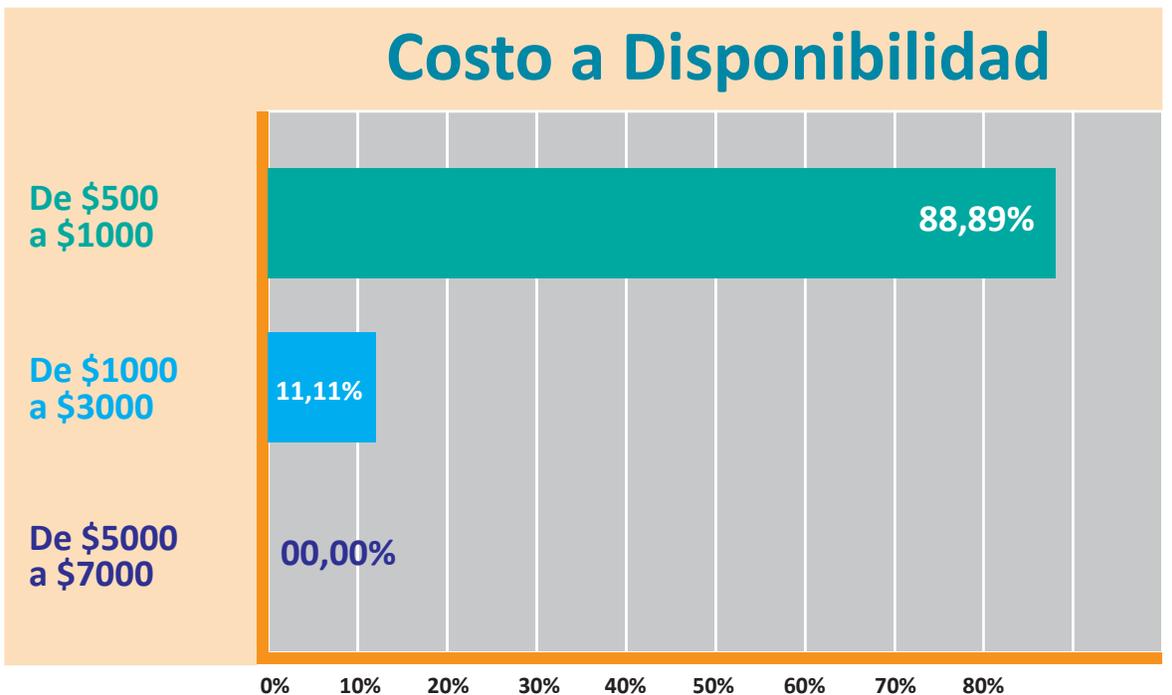
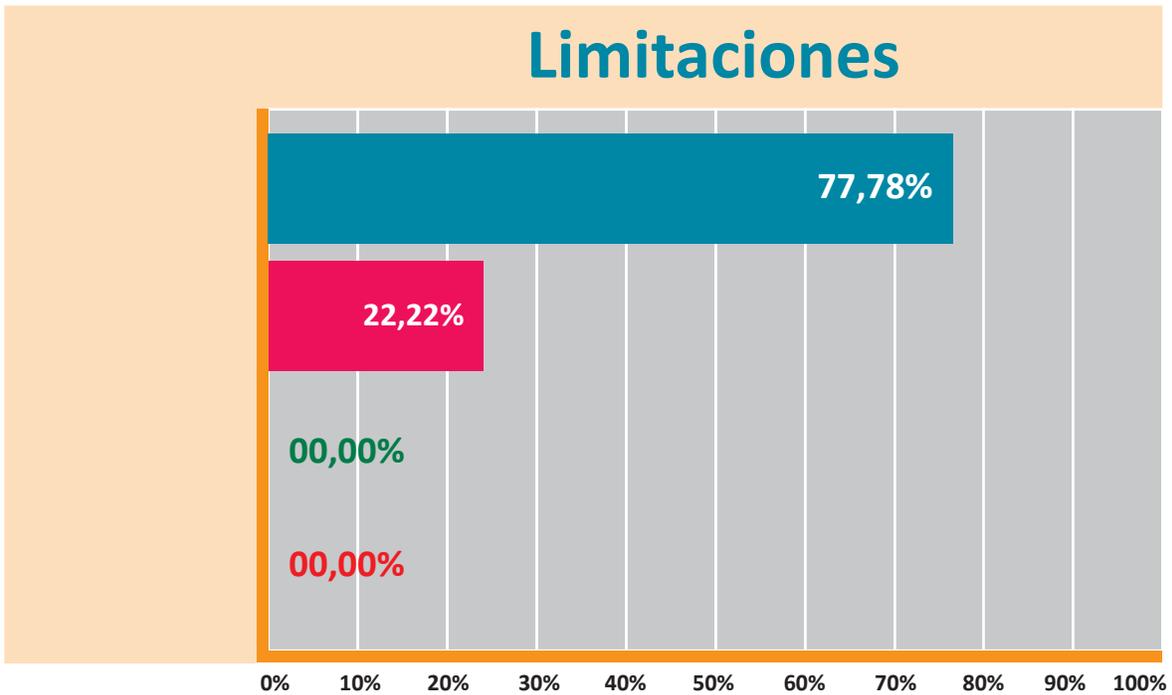
ANEXO NO. 2.-



ANEXO NO. 2.-



ANEXO NO. 2.-



ANEXO NO. 3.-

Para una mejor organización de esta investigación se hizo uso del diagrama de Gantt al empezar la misma. Con el planteamiento de metas en dependencia de los meses que duro esta investigación logrando concretarse todas estas en tiempo y forma, algunas incluso antes de lo especificado.

Cronograma

Actividades	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Selección del Tema						
Planteamiento del problema						
Elaboración de objetivos						
Marco Teórico						
Diseño metodológico						
Trabajo documental y campo						
Análisis e interpretación de información						
Primer borrador para su revisión						
Entrega de informe y estrategias gráficas						

Recursos Materiales: equipos de computación para la interpretación de datos estadísticos y documentales; material de oficina como libretas, plumones, resaltadores entre otros para el análisis de la información.

Recursos Humanos: durante el desarrollo de esta investigación se contó con el apoyo de encuestados y un entrevistado, quienes dieron información sustancial para el desarrollo de la misma.

Recursos Financieros: dado que el lugar en cuestión de esta investigación está dentro de la Ciudad de Managua, mi lugar actual de residencia, no se hizo uso de muchos recursos financieros para su desarrollo más que el transporte urbano colectivo usado a diario para el desarrollo del trabajo de campo.