



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en
Diseño Gráfico

**“La relación entre el diseño gráfico y el indicador MBTI en la
identificación de perfiles psicológicos para explicar aptitudes y
capacidades de los diseñadores en los últimos niveles de la Universidad
Técnica de Ambato.”**

Autora: Castillo Naranjo, Stephanie Lissette

Tutor: Mg. Tibán Perdomo Galo Álvaro

Ambato – Ecuador
Marzo, 2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: “**La relación entre el diseño gráfico y el indicador MBTI en la identificación de perfiles psicológicos para explicar aptitudes y capacidades de los diseñadores en los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato.**” la alumna Stephanie Lissette Castillo Naranjo, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, marzo del 2022

EL TUTOR



.....

Dis. MSc. Alvaro Tibán Perdomo

C.I: 1804161022

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**La relación entre el diseño gráfico y el indicador MBTI en la identificación de perfiles psicológicos para explicar aptitudes y capacidades de los diseñadores en los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato.**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, marzo del 2022

LA AUTORA



.....
Stephanie Lissette Castillo Naranjo

C.C: 060475049-7

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, marzo, 2022

LA AUTORA



.....
Stephanie Lissette Castillo Naranjo

C.I: 060475049-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“La relación entre el diseño gráfico y el indicador MBTI en la identificación de perfiles psicológicos para explicar aptitudes y capacidades de los diseñadores en los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato.”** de Stephanie Lissette Castillo Naranjo, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, marzo, 2022

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Quisiera dedicar este proyecto de investigación, el cual unió mis dos grandes pasiones, a Christopher Bang, mi mayor fuente de inspiración y confianza; por enseñarme el camino y ser ejemplo para convertirme en lo que yo desee mientras lo sueño, por enseñarme a que se puede vivir de esta manera y darme un hogar el cual llevaré conmigo en cada paso que dé.

Stephanie Lissette

Castillo Naranjo

AGRADECIMIENTO

Agradezco de corazón a mi familia que me regaló la libertad para elegir mi camino, y su apoyo incondicional mientras encuentro mi destino. Agradezco mis maestros y compañeros que me enseñaron mucho durante este periodo haciendo que me enamore cada día más de esta maravillosa carrera.

***Stephanie Lissette
Castillo Naranjo***

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DEL TITULACIÓN	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE IMÁGENES	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1. MARCO TEÓRICO	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.2.1 Contextualización (Macro, Meso, Micro)	3
1.2.2 Árbol de problemas.....	5
1.3 Justificación.	5
1.4 Objetivos.....	8
1.4.1 Objetivo general	8
1.4.2 Objetivos específicos.....	8
1.5 Antecedentes de la investigación (<i>Estado del Arte</i>)	8
1.6 Fundamentación (Legal, Axiológica, Ontológica).....	11
1.7 Categorías fundamentales.	15
1.7.1 Redes conceptuales. Jerarquización de variables	15
1.7.2 Constelación de ideas.....	15

1.8 Bases Teóricas.....	17
1.8.1 Industria gráfica.....	17
1.8.1.1 Oferta y demanda.....	17
1.8.1.2 Diseño Gráfico.....	18
1.8.1.2.1 Áreas del Diseño Gráfico.....	19
1.8.1.2.2 Rol del diseñador Gráfico (Funciones).....	20
1.8.1.2.3.1 Perfil del diseñador Gráfico (Concepto).....	22
1.8.1.2.3.1.1 Contexto (Social, Económico, Cultural, Tecnológico).....	23
1.8.1.2.3.1.2 Oferta y Demanda.....	24
1.8.1.2.3.1.3 Competencias (Productos gráficos).....	25
1.8.1.2.3.1.4 Rasgos (Actitudes, Aptitudes y Desempeño).....	25
1.8.2 Psicología.....	26
1.8.2.1 Psicología de la personalidad.....	28
1.8.2.1.1 Teoría de los cinco factores de la personalidad.....	28
1.8.2.1.1.1 Indicador MBTI Briggs-Myers (Concepto).....	31
1.2.2.1.1.1.1 Historia.....	35
1.2.2.1.1.1.2 Tipos de personalidad (Características, Actitudes y Aptitudes).....	35
1.2.2.1.1.1.3 Funciones.....	47
1.2.2.1.1.1.4 Efectividad (Estadísticas y estudios).....	48
1.2.2.1.1.1.5 Test en línea “16 Personalidades” (Funciones, efectividad, confiabilidad).....	48
1.9 Formulación de hipótesis.....	52
1.9.1 Hipótesis Nula.....	52
1.9.2 Hipótesis Alterna.....	52
1.10 Señalamiento de las variables.....	52
1.10.1 Variable dependiente.....	52
1.10.2 Variable independiente.....	52
CAPÍTULO II.....	53
2. METODOLOGÍA.....	53
2.1 Método.....	53
2.1.1 Enfoque de la investigación.....	53
2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación.....	53

2.1.3 Nivel o tipo de Investigación.	54
2.2 Población y muestra.	55
2.3 Operacionalización de variable	56
CAPÍTULO III	65
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	65
3.1 Análisis y discusión de los resultados.....	65
3.1.1 Entrevistas	66
3.1.2 Encuestas.....	80
3.2 Verificación de hipótesis.....	90
CAPÍTULO IV	95
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
4.1 Conclusiones	95
4.2 Recomendaciones.....	96
BIBLIOGRAFÍA	97
ANEXOS	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Árbol de problemas	55
Gráfico N° 2: Categorías Fundamentales	15
Gráfico N° 3: Variable Independiente	16
Gráfico N° 4: Variable Dependiente.....	16
Gráfico N° 5: Las cinco dimensiones. (Laak J.,1996).	32
Gráfico N° 6: Estructura del Indicador MBTI. (Basado en Apiquian A.,2015).....	35
Gráfico N° 7: 16 tipos de personalidad (CLT Solutions, 2019).	35
Gráfico N° 8: Edades de estudiantes de diseño de la Facultad de diseño y arquitectura.	83
Gráfico N° 9: Carrera de los estudiantes encuestados	83
Gráfico N° 10: Niveles de los estudiantes encuestados.....	84
Gráfico N° 11: Tipos de personalidades.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Operacionalización de la variable independiente</i>	56
Tabla 2 <i>Operacionalización de la variable dependiente</i>	60
Tabla 3 <i>Resumen de recolección de datos</i>	63
Tabla 4 <i>Preguntas y explicación sobre la investigación</i>	63
Tabla 5 <i>Matriz de Triangulación concurrente: Método estadístico Analítico</i>	91

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1: Malla curricular de la Carrera de Diseño Gráfico Universidad Técnica de Ambato.,(s.f)	20
---	----

RESUMEN EJECUTIVO

Conocer el perfil psicológico de los diseñadores es fundamental para romper algunos estereotipos que hasta el día de hoy se mantienen. El principal problema nace por la inexistencia de un estudio desde el punto de vista del diseñador gráfico hacia su propio perfil, es por eso que es importante entender la manera cómo funciona la mente de un creativo, que puede abrir varias puertas dentro de organizaciones de diseño, tanto laborales como académicas. El presente estudio busca explicar el perfil psicológico a través del indicador MBTI de los diseñadores, analizando sus actitudes y aptitudes, y su relación con las distintas áreas del diseño, debido a su fácil interpretación y acceso.

Con el propósito final de medir a los diseñadores y estos conozcan aspectos de su personalidad y la compatibilidad con las ramas de diseño. Además, las organizaciones de diseño pueden usarlo de manera que facilite el aprendizaje del estudiante de diseño o el rol en el entorno laboral del diseñador.

Obteniendo como resultado tres perfiles psicológicos principales que siguen un patrón lógico según el indicador MBTI; que son: INFP, ESFP e INFJ. Los tres principales se caracterizan por la extroversión o introversión presente en el individuo, la intuición que explica la sensibilidad, creatividad y capacidad para fijarse en los detalles, tienden a ser emocionales complementa esta característica y el modo de relacionarse con juicio o percepción para lo práctico.

PALABRAS CLAVE: PERFIL DEL DISEÑADOR, ÁREAS DE DISEÑO, INDICADOR MBTI, MENTE CREATIVA, ROL DEL DISEÑADOR.

ABSTRACT

It's necessary to know the designers' psychological profile, to eliminate some stereotypes that society still thinking over graphic designers. Comprehend the way to creative mind works, can open a lot of doors in design organizations, like Laboral and academic organizations. This investigation will look for explications about psychological profiles through MBTI indicator, it will analyze attitudes and skills and its relationship with design area. With the purpose of measure designers, and they can know personality's aspects and compatibility with design areas. Also, design's organizations can use this investigation to make easy the learning area for graphic design's students, or role in the designer's work environment.

KEYWORDS: DESIGNER'S PROFILE, DESIGN AREAS, MBTI DESIGNER, CREATIVE MIND, DESIGNER ROLE.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta investigación es relacionar los perfiles psicológicos según el indicador MBTI con las aptitudes y capacidades de los diseñadores gráficos de los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato. Este tema nace en parte, por la necesidad de saber qué características unen a los diseñadores y cómo la inexistencia de este estudio influye en su medio, desatando problemas como la desvalorización de la profesión y los estudios en el campo profesional y académico. Con base a este fin, el estudio se divide en los diferentes capítulos, que la desarrolla:

Capítulo I. Marco Teórico. El cual incluye el tema, el planteamiento del problema, contextualización, árbol de problemas, justificación, objetivos: objetivo general y específicos, antecedentes de investigación (Estado del Arte), fundamentación: *legal, axiológica y ontológica*, categorías fundamentales: redes conceptuales: *jerarquización de variables y constelación de ideas*, bases teóricas, formulación de hipótesis (El perfil psicológico según el indicador MBTI se relaciona con las aptitudes y capacidades de los diseñadores gráficos de los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato), y el señalamiento de las variables: variable dependiente y variable independiente.

Capítulo II. Metodología. El cual indica el método, siendo el ideal para esta investigación el método inductivo, que contiene los siguientes puntos: el enfoque de la investigación, la modalidad básica de la investigación y el nivel o tipo de investigación, la población y muestra, la operacionalización de variables y las técnicas de recolección de datos.

Capítulo III. Resultado y discusión. En el mismo se indican el análisis y discusión de resultados y la verificación de hipótesis.

Capítulo IV. Conclusiones y recomendaciones. Se presenta las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Tema.

“La relación entre el diseño gráfico y el indicador MBTI en la identificación de perfiles psicológicos para explicar aptitudes y capacidades de los diseñadores en los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato.”

1.2 Planteamiento del problema.

A lo largo de los estudios del diseño gráfico, en especial el trayecto que se forja al ser estudiante de la carrera, se estudia varias áreas que incluye el diseño, empezando por las que se refieren a la comunicación, y especialidades que incluyen las tecnologías del mundo actual. La oportunidad de estudiar una carrera en el país es significativamente valiosa para cualquier bachiller, las actitudes y aptitudes se concentran en individuos aparentemente similares, que se los conoce como compañeros de carrera y más tarde como colegas profesionales.

Este grupo de personas, estudiantes y profesionales, que se reúnen en la academia para formar y compartir experiencias de diseño, siempre fueron objeto de interés, que despertaron incógnitas sobre su origen, historia y “talento” que mostraban dentro y fuera del aula, en la experiencia propia, durante la etapa estudiantil, se pudo evidenciar paso a paso el crecimiento en diferentes áreas, a tal punto que, para sacar adelante los proyectos, se complementaban entre compañeros.

Desde la perspectiva personal ha existido un interés casi innato sobre la psicología de los individuos, su interrelación y los efectos o “productos finales” que se crean. En una investigación rápida se pudo detectar que el diseñador gráfico no tiene estudios acerca de su perfil, desde el ámbito psicológico. Incluso laboralmente no existen métodos adecuados para evaluar actitudes y aptitudes determinadas, porque no existen estudios que hablen sobre los perfiles psicológicos de los diseñadores gráficos y su relación con las aptitudes.

La falta de estudios hacia diseñadores en el ámbito psicológico es un problema que no ha despertado el interés ni de psicólogos ni de diseñadores. Al no conocer la personalidad de los diseñadores, no se puede generar más estudios sobre su perfil laboral ni académico. Dentro del campo antropológico los registros del comportamiento y

factores que forman a los comunicadores visuales se limitan a estudiar profesionales de diferentes áreas y esto se da por varios factores.

La razón para el desinterés hacia el diseñador es la falta de educación a nivel psicológica, también es una carrera “nueva” en la sociedad ecuatoriana, como lo respalda el párrafo. “De hecho, a lo largo de la historia de la psicología ecuatoriana la cultura no se ha incorporado de forma seria a la escasa investigación existente.” (Capella, A., 2017, pág.178). Por consiguiente, los estudios de profesionales diseñadores, siendo un grupo reducido en comparación a otras carreras, se le da menos importancia y relevancia. Otro factor que influye directamente es la concepción del diseño gráfico en el país, la desvalorización de la carrera y por ende el rol que cumple el diseñador, minimiza el trabajo y desempeño de este, convirtiéndolo en un objeto de investigación irrelevante.

A la vez, al no conocer sobre este tema, genera varios problemas más, en el campo laboral no hay un mínimo de factores que evalúe las actitudes y aptitudes de los diseñadores dentro de las agencias y empresas, no hay patrones de personalidad que definan a los diseñadores, y finalmente no se generan más estudios para que el diseñador tenga su debida relevancia y reconocimiento en el entorno.

1.2.1 Contextualización (Macro, Meso, Micro)

Para entender la escasa importancia que se da al perfil psicológico de los diseñadores gráficos y su deficiente investigación en Latinoamérica, es necesario recurrir a los repositorios de las universidades a través del internet, para encontrarse con la realidad, los pocos artículos y documentos encontrados están relacionados a los perfiles profesionales que se estudian y se investigan, más no sobre la psicología de estos.

El único artículo traducido al español que menciona sobre la psicología del diseñador basado en el indicador MBTI, explica que, la mayoría de los diseñadores tienen rasgos muy marcados de introversión e intuición, variando en las dos siguientes categorías (formas de llegar a conclusiones y maneras de relacionarse con el exterior), el original fue realizado en el estado de Misisipi. (Webmaster Magical Art Studio, 2019).

Es necesario señalar que hay varias tesis y artículos que hablan del indicador MBTI para evaluar el desempeño de otra clase de profesionales y, por otra parte, sobre las competencias del diseñador gráfico en su perfil profesional, los mismos que serán analizados más a fondo en los antecedentes de investigación.

En el Ecuador hay escasos estudios al alcance de todos que hablen sobre los diseñadores gráficos, y su perfil psicológico o tipos de personalidad, tomando en cuenta que el diseño es una carrera y profesión actual, en un país mayormente tradicionalista. Como lo explica Mantilla L., (2018):

En la actualidad el diseño gráfico carece de conceptos y fundamentos lo que ha obligado a la misma sociedad a desvalorizar el trabajo profesional por falta de innovación y preocupación de los mismos diseñadores por elevar su grado de credibilidad en el mercado. (pág.9).

La falta de estudios enfocados al diseño es causa y consecuencia de la desvalorización generalizada que se presenta en el país, los diseñadores en la ciudad son muy pocos contando 105 es decir, el 34,7% de un total de 303 personas involucradas en la industria del diseño, para el año del 2013. (Navas, E., 2013).

En la provincia de Tungurahua se forman diseñadores gráficos en solamente tres universidades, las facultades son relativamente pequeñas por los factores sociales ya mencionados, por consiguiente, la cantidad de diseñadores en Tungurahua es baja, podemos asegurar, no existen estudios que analicen al diseñador como su “público objetivo”. En una exhaustiva búsqueda en el repositorio de las universidades dentro de la ciudad y las bibliotecas virtuales, no se ha podido encontrar ninguna investigación en la que indague, defina y analice las personalidades o rasgos de los diseñadores gráficos.

1.2.2 Árbol de problemas

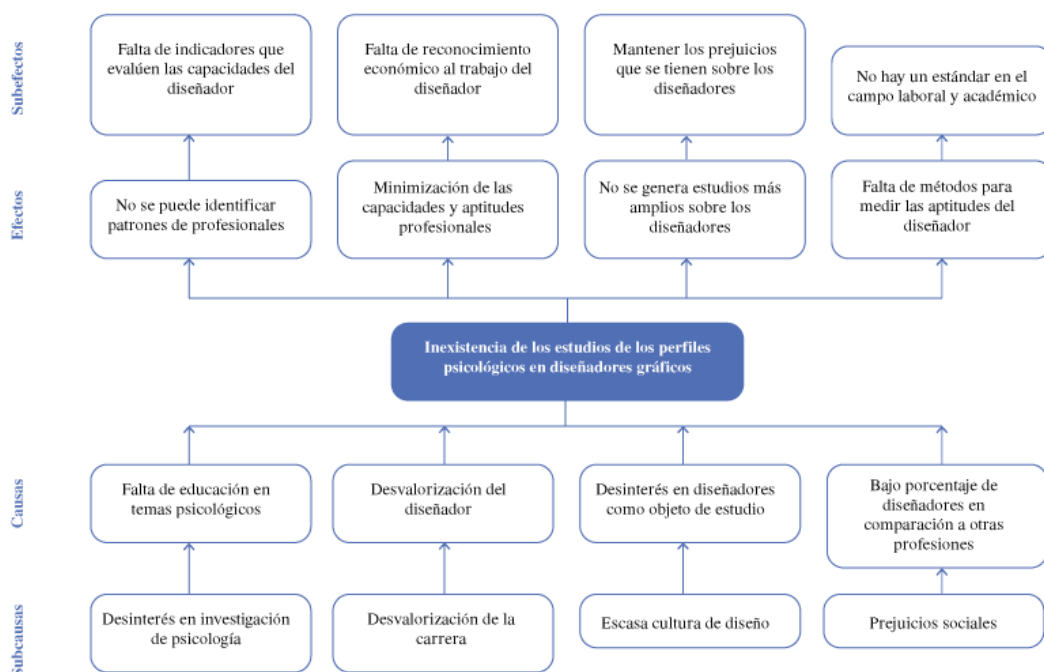


Gráfico N° 1: Árbol de problemas

1.3 Justificación.

La escasa atención que se ha puesto en el diseño gráfico y en especial a diseñador, como objeto de estudio ha abierto una gran cantidad de problemas que lo originan y a raíz del desconocimiento de formas de evaluar las aptitudes y capacidades de los profesionales del diseño en base al perfil psicológico, como lo hacen en otras áreas de estudio.

No es novedad que escuchar en el entorno que el diseño gráfico es desvalorizado, y por consecuencia el diseñador ha sido minimizado en rango de profesionalidad, debido a varios factores como la introducción del diseño relativamente reciente en comparación a otros países, como los indican Calderón y García (2014), en su libro “Historia del Diseño Gráfico en Ecuador”: “A partir del 2000... se tiende a un diseño más experimental, de expresión propia del diseñador..., podemos anotar como, la evolución del diseño gráfico está relacionada con el desarrollo tecnológico y económico” (pág.133). Es decir,

a principio del milenio se presenta el concepto de diseño dentro del Ecuador, como había evolucionado a nivel global, el cambio económico y tecnológico que atravesó el país a principios del 2000, también ayudó a canalizar el transporte del diseño, y este empezó a ser consciente del estrecho vínculo con el diseñador y su rol como profesional. Entendiendo que es una profesión relativamente “nueva”, y con la carga del prejuicio social que arrastra incluso en el presente, en medio de una pandemia, que sin duda ha modificado el papel del diseñador en la sociedad; produce desinterés en el estudio psicológico del individuo, y por lo tanto su desempeño social, laboral y académico, que si no se lleva a cabo, seguirá siendo un ciclo, en donde el diseñador al no ser estudiado ni medido seguirá teniendo la imagen de inferioridad ante las otras profesiones.

Esta investigación, la cual requiere conocer y relacionar los perfiles psicológicos de los diseñadores gráficos, a través de la herramienta del indicador MBTI, es una forma de medir de manera fácil y eficiente, como afirma Henón J. (2001):

... esta prueba ha sido concebida fundamentalmente como una herramienta para que los individuos sepan más sobre sí mismos, y para que comprendan y consideren las diferencias existentes entre ellos mismos y los demás. Se le emplea con frecuencia en el ámbito de las relaciones comerciales y profesionales... (pág.87).

Teniendo en cuenta que la herramienta está al alcance de los recursos empleados para la investigación, el objeto de estudio, es decir, los estudiantes y profesionales de la facultad, y con la amplia bibliografía que se cuenta tanto dentro como fuera de la Universidad, el proyecto es viable llevar a cabo.

En cuanto al perfil profesional del diseñador gráfico, según un estudio de la Universidad de Palermo, determinar el perfil del diseñador es importante porque ayuda a vincularlo con su con la sociedad, es decir, determina el rol que desempeña en la comunidad. Urguilez M. (2018).: señala que tener claro un perfil profesional para el diseñador “abre la posibilidad a la creación de redes profesionales, comerciales,

intelectuales y académicas que dan pie al egresado a desarrollarse de manera independiente y llevar a cabo proyectos o emprendimientos.0”. (pág.87).

El desarrollo de este proyecto tiene como fin, apoyar al diseño gráfico local. Estudiando al diseñador gráfico, sus fortalezas y debilidades, para que este empiece a trabajar sobre ellas y pueda usarlas como herramientas con el fin de mejorar como profesional y tener la oportunidad de innovar o complementar proyectos dentro del trabajo en equipo. En el campo laboral los rasgos dominantes que presentan los individuos en su psicología deben sin duda, contribuir al desempeño propio de la empresa o sector al que sirve, además de conocer los aspectos que se comparten con otros profesionales, conocer los patrones y alcances que pueden tener, aportará como medida para evaluar a los diseñadores y sus respectivos roles dentro de las áreas de especialidad en el diseño gráfico. Se podrá conocer las tendencias de los individuos, por ejemplo, el liderazgo, al trabajo en equipo, las actitudes y aptitudes, capacidad de observación y detalles, su rol como comunicador y mediador, dentro de un ambiente académico como profesional y su interrelación con otros diseñadores a lo largo de su carrera. Además, el estudio de la personalidad de los creativos dentro de la Universidad aportará tanto al área psicológica como de diseño, entre estudiantes y autoridades que podrán incluir los perfiles dentro la malla curricular.

Es así, como el fin de la investigación es plenamente en el campo del diseño, para generar una guía que ayude tanto a aspirantes, estudiantes y profesionales a la hora de elegir carrera, especialidad y posiciones. A través de la aplicación del indicador MBTI y conociendo por medio de esta investigación, su relación con los campos del diseño gráfico. También puede llegar a beneficiar a las empresas del sector, que requieren de diseñadores y organizaciones de diseño, sirviendo como una forma de evaluar si su personal posee tendencias para cumplir o desarrollar las funciones que cada institución requiera.

Es necesario que el diseñador tenga su propio perfil psicológico y sus respectivos rasgos que los definen en el papel de comunicador y creativo, además de contribuir al estudio de los pocos profesionales de la facultad. Resolviendo el principal problema de la

inexistencia de un estudio sobre los perfiles psicológicos de los diseñadores gráficos, y los que lo siguen como la desvalorización tanto de profesionales como de la profesión. Este estudio abrirá espacios que se dediquen a medir a los profesionales y generar más estudios para destacar el rol del profesional en el medio.

1.4 Objetivos.

1.4.1 Objetivo general

Relacionar los perfiles psicológicos según el indicador MBTI con las aptitudes y capacidades de los diseñadores gráficos de los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato.

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los perfiles psicológicos de los diseñadores gráficos en los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato a través del indicador MBTI.
- Identificar las aptitudes y capacidades de los diseñadores gráficos en los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato.
- Relacionar los datos obtenidos a través de un análisis para conocer la conexión entre los rasgos de personalidad, las aptitudes y actitudes de los diseñadores de la Universidad.
- Generar una muestra de resultados para estandarizar los perfiles psicológicos de los diseñadores gráficos en el campo académico y laboral, de la FDA-UTA.

1.5 Antecedentes de la investigación (*Estado del Arte*)

Para abordar el desarrollo del presente proyecto de investigación, es oportuno referenciar trabajos relacionados a las variables que lo constituyen.

Empezando por el trabajo realizado en la empresa “Triunfo” que se dedica a la siderurgia, en Monterrey- México. El objetivo de esta investigación fue relacionar capacidad de liderazgo de los jefes de departamento con la producción de acero, utilizando como instrumento de medición el indicador MBTI.

El estudio se realizó en seis departamentos de distintas líneas, solamente en los líderes de alto rendimiento, que tienen como objetivo el cumplir con los

requerimientos de productividad, calidad y seguridad.

El trabajo responde a la problemática que enfrentaba la empresa en ese entonces, que era potenciar la productividad y rentabilidad debido al aumento de la demanda de acero en los mercados mundiales, la empresa requería mejorar la calidad de los productos y servicios, precios, tiempos de entregas y cantidades. Una de las estrategias se relacionaba con el desarrollo de capital humano, resolviendo evaluar a los líderes antes mencionados, para que promuevan el incremento de productividad.

Como resultado de la investigación y aplicación del indicador se evidenció que esta, “establece preferencias individuales de los líderes de los equipos de alto desempeño y promueve un uso más constructivo de las diferencias individuales.” (Alonso Amezcua, 2009, pág. 85). Después, se analizó las características y se las relacionó con los requerimientos para una productividad eficiente, determinando un tipo psicológico basado en las 16 personalidades. Siendo el departamento de la Línea 1 y 6, las personas que cumplen los requerimientos de productividad entre los tipos de personalidad ENTJ, ISFP, ISTJ, ESTP y ESTJ; concluyendo que el último tipo está presente en los líderes que cumplen al cien las características requeridas, sin desvalorizar la carrera profesional del personal. (Alonso Amezcua, 2009).

En el año 2013, se llevó a cabo un proyecto de tesis de investigación, que buscaba conocer el perfil psicológico de 204 estudiantes de Psicología de la Facultad de Ciencias de la conducta de la promoción 2005, en la Universidad Autónoma del Estado de México, en Toluca, de nuevo utilizaron el indicador MBTI Briggs-Myers, con el fin de entender cuáles son los tipos de aprendizaje que dominan los estudiantes. Presentando resultados que indican que el tipo de personalidad ESTJ es el que prevalecía entre el grupo estudiado.

Flores Nolasco C. (2013)., explica lo siguiente sobre que este tipo de perfil:

...son personas sensibles, responsables, interesadas realmente por lo que piensan y/o quieren los demás, intenta manejar la situación considerando los sentimientos de los otros, se le facilita proponer o conducir una discusión con tacto, es sociable, atiende a las demandas y críticas de los otros. Emplea más el sentimiento para su vida exterior y la intuición en su vida interior. (pág.77).

Concluye que la investigación realizada servirá para conocer los estilos de aprendizajes de los estudiantes, para que en un futuro se genere programas y talleres que permitan aumentar el proceso de desarrollo a través de estrategias de aprendizaje que permitan que los estudiantes aprendan de manera eficiente. (Flores Nolasco, 2013).

En cuanto al perfil del diseñador, hay referencias, como las del 2018 de la Universidad de Palermo en Argentina, en donde analizaron si el perfil profesional del diseñador gráfico en la ciudad de Buenos Aires tiene un direccionamiento hacia el emprendedurismo, además se investigó sobre los tipos de trabajo que realizan los diseñadores con el fin de evidenciar el desempeño y la aceptación en el campo laboral.

Se realizó una investigación descriptiva, a través de dos métodos; entrevistas semiestructuradas y encuestas, aplicadas en los estudiantes y egresados de la carrera de Diseño Gráfico de la universidad.

El fin de este estudio fue identificar la existencia u orientación del emprendedurismo, así como la relación entre el perfil profesional y las políticas orientadas al diseño, explorando las políticas públicas que se vinculan al diseño.

En la carrera de Diseño Gráfico de la UP, los resultados de la investigación sobre la formación académica en esta institución, revela Uguilez M., (2018)., qué: "...formas profesionales críticos, se encuentra muy actualidad en términos de lo que demanda el mercado y ofrece un sinfín de alternativas para aquellos alumnos que deseen adquirir herramientas clave para desarrollar futuros emprendimientos.". (pág.117). Y en cuanto a las políticas relacionadas con el diseño, relató que: "... se pudo observar que están muy direccionadas al fomento de emprendimientos y que esto va en línea con la ideología del partido gobernante.". (pág.117).

Dando como resultado la fuerte intención de elevar las políticas que apoyen la disposición a emprender en el área del diseño y las industrias creativas. Además, se identificó tres tipos de profesionales de diseño; trabajadores dependientes, trabajadores independientes y empleadores. (Uguilez M., 2018).

La siguiente investigación tiene que ver con el análisis de rasgos de personalidad en ejecutivos, aplicando en Indicador MBTI, Briggs-Myer, para identificar su

personalidad y su relación con la capacidad de la toma de decisiones en el contexto de gestión y rendimiento empresarial. El fin de este estudio fue implementar un perfil laboral (orientado a la personalidad), para conocer cuál es el rasgo ideológico que asegure un ambiente laboral bueno. Con resultados obtenidos se puede concluir que se minimizó el riesgo de toma de decisiones y el de pérdidas económicas futuras.

Los resultados finales fueron una visión clara de los tipos de personalidades que la empresa debería tomar en cuenta a la hora de seleccionar a su personal. Esta personalidad requerida, debe poseer rasgos de conciencia, extroversión y visión estratégica. (Fuentes León, P., Huesta Mattos D., 2019)

Por último, la investigación ejecutada y presentada en el 2021, sobre las competencias de un diseñador gráfico proyectada hacia el año 2030, se realizó a través de investigación cualitativa, con técnicas de observación y se empleó entrevistas semi estructuradas como principal herramienta, dentro de la Universidad “Ricardo Palma”, en Lima, Perú.

El objetivo fue analizar las competencias profesionales que solicitan los estudiantes de Diseño Gráfico, de una universidad privada para el 2030. Los datos obtenidos, fueron analizados y respaldados por profesionales, que sintetizan, son: “...la comunicación eficaz, el autoaprendizaje autónomo, la ética, innovación, la gestión en diseño, investigación y el uso de medios.”. (Chiroque Landayeta V., 2021).

Como podemos evidenciar, el indicador MBTI se utiliza para relacionar con cualquier otro factor dentro de temas psicológicos o de destrezas prácticas, concluyendo según el registro de proyectos de investigación que es una herramienta conveniente y fácil reinterpretar y relacionar con el perfil psicológico del diseñador gráfico.

1.6 Fundamentación (Legal, Axiológica, Ontológica)

Fundamentación Legal:

El último Reglamento de las redes del sistema de Educación Superior, se fundamenta la apertura que deben tener los institutos de educación superior, para con la investigación, el Acuerdo 040 [SENESCYT,2018],.

manifiesta que:

Que el artículo 386 de la Constitución de la República del Ecuador, señala que el Sistema Nacional, de Ciencia, Tecnología, Innovación, y Saberes Ancestrales "Comprenderá programas, políticas, recursos, acciones, e incorporará a instituciones del Estado, universidades y escuelas politécnicas, institutos de investigación públicos y particulares, empresas públicas y privadas, organismos no gubernamentales y personas naturales o jurídicas, en tanto realizan actividades de investigación, desarrollo tecnológico, innovación y aquellas ligadas a los saberes ancestrales”;

[...]

Que el artículo 44 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, señala que: Toda persona natural, jurídica u otra forma asociativa, pública, privada o mixta, que realice actividades de investigación y desarrollo tecnológico; o las dos actividades conjuntamente, podrán registrarse ante la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e innovación, de conformidad con el reglamento que se dicte para el efecto. La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación administrará este registro acorde a los principios y reglas establecidas en el Título del Sistema Nacional de Información de la Ciencia y Tecnología, Innovación, y Conocimientos Tradicionales previstos en este Código. El acto de registro únicamente generará los beneficios contemplados en este Código.

Que el artículo 598 del Código Orgánico de la Economía social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, dispone que: "El Estado ecuatoriano incentivará financiera, tributaria y administrativamente a los actores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales, a fin de fomentar las actividades dirigidas al desarrollo de la producción de los conocimientos, la creatividad y la innovación social de una manera democrática, colaborativa y solidaria. El Estado ecuatoriano propiciará la interacción entre la academia y los sectores: público, privado, mixto, popular y solidario, cooperativista, asociativo y comunitario,

con el fin de crear un ecosistema donde se genere la investigación, el desarrollo tecnológico, la innovación social y la creatividad, propiciando el uso efectivo de recursos, tanto humanos como financieros.

Que el artículo 600 del Código Orgánico de la Economía social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, señala que: "Los incentivos son mecanismos o instrumentos de motivación orientados a generar cambios en el comportamiento de los actores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales para el cumplimiento de sus fines. En el marco de este Código, los incentivos se clasificarán en: financieros, administrativos y tributarios.

Que el artículo 601 del Código Orgánico de la Economía social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, manifiesta que: "Podrán beneficiarse de los incentivos financieros, tributarios o administrativos previstos en este Código o en otras normas relacionadas, los actores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales que se encuentren, según el caso, debidamente acreditados o registrados por las autoridades competentes, incluyendo las instituciones de educación superior, en los casos que corresponda.";

Que el artículo 619 del cuerpo ídem, establece que: las instituciones de educación superior públicas e institutos públicos de investigación podrán transferir recursos a instituciones de educación superior privadas y academias de ciencias, para la conformación de redes de investigación, académicas o de innovación, o para la coejecución de proyectos de investigación o innovación. La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e innovación establecerá los instrumentos y procedimientos para garantizar el trabajo conjunto que exista entre las mismas a través del Reglamento correspondiente.";

Que el artículo 138 de la Ley Orgánica de Educación Superior,

publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 298 de 12 de octubre de 2010 señala que: "Las instituciones del Sistema de Educación Superior fomentarán las relaciones interinstitucionales entre universidades, escuelas politécnicas e institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y conservatorios superiores tanto nacionales como internacionales, a fin de facilitar la movilidad docente, estudiantil y de investigadores y la relación en el desarrollo de sus actividades académicas, culturales, de investigación y de vinculación con la sociedad.

Fundamentación Axiológica:

Es necesario dar al diseño gráfico su lugar en la sociedad actual y la relevancia en la localidad, los Diseñadores Gráficos deben ser estudiados desde los rasgos que comparten y se afinan a las diferentes áreas del diseño gráfico. Los Diseñadores Gráficos comparten creatividad y habilidades de comunicación, pero aún no existe un estudio que demuestre que estas habilidades estén relacionadas con las actitudes. La motivación de llevar este proyecto a cabo es el interés de conocer rasgos que unen y definen desde la formación como individuo, y las influencias que se reciben desde temprana edad los diseñadores; la inclinación a conocer el comportamiento humano y la fascinación por la psicología y como esta interviene a en el campo del diseño, no solo porque va ligado a todos los productos gráficos que se generan sino también porque se puede estudiar al diseñador como un público objetivo con rasgos diferentes de la personalidad. Por último, dentro del mundo del diseño, y como futuros profesionales, es un deber ubicar al diseño en la posición que siempre debió estar, aportando con un estudio más profundo sobre los agentes y representantes del diseño en el país, con el fin de contribuir a darle valor a la carrera y relevancia dentro de la sociedad.

Fundamentación Ontológica:

Este proyecto surge después de unir varios temas que estudiaban la relación entre el diseño gráfico y la psicología, llegando a la pregunta: ¿Por qué no hay perfiles psicológicos en diseñadores gráficos locales?, es así como el interés por temas relacionados al estudio del comportamiento humano, la observación y la motivación por entender el origen de la personalidad y la interacción entre el individuo y el medio

que lo rodea, encaminó al tema planteado, usando como herramienta el indicador MBTI Briggs-Myers, que a su vez fue presentado como un indicador dinámico y de fácil uso que clasifica de manera eficiente los rasgos de los individuos, aplicado en diseñadores; con el fin de generar una indicador que relacione las habilidades para el diseño con los rasgos de personalidad, que facilitará la elección de la carrera en prospectos para estudiantes, en los estudiantes y profesionales será un soporte para las diferentes especialidades que el campo ofrece, además podrá extrapolarse en el campo laboral, contribuyendo como guía para evaluar a los diseñadores con las respectivas funciones a realizar.

1.7 Categorías fundamentales.

1.7.1 Redes conceptuales. Jerarquización de variables

Variable Independiente: Perfil psicológico del diseñador gráfico

Variable Dependiente: Indicador MBTI Briggs Myers

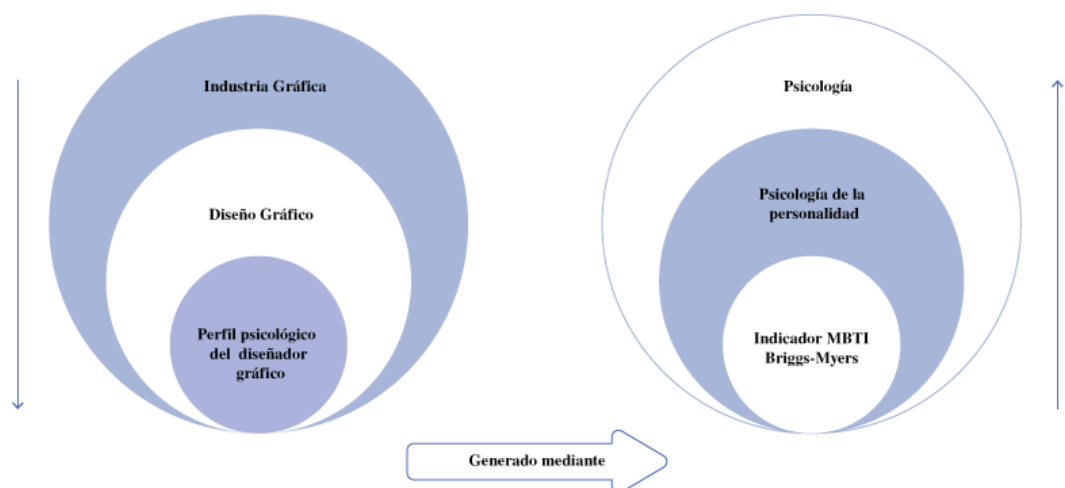


Gráfico N° 2: Categorías Fundamentales

1.7.2 Constelación de ideas.

- **V.I.** Perfil Psicológico del Diseñador Gráfico

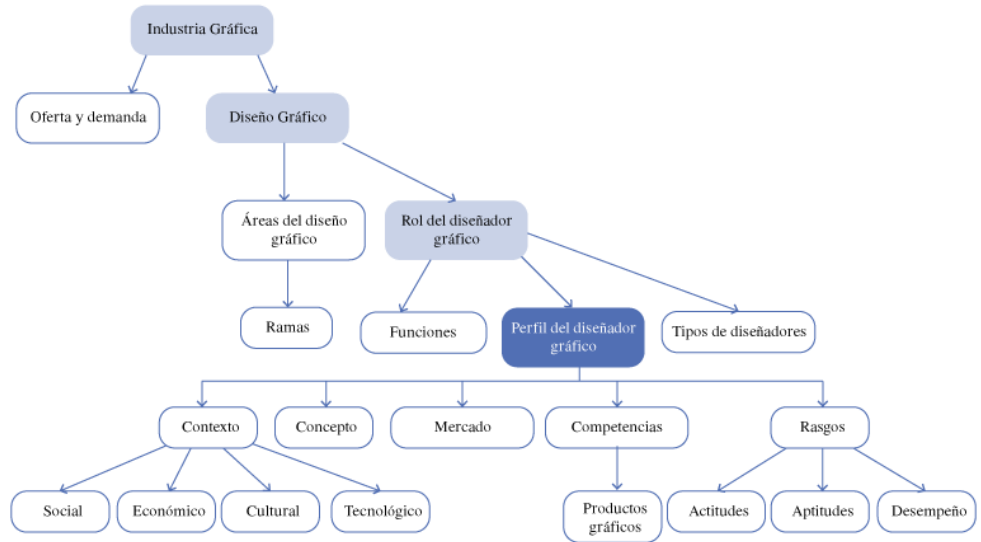


Gráfico N° 3: Variable Independiente

- **V.D. Indicador MBTI**

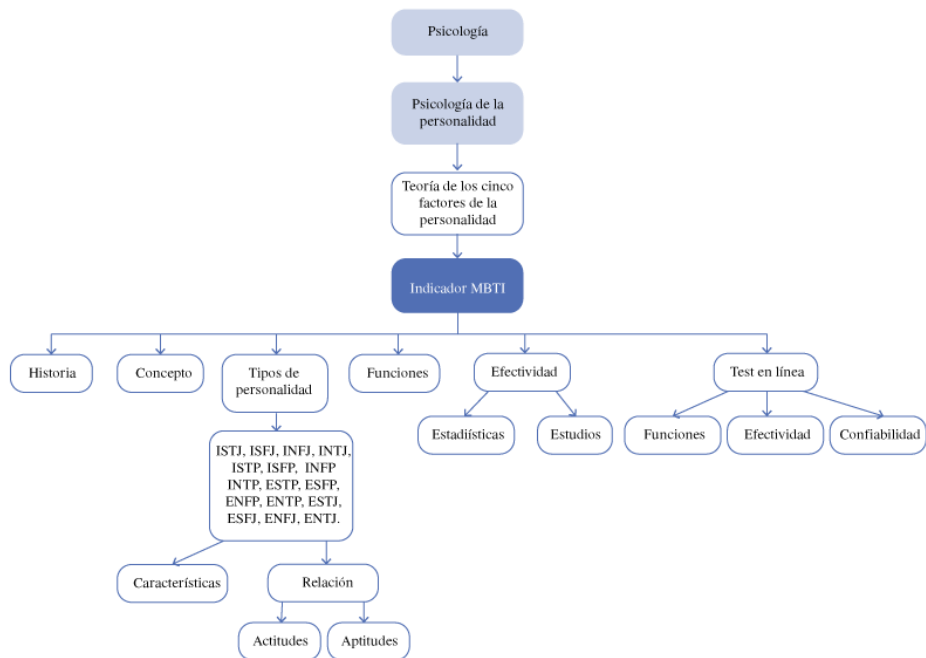


Gráfico N° 4: Variable Dependiente

1.8 Bases Teóricas.

1.8.1 Industria gráfica

La industria gráfica en el país, como todo lo relacionado al diseño ha sido introducida en un tiempo relativamente cercano. Entendiendo que el diseño ya estaba presente, desde la época prehispánica en forma de: "...símbolos de las culturas ancestrales, pasando a íconos religiosos y a manuscritos de la época colonial.". (Calderón G., 2014) (pág.125). Llegando hasta el siglo XX, en la década de los sesenta, a ser considerada una respuesta antes la necesidad frente a la gráfica publicitaria, como explica la investigación del mencionado autor.

De acuerdo con la definición de A Impresiones, (2018) : "No se trata (únicamente) del servicio de impresión, sino que aborda desde el área de diseño o servicios editoriales, hasta la logística de distribución del producto terminado." (pág.2).

En la ciudad de Ambato, como una ciudad comercial y estratégica para el desarrollo económico del país, el mercado está constantemente en movimiento, por ende, el diseño gráfico también se involucra dentro de este movimiento. Navas., E., (2013), dice que los diseñadores gráficos son el segundo porcentaje de demanda en el mercado laboral de la en la ciudad.

1.8.1.1 Oferta y demanda

La industria gráfica nacional no solo abarca la producción de productos gráficos, sino que en la actualidad se han enfocado en la participación del cliente. Siendo considerada como un pilar indispensable de apoyo para el desarrollo y producción de los otros sectores que mantienen la economía del país.

Para el año del 2014, el análisis económico de la industria gráfica revelaba que los productos provenientes de este sector que llegaron al consumidor fueron del 0.5% al 1%, entre empaques, cajas materiales promocionales, etiquetas y varios.

Además, generaba de 250 millones de dólares y 250 a 300 mil tazas de

empleo directo e indirecto, interviniendo en el proceso para que el producto final sea comercializado. (Falconí V., 2014)

Como se evidencia, este sector habría crecido considerablemente, y representaba un factor importante en la economía del país. A partir del 2020, en donde empezó en confinamiento, la oferta y demanda del mercado decreció y por ende el sector gráfico.

Ambato, tenía para el año 2013, una demanda de diseño considerando al bajísimo número de profesionales y personas relacionadas a la industria gráfica. Exigiendo profesionales que realicen afiches, revistas, artes de prensa, vallas impresas y electrónicas. También requería de diseño editorial para el desarrollo de folletos, hojas, medios impresos, informativos, empresariales e institucionales, diseño de señalética interna y externa, enfocada en el diseño corporativo, además se requería profesionales que se desenvuelva en áreas de diseño industrial, decoración, branding, calzado, diseño interior, ilustración, comunicación organizacional, modas, campañas y multimedia para televisión. (Navas, E., 2013).

1.8.1.2 Diseño Gráfico

El diseño gráfico dentro del contexto de esta investigación, es considerada una disciplina que fue introducida como tal, de manera paulatina, empezando desde las décadas de los sesenta y setenta, donde se trabajaba manualmente, posteriormente evolucionando a medida que la tecnología lo hacía, hasta adentrarse a los noventa en donde la era digital entra con fuerza y en los 2000 se consolida con el concepto que entendemos como diseño, siendo este estrechamente ligado al desarrollo económico y tecnológico de su entorno. En el País, fueron Quito y Guayaquil los pioneros en introducir agencias y estudios de diseño. Mientras que, en Ambato, Riobamba y Loja, el diseño se desarrolla a partir de la producción artesanal. (Calderón G., 2014).

El diseño gráfico es la disciplina, que resultó de las necesidades gráficas, partiendo de la industria artesanal y los conceptos externos, para llegar a ser lo que es hoy en día.

Manu A. (1995)., define al diseño como:

La disciplina del diseño es la actividad consciente y creativa que combina la tecnología y/o materiales con el contexto social, con el propósito de ayudar, satisfacer o modificar el comportamiento humano (...) la competencia del diseñador se extiende para abarcar las ciencias del comportamiento y la comprensión de la antropología cultural. Las responsabilidades del diseñador se expanden para incluir el rol potencial de las soluciones de diseño en tanto que innovaciones sociales.

Siendo de esta manera, el diseño gráfico la disciplina de comunicación visual que ha tomado fuerza desde el inicio del siglo.

1.8.1.2.1 Áreas del Diseño Gráfico

Las extensas áreas que abarca el diseño son las que van desde las dentro del diseño como tal, hasta áreas más alejadas, como, por ejemplo, la producción audiovisual, que está dentro de la producción cinematográfica, que no necesariamente es “diseño gráfico”.

Entonces, para abordar de manera significativa las diferentes áreas que el diseño gráfico comprende en el medio; en esta investigación, al referirnos a las áreas o especialidades del diseño gráfico nos referimos a las materias repartidas en la malla curricular de la universidad.

Según la malla curricular de la Facultad de Diseño y Arquitectura, de la Universidad Técnica de Ambato, las materias impartidas que abordan para la formación profesional del diseñador son las que se evidencian en el siguiente gráfico:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
MALLA CURRICULAR CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

UNIDAD BÁSICA							PRIMER AÑO							UNIDAD BÁSICA																			
PRIMER SEMESTRE							CD	APE	AA	TH	TC	HORAS	CREDITOS	SEGUNDO SEMESTRE							CD	APE	AA	TH	TC	HORAS	CREDITOS						
Historia y Teoría del Diseño	32	48	16	36	2								Bovoteja para el Diseño	32	48	16	36	2															
Diseño Básico Aplicado	64	112	16	192	4								Software de Diseño Vectorial	48	80	16	144	3															
Fundamentos Científicos	32	48	16	96	2								Antropología Cultural y Visual	32	48	16	96	2															
Expresión Gráfica	48	80	16	144	3								Diseño 2D y Tridimensional	64	112	16	192	4															
Tecnología de la Información y Comunicación	32	32	32	96	2								Metodología de la Investigación	32	32	32	96	2															
Realidad Nacional	32	32	32	96	2								Tipografía	32	48	16	96	2															
TOTAL													TOTAL																				
UNIDAD BÁSICA							SEGUNDO AÑO							UNIDAD PROFESIONAL																			
TERCER SEMESTRE							CD	APE	AA	TH	TC	HORAS	CREDITOS	CUARTO SEMESTRE							CD	APE	AA	TH	TC	HORAS	CREDITOS						
Identidad Corporativa	64	112	16	192	4								Branding	64	112	16	192	4															
Software de diseño vectorial y retoque digital I	48	80	16	144	3								Retoque digital II	48	80	16	144	3															
Packaging	48	80	16	144	3								Marketing y Publicidad I	32	48	16	96	2															
Fotografía I	48	80	16	144	3								Técnica de Impresión	48	80	16	144	3															
Portafolio Profesional	32	48	16	96	2								Fotografía II	48	80	16	144	3															
TOTAL													TOTAL																				
UNIDAD PROFESIONAL							TERCER AÑO							UNIDAD PROFESIONAL																			
QUINTO SEMESTRE							CD	APE	AA	TH	TC	HORAS	CREDITOS	SEXTO SEMESTRE							CD	APE	AA	TH	TC	HORAS	CREDITOS						
Diseño Editorial	64	112	16	192	4								Práctica Laboral																				
Diagramación Digital y Diseño de Interfaz	48	80	16	144	3								Proyectos Audiovisuales y Multimedia	64	112	16	192	4															
Guionismo y Lenguaje Audiovisual	48	80	16	144	3								Edición, Audio, Video	32	48	16	96	2															
Animación	48	80	16	144	3								Diseño Web	32	48	16	96	2															
Marketing y Publicidad II	32	48	16	96	2								Modelado 3D	32	48	16	96	2															
TOTAL													TOTAL																				
UNIDAD PROFESIONAL							CUARTO AÑO							UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR																			
SÉPTIMO SEMESTRE							CD	APE	AA	TH	TC	HORAS	CREDITOS	OCTAVO SEMESTRE							CD	APE	AA	TH	TC	HORAS	CREDITOS						
Práctica de Servicio Comunitario													Integración curricular																				
Proyectos Integrales Publicitarios	48	80	16	144	3								Desarrollo de proyectos	112	160	64	336	7															
Modelado y Animación 3D	48	80	16	144	3								TOTAL																				
Programación Web	32	48	16	96	2																												
Diseño de Proyectos	48	48	48	144	3																												
Encuentros Creativos	32	48	16	96	2																												
TOTAL													TOTAL																				

COMPONENTES DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	
CD	Aprendizaje en contacto con el docente
APE	Aprendizaje práctico-experimental
AA	Aprendizaje Autonomo

N° ASIGNATURAS	CD	APE	AA	PRÁCTICAS LABORALES	PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO	UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	TOTAL
80	1680	2840	720	240	96	384	5760

*La Lengua extranjera y Cultura Física son establecidos como requisitos para la obtención del título de grado, las mismas que deben ser aprobados previo al ingreso de la unidad de integración curricular.

Imagen N° 1: Malla curricular de la Carrera de Diseño Gráfico Universidad Técnica de Ambato.,(s.f)

Como se evidencia, la malla curricular posee áreas que se utilizan en el campo laboral y se pueden especializar en el campo académico, entre estas se destacan a: Packaging, Identidad Corporativa, Fotografía, Branding, Retoque digital, Diseño editorial, Diseño de Interfaz, Animación 2D, Modelado y animación 3D, Diseño Publicitario, Ilustración, Señalética, Diseño Web, Diseño tipográfico, Audiovisuales y Multimedia

A partir de este punto de trabajará con las diferentes áreas ya expuestas.

1.8.1.2.2 Rol del diseñador Gráfico (Funciones)

Como se mencionó con anterioridad el papel del diseñador dentro de la comunidad y la economía de esta, es un factor sumamente importante, representando un valor significativo en el mercado, incrementando durante la última década. El rol del diseñador se da dependiendo de su formación académica.

La Facultad de Diseño y Arquitectura., plantea que los egresados deberán cumplir con la adaptabilidad en el asesoramiento profesional de diseño, acoplándose a

la filosofía de las empresas públicas, privadas y mixtas.

El rol del diseñador según el perfil planteado es:

“Digerir, elaborar y gestionar proyectos de diseño gráfico enfocados a resolver una problemática determinada con funciones relativas a la innovación, investigación y preservación del medio ambiente.”. (Universidad Técnica de Ambato, s.f.-a).

Dentro del área profesional, el rol en área profesional es desenvolverse en las agencias de publicidad, tanto como diseñador junior o senior, en campañas publicitarias podrá ser asistente del director creativo, jefe de diseño en el desarrollo de material publicitario POP. Además, podrá desempeñarse en trabajos en equipo trabajando colaborativamente, trabajos de ilustración y diagramador de todo tipo de medios impresos.

En cuanto al área industrial, dentro de imprentas locales, cumplirá el papel de preparar las artes finales para serigrafía, encargado del diseño y producción de empaques, aliados del departamento de marketing, realizará activaciones de marca, selección de medios y manejo de campañas promocionales. En empresas de producción masiva será el jefe encargado de diseño y producto, tomando decisiones relacionadas al manejo de la identidad corporativa.

También, en el área empresarial, dentro del departamento de diseño, el diseñador, deberá poseer creatividad a todo momento para crear piezas visualmente atractivas, consultor y asesor de producción.

Por último, en el área académica, el diseñador puede desempeñarse como tallerista y conferencista, especializado en Diseño Gráfico, tiene el perfil para especializarse gracias a estudios post grado y extenderse como comunicador visual nacional e internacionalmente.

Las extensas áreas en las que un profesional practica su rol, dentro de la comunidad, se extienden a través de todo el mercado, apoyando en todo lo referente al diseño, es sin duda, el papel del diseñador fundamental dentro de la economía local.

1.8.1.2.3.1 Perfil del diseñador Gráfico (Concepto)

El perfil que muestra la carrera de Diseño Gráfico, mencionado en su página web, lista puntos que los profesionales deberán poseer una vez terminada su formación de tercer nivel.

De acuerdo con Universidad Técnica de Ambato, el perfil del diseñador se forma cuando cumple con las siguientes características:

1. Construir proyectos en base a estudios de diseño, investigación y cultura, en un entorno social exploratorio.
2. Emplear la investigación aplicada en el desarrollo de proyectos audiovisuales innovadores con fines de sostenibilidad y desarrollo comercial.
3. Desarrollar proyectos multimedia de acuerdo con estándares mundiales y la demanda sectorial.
4. Utilizar el dibujo artístico como herramienta del diseño gráfico para la representación bidimensional de propuestas de diseño ajustadas a diferentes contextos.
5. Identificar el sistema de impresión más adecuado para la materialización del proyecto solicitado por el cliente, optimizando el uso de material e identificando sus características finales.
6. Diseñar productos editoriales completos empleando composición tipográfica, lenguaje de composición, lenguaje de color y lenguaje de ilustraciones, para satisfacer las necesidades de las diversas organizaciones en el campo comercial.
7. Desarrollar, plantear y dirigir proyectos de identidad e imagen corporativa en diferentes organizaciones.
8. Diseñar estrategias creativas, campañas publicitarias, multimedia, web y audiovisuales.
9. Utilizar el lenguaje audiovisual, soportes de animación, fotografía, procesamiento digital de imágenes para la generación de propuestas.
10. Integrar la animación 2D y 3D en la generación de productos

audiovisuales publicitarios

11. Dominar herramientas digitales para la representación vectorial, tridimensional y de retoque digital en la creación y producción de personajes, escenarios y empaques. (Universidad Técnica de Ambato, s.f.).

1.8.1.2.3.1.1 Contexto (Social, Económico, Cultural, Tecnológico)

El diseñador gráfico dentro del campo social, como, se mencionó en la problemática, tiene una reputación que gira en torno a los prejuicios y mal concepciones que se tiene alrededor del diseño gráfico. Como se sabe en el País, el diseño fue una respuesta a la necesidad comercial y se especializó a principio de los 2000 como una carrera profesional.

Roger Icaza, en la página web “Diseño en Ecuador: Haremos Historia”, daba a conocer su punto de vista sobre el diseñador ecuatoriano, para el año del 2014, mencionando que: “Pienso que hay buenos exponentes tanto en el diseño como en la ilustración, pero a la vez, creo que somos un país en proceso de aprendizaje y crecimiento, aún nos falta hacernos más visibles fuera de nuestro medio.”. (Durán D. 2014). En el artículo, se menciona que el rol del diseñador en el campo social, en la actualidad, se ve influenciado por la globalización. Perdiendo hasta cierto punto la identidad propia de la cultura y la sociedad. El diseñador se actualizó de conocimientos cuando el mundo del diseño internacionalmente ya había pasado un proceso de evolución y descubrimiento paulatino, y hasta el punto de que avanza conforme a la tecnología y a la economía de los mercados de cada país.

En Ecuador el diseñador sigue arrastrando los prejuicios por su origen artesanal, subestimado por las elites que regían anteriormente sobre el poder político, económico, social y cultural. Al día de hoy, las cifras de diseñadores en el país se desconocen con exactitud.

En cuanto a la economía, tienen que ver con la industria gráfica, la oferta u demandad de diseñadores, debe ser proporcional a la representación el 0,5% al

1% que representa en el mercado ecuatoriano, tomando en cuenta que los diseñadores son una cantidad reducida en comparación al todo el personal que mueve la industria. Entonces podemos asegurar que la cantidad de profesionales es relativamente baja en comparación a otros profesionales.

En una tesis doctoral de la Universidad del País Vasco, estudió la historia del diseño y por ende el diseñador; expresa que, los diseñadores ecuatorianos, por la falta de registros que narren su origen e identidad, deben empezar a formarse académicamente con consciencia crítica basado en contextos histórico-sociales y sociocultural.

El hecho de que a nivel social y cultural no se de valor al diseño, es porque la formación que se recibe, en su mayoría, es una formación técnica, es decir como oficio, el autor hace hincapié en que los profesionales de diseño deben desarrollar capacidades analíticas, teóricas e históricas.

El diseñador, es entonces, el canalizador en el medio, porque su entorno manifiesta problemáticas modernas como los políticos, económicos, comunicacionales, surgimientos de movimientos sociales, pandemia y el cambio climático. La tarea de los nuevos diseñadores es buscar soluciones gráficas para el mundo moderno, sin perder los elementos y la identidad desde una perspectiva autóctona.

Socialmente, los diseñadores, debe abrirse a realizar reuniones con personas que estén involucrados en la industria gráfica y no solamente entre diseñadores locales, para generar una red de contactos y ampliar la concepción de los diseñadores. (Calisto. M., 2017).

La lucha del día de hoy es la crisis sanitaria mundial, que involucra todos los aspectos de los contextos, el rol del diseñador deberá responder a las nuevas problemáticas.

1.8.1.2.3.1.2 Oferta y Demanda

Morales K. (2020)., hizo un estudio sobre las oferta y demanda en el diseño gráfico nacional, tomando en cuenta que la ciudad en donde se estudia es Guayaquil, uno de los principales referentes en agencias y estudios de publicitarios, la investigación revela que, los profesionales del área publicitaria laboran en agencias de publicidad y productoras, audiovisuales, pymes, medios de comunicación e instituciones no gubernamentales.

El campo laboral dice requerir profesionales con características como: “amor a la profesión, trabajo en equipo, conocimientos sobre el manejo y uso de herramientas tecnológicas y medios digitales.”. (Morales. K., 2020)., (pág. 74). Además, demandan especializarse en diferentes áreas, con el fin de llegar a alcances publicitarios más lejos.

1.8.1.2.3.1.3 Competencias (Productos gráficos)

El diseñador gráfico debe poseer competencias puntuales, investigadas y expuestas por la revista “Convicciones”, que expone que las cualidades son: “...creatividad, prudencia, motivación, paciencia, calma, claridad y frescura.”. (Mayorga, J., Flores, N., Pérez, B., y Velásquez, B., 2017).

También debe ser capaz de desarrollar en grupo, cualquier actividad de diseño, ser capaz de delegar puestos en un equipo creativo, con el fin de que el trabajo cumpla bien su función de comunicar y disminuir las posibilidades de errores.

Entre las competencias del diseñador es ser capaz de realizar una extensa y adaptable variedad de productos gráficos que deben atender a las necesidades o demandas de su entorno político, social, económico y cultural, después de culminar su formación académica, entre estos se los principales son: rotulación de vehículos (desde motocicletas hasta aviones), diseño de catálogos (catálogos, folletos, volantes) y cartelería, material para comunicación y posters para eventos, vinilos para tiendas comerciales, diseño editorial (libros, revistas, portadas, maquetación, etc.), fotografía, señalética, productos digitales relacionado con el marketing digital y audiovisual (artes para redes, videos, modelado y animación 2D y 3D). (V&BA Estudi.2021).

1.8.1.2.3.1.4 Rasgos (Actitudes, Aptitudes y Desempeño)

Según los mismos autores, las actitudes, aptitudes y desempeño de los diseñadores después de su egreso son: en primer lugar, la responsabilidad profesional, cumplir sus funciones y metas, no solo en el proceso de diseño sino con el cliente;

Responsabilidad social, para que el mensaje que se pretenda transmitir

llegue de manera eficiente y clara, poniendo en medio la consciencia y los valores del diseñador al dirigirse a un público grande;

Diseño como un negocio, es decir, valorar al diseño y que esté sea recompensada económicamente, teniendo en cuenta los empleados, clientes, la ubicación, resultados económicos y su importancia;

Diseño y estrategia, ser capaz de desarrollar los proyectos con distintos medios como: equipos, herramientas y planificación, con el objetivo de cumplir con el compromiso con el cliente.

Por otra parte, las áreas que maneja se sintetizan en diseño publicitario, diseño editorial, diseño de identidad corporativa, diseño web, diseño de empaques y diseño tipográfico.

El diseñador tiene cualidades, que lo caracterizan como tal; creatividad, capacidad de innovar constantemente, prudencia, en cuanto a límites y responsabilidades dentro de los proyectos, motivación, el diseñador debe estar a la vanguardia, flexibilidad de criterios, ósea adaptabilidad a los cambios de la modernidad, paciencia, para los cambios y exigencias del cliente, calma, como parte del proceso creativo y claridad, en los objetivos. (Mayorga, J., Flores, N., Pérez, B., y Velásquez, B., 2017).

El desempeño del diseñador se mide en los tipos de contextos en los que se desenvuelve, y los eventos nacionales e internacionales donde los diseñadores reciben reconocimientos y exponen sus trabajos e investigaciones dentro del territorio nacional, entre lo más destacados encontramos: “Cromia: Festival de Diseño y Artes Aplicadas” creado por el ministerio de Cultura, “El evento”, organizado por la Universidad de Azuay, “El Congreso Internacional de Investigación en Diseño” de la Universidad Técnica de Ambato y el “Ecuador Poster Bienal”.

1.8.2 Psicología

Para comprender la ciencia de la psicología, es necesario recurrir a autores, si bien, desde la perspectiva del diseño gráfico, se trabaja con la psicología, entendiéndola como el estudio del comportamiento humano, es necesario abordarla desde una perspectiva ajena.

En el libro “Introducción a la Psicología”, Malo Pé., (2009)., conceptualiza

que:

“...es el estudio de la vida anímica humana. Se habla de la vida anímica humana cuando nos referimos a los procesos psíquicos. Los procesos psíquicos no deben ser considerados como hechos fisiológicos ni como consciencia de estos hechos, sino como una realidad compleja en que se muestra la existencia de una interioridad dinámica en relación con el mundo.”. (pág.33).

El autor aclara que los procesos psíquicos, tienen que ver como el ser humano reacciona al mundo, si bien los animales, también gestionan procesos psíquicos, se estudia como interactúan con su ambiente natural, mientras que los procesos humanos se relacionan con el mundo, que no es una necesidad biológica, sino más bien una realidad que se busca comprender.

Las acciones son fundamentales para el estudio de anímico del hombre, ya sea porque al ejecutarlas cambia la realidad del mundo y por ende la manera de entenderlo, sino porque también involucra el contexto o cultura.

“La vida anímica humana, mediante el actuar (entendido en sentido amplio, es decir, gestos, lenguaje, y acciones propiamente dichas), crea las condiciones de la convivencia humana y, a su vez, es influida por esta última.” (Malo Pé, 2009). (pág.34).

Estudiando la vida anímica de los individuos, enriquecida con las propias y de otros individuos podemos entender las relaciones interpersonales de manera más concisa. La psicología, entonces estudia la relación entre el individuo y la especie humana.

La vida anímica humana además se la puede estudiar desde otros ángulos, como disciplinas científicas y artísticas, en esta investigación, es muy apropiado recalcar que el diseño es una disciplina que tiene su origen en el arte. Malo, (2009)., cita a P. Fraesse, J. Piaget. (1968)., en su libro, explicando que la psicología es compatible con las disciplinas especialmente:

“En todas estas disciplinas falta, sin embargo, un análisis de los procesos psíquicos en cuanto tales, y de sus relaciones con lo que hemos llamado vida anímica humana. El estudio sistemático de los procesos químicos en cuanto tales es precisamente la perspectiva psicológica.”. (pág.34).

1.8.2.1 Psicología de la personalidad

Es una rama dentro de la psicología general que se encargó de generar como tal a partir del siglo XX, aunque lo largo de la historia, se ha estudiado la personalidad y clasificado las diferencias individuales, desde el tiempo de Hipócrates, durante la primera Guerra Mundial, se trató de medir las personalidades para predecir el rendimiento escolar, laboral o militar, pero no se llegó a estandarizar, en cambio en la segunda guerra mundial se usó la psicología de la personalidad para ayudar a superar los problemas que había dejado el conflicto bélico en la población.

La psicología de la personalidad busca soluciones a los problemas o la clasificación de personas, para diferentes propósitos, pero tiene aspectos positivos y negativos que no debe pasar por alto. Es por eso que se relaciona con la psicología clínica y general, como herramienta para tratar y comprender a las personas.

En primer lugar, esta rama de la disciplina estudia los procesos motivacionales para comprender la conducta humana a través del análisis del individuo, de manera integral, ósea, estudiar el funcionamiento de dinámicas específicas de la personalidad para desarrollar el potencial humano. Al decir “integral”, se refiere al funcionamiento total de la personalidad, que incluye aspectos estructurales (rasgos) o procesual que se refiere a las percepciones, conductas, factores biológicos, cogniciones, planes, metas, motivos y valores.

En síntesis, la psicología de la personalidad estudia al individuo de manera total, la forma de la motivación y la identificación y medida de las diferencias individuales que caracterizan a cada persona. (Bermúdez, 2012).

1.8.2.1.1 Teoría de los cinco factores de la personalidad

La principal fuente de estudio en la psicología de la personalidad la teoría de los cinco factores, que es ampliamente aceptada y usada para comprender las diferencias de las personas. Es necesario abordar esta teoría porque fue el punto de inicio para crear el indicador MBTI, y ambos para crear el indicador en línea que se usará como herramienta de orientación.

Para entender la personalidad, Ríos (2006) cita el concepto de Méndez en la “Revista Latinoamérica de Estudios Educativos”, señalando qué:

“...la personalidad sería la encargada de conciliar las demandas de satisfacción de las necesidades individuales con las exigencias sociales. Así, el objetivo de la personalidad sería generar y reducir tensiones, diseñar programas para lograr metas distantes, disminuir o resolver conflictos, sin entraren dificultades con las necesidades más importantes, y ajustar los niveles de aspiraciones para aumentar la posibilidad de que sean alcanzados”. (Méndez, s.f).

La teoría de los cinco factores de la personalidad o “Big five”, busca explicar cómo se forma la personalidad de cada individuo, relacionándose con la inteligencia emocional, y la manera en la que influencia en el carácter, también facilita o limita el comportamiento del individuo dentro de una comunidad.

Esta teoría ha tenido una gran evolución dentro del mundo laboral cuyo objetivo es profundizar en la personalidad para conocer los factores que más predominan en de las personas. (Cajas M., 2018).

Para llegar a esta teoría, tuvieron que pasar varios estudios sobre personalidad y el método de medición adecuado hasta llegar a Lewis Goldberg en 1990 , propuso los “*Cinco Grandes*”, que busca explicar las personalidades con elementos básicos. Conformado de cinco dimensiones y facetas:

1	2	3	4	5
Extraversión (Surgencia)	Agradabilidad (Simpatía)	Consciencia (Conformidad, seguridad)	Neurotismo (Estabilidad emocional, inquietud)	Apertura a la experiencia (Cultura, intelecto, "Intelectancia")
Afecto, gregarismo, asertividad, actividad, búsqueda de emociones, emociones positivas.	Confianza, honradez, altruismo, cumplimento, modestia, sensibilidad.	Competencia, orden, obediencia, lucha por el logro, autodisciplina, reflexión.	Ansiedad, hostilidad, colérica, depresión, timidez, vulnerabilidad	Fantasía, estética, sentimientos, acciones, ideas, valores.

Gráfico N° 5: Las cinco dimensiones. Fuente: Laak,1996

Para entender mejor cada dimensión se debe entender que la teoría propone que cada ser humano posee una personalidad conformada de cinco rasgos, mayor o menormente marcados, eso es la gran diferencia entre personas.

1.-Extraversión: Capacidad para la locuacidad, asertividad y son personas que se expresen libremente respecto a sus emociones, siendo experto en interacciones sociales. El contrario de este rasgo es la introversión, con menos capacidad para interactuar en situaciones sociales.

2.- Agradabilidad: Muestran signos de confianza, honradez, altruismo etc., es decir se inclinan a ayudar a otras personas. El opuesto es lo desagradable, que consiste en la falta de empatía y cuidado por los intereses de los demás.

3.- Conciencia: Controla los impulsos y conductas con un fin objetivo, administra la consideración y planificación. Además, es autoconsciente y organiza estructuralmente sus acciones, planes y personas (en el trabajo en equipo).

4.-Neuroticismo: Se relaciona con la depresión, ansiedad y hostilidad, es decir, a la inestabilidad emocional. Es una respuesta física al estrés y amenaza que puede presentar una persona en su diario vivir. Los individuos que presentan altos niveles de

este rasgo suelen tener cambios de humor repentinos, piensan demasiado y dificultad para relajarse. Mientras que los bajos niveles, presentan actitudes más estables y manejan el estrés y la tristeza sin que se les afecte demasiado emocionalmente.

5.- Apertura: Rasgo aventurero para tomar decisiones, es la disposición a aprender y experimentar cosas nuevas, formando intereses y se destaca la creatividad y la capacidad de pensamiento abstracto y lateral. Mientras más se manifieste este rasgo las personas tienden a ser extravagantes y aventureros mientras que la presentan menos son más reservados y conservadores.

Estos factores se establecen desde que el individuo nace y lo largo de su crianza y maduración, que influye directamente en la personalidad. (Educoway,2019).

Es necesario comprender, desde el punto de vista del desarrollador del proyecto de investigación, que los factores mostrados no miden si el individuo cumple o no el prototipo de “humano perfecto”. Desde el punto de vista personal, esta clasificación ayuda mucho a determinar las inclinaciones de los cinco rasgos en porcentajes, pero no polariza a las personas, aunque lo parezca. Esta observación se conjetura por los tantos trabajos libros y búsquedas en web sobre las variables revisados.

Esta teoría a pesar de ser más nueva y aceptada por la comunidad de psicología es necesaria para abordar el siguiente concepto desde su perspectiva.

1.8.2.1.1.1 Indicador MBTI Briggs-Myers (Concepto)

El inventario MBTI Briggs-Myers es un sistema de indicador de rasgos en individuos, cuya función es identificar los tipos de personalidades a partir de una dicotomía conformada por cuatro dimensiones, que buscan explicar cuatro procesos mentales básicos, que clasifican las preferencias del individuo hacia

una u otra. Busca determinar el tipo de personalidad, se forma eligiendo una sigla del rasgo que el individuo tiene más inclinación en las cuatro dimensiones, formando una sigla de cuatro letras que clasifican al individuo y le dan identidad. Existen 16 personalidades con las combinaciones de las diferentes tendencias. Como lo explica el siguiente gráfico:

Funciones Mentales INTERIOR				Actitudes EXTERIOR			
Formas de recoger la información		Formas de llegar a conclusiones		Formas de usar la energía		Formas de relacionarse con el exterior	
S	N	T	F	E	I	J	P
Sensorial	Intuitivo	Racional <i>(Thinkers)</i>	Emocional <i>(Feelers)</i>	Extrovertido	Introvertido	Juicio	Perceptivo

Gráfico N° 6: Estructura del Indicador MBTI. (Basado en Apiquian A.,2015)

Es así como este método explica la composición de las personalidades. Para comprender de mejor manera óptima cómo se compone la personalidad, este indicador se divide en dos grandes partes, interior y exterior:

- **Interior:** Es donde ocurren las funciones mentales y se refiere a la manera de percibir y tomar decisiones. En el mundo interior hay dos dimensiones que son las formas de recoger información y formas de llegar a conclusiones.

- **Formas de recoger información:** Pueden ser sensoriales, representados por la letra “S” e Intuitivas “N”. Mientras que “S” indica que busca experiencias través de los sentidos, centrado en la realidad, el presente y lo práctico, la letra que representa la preferencia por lo intuitivo “N”, se refiere a que la persona experimenta a través de posibilidades, significados y relacionando con presentimientos y perspicacia, centrándose en el futuro, lo abstracto y teorías.

- **Formas de llegar a una conclusión:** La manera de razonar y por ende tomar

una decisión después de un proceso mental, se divide en dos contrarios que son la “T”, reflexión, referente a que busca el orden de manera planificada y racional, conectando ideas y haciendo relaciones basados en la lógica, por otra parte, la emoción “F”, que responde de manera comprensiva usando valores individuales y colectivos, es decir, es más subjetivo.

• **Exterior:** Son las actitudes que se toman y se ven reflejadas en el exterior. Conformado por las formas de usar la energía y formas de relacionarse con el exterior.

- Formas de usar energía: Es la forma en la que el individuo usa su energía en relación con situaciones sociales. Presentan dos contrarios que responden a la administración de esta energía, “E” de extroversión e “I” de introversión.

Extroversión, es la actitud donde la atención se exterioriza, obtiene energía de afuera con el fin de estimular y orientarse a sí mismos, con un fuerte deseo de actuar, su vida está basada en acción, tienden a ser impulsivos, francos, sociales y poseen facilidad para la comunicación. Mientras que el rasgo introvertido, obtiene energía del interior, buscando conceptos e ideas del mundo interior, se tiende a tener actitudes intereses claros sobre conceptos de ideas, y confianza en los mismos, en lugar de los sucesos externos, capacidad de reflexión objetiva, contemplativa, y prefieren la soledad y privacidad.

- Formas de relacionarse con el exterior: Es la forma de tratar con el mundo de afuera, ósea el estilo de vida y este consiste en los contrapuestos, Juicio “J” y Percepción “P”.

Juicio “J”, planifica y organiza las acciones y decisiones, basado en análisis lógicos. Son personas organizadas, decididas y determinadas. Y Percepción “P”, e refiere a las personas que se comportan de manera perceptiva y espontánea al dirigirse al exterior. Son flexibles, espontáneos, curiosos, adaptables y abiertos a cambios y conocimientos.

Entonces, para identificar el tipo de personalidad se forma un código de cuatro siglas tomadas de cada las cuatro dimensiones dentro de los dos mundos

que forman la personalidad, con los rasgos más marcados en las actitudes del individuo.

El orden de estas siglas es diferente al de la explicación debido a que, al posicionarlo, sigue un orden lógico omitiendo los dos grandes fragmentos en los que se divide la personalidad, es decir el mundo interior y exterior. Esta lógica responde a las siguientes preguntas.

1.- Fuente de obtención y enfoque de energía o atención (Extroversión “E” o introversión “I”)

2.- Forma de recoger información (Sensación “S” e Intuición “N”)

3.- Formas de llegar a conclusiones o tomas de decisiones (Pensamiento “T” y sentimiento “S”).

4.- Estilo de vida, cómo se trata al mundo exterior (Juicio “J” y Percepción “P”).

Con esta lógica, matemáticamente, resultan dieciséis tipos de personalidades formados por las combinaciones de las iniciales que predominan en la persona y las agrupan por la similitud de sus rasgos, es necesario aclarar que el indicador no busca clasificar ni muchos estereotipar a las personalidades, comprendiendo que cada individuo es diferente por una infinidad de factores, pero si se puede conocer las inclinaciones en la forma de actuar y pensar del individuo y medir el porcentaje de cada factor en una persona. Su función principal es desarrollar pautas de comportamiento que podemos predecir. (Apiquian A, 2015)

Alonso R. (2009)., se refiere al indicador como una herramienta que:

“...no mide una característica de las personas, sino que clasifica los tipos de preferencias de las personas. [...] .

Aprender sobre las características innatas es a la vez crear la oportunidad para mejorar cómo las aplica uno en diferentes contextos. En este sentido, el MBTI puede generar cambios significativos y crecimiento personal, esta es una de las razones por las cuales se eligió trabajar con este instrumento. El MBTI es un instrumento profesional que las organizaciones mundiales utilizan para administrar al personal que actualmente laboran en ellas, así como en las contrataciones posteriores”. (pág.11).

1.2.2.1.1.1.1 Historia

Este indicador tiene origen durante la segunda guerra mundial. Katherine Cook Briggs y su hija Isabel Briggs Myers, desarrollaron en el indicador en base a la teoría de los tipos psicológicos de Carl Jung, se interesaron en clasificar conductas que observaron en las grandes cantidades personas en la época, obteniendo un medidor de habilidades a partir de un instrumento psicológicos que explicaba las diferencias entre individuos, de manera científica y confiable. Así surgió el “Myers-Briggs Type Indicado” o el Indicador de Tipos de personalidad (MBTI) en 1942, usado para identificar las presencias de los individuos que los diferencian y entonces, promover de manera constructiva su uso, finalmente fue publicado en 1944. (Alonso, R., 2009). (pág.13-14).

1.2.2.1.1.1.2 Tipos de personalidad (Características, Actitudes y Aptitudes)

Las 16 personalidades formadas se dividen en cuatro grandes grupos, cuyas explicaciones se explicará en el siguiente gráfico:

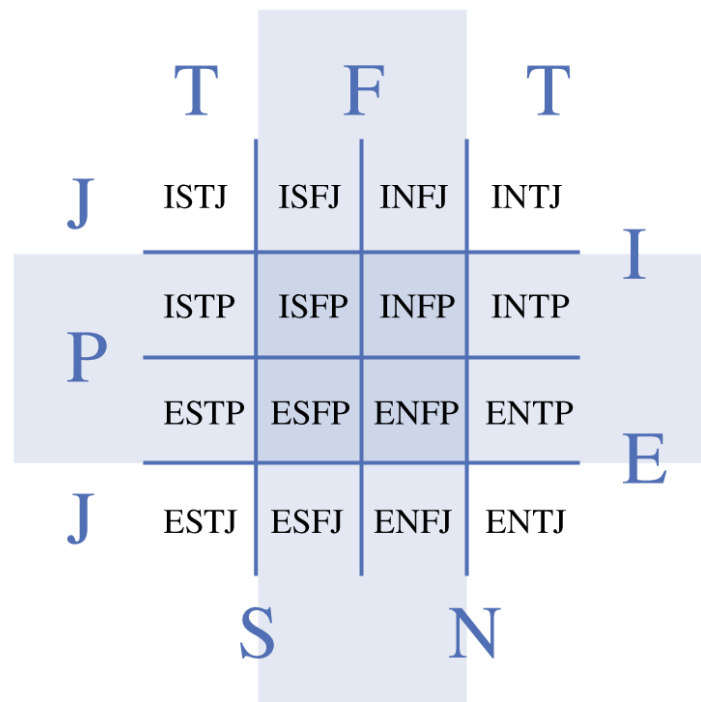


Gráfico N° 7: 16 tipos de personalidad. Fuente: CLT Solutions, 2019

A continuación, se explicará las características de los dieciséis tipos de personalidades en ambientes académicos y de trabajo según “Manual MBTI” de Briggs-Myers:

- **ISTJ (Introvertido/sensorial/racional/juicio)**

Son tranquilos serios, detallistas, trabajadores, esmerados, sistemáticos. Y minuciosos. Cumplen sus metas a través de trabajo minucioso y concentración. Son prácticos, formales, realistas, lógicos, ordenados, prácticos, responsables. Decididos en lo que se proponen conseguir y trabajo duro para conseguirlo. Vive el día a día, puede llegar a ser innovador, demasiado inflexibles y rígidos. Cuida las relaciones interpersonales y es arriesgado a la hora de tratar soluciones nuevas con el fin de salirse de la rutina.

Contribución en la organización: Realizan sus tareas con seguridad y a tiempo, cuidan detalles. organizados en el sitio físico y en la estructura de trabajo, confiables a la hora de ser asignados tareas.

Liderazgo: Toman decisiones basados en su experiencia y conocimiento, respetan la jerarquía y las tradiciones, se basan es resultados consistentes, estables, y fiables, respetan las reglas y recompensan a los que hacen bien su trabajo, atienden a las necesidades inmediatas y prácticas dentro del lugar de trabajo.

Entorno de trabajo ideal: Busca en su equipo a personas trabajadoras y prácticas, proporciona seguridad, reconoce la constancia, sigue estructuras, es ordenado, se concentra en su trabajo, preferiblemente sin interrupciones.

Peligros potenciales: Olvida las tareas a largo plazo, no se interesa en las necesidades interpersonales, puede llegar a ser muy rígido e inflexible, se rige a las normas y dificulta la innovación.

Sugerencias: Prestar atención a los problemas secundarios, ser más considerados con los demás, probar innovación y practicar la paciencia.

- **ISFJ (Introvertido/sensorial/emocional/juicio)**

Tranquilos, concienzudos, meticuloso, preciso, y responsables. Cumple obligaciones, proporciona estabilidad a cualquier tipo de proyecto, puede ser paciente cunado es necesario, Son leales, comprensivos, amables y capaces de hacer cualquier

esfuerzo si necesitan ayuda, se preocupan por los sentimientos de los demás. No le gusta los puestos de dirección, pero sigue las reglas y los métodos tradicionales. Puede ser pasado por alto debido su tranquilidad y modestia.

Contribución en organización:

Contribución en la organización: Tienen en cuenta las necesidades de los demás, lleva a cabo los objetivos propuestos, son detallistas y siguen rutina, serviciales, ordenados y cumplen con el trabajo a tiempo.

Liderazgo: Acatan y esperan que todos acaten necesidades, estructuras y jerarquías, siguen reglas, respetan jerarquías.

Entorno de trabajo ideal: Da seguridad, estructurado, eficiente, tranquilo, sosegado, respeta la intimidad, servicial.

Peligros potenciales: Pesimista sobre el futuro, no son suficientemente fuertes para defender sus ideas, subestimados por su tranquilidad y modestia, no son lo suficientemente flexibles.

Sugerencias: Ver el futuro de forma positiva, desarrollar seguridad en si mismo. Aprender a comunicar y vender sus logros, deben estar abiertos a hacer nuevas cosas.

• **INFJ (Introverso/intuitivo/emocional/juicio)**

Llegan al éxito con perseverancia, originalidad, y deseo de hacer lo que requiera necesario, se esfuerzan mucho, trabaja con conciencia, se preocupa por todos, respetan sus principios personales, se guían por convicciones claras para satisfacer a todos, evita conflictos e involucrarse en el espacio de los otros, no piden ayuda, confían en sí mismos y ejercen influencia suavemente, son introspectivos, compasivos buscando armonía.

Contribución en la organización: Ofrecen perspectivas del futuro relacionadas con las necesidades humanas, comprometidos, honestos y constantes, prefieren trabajar en concentración y solos, organizan las relaciones entre tareas y personas.

Liderazgo: Lo hacen a través de propia visión buscando el beneficio común, se ganan la cooperación, actúan de forma tranquila y persistente.

Entorno de trabajo ideal: Con personas interesadas en sus ideales,

proporciona oportunidades de creatividad, ambientes armoniosos y tranquilos, dan tiempo y lugares para la reflexión.

Peligros potenciales: Sensación de que sus ideas no son valoradas, tienden a no ser claros en cuanto a críticas y asilarse, concentración unilateral e ignorando sus otras tareas.

Sugerencias: Desarrollar seguridad en sí mismos para defender sus ideales, comparar sus puntos de vista con los de los demás, aprender a relajarse y a aceptar la realidad y aprender a ejercer control sobre sus subordinados.

- **INTJ (Introvertido/intuitivo/racional/juicio)**

Cuenta con una original mente y motivación son ideas y propósitos claros, organiza su trabajo con o sin ayuda si le interesa, tienen claras sus metas y la forma de conseguirlas. Trabaja con personas eficiente, productivas y competentes, son escépticos, críticos, individualistas, resueltos, independientes y hasta testarudos. Deben ceder en detalles para llegar al éxito, aprender a valorar los aspectos profesionales, y personales de su alrededor, además confían en sí mismos.

Contribución en la organización: Se destacan en tareas de concepción y diseño, organizan planes de acción, trabajan eliminando obstáculos que dificulten la llegada a la meta, son organizados.

Liderazgo: Conducen a sí mismos y a los demás, tienen fuerza en las ideas, pueden llegar a ser duros con los demás, crean, diseñan y construyen nuevos modelos, dispuestos a reorganizar los sistemas sin dudarlo.

Entorno de trabajo ideal: Contiene personas competentes intelectualmente, eficaces, productivas y de visión a gran alcance, dan espacio para la reflexión, fomenta la autonomía y concede oportunidades para la creatividad.

Peligros potenciales: Pueden intimidar por su productividad o se críticos duros por su lucha de ideales, se les hace difícil dejar atrás ideas poco prácticas e ignoran las ideas y estilos de los demás.

Sugerencias: Apertura a las opiniones y sugerencias exteriores, aprender a valorar a los demás, abandonar las ideas inservibles y deben poner atención al impacto de ideas en los demás.

•ISTP (Introverso/sensorial/racional/perceptivo)

Reservado, tranquilo, frío, observador, analiza la vida con imparcialidad, también posee un humor original. Trabajan en cosas mecánicas, sin buscar el por qué y para qué, usando la organización mediante procesos lógicos. Comparte información sobre los demás. Debe perseverar hasta conseguir sus metas, manejan situaciones con hechos concisos, realistas y razonables.

Contribución en la organización: Actúan solucionando problemas en el momento que se presentan, retienen mucha información, permanecen tranquilos en medio de crisis, por eso provocan estabilización en el equipo e inclinación a los temas técnicos.

Liderazgo: Dan ejemplo con acciones, prefiere la igualdad, responden de inmediato a los problemas, dirigen dejando libertad, se rige a los principios.

Entorno de trabajo ideal: Predisposición a la realización de proyectos, busca problemas nuevos para resolverlos inmediatamente y fomenta la independencia.

Peligros potenciales: Puede parecer despreocupado, cambiar los temas antes de que el anterior muestre resultados, son precipitados en tomar atajos, verse indisciplinados o indecisos.

Sugerencias: Debe abrirse a compartir sus preocupaciones e información a los demás, desarrollar perseverancia, planificación y fijar objetivos.

•ISFP (Introverso/sensorial/emocional/perceptivo)

Modestos con sus habilidades, flexibles, leales, amables, considerados, compasivos, sensibles, tranquilos y de mente abierta. Evitan dirigir, los desacuerdos, e inculcar valores y opiniones en otros. Disfrutan del presente, sin apresurar los proyectos,

Contribución en la organización: Atienden necesidades de otros, garantizan el bienestar, infunden alegría, poseen ánimo colaborador y atienden los aspectos humanos.

Liderazgo: Trabajan en equipo, usan la lealtad para motivar, alaban, hacen adaptaciones y aprovechan oportunidades, persuaden de manera suave.

Entorno de trabajo ideal: Con personas colaborativas que disfruten su

trabajo y cuenta con compañeros atentos,

Peligros potenciales: Pueden llegar a ser demasiado crédulos e ingenuos, no critican a los demás cuando deben, pero si se autocritican mucho, no ven más allá de las realidades que viven en el presente, se sienten heridos fácilmente y se rinden fácilmente.

Sugerencias: Desarrollar, espíritu crítico, y escepticismo, exigir más de otros, apreciar más de sí mismos, visión del futuro, ser más seguros y directos.

- **INFP (Introvertido/intuitivo/emocional/perceptivo)**

Son entusiastas, leales y flexibles, se interesa por el aprendizaje, ideas, lenguaje y proyectos propios, tienden a emprender más de una tarea, pero si las finalizan, intentan agradar a la gente, no se adecuan a las acciones y lógica del momento, debe aprender a ser realista y soluciones ideales y asertivos, son de mente abierta, desean que su trabajo contribuya significativamente.

Contribución en la organización: Organizan personas dándoles un sitio, persuaden con sus ideas, integran personas para un propósito, buscan ideas nuevas y alternativas para la organización.

Liderazgo: Trabajan con independencia para alcanzar sus ideales, suelen alabar más que criticar y animan a seguir sus ideales.

Entorno de trabajo ideal: Cuenta con personas que siguen sus valores y gente agradables, son colaboradores, flexibles, tranquilos y serenos, permite intimidad, da lugar y tiempo para reflexionar, no es burocrático.

Peligros potenciales: Tienden al perfeccionismo por lo tanto retrasan sus tareas, intenta agradar a la gente, no se adecua a la lógica y a los hechos y gastan más tiempo reflexionando que actuando.

Sugerencias: Ser realistas, decir no cuando sea adecuado, reforzar su objetividad y lógica y crear e implementar planes de acción.

- **INTP (Introvertido/intuitivo/racional/perceptivo)**

Son tranquilos, racionales, curiosos, teóricos, abstractos y reservados, disfrutan de las tareas científicas y lógicas, y de resolver problemas usando la lógica y el análisis, se interesan en ideas y cosas definidas, suelen ser poco realistas y muy abstractos,

deben aprender a relacionarse con los demás.

Contribución en la organización: Crean sistemas complejos y lógicos, resuelven problemas complejos, interactúan a corto y largo plazo de manera perspicaz, resuelven problemas por medio de la lógica, el pensamiento crítico, el análisis y de manera directa.

Liderazgo: Abordan los problemas con los análisis conceptuales, usan su pensamiento lógico y sistemático, prefieren dirigir al personal independiente y se involucran en el aspecto intelectual que emocional.

Entorno de trabajo ideal: Incluyen a pensadores independientes, permite intimidad, son flexibles y tranquilos y reconocen la autonomía.

Peligros potenciales: Ser poco realistas y muy abstractos, tienden a ser intelectuales y teóricos, prestan atención a inconvenientes muy pequeños, desestabilizando la armonía del equipo.

Sugerencias: Desarrollar la capacidad de fijarse en detalles esenciales, expresar las cosas con sencillez, reconocer las acciones de los demás.

• **ESTP (Extrovertido/sensorial/racional/perceptivo)**

Resuelven problemas que aparecen espontáneamente, disfrutan el momento, prefieren cosas mecánicas y relacionadas al deporte, pueden parecer bruscos,

Despreocupados, adaptables, tolerantes, flexibles, pragmáticos y realistas.

Prefieren explicaciones cortas, trabajan con cosas reales que pueden montar y desarmar, improvisar, y tomar el camino más eficaz y rápido.

Contribución en la organización: Negocian y buscan compromisos para que el trabajo fluya, ayudan a que se realicen hechos desde un enfoque realista, son arriesgados y captan y retienen información sobre hechos.

Liderazgo: Responsables en momentos de crisis, pueden persuadir, estilo directo y confiado, prefieren seguir el camino más conveniente, buscan resultados inmediatos.

Entorno de trabajo ideal: Valoran la experiencia personal, agrupan personas animosas para tener buenos resultados, burocráticos, da tiempo para la diversión, flexibles a la hora de trabajar, son técnicos y se ajustan a las

necesidades del momento.

Peligros potenciales: Por su manera de actuar con rapidez, pueden parecer groseros o bruscos, confían demasiado en la improvisación, prefieren aspectos materialistas.

Sugerencias: Suavizar la firmeza, con los sentimientos a los demás, planificar a largo plazo y desarrollar fidelidad.

- **ESFP (Extrovertido/sensorial/emocional/perceptivo)**

Extrovertidos, amistosos, participativo, joviales, simpáticos, algo irreflexivo, se involucran se inclinan hacia las personas.

Les gusta la acción y divertir a los demás, recuerdan hechos más que teorías.

Usan su sentido común y habilidades con personas y con cosas, puede llegar a sobrevalorar los temas subjetivos, puede no llegar a terminar proyectos por eso debe organizar su tiempo y ser más selectivo.

Contribución en la organización: Producen colaboración, entusiasmo con positivismo, ofrecen acción y emoción, integran personas y recursos, aceptan y tratan a las personas tal y como son.

Liderazgo: Dirigen promoviendo la buena voluntad y el trabajo en equipo, resuelven crisis, mejoran el contacto cuando hay situaciones tensas, resuelve problemas inmediatos y facilitan que las personas interactúen con positivismo.

Entorno de trabajo ideal: Debe e incluir personas tolerantes, adaptables y energéticas, son animados.

Peligros potenciales: Sobrevalora lo subjetivo, son irreflexivos, emplean demasiado tiempo en temas sociales que olvidan sus tareas y no acaban fácilmente lo que empiezan.

Sugerencias: Deben incluir lógica al tomar decisiones, planificar a largo plazo, equilibrar su vida social y sus tareas y administrar mejor su tiempo.

- **ENFJ (Extrovertido/intuitivo/emocional/juicio)**

Establecen relaciones interpersonales cordiales, con empatía y favorece la comunicación de grupo, se preocupan por lo que quieren o piensan, pueden dirigir una discusión con tacto y facilidad. Son animadores y mediadores dentro del un

grupo de personas, responden a las necesidades de sus colegas, les gusta las relaciones interpersonales buenas y la comunicación. Son responsables, sociables, populares, compasivos, innovadores y fomentan el cambio, prefieren el ambiente ordenado y armónico, tiende a idealizar a los demás con facilidad, se toma personal las críticas y debe aprender a gestionar conflictos.

Contribución en la organización: Tiene claro como las organizaciones deben tratar a las personas, disfrutan dirigiendo y animando, llegando a conclusiones que den frutos, apoyan la cooperación y transmiten valores.

Liderazgo: Dirigen con su entusiasmo personal, toman la iniciativa para participar en proyectos, responden a las necesidades de sus subordinados, piden que la organización tome en cuenta el valor humano y fomentan el cambio.

Entorno de trabajo ideal: Junto a individuos abiertos a la mejora, apoya y fomenta a las actividades sociales, el ambiente debe tener espíritu de armonía y ser ordenado y anima a la expresión personal.

Peligros potenciales: Tienden a idealizar a los demás y desatender las tareas por atender las relaciones, llegan a sufrir por su lealtad entregada, se esconden de los problemas y pueden llegar recibir la crítica como algo personal.

Sugerencias: Aprender a poner limitaciones, cuestionarse su lealtad, gestionar los conflictos eficazmente, prestar atención a las tareas más que a las relaciones y limitar a la autocrítica,

•ENTP (Extrovertido/intuitivo/racional/perceptivo)

Son rápidos, ingeniosos, individualistas, versátiles, analíticos, emprendedores, innovadores y multi-habilidosos, son compañía franca y abierta, puede que discutan, pero es por diversión, pueden resolver problemas nuevos y difíciles, cambian fácilmente su foco de interés, hacen trabajos rutinarios, usan razones lógicas para justificar sus gustos, deben aprender a determinar prioridades y respetar plazo y vivir en el presente.

Contribución en la organización: Las limitaciones son solo retos que superar, proponen nuevas cosas para hacer las cosas, brindan esquemas de conceptos para hacer tareas, toman iniciativas y fomentan que los demás hagan lo mismo y disfrutan los retos complicados.

Liderazgo: Planean sistemas teóricos y de pensamiento lógico para la organización, animan a que su equipo actúe con independencia y actúan como vínculo entre personas y sistemas.

Entorno de trabajo ideal: Cuentan con personas independientes que resuelven problemas difíciles, son flexibles y estimulantes, orientados al cambio, recompensa la toma de riesgos, fomenta la autonomía, no son burocráticos.

Peligros potenciales: Pueden olvidarse de la realidad, pueden llegar a ser competitivos, egocéntricos y desmerecer los aportes de los demás, no se adaptan a las normas y procedimientos establecidos.

Sugerencias: Deben vivir el presente, reconocer el valor y los aportes de su equipo, fijarse plazos y prioridades, adaptarse a trabajar dentro del sistema.

- **ESTJ (Extrovertido/sensorial/racional/juicio)**

Prácticos, realistas, prosaicos, eficientes, lógicos, y analíticos, con habilidades para los negocios o mecánica, descarta temas que no puedan usar. Se inclina para administrar, organizar, y dirigir, actividades, si tienen en cuenta los sentimientos y puntos de vista de los demás, toman ediciones de manera rápida, respetan jerarquías, se desenvuelven en ambientes estructurados y bien organizados. Capaces de organizar operaciones y hechos con antelación.

Contribución en la organización: Pueden predecir fallos, critican con lógica los planes, organizan trabajos y personas, comprueban si los trabajos son realizados y realizan sus tareas paso a paso.

Liderazgo: Les gusta dirigir, son responsables, directos y rápidos en toma de decisiones, actúan como jefes y respetan jerarquías.

Entorno de trabajo ideal: Debe incluir personas trabajadoras que han bien su trabajo, organizadas, estructuradas, eficientes, permiten planificar y estabilidad, y recompensan los logros.

Peligros potenciales: Deciden precipitadamente, renuentes al cambio, se sorprenden de los sentimientos después de ignorarlos.

Sugerencias: Incluir aspectos humanos antes de decidir, estimularse para cambiar, esforzarse para mostrar aprecio hacia los demás y tener tiempo para pensar en los valores y sentimientos de las otras personas.

•ESFJ (Extrovertido/sensorial/emocional/juicio)

Bondadosos, habladores, populares, concienzudo, colaboradores, miembros de comités. Necesitan armonía y la crean, siempre hacen cosas buenas por los demás, les gusta recibir ánimo y halagos. Se interesan en las cosas que los afectan de manera directa y las personas alrededor, valoran las relaciones humanas, evita conflictos ignorándolos, quieren agradar a los demás, deben aprender a afrontar y solucionar problemas, son ordenados, compasivos, delicados, y útiles.

Contribución en la organización: Trabajan bien en equipo, atienden deseos y necesidades ajenos, terminan tareas con precisión, respetan a la autoridad y a las normas y manejan las tareas asignadas diariamente.

Liderazgo: Dirigen a través de la atención personalizada, consiguen buena voluntad por las buenas relaciones, son informativos, ejemplares y tradicionalistas con la organización.

Entorno de trabajo ideal: Incluyen a personas colaboradoras, concienzudas, agradecidas, sensibles y solidarias, tiene personas y sistemas para cumplir, son amistosos y realistas.

Peligros potenciales: Esconden los problemas, se dejan llevar por la gratitud hacia los demás, piensan saber que es lo más conveniente y tienden a perder la visión del conjunto.

Sugerencias: Aprender a manejar conflictos y las implicaciones generales y lógicas al tomar decisiones, tener en cuenta las necesidades propias, escuchar los que tiene que decir el resto.

•ENFP (Extrovertido/ intuitivo/ emocional/perceptivo)

Cálidos, entusiastas, perspicaces, innovadores, versátiles animosos, ingenioso, imaginativos, son capaces de hacer cualquier cosa que les interesen, solucionan de manera rápida los problemas, confían en su improvisación, corren peligro al iniciar demasiadas tareas simultáneamente sin ser capaces de terminarlas, olvida detalles importantes, debe atender detalles busca nuevas posibilidades.

Contribución en la organización: Alientan cambios, tienen en cuenta muchas posibilidades, transmiten entusiasmo, conciben proyectos y valoran a los otros.

Liderazgo: Lideran con entusiasmo y energía, les gusta emprender proyectos, se expresan y dan voz a los valores de otras personas, integran y apoyan a sus colegas, también los motivan.

Entorno de trabajo ideal: Trabajan con personas imaginativas, ambiente es variado, participativo, animado y creativo, no se limitan.

Peligros potenciales: Cambiar de proyecto si finalizar los anteriores, dejar a un lado los detalles más importantes, abarcan demasiado.

Sugerencias: Establecer prioridades y un sistema a seguir, fijarse en detalles importantes, organizar el tiempo.

- **ENTJ (Extrovertido/intuitivo/racional/juicio)**

Diestros con el razonamiento y conversaciones inteligentes como, por ejemplo, charlas en público. Están bien informados, y aumentan sus conocimientos. Pueden aparentar ser positivos y confiando en su experiencia. Son organizados, objetivos, francos, tajantes, lógicos, organizados, estructurados, cordiales, líderes en actividades, responsables, resolutivos cuando considera que vale la pena, resuelven problemas, orientados a la acción, tienen visión del futuro, trabaja con personas independientes, valora la capacidad de decisión, en ocasiones puede ir demasiado rápido, pareciendo impaciente.

Contribución en la organización: Llevan a cabo planes bien pensados, ayudan estructurando la organización, diseñan estrategias para cumplir metas, son responsables y enfrentan los problemas de manera directa, especialmente, los que fueron causados por confusión o ineficiencia.

Liderazgo: Lideran con energía y orientados a la acción, ven a largo alcance, gestionan directamente, son duras si es necesario, disfrutan resolviendo problemas complicados y sacan al máximo el partido de la organización.

Entorno de trabajo ideal: A su lado debe haber personas independientes, eficientes, resolutivas, capaces de resolver problemas difíciles, y orientados a los resultados, asumen retos y reconocen la capacidad de decisión.

Peligros potenciales: Propensos a descuidar las necesidades de la gente, olvidan las

limitaciones y consideraciones prácticas, deciden rápidamente luciendo impacientes y llegan a ignorar y suprimir sus sentimientos.

Sugerencias: Deben atender más el factor humano, percatarse de que se disponga de recursos disponibles en cuanto a aspectos prácticos y personales, deben tomar tiempo para reflexionar y considerar todas las facetas y aprender a valorar los sentimientos de los que los rodean. (Apiquian A.,2015).

1.2.2.1.1.1.3 Funciones

El indicador MBTI, es una herramienta usada principalmente en el campo laboral, por lo tanto, sus usos son relacionados a medir las tendencias de personalidades dentro de un entorno de trabajo y estudio.

Su principal función es describir las preferencias de la psicología de cada persona, tomando en cuenta que cada individuo tanto física como mentalmente es diferente de otro y describe las diferencias psicológicas que influyen en como cada ve el mundo.

Es una herramienta que ayuda a que las personas se reflejen a ellos mismos y puedan ver su propio comportamiento, aprecia las diferencias de manera constructiva y entiende los beneficios de los diferentes enfoques para la resolución de problemas.

En equipo, es utilizado para crear un marco objetivo para examinar los problemas, facilitar la comunicación en equipo, identificar fuentes de conflicto y valorar las contribuciones únicas de los miembros del equipo.

Por otro lado, el indicador, no es empleado para explicar el comportamiento humano, medir si es bueno o malo, o mejor o peor que otros individuos, evaluar la inteligencia, crear estereotipos, evaluar niveles de estrés o diagnosticar desordenes. (CLT Solutions., 2019).

Este método es adecuado en esta investigación porque su comprensión y

manipulación es accesible para incluso una persona que no se especializa en psicología. Es necesario aclarar que no hay respuestas correctas o incorrectas, ni que el hecho de que el indicador muestre la inclinación por algún opuesto de las cuatro dimensiones, no quiere decir que el individuo no posea en su personalidad el factor menos dominante, sino que si este es una debilidad tiene la capacidad de trabajar sobre eso y mejorar.

1.2.2.1.1.4 Efectividad (Estadísticas y estudios)

En este punto hablaremos de la herramienta como tal, que es un indicador en línea muy confiable que se desarrolló a partir de la teoría de los “cinco grandes” y el indicador MBTI.

Como se menciona con anterioridad los estudios referenciales del marco teórico que sea empleado en otras áreas, han revelado que los problemas, como, por ejemplo, de la metalurgia en la empresa, en donde se trató el problema de mejora de producción gracias a conocer el tipo de personalidad enfocada al liderazgo en los jefes de departamento. En artículos que se revisaron, pero no se incluyeron dentro de la investigación, como Revista latinoamericana de Estudios, en México, publicó un estudio de los tipos psicológicos en profesores de primaria, enfocados a la innovación, entre más.

BBC, escribe sobre el método, asegurando que en un principio la Oficina de Servicios Estratégicos de Estado Unidos, ahora llamado CIA (Agencia Central de Inteligencia), evaluaba a sus agentes y designaba tareas.

La lista de compañías en “Fortune 500”, emplean dentro de sus empresas este método, en sus trabajadores. (BBC News Mundo,2018).

Además, son utilizadas en universidades y oficinas alrededor del mundo, aunque en Latinoamérica no es muy popular.

1.2.2.1.1.5 Test en línea “16 Personalidades” (Funciones, efectividad, confiabilidad)

El test a emplear es una serie de preguntas que por medio de escalas pueden concluir

y emitir un resultado bastante cercano a la realidad sobre la personalidad del que lo probó. Si bien el indicador MBTI Briggs-Myers, es la base sólida de esta herramienta, también une conceptos con la teoría de Gustav Jung, aumentando una dimensión más, con la que trabaja la página desarrolladora de “16 personalidades”, y denomina a esta evolución de ambas teorías simplemente, MBTI.

El objetivo del indicador no es caracterizar a las personas ni dividir las por sus diferencias, cada dimensión puede tener un porcentaje casi equitativo de las dicotomías, por ejemplo, el resultado puede ser “ambivertido”, óseo extrovertido e introvertido a la vez, sin definir una sigla que lo represente, por eso el enfoque dominante no desmerece al menos dominante. El desarrollador recalca que estas categorías no limitan ni categorizan al individuo, sino más bien conceptualiza su personalidad y crea teorías que explican el por qué se hace lo que se hace, de manera científica.

El modelo de “NERIS”, que es la organización que unió los conceptos para formar el actual MBTI, aclara que a pesar de usar las cinco dimensiones que propone Jung, no se basa en este totalmente, el enfoque del test está direccionada lograr alta precisión.

El indicador está disponible en 30 idiomas, y es por eso por lo que recolecta información de todo el mundo dándole la ventaja de tener estudios y artículos basados en su recolección de datos.

Es necesario aclarar de que trata las dimensiones que NERIS, utiliza, que funcionan bajo las mismas preguntas del modelo de Myers-Briggs, refiriéndose a cuatro principales dimensiones: Mente, Energía, Naturaleza y Tácticas, más la dimensión anexa que nombra como “Identidad”.

En la dimensión “Mente” que se refiere a como el individuo interactúa con el entorno, medido con los polos de introversión (I) y extroversión (E), que básicamente trabaja como el original.

“Energía”, que la organización denomina a la forma en que el individuo ve al mundo y procesa la información, usando la dicotomía observación (S) e intuitivo (N) , la primera se refiere a los individuos que son muy prácticos, pragmáticos, y con pies en la tierra, por lo general tienen hábitos fuertes y se centran en el presente y el pasado; por otra parte el término “intuitivo”, emula personas con la misma característica que indica su nombre, de mente abierta,

imaginativas y curiosas, tienden a lo novedoso en lugar de lo estable, y buscan significados ocultos y posibilidades futuras.

“Naturaleza”, es la dimensión que determina cómo se toma decisiones y la manera de enfrentar emociones, las dos siglas contrarias utilizadas son (T) para pensadores (thinkers) y (F), Sensibles (feeling). El rasgo dominante de pensador indica que las personas se centran en la objetividad, y racionalidad, es decir, priorizan la lógica sobre sus emociones, por lo general ocultan sus sentimientos y priorizan la eficiencia ante la cooperación. Al lado opuesto, el rasgo sensible, indica que son emocionalmente, empáticos, y menos competitivos que los pensadores, se centran en la armonía social y la cooperación.

“Táctica”, este aspecto refleja el enfoque de trabajo planificación y toma de decisiones. Juicio (J), se refiere al rasgo que poseen los individuos decisivos, minuciosos y organizados. Aprecian la claridad, la previsibilidad, la cercanía, y la planificación sobre la espontaneidad. Prospectos(P), son buenos para improvisar y detectar oportunidades, no se conforman, son flexibles, y tienden a tener varias opciones.

Por último, la dimensión se anexa es la “identidad”, se refiere a los demás aspectos principales, mostrando cuan confiado está el individuo sobre sus habilidades y decisiones. representada por los polos, (-A), asertivo y (-T), Turbulento; el rasgo asertivo representa a individuos seguros de sí mismos, ecuanímenes y resistentes al estrés, despreocupados y apenas se esfuerzan para alcanzar sus metas; el aspecto turbulento, refiere a los individuos cohibidos, sensibles al estrés, perfeccionistas, emocionalmente diversos, se sientan motivados por el éxito y son ansiosos por mejorar.

Este punto se tomará en cuenta en algunos casos, puesto que no entra dentro de la teoría original estudiada, el indicador Myers-Briggs.

Los resultados de esta prueba tienen la particularidad que cada personalidad se identifica por un nombre dado por adjetivos que reúnen característica para facilitar la identificación aparte de las siglas originales, y de las cuales se tiene extensa información. Asimismo, los resultados se darán con una larga descripción que el sujeto

estudiado puede profundizar, un gráfico de porcentaje que muestra las dimensiones evaluadas, y las cifras que corresponden a cada dicotomía, acompañado con personajes célebres o reconocidos en la historia de la humanidad para poder identificarse mejor.

Para el estudio se usará la información del Manual MBTI Myers-Briggs, por las indicaciones orientadas a lo laboral y académico. A continuación, la lista de 16 personalidades nombradas por NERIS y clasificadas en cuatro grupos:

Analistas:

- Arquitecto (INTJ): Pensadores imaginativos y estratégicos
- Lógico (INTP): Inventores innovadores con interminable sed de conocimiento.
- Comandante (ENTJ): Líderes audaces, imaginativos, de fuerte voluntad, abren y buscan caminos.
- Innovadores (ENTP): Pensadores inteligentes, curiosos, aceptan retos intelectuales.

Diplomáticos:

- Abogado (INFJ): Silenciosos y místicos, llenos de inspiración e idealistas.
- Mediador (INFP): Poéticos, amables altruistas, buscan contribuir en causas buenas.
- Protagonista (ENFJ): Líderes natos, carismáticos, inspiradores y cautivadores.
- Activistas (ENFP): Entusiastas, creativos, sociales, de espíritu libre y risueños.

Centinelas:

- Logista (ISTJ): Prácticos, confiable y enfocados en hechos.
- Defensor (ISFJ): Protectores dedicados, cálidos y defienden a sus seres queridos.
- Ejecutivo (ESTJ): Administradores de personas y cosas.
- Cónsul: (ESFJ): Considerados, sociables, populares y altruistas.

Exploradores:

- Virtuoso (ISTP): Audaces experimentadores, prácticos y diestros con herramientas.
 - Aventureros (ISFP): Encantadores, artistas, exploradores, siempre en busca de experiencias.
 - Emprendedor (ESTP): Inteligentes, enérgicas, preceptivas, viven al límite.
 - Animador (ESFP): Animadores, enérgicos, entusiastas y espontáneos.
- (NERIS Analytics Limited, 2013).

1.9 Formulación de hipótesis.

1.9.1 Hipótesis Nula

- El perfil psicológico según el indicador MBTI NO se relaciona con las aptitudes y capacidades de los diseñadores gráficos de los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato.

1.9.2 Hipótesis Alterna

- El perfil psicológico según el indicador MBTI se relaciona con las aptitudes y capacidades de los diseñadores gráficos de los últimos niveles de la Universidad Técnica de Ambato.

1.10 Señalamiento de las variables.

1.10.1 Variable dependiente

Indicador MBTI

1.10.2 Variable independiente

Perfil del diseñador gráfico

CAPÍTULO II.

2. METODOLOGÍA

2.1 Método

Para el desarrollo de esta investigación y con el fin de comprender los tipos de personalidades en los diseñadores dentro de la Universidad Técnica de Ambato, se empleará el método inductivo, dentro de una investigación de campo que contextualiza el entorno del estudio, también investigación del tipo experimental y no experimental, por cuanto controla las variables de un problema para obtener respuestas.

Que surgió a partir de la observación, del entorno de diseño dentro de área académica, la revisión de bibliografía, trabajos de investigación relacionados a ambas variables, para plantear una en común y se recopilará información en forma de encuestas y entrevistas, con el fin analizarla y relacionarla cumpliendo con los objetivos propuestos, obteniendo resultados y conclusiones que emitan conocimiento nuevo sobre los diseñadores gráficos.

2.1.1 Enfoque de la investigación.

Para determinar los enfoques cuantitativos y cualitativos, es necesario conocer las herramientas que se ocuparán y la muestra. Entre las principales, se empleará encuestas y entrevistas, que hacen que esta investigación tenga un enfoque mixto, por cuanto los resultados serán cifras que posteriormente se analizarán y se describirán, al igual que los resultados de las entrevistas.

Las características cuantitativas permiten establecer patrones de comportamiento y cifras que demuestren el tipo de personalidades en estudiantes de diseño, y cualitativos por la recolección de datos a través de entrevistas semiestructuradas y referencia bibliográficas.

2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación.

El fin de esta investigación es la generación de un conocimiento que hasta el momento se ignora, por tanto, la modalidad que se ha tomado es la

investigación bibliográfica, por la recopilación de trabajos similares, obtención de conceptos y, después del analizar, generará información bibliográfica que dará paso a nuevo conocimiento y generación de nuevas hipótesis que se puede comprobar en un futuro.

2.1.3 Nivel o tipo de Investigación.

Esta investigación se basará los tipos de investigación según el conocimiento que se generará. Involucra la investigación exploratoria, descriptiva e investigativa.

Investigación Exploratoria: En esta parte se recopiló información bibliográfica con referentes de las variables que involucra el presente proyecto. Para la justificación se recurrió a artículos, libros y tesis, que aporten con información y/o razones que apoyen el desarrollo de esta investigación, así como las referencias bibliográficas que hablan sobre los problemas que involucra la inexistencia de un perfil psicológico de los diseñadores locales.

También, se empleó este tipo de investigación en los antecedentes de la información y bases teóricas. En la primera, se analizó los problemas, cómo lo resolvieron, por qué y los resultados finales, de dos tesis sobre los perfiles del diseñador gráfico y los tres sobre el indicador MBTI, para identificar o resolver problemas laborales. Por otra parte, las bases teóricas, se basó en información bibliográfica recogida de artículos en línea, revistas virtuales, libros, traducciones, tesis y páginas web, con el fin de exponer los conceptos de la constelación de ideas.

Investigación Descriptiva: Al recopilar la información, se analizará los resultados fundamentados con la base teórica, para eso es importante definir de los implicados en la investigación, es decir, los estudiantes de Diseño Gráfico y Diseño Gráfico Publicitario, de sexto a noveno semestre, a los cuales se aplicará el indicador que mostrará el tipo de personalidad que tienen, y cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas, que indagarán en sus preferencias con las diferentes áreas del diseño gráfico; diseñadores profesionales que expongan a través de entrevistas, sus criterios y puntos de vista sobre la importancia beneficios y similitudes que se pueden obtener al desarrollar estudios relacionados a los perfiles psicológicos en diseñadores; y profesionales psicólogos, que contribuyan mencionando la importancia y relación de la personalidad de los individuos en los campos laborales y académicos través de

entrevistas semiestructuradas.

Los modelos de encuestas y entrevistas están mencionados en la parte de anexos, al final de esta investigación.

Investigación Explicativa: Dentro de este tipo de investigación, se busca analizar los resultados obtenidos en la investigación descriptiva, que nos presenta datos sobre el tipo de personalidades presentes en los estudiantes, para poder explicarlo con cifras reales y también la relación entre las actitudes y aptitudes de los diseñadores para con las diferentes áreas del diseño, generando una muestra de resultados.

2.2 Población y muestra.

El número total de estudiantes de las carreras de Diseño Gráfico y Diseño Gráfico Publicitario, que comprenden desde séptimo semestre hasta noveno semestre, en el período octubre 2021 – febrero 2022, es de 59, en los cuales se realizará las encuestas. Aplicando el muestreo intensional, no probabilístico, según la utilidad del proyecto.

Por otra parte, el número de diseñadores para corroborar la información y que determinen su punto de vista sobre la misma, serán de un reconocido profesional en Diseño Gráfico nacional David Jiménez.

También dos profesionales de psicología, que darán su punto de vista sobre el estudio en diseñadores y los posibles resultados, Psicóloga Alejandra Herrera y la Psicóloga Laboral Mercedes Manzano.

2.3 Operacionalización de variable

Tabla 1

Operacionalización de la variable independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
	Perfil psicológico del diseñador	Perfil de los diseñadores Beneficios Conocimientos Experiencia	¿Cuáles cree que son los beneficios de conocer los perfiles de los diseñadores gráficos, en el ámbito laboral, escolar o social?	TÉCNICA: Entrevista semiestructurada INSTRUMENTO: Cuestionario dirigido a diseñadores gráficos
	Aptitudes y actitudes	Personalidad Aptitudes Actitudes Capacidades Especialidades	¿Qué características de habilidades y capacidades ha notado que tiene en común con otros diseñadores? (Ejemplo: Confianza, creatividad, capacidad para liderar, capacidad de observación, etc.)	

Análisis	Experiencia Necesidades del mercado Producción	¿Qué aspectos de habilidades y actitudes de los diseñadores cree que se debe mejorar? (Ejemplo: Individualismo, introversión, juicio, creatividad, disciplina, etc.)	
Perfil del diseñador	Descripción de áreas de diseño Aficiones Conocimiento Pasatiempos	¿Con qué materias o áreas se desenvuelve mejor? / ¿Con qué materias o áreas del diseño encuentra mayor dificultad? (Multi - opcional)	
	Planes de futuro Aficiones Tendencias Hobbies	¿Cuáles de las siguientes materias o áreas del diseño planea especializarte o te especializas actualmente?	
Perfil psicológico del diseñador	Lista de características Desconocimiento Visión sobre sí mismo Concepciones externas	Defina su personalidad en 1 o hasta 3 palabras	TÉCNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario dirigido a estudiantes de diseño gráfico y publicitario

Experiencia personal	Historias Anécdotas Motivaciones	Explica brevemente. ¿Por qué decidiste estudiar diseño?
-----------------------------	--	---

DISEÑO GRÁFICO

“El diseño gráfico o comunicación visual consiste en la proyección y producción de objetivos visuales con el propósito de transmitir un mensaje de interés público de manera eficaz.” (Significados, 2019).

Organización de diseño

Perfil del diseñador
Personalidad Ambiente laboral
Ambiente Académico Experiencia
Conocimiento Desarrollo de la organización

¿Cómo puede el perfil de un diseñador influir en el entorno de una organización de diseño (Agencias/estudios / empresas/aulas de clase)?

TÉCNICA: Entrevista semiestructurada

INSTRUMENTO:

Cuestionario dirigido a diseñadores gráficos

DISEÑADOR GRÁFICO

“Un diseñador gráfico es un profesional de la comunicación visual. Plasmamos en imágenes los mensajes que se necesitan transmitir. Es una figura clave en el marketing de cualquier empresa, un embajador de tu marca, que puede estar en plantilla o externalizado gracias un diseñador freelance.” (Lasera, 2021).

Problemas

Problemas de organización
Preparación académica
Valores
Personalidad
Actitudes

En los equipos de agencias o estudios de diseño ¿cuáles son las mayores dificultades relacionados a factores humanos? (Ejemplo: Liderazgo, trabajo en equipo, relaciones públicas, etc.)

Contexto del diseño	Campo laboral Campo académico Experiencia Cifras Contexto de diseño	¿Qué tan frecuente es encontrar personas erróneamente orientadas en distintas áreas del diseño?
	Contexto del diseño Oportunidades laborales Rol del diseñador	¿Cree que una investigación sobre diseñadores influenciará positivamente a los prejuicios que se tiene sobre el diseño? (Ejemplo: Ética de costos, reputación del diseñador, valorización de diseño ...)

Preguntas empleadas en las entrevistas y cuestionarios de diseñadores profesionales y estudiantes de diseño.

Tabla 2

Operacionalización de la variable dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>PSICOLOGÍA “La psicología o sicología es una ciencia social y una disciplina académica enfocadas en el análisis y la comprensión de la conducta humana y de los procesos mentales experimentados por individuos y por grupos sociales durante momentos y situaciones determinadas.” (Equipo editorial, Etecé., 2021).</p>	<p>Factor psicológico</p>	<p>Cifras Experiencias Contextualizar Sociedad Educación Cultura</p>	<p>¿Qué tan desarrollado está el estudio de factores humanos en el campo laboral y académico en la localidad?</p>	<p>TÉCNICA: Entrevista semiestructurada INSTRUMENTO: Cuestionario dirigido a profesionales en psicología</p>
	<p>Rol de los profesionales</p>	<p>Estudios Profesión Rol de la psicología Campo laboral Campo Académico Sociedad Funciones</p>	<p>¿Recomendaría la asesoría de un especialista en psicología dentro de una organización de diseño?</p>	
<p>PERSONALIDAD “Personalidad es la diferencia individual que distingue una persona de otra. Como tal, la personalidad es el término que describe y permite dar una explicación teórica del conjunto de</p>	<p>Tipos de personalidad</p>	<p>Aspectos de personalidad Campo laboral Campo académico Profesiones Diferencia entre individuos</p>	<p>¿Se relacionan las habilidades laborales y académicas con aspectos de la personalidad de los individuos?</p>	

peculiaridades que posee un individuo que lo caracteriza y lo diferencia de los otros.”. (Significado,2018).

	Funciones Causas Efectos Problemas Soluciones	¿Qué tan importante es estudiar los tipos de personalidad dentro del ambiente laboral y/o académico?
Recomendaciones	Aspectos de personalidad Entornos laboral Entorno Académico Consejos Experiencia	¿Qué recomienda en caso de encontrar rasgos de personalidad no compatibles con el entorno laboral o académico?
Estereotipos	Experiencia Observación Desempeño Agrupaciones	¿Cree que el estudio de los tipos de personalidad estereotipa catalogan a los profesionales?

INDICADOR MBTI
“El indicador MBTI es un modelo/herramienta diseñada para indicar las preferencias psicológicas sobre como las personas perciben el mundo y toman decisiones.”. (Calbet, J., 2019).

Contextualización	Desconocimiento Conocimiento Cultura Educación Sociedad Razones Datos	¿Qué tan conocido es el indicador MBTI en ambientes laborales y académicos?
--------------------------	---	---

Test en línea	Resultados: Tipos de personalidades	¿Cuáles el resultado de su tipo de personalidad?	TÉCNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario "16 personalidades" dirigido a estudiantes de diseño gráfico y publicitario
----------------------	-------------------------------------	--	--

Preguntas empleadas en las entrevistas y cuestionarios de estudiantes diseño y psicólogos.

2.4 Técnicas de recolección de datos.

Tabla 3

Resumen de recolección de datos

TIPO DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
Primaria	Encuestas	Cuestionario a estudiantes de diseño gráfico y diseño gráfico publicitario
	Entrevistas	Cuestionario dirigido a diseñadores gráficos y profesionales psicólogos
Secundario	Análisis de contenidos: libros, tesis, revistas, artículos científicos, blogs y páginas web.	Bibliografía sobre las variables independientes y dependientes (Perfil del diseñador e Indicador MBTI)

Inventario de técnicas e instrumentos empleados en la investigación.

Tabla 4

Preguntas y explicación sobre la investigación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
¿De qué personas u objetos?	Diseñadores gráficos Profesionales y estudiantes Profesionales en psicología Estudios de perfiles (Tesis, artículos, revistas, libros, páginas web.)
¿Sobre qué aspectos?	Industria gráfica, diseño gráfico, perfil de diseñadores, personalidad de diseñadores, entorno laboral, entorno académico, mercado en la provincia
¿Quién o quiénes?	El investigador: Stephanie Castillo
¿A quiénes?	A los miembros del universo investigado

¿Cuándo?	Periodo octubre 2021-febrero 2022
¿Dónde?	Universidad Técnica de Ambato
¿Cuántas veces?	Una sola o dos veces para generar más conocimiento
¿Cómo? (Técnicas)	Encuestas, entrevistas y análisis de contenidos
¿Con qué? (Instrumentos)	Cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas, entrevistas semiestructuradas, referencias bibliográficas (libros, tesis, revistas, artículos científicos, blogs y páginas web).

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados

Con el fin de recolectar información relevante para establecer el perfil de personalidad de los diseñadores gráficos, se realizaron encuestas a los estudiantes de séptimo a noveno semestre de diseño gráfico y diseño gráfico publicitario, de la Facultad de Diseño y Arquitectura, de la Universidad Técnica de Ambato, la cual se puede evidenciar en la sección Anexos.

En primera instancia se pidió la opinión de profesionales en diseño gráfico y psicología, para justificar su punto de vista y opiniones sobre la investigación, funcionando como sustento para aclarar las dudas que se pueden presentar sobre este estudio.

Para la opinión del diseñador gráfico se tomó en cuenta a un gran expositor a nivel nacional, el diseñador David Jiménez, que su experiencia en el campo de diseño aportó con su posición sobre esta investigación.

Por otra parte, las profesionales en psicología y psicología laboral, que aportaron en el sustento de la investigación, son Alejandra Herrera y Mercedes Manzano, quienes corroboraron la importancia de implementar un sistema de perfiles psicológicos para identificar aptitudes y actitudes de los diseñadores dentro de una organización de diseño.

Finalmente, el estudio como tal sobre las personalidades de los estudiantes de últimos semestres, primero se confirmó los datos de todos los encuestados, para que consten como personas reales, o estudiantes de la facultad. Se les pidió resolver el test en línea que determina su tipo de personalidad, y responder las preguntas referentes a sus desempeños académico y habilidades dentro de las diferentes áreas del diseño.

A continuación, se presentará las entrevista y encuestas.

3.1.1 Entrevistas

ENTREVISTA 1

Guion de preguntas dirigidas a especialistas en diseño gráfico y/o diseño gráfico publicitario

Objetivo: Conocer el punto de vista de diseñadores que se desenvuelven en organizaciones de diseño, sobre la necesidad, los beneficios y problemas que puede presentar el desconocimiento del perfil del diseñador.

Profesional en diseño: David Jiménez

Licenciado en gestión gráfica publicitaria, máster en comunicación digital, e ilustrador, especialista en diseño de carteles y afiches.

Preguntas:

Pregunta 1: *¿Cuáles cree que son los beneficios de conocer los perfiles de los diseñadores gráficos?*

Bueno hablando más del ámbito profesional, creo que es interesante porque te ayuda a conocer cuál es su proceso creativo, más que nada y también si hay más confianza, los procesos de reconocimiento de la persona, puede incluso averiguar sobre sus antecedentes sociales, educativos y cada una de estas cosas, son las que se van viendo reflejada en sus piezas de comunicación visual, de manera inconsciente, claro, porque muchas veces están creando algo y les sale de “chiripa”, pero esa “chiripa” son fragmentos exteriorizados de la persona, que tiene reflejado de sus experiencias.

Pregunta 2: *¿Qué características de su perfil psicológico ha notado que tiene en común con otros diseñadores?*

Respuesta: Bastante curiosidad, no estancarse en un solo estilo creativo, investigar mucho, siempre estar nuevos referentes de diseño para aprender como ellos hace sus diseños y poder asimilarlos y tomar prestado ciertos elementos, incluso yo lo hago cuando

ilustro o en pintura, los ilustradores tenemos estilos totalmente diferentes, pero voy tomando ciertas cosas y las voy incluyendo en mi trabajo.

Pregunta 2.1: *¿Cree que los diseñadores tienen capacidad para liderar?*

Respuesta: Yo creo que sí, bueno los he conocido, me incluyo, nos gusta trabajar por cuenta propia pero cuando toca trabajar en grupo, si he notado que hay ciertos elementos que, si son de tomar la iniciativa y saber dirigir por cuestiones mentales como que les gusta organizar bien las cosas, tenemos la fama de no ser organizados, pero son por cuestiones de tiempo de entrega, yo personalmente me he considerado organizado en eso y es justamente para no tener esos problemas.

Pregunta 3: *¿Qué aspectos de los perfiles de personalidad en diseñadores cree que se debe mejorar o controlar? (Ejm: Individualismo, introversión, juicio, creatividad, etc.)*

Respuesta: El aspecto comunicacional, a muchos no les gusta hablar en público, no les gusta conversar sus ideas, se las guardan para sí mismos y tú sabes en el ámbito laboral a veces tienes que sustentar o justificar un proceso o trabajo y toca recurrir habilidades de expresión oral que son muy necesarias. Yo si soy una persona introvertida pero cuando me toca, también lo viste en la bienal, cuando me tocó hablar, yo ahí me voy de largo porque es algo que es necesario, justamente para dar a conocer tu proceso, puede llegar a ser útil para otra persona, y en lo laboral es necesario porque tus jefes deben saber por qué lo está haciendo y de donde los estás haciendo.

Pregunta 4: *¿Cómo puede el perfil de un diseñador influir en el entorno de una organización de diseño (Agencias/estudios / empresas/aulas de clase)?*

Respuesta: Ahí tiene mucho que ver, porque se conoce o como va a ser la sinergia con el equipo de diseñadores, como es su proceso de trabajo, y si se acopla al proceso de trabajo de los demás departamentos también es muy importantes siempre hay esos problemas, el departamento de ventas, el departamento de diseño, que no se comunican bien, entonces es importante saber sus habilidades también.

Pregunta 5: *En los equipos de agencias o estudios de diseño ¿cuáles son las mayores dificultades relacionados a factores humanos?*

Respuesta: Si, pero más que nada hay problemas de tiempo de entrega, el trabajo es muy pesado y requiere un proceso que, si es considerable, y a veces este proceso se ve truncado por las fechas, entonces si es necesario que se considere el proceso creativo y su tiempo.

Pregunta 6: *¿Qué tan frecuente es encontrar personas erróneamente orientadas en distintas áreas del diseño?*

Respuesta: Bastante frecuente, en toda mi carrera y los años que estuve en la universidad, ya veía compañeros que se metían porque creían que era solo hacer “dibujitos”, incluso que pensaban que iban a ganar mucho dinero y bueno tú sabes que, en Latinoamérica, aquí al menos no es un oficio muy bien remunerado, muy rara vez un cliente remunera, bueno, si es un proyecto independiente muy rara vez llegan a darte un valor que tú dices, que si te pagaron bien, pero la mayoría en el camino va desertando porque se dan cuenta que no les sale los deberes, que envían los profesores o porque creían que tenían que estar haciendo dibujos y , la verdad es que es mucha más que eso.

Pregunta 7: *¿Cree que una investigación sobre diseñadores influenciará positivamente a los prejuicios que se tiene sobre el diseño?*

Respuesta: Claro, totalmente porque se los va a dar a conocer y los deja de estigmatizar con cosas que no son, me parece muy bien. Cuando me mencionaste el tema, me pareció importante, no es algo que haya escuchado antes y se esté tratando de conocer el aspecto psicológico del diseñador, justamente para ayudar a su orientación porque muchas veces se cae en el error que el niño es chiquito y hace dibujos, que estudie diseño y yo primero empecé, estudiando producción multimedia y vi la malla las primera materias eran cheverísimas, ilustración, fotografía, composición, cosas artísticas, pero en la mitad de la malla par abajo era programación, modelado 3D, páginas web entonces yo me salí y me cambié a la carrera de gestión gráfica en la misma universidad y ahí ya me fui de largo, porque todas las materias me encantaron, una más que otra, pero si es necesario tener una

orientación porque si está viendo y no está muy seguro, y el en el proceso sino va gastando tiempo y dinero, y es importante tener claro desde el comienzo que hay que estudiar.

Resumen: El punto de vista del diseñador David Jiménez expresa que desde un inicio encuentra necesario e interesante hacer el estudio del diseñador, que beneficia al ámbito profesional y académico, el conocer los procesos mentales del diseñador y la manera como los exteriorizar. Señala que en su experiencia y a través de la observación ha encontrado características en a forma de ser de sus colegas, como la creatividad y la introversión. Otro punto es que es consciente de que la introversión puede trabajarse para apuntar más a la extroversión en situaciones que lo requieran. También enfatiza que es necesario conocer al diseñador como individuo porque su personalidad y formación se verá reflejada en sus piezas gráfica y la importancia de la investigación promovida por la curiosidad.

El siguiente enfoque importante de los diseñadores es que, dentro de su experiencia, comprende que tienen la capacidad par a trabajar solos y también para dirigir un grupo sientto de vital importancia la organización. Agregó que los diseñadores deberían trabajar en la comunicación, tanto para expresar sus ideas como para sacar un adelante un proyecto que necesite la colaboración de varios departamentos.

Además, cree que un estudio hacia los diseñadores ayudará a orientar mejor a las personas que desconocen sus propias aptitudes y terminan desertando. También considera que este proyecto ayudará a desestigmatizar los prejuicios, que hasta el día de hoy rodean al diseño.

ENTREVISTA 2

Guion de preguntas dirigidas a especialistas en psicología.

Objetivo: Conocer el punto de vista de un psicólogo sobre la investigación que reúne el indicador MBTI y su relación con los diseñadores gráficos para beneficiar a área gráfico.

Profesional en psicología: Alejandra Herrera

Psicóloga, Psicólogo Educativa de la ciudad de Monterrey en México, Trabaja en una institución educativa y da terapias y sesiones online a través de sus redes sociales que incluyen autoestima, amor propio, ansiedad, depresión, problemas de sueño, trastornos de la alimentación, peritaje psicológico, estrés, problemas de conducta, terapia infantil, terapia de pareja, terapia familiar, talleres, escuela para padres, conferencias, cursos, capacitaciones, diagnósticos clínicos.

Actualmente sigue doctorado en Psicología clínica, y ha realizado varios talleres y cursos de capacitación.

Preguntas:

Pregunta 1: *¿Qué tan desarrollado está el estudio de factores humanos en el campo laboral y académico en la localidad?*

Respuesta: En la ciudad de México, es bastante desarrollado el en el campo laboral, y como tú me dices el diseño, que se trata de las agencias de diseño, aquí en mi ciudad, contamos con profesionales que se encargan de evaluar para saber si el personal es apto para tal puesto. Ahora, a nivel de Latinoamérica, en general, la psicología en las empresas no se toma demasiado en cuenta, y eso es algo fundamental para el desarrollo, de la empresa, por ejemplo, no voy a contratar a alguien demasiado analítico, sistemático y en general con mentalidad cuadrada o rígida cuando la empresa busca un creativo

espontaneo, la idea es contratar personal que sea capaz de desarrollar su potencial y que apoye realmente a la empresa.

Pregunta 2: *¿Recomendaría la asesoría de un especialista en psicología dentro de una organización de diseño?*

Respuesta: Si, siempre es importante, un psicólogo o un profesional trabaje con talento humano, como ya dije, para estar seguros de que el personal que se contrata sea el adecuado, para que cumpla sus labores. Por ejemplo, en una reconocida empresa, que no diré el nombre, es de la marca roja, ellos se asesoran con psicólogos especializados en diseño, porque que vende no en si el producto, la familiaridad y el espíritu de compartir, que muestran en los comerciales y publicidad, tiene que ver con los diseñadores y creativos que desarrollan el mensaje, ellos tienen una personalidad, en mi caso voy viendo los factores que tienen, como se presentan, la manera en la que hablan, la actitud, también la parte de la infancia un poco de historia y cómo reacciona a las preguntas, todo eso se toma en cuenta para ver si es el adecuado para el puesto.

Pregunta 3: *¿Se relacionan las habilidades laborales y académicas con aspectos de la personalidad de los individuos?*

Respuesta: Aquí en el bachillerato, los últimos tres años de estudio, antes de universidad, los estudiantes siguen una materia de orientación dada por profesionales psicólogos, una especie de orientación Vocacional, para guiar a los jóvenes en los que van a seguir o hacer. Justo acabo de dar clases de eso, con los chicos de la escuela donde trabajo, y nos enfocamos, en darles herramientas y descubrir que pueden hacer, cómo ganarse la vida, por ejemplo, viene un chico y me dice que quiere ser diseñador de modas, pero la carrera es super cara, su familia no está en las condiciones, no tiene el dinero que sustente sus estudios universitarios, entonces nosotros indagamos más, que sabe hacer, con que recursos puede contar, si tiene un historial o un perfil para adquirir una beca, luego se le da opciones, diciendo que, por el momento no puede seguir la carrera que quiere pero si trabaja de esto podrá reunir y financiarse sus estudios en un futuro.

Ahora, en el campo laboral debemos fijarnos en la manera de ser, no vamos a poner gerentes introvertidos o cohibidos, se busca, más que todo que la gente con personalidad apta para ciertas capacidades, también es importante indicar que la personalidad no es fija, se puede trabajar en ella. Cuando estudiaba tenía varios compañeros introvertidos, que empezaron a abrirse por la necesidad, yo misma me considero una introvertida, pero he tenido que adaptarme y trabajar en ser más extrovertida cuando doy charlas, conferencias o talleres.

Pregunta 3.1: *En el diseño gráfico tenemos diferentes áreas como la fotografía, publicidad, audiovisuales, etc. ¿Están estas áreas relacionadas con los rasgos y de personalidad de los individuos?*

Respuesta: Definitivamente, porque los diseñadores tienen aspectos que dicen mucho de cada uno como individuo, y por el mismo hecho de ser tan expresivos, se reflejan en, digamos, sus publicidades o trabajos, la manera que ellos resuelven problemas está marcado por su personalidad, por ejemplo, una diseñadora de modas refleja en sus diseños lo que le gusta, lo que es, a qué se inclina, si de repente en simple, o muy complicado con un patrón de flores y así, se puede ver la personalidad.

Pregunta 4: *¿Qué tan importante es estudiar los tipos de personalidad dentro del ambiente laboral y/o académico?*

Respuesta: Para el desarrollo de toda industria, en cualquier país, es necesario estudiar al personal, es importantísimo conocer los atributos, capacidades y habilidades de los miembros que conforman la empresa, para el progreso y desarrollo. Aunque como dije, lo ideal sería cuando las personas reciben asesoramiento desde temprana edad para orientarlos a la carrera para la que son afines.

Pregunta 5: *¿Qué recomienda en caso de encontrar rasgos de personalidad no compatibles con el entorno laboral o académico?*

Respuesta: Que se cambie de carrera, sinceramente, si no es apto o no le gusta lo que hace no va a hacer su trabajo bien, por eso es importante una guía desde la escuela, aquí

los psicólogos hablan con los chicos, les dan recursos si no tienen habilidad o capacidad mental se da opciones, también se trabaja con el apoyo de los padres, se da soluciones, becas o si por ejemplo quiere seguir diseño gráfico y la familia no tienen recursos económicos, entonces se le orienta a algo para que gane dinero y luego pueda pagarse. Aunque en ciertas áreas se pueda trabajar, desarrollar las capacidades, y seguir mejorando, como un aprendizaje, si la persona no da, recomiendo que busque algo en lo que pueda desenvolverse.

Pregunta 6: *¿Cree que el estudio de los tipos de personalidad estereotipa o cataloga a los profesionales?*

Respuesta: Si, se categoriza, es así, no podemos negarlo, pero depende de cómo lo veas y trates. Hay que verlo desde un punto esas características que tienen las personas no solo limitantes, lo bueno de la asesoría psicológica es que vamos trabajando sobre ello. Como dije, yo soy introvertida, pero con la práctica se puede desarrollar e ir adaptándose.

Pregunta 7: *¿Qué tan conocido es el indicador MBTI en ambientes laborales y académicos?*

Respuesta: Depende de la empresa, yo como me rijo a las normas de la empresa en la que trabajo, siempre trabajo con parámetros y manuales que me dan aquí, en México hay muchas empresas chinas, japonesas y ellos realmente no les ponen atención a esos temas, pero en las instituciones del gobierno que he trabajado, me rijo a su política, según me pasen la información yo evaluó de esa manera.

Resumen: Para la Psicóloga Alejandra Herrera, supo explicar su realidad y los objetivos que en proyecta para Latinoamérica, poniendo su trabajo y punto de vista como el ideal, teniendo en cuenta el desarrollo no solo en el campo del diseño sino también en el psicológico. El ideal sería que los psicólogos trabajen con talento humano, observa distintos factores que lo construyen como individuo, como por ejemplo la forma de hablar, de pararse y caminar, la actitud, y la historia en general, incluso en grandes marcas consultan con un profesional para lanzar su publicidad.

En su país, dentro de la malla curricular al llegar al bachillerato los jóvenes tienen una materia incluida que es asesorada por un profesional de psicología que los guía en la profesión que deseen o estén en las posibilidades de estudiar. También en el campo laboral, es necesario orientarlos para posicionarlos en el puesto adecuado.

Al igual que el Diseñador David Jiménez, coincide en que los diseñadores a través de sus obras exteriorizan sus personalidades. Además, considera que el estudio del tipo de personalidad en diseñadores es fundamental para el desarrollo de la industria de un país.

Recomienda que si no se recibió asesoramiento y por diferentes razones el individuo terminó eligiendo el diseño como su carrera aun cuando no le gusta, debería cambiarse. Enfatiza que se llega a catalogar a los diseñadores a través del estudio, pero no se lo encasilla, sino se le guía para trabajar sobre aspectos que pueden afectar a su desenvolvimiento académico y laboral.

Las características que ha notado son que el diseñador es creativo y espontáneo, es decir tiene gran imaginación y actúa rápido frente a problemas.

Por último, señala que el indicador MBTI, puede ser aplicado si la empresa o organización así lo requiere, depende mucho de sus políticas internas.

ENTREVISTA 3

Guion de preguntas dirigidas a especialistas en psicología.

Objetivo: Conocer el punto de vista de un psicólogo sobre la investigación que reúne el indicador MBTI y su relación con los diseñadores gráficos para beneficiar a área gráfico.

Profesional en psicología: Mercedes Manzano

Psicóloga Laboral, Analista en talento Humano en la Universidad Central del Ecuador.

Preguntas:

Pregunta 1: *¿Qué tan desarrollado está el estudio de factores humanos en el campo laboral y académico en la localidad?*

Respuesta: El desarrollo del tema de los factores psicológicos en nuestro país y ha alcanzado un alto nivel, cada vez hay más especialistas que se encargan de estos temas de estudio para los diversos puntos de ejecución, tanto para los puntos académicos como para las empresas. En ese sentido hemos empleado, nosotros lo llamamos baterías, manuales y directrices que nos envía también el Ministerio del Trabajo porque es una institución pública, en tal razón, este conjunto de una personalidad o de un factor psicológico, está medido psicométricamente para luego ser tomado como una parte conductual de la persona.

Pregunta 2: *¿Recomendaría la asesoría de un especialista en psicología dentro de una organización de diseño?*

Respuesta: Claro, es altamente recomendado que un especialista en esta rama, puesto que, vamos a iniciar desde lo académico, se haría un estudio de todos los aspirantes a esta carrera de diseño, para ver su compatibilidad de la personalidad con esta carrea, al igual que posteriormente se titule, se realizará un nuevo estudio para ver su aptitud dentro de una empresa, puesto que hay que tener conocimiento y entender que nuestra personalidad

es un punto aparte a lo que tal vez exija el puesto de trabajo, entonces serías dos estudios diferentes en una empresa, que deberá ser llevado por un especialista en la rama psicológica.

Pregunta 3: *¿Se relacionan las habilidades laborales y académicas con aspectos de la personalidad de los individuos?*

Respuesta: Si, obviamente se relacionan pero hay que tener en cuenta que cada uno de nosotros tiene una personalidad y esta personalidad no la vamos a calificar entre un estándar de bueno o malo, lo que vamos a hacer es tener una percepción de que la personalidad esté acorde a lo que va a desenvolverse en el ámbito, en este caso en el ámbito de un diseñador, entonces si tenemos que tomar en cuenta la personalidad para el cargo o para el estudio del diseñador, mas no tomarle en cuenta a la personalidad como el estudio de un psicólogo clínico, eso es un caso totalmente diferente, lo que se hace es el estudio para la compatibilidad para un diseñador gráfico.

Pregunta 3.1: *¿Se puede observar patrones de personalidad en los profesionales como en diseñadores, ingenieros, abogados, etc?*

Respuesta: Claro, nosotros tenemos lo que llamamos competencias conductuales, entonces es una parte muy importante dentro del perfil de un puesto, hablando de una empresa, en estas competencias conductuales vamos a ver netamente el tipo de personalidad, por ejemplo, los ingenieros en sistemas son personas más introvertidas, porque trabajan con máquinas, computadoras y sistemas, no la misma personalidad que una persona que trabaje en servicio al cliente (repcionista, manager, relaciones públicas, etc), que es totalmente diferente, esta debe ser muy extrovertida y abierta, saber manejarse, tener una expresión verbal fluida, lo contrario a un ingeniero en sistemas, que son más analíticos, más críticos y así también tomar en cuenta la diferencia con un diseñador gráfico.

Los diseñadores gráficos también, están acoplados a trabajar en ambientes, por ejemplo, más tranquilos. No vamos a aponer a un diseñador a trabajar a la entrada de una

empresa, donde hay mucha bulla, donde le interrumpen, es ahí donde nos damos cuenta de la personalidad de cada individuo de cada puesto o en su rama de estudio.

Pregunta 4: *¿Qué tan importante es estudiar los tipos de personalidad dentro del ambiente laboral y/o académico?*

Respuesta: Es muy importante, por ejemplo, en el académico es por este tipo de cosas, que la misma personalidad sea totalmente diferente a lo que exige la carrera, por eso hay muchos cambios de carrera o deserciones porque no se hace este estudio. Todos los individuos, tenemos una capacidad intelectual para aprender o manejar el aprendizaje de cualquier carrera, pero nosotros ya tenemos una personalidad que difícilmente se va a adaptar a algo que no estás cómodo, si tu conducta va totalmente en desacuerdo a la carrera, entonces va a haber complicaciones y se va a tornar más difícil el seguir con lo académico, igualmente en un puesto de trabajo en una empresa, si tienes otras conductas que no van con el puesto de trabajo, tu no vas a alcanzar los resultados u objetivos de tu puesto de trabajo y por ende de la empresa, va a haber este déficit, claro que lo vas a lograr pero no con un alto desempeño que lo haría una persona que ya tiene este perfil o esta personalidad adecuado o idónea.

Pregunta 5: *¿Qué recomienda en caso de encontrar rasgos de personalidad no compatibles con el entorno laboral o académico?*

Respuesta: Si se recomienda que veamos la compatibilidad de los perfiles psicológicos que antes ya mencioné, no es lo mismo un estudiante o un colaborador de una empresa que tenga ya estas conductas o estos perfiles, porque para ellos va a ser un punto a favor saber desenvolverse en el área de diseño gráfico. El caso contrario de una persona que no esté cómoda con cómo es el giro de la aplicación laboral como la académica, se le va a complicar, se le va a tornar más difícil.

Pregunta 5.1: *¿Qué se recomienda en caso de que el individuo no sea apto para el diseño gráfico?*

Respuesta: Hay que tomar en cuenta que cuando uno evalúa los rasgos de personalidad debe hacerlo integral, no se puede diagnosticar tan fácilmente, por ejemplo, aplicar un test y decirle a la persona, que su personalidad no va con el diseño gráfico. Más que todo es un estudio integral porque si a alguien le encanta o apasiona el diseño gráfico, entonces para él va a ser fácil superar este perfil psicológico, incluso lo puede trabajar y modificar, porque al interesarse tanto en la materia de diseño gráfico va a desarrollar también todo lo que conlleva con el desarrollo de la materia, tal vez cuando le toque trabajar o hacer una consulta o poner en práctica todo sus conocimientos, él va a acoplarse a ese ritmo de trabajo, pero siempre y cuando la persona tenga la predisposición y tenga claro esta situación, que el profesional le explique qué diferencias o rasgos ha encontrado en su personalidad y se le puede ir trabajando, siempre y cuando el individuo esté predispuesto, porque hay personas que dicen; “No me gusta” o “No lo voy a lograr” o “Yo soy así, no puedo cambiar” o “No puedo ser flexible”, hay algunas personas que si son flexibles y están dispuestas a los cambios, entonces eso es un estudio más integral.

Justamente averiguando sobre la personalidad, me pareció interesante saber que se puede trabajar sobre eso, por ejemplo, yo soy una persona introvertida y tengo que trabajar para abrirme más y poder defenderme en el campo académico.

No sé si has podido visualizar en el campo académico, a personas que son tímidas para una exposición; “Es que yo, exponer no. Yo hago el trabajo investigativo, pero exponer no, tengo pánico de hablar, no me gusta hablar en público”, pero después con el transcurso de los semestres o de las materias ya van a abrirse, ya toman una mejor condición para saber expresarse en público y trabajar ya en equipo, entonces todo es cuestión de una predisposición y de tener en claro esta diferencia, porque si no tienen en claro estas diferencias no las vas a poder trabajar.

Pregunta 6: *¿Cree que el estudio de los tipos de personalidad estereotipa o catalogan a los profesionales?*

Respuesta: No diría que estereotipa, porque como te comenté al inicio, la personalidad en este campo, no lo tomamos como algo bueno ni malo, simplemente es un factor para

darnos cuenta en que somos idóneos, entonces no podemos estereotipar porque eso estaría en encasillando a la personalidad, cuando no es así, tú eres perfecta con la personalidad que tienes, tal vez no concuerden algunos rasgos con la carrera que sigues pero tampoco por eso te podemos decir: “No, tu no para diseño, negado, sale ahorita y elige otra carrera”, nunca podemos encasillar a un persona por los rasgos que esté presentando.

Pregunta 7: *¿Qué tan conocido es el indicador MBTI en ambientes laborales y académicos?*

Respuesta: Los indicadores, a nosotros en el sector público nos dictamina el Ministerio del Trabajo, entonces en tal sentido, no es que esté tan abierto en todos los ámbitos, entonces va a depender de la aplicación del personal y de la institución. No es lo mismo el sector público que el privado y tampoco en el sector académico entonces hay que saber utilizar el indicador correcto para el resultado que quieras, por ejemplo, este indicador, si esta correcto para este tema investigativo.

Resumen: La psicóloga Laboral. Mercedes Manzano, en un contexto más cercano, habla que el desarrollo de factores psicológicos en el campo laboral del país ha alcanzado un nivel alto, guiados por el Ministerio del Trabajo, que envía. manuales para poder medir psicométricamente a los profesionales, por eso recomienda el asesoramiento de un profesional en psicología dentro de una organización de diseño, para ver su compatibilidad de sus funciones con la persona, y volver a realizar un estudio posterior a titulación. La relación entre el perfil del diseñador y las aptitudes.

Explica que los psicólogos analizan las competencias conductuales, notando que los diseñadores por lo general trabajan en lugares tranquilos, y si alguna persona no es compatible con la carrera de diseño, no se lo puede limitar ni negar, es necesario identificar y trabajar los aspectos que pueden llegar a dificultar su perfil como profesional. Y si recomienda el indicador MBTI, por su fácil interpretación, y concuerda que depende de la institución o los fines personales o en este caso para un tema investigativo.

Análisis: Los distintos profesionales hablan de un desarrollo que da su lugar al diseñador gráfico y no se limitan a las ciudades de origen sino se extienden a que el beneficio sea nacional, a través de estudios y la aceptación del diseño en la sociedad. Los justificativos para que esta investigación se lleve a cabo, fueron que tanto profesionales de diseño y como psicólogas, aseguren que los diseñadores gráficos poseen personalidades, que por sus experiencias y observación, tienden a la introversión, a la creatividad, a la inteligencia visual, y que estos rasgo no limitan al profesional, sino se evidencia un cambio dependiendo de la situación, Entendiendo que la personalidad son características que adquieren los seres humanos para sobrevivir o sobrellevar sus interacción con el mundo. Por otro lado, el avance al estudiar a los diseñadores dentro de organizaciones de diseño promete mejorar la guía en estudiantes y en profesionales, facilidad para poder identificar que habilidades y aptitudes forman a la persona indicada en cada área.

3.1.2 Encuestas

La participación de 59 estudiantes dentro del plazo definido no abarcó la cifra que se pretendía, por motivos de tiempo, por lo tanto, los resultados son plenamente proyectuales.

Los estudiantes encuestados, son personas reales confirmados por sus nombres, correos electrónicos y que están dentro de un aula de clase, en la que el investigador se involucró.

Al test en línea se encuentra en la página oficial de NERIS, que es la institución que se dedica al estudio de tipos psicológicos en base a la teoría MBTI Briggs Meyers y las Teoría de los cinco, en el link <https://www.16personalities.com/es/test-de-personalidad>, contiene el test, con cuestionarios del tipo Likert, que mide en una escala que abarca 7 niveles, que se aproximan a los opuestos “Estoy de acuerdo” y “No estoy de acuerdo”, conteniendo un total de 60 preguntas, y realizarlo toma alrededor de 20 minutos. Exponiendo las siglas como resultado junto a porcentajes de cada categoría.

Para llenar la encuesta se pidió tomar una captura de pantalla del resultado obtenido y subirlo a la misma, que se puede encontrar en la parte de ANEXOS.

Los resultados revelan que:

Edad
59 respuestas

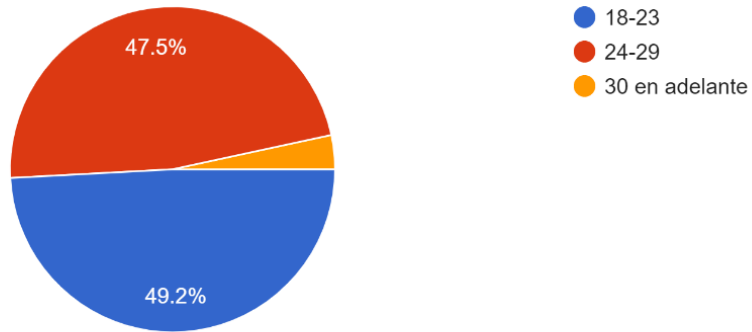


Gráfico N° 8: Edades de estudiantes de diseño de la Facultad de diseño y arquitectura.

Las edades de la mayoría de las estudiantes comprenden un promedio de 18 a 23 años, como lo muestra el anterior gráfico.

Carrera
59 respuestas

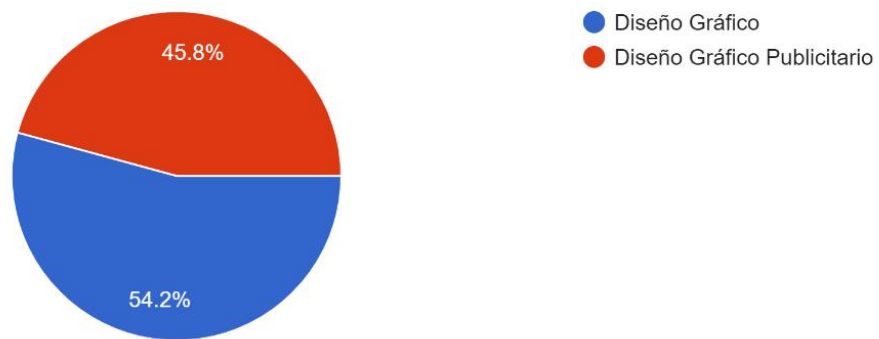


Gráfico N° 9: Carrera de los estudiantes encuestados.

Se puede evidenciar que la casi la mitad de encuestados pertenecen a las dos carreras que contiene la Facultad en la actualidad, fue posible su estudio englobándolos en una misma categoría, no por el nombre se la carrea que siguen sino, porque las materias que reciben en su formación académica son casi idénticas, lo único que varía es el tiempo de formación y el perfil del egresado. Ambos están a punto de terminar la carrera, y es importante destacar que los estudiantes de noveno semestre casi similar a la cantidad de estudiantes de séptimo y octavo semestre.

Semestre

59 respuestas

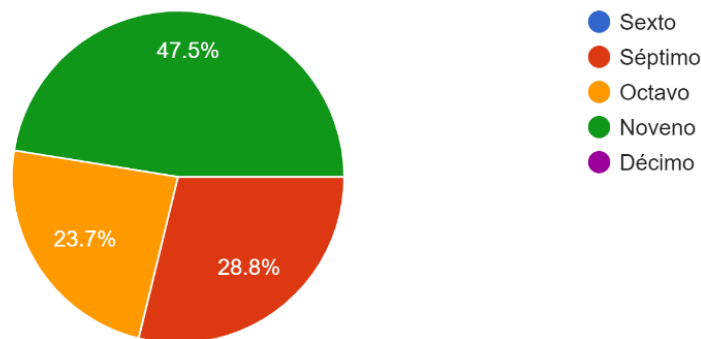


Gráfico N° 10: Niveles de los estudiantes encuestados.

Contando con la participación de más de la mitad de los estudiantes pertenecientes a la Carrera de Diseño Gráfico que se distribuyen en Séptimo, Octavo y Noveno Semestre.

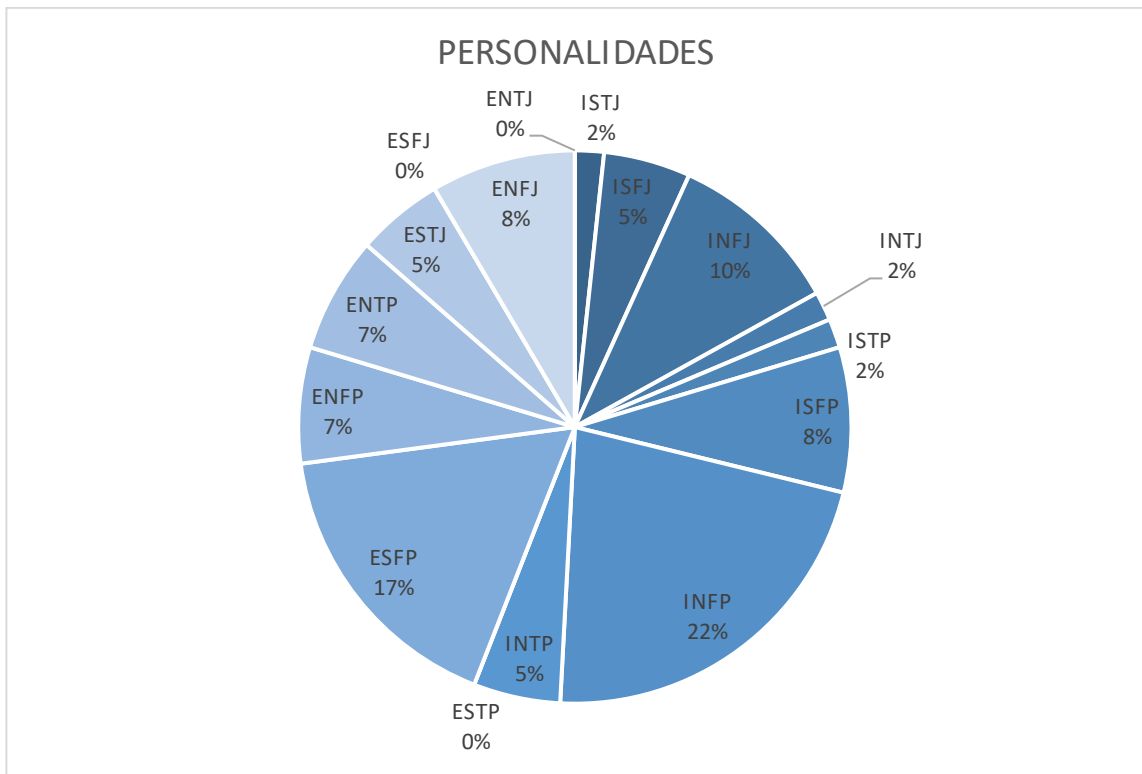


Gráfico N° 11: Tipos de personalidades.

Los resultados muestran que la personalidad que más predomina dentro de la población elegida representa el 22% de INFP, las segunda es la de las siglas ESFP con un 17% y en tercer lugar la INFJ, con 10 %.

Aquí se puede comprobar que las observaciones y experiencias de los profesionales, tanto psicólogos como diseñadores se confirman con estos datos, por ejemplo, la introversión, que está presente en más de la mitad de la población y coincide con los relatos de los entrevistados.

Para la interpretación de la relación entre los rasgos de la personalidad según el indicar MBTI y las áreas del diseño en las que puede ser afín el profesional, se basará en la interpretación del investigador en base al material recolectado para el proyecto, a la observación y a las experiencias como estudiante de diseño, durante su periodo de

formación académica. Es decir, el análisis y los resultados son plenamente emitidos por el juicio del autor en base a los conocimientos adquiridos y mencionados anteriormente.

La personalidad de los INFP, que NERIS los define como “Mediadores”, está presente en la mayoría de las estudiantes dentro de las aulas de clase, poseen características de introversión, es decir que las personas recargan su energía “social”, con actividades individuales, recogen la información a través de la intuición, la procesan para llegar a conclusiones a través de sus recursos emocionales y finalmente relacionan el resultado de manera perceptiva. NERIS, los describe como personas con dotes poéticos, lo que se fundamenta en sus estudios e intereses creativos, altruistas y que contribuyen causas buenas, se puede fundamentar en el hecho de que el diseñador por lo general debe ser un comunicador neutro, que busca mediar entre el público y el cliente, para que el mensaje sea el adecuado conteniendo las intenciones y la persuasión requerida. Según el Manual MBTI de Briggs Myers, expone que este tipo de personalidad, se caracterizan por ser flexibles, entusiastas y leales, son curiosos y poseen ideas, lenguaje y proyectos propios, emprenden más de una tarea y buscan agradar a la gente, tienden a ser idealistas y de mente abierta y por el mismo altruismo que los caracteriza quieren que su trabajo sea significativo. Dentro de una organización son capaces de dar sitios a las personas, convencen con sus ideas y buscan innovar, son independientes a la hora de liderar y por lo general alaban en vez de criticar, es decir ven los puntos positivos, en el entorno u organización de diseño, son tranquilos, colaboradores, flexibles y serenos, dan espacio y tiempo para sí, y a los otros para reflexionar, no es burocrático, no se adecuan a la lógica.

Con respecto a las área y materias con las que son afines, la mayoría de INFP, concuerdan en que sus especialidades se relacionan a las áreas más creativas y “libres” que se presentan en su malla curricular. La fotografía encabeza su preferencia, seguida de la ilustración, el modelado y animación 3D y audiovisuales, en una misma categoría, esto puede explicar el por qué, esta personalidad tiende a realizar sus actividades e intereses de forma muy individual, por lo tanto, su creatividad es inmensa, no es raro que destaquen en materias donde puedan explotar su creatividad, sean capaces de explorar e innovar.

Por otra parte, las materias que presentan dificultad son el diseño web, el diseño tipográfico y el diseño editorial. Por el mismo hecho de que los INFP, son personas sensibles, poéticas y creativas, encuentran dificultoso las materias que emplean sistemas cuantitativos o enfrasan su creatividad con normas y jerarquías.

ESFP, el MBTI, los llama “Animadores” y define su personalidad como personas inteligentes, entusiastas y espontáneos. Sus siglas hacen referencia a la extroversión, a través de sus sentidos recogen información, concluyen de forma emocional e interactúan con el mundo con su percepción. El Manual Briggs-Myers, enuncia que su tipo de comportamiento en ambientes laborales usualmente, son amigables, participativos, joviales, con intereses en la acción y divertir a los demás, recuerdan a través de vivencias que, por teoría, usan su sentido común. En una organización sin colaborativos, positivos, son de accionar y emocionar, integran personas. Cuando lideran promueven el trabajo en equipo, resuelven crisis y problemas de manera eficiente, pueden olvidar sus tareas y no administrar su tiempo correctamente. Los datos revelan que los ESFP, prefieren las áreas de diseño como la fotografía, retoque digital y audiovisual y tiene dificultad en mayormente la ilustración, el diseño web y el diseño de interfaz. Intentando unir esta información con la personalidad, podemos relacionar que los “Animadores” (ESFP), por sus características de extraversión, creatividad y energética jovialidad, prefieren las áreas plenamente visuales, que tienen que ver con lo estético y lo audiovisual, tanto las imágenes, el “mejoramiento” o corrección de estas piezas y el movimiento acompañado con recursos auditivos, fundamentan la preferencia por las acciones o hechos (registrados en fotografías y piezas audiovisuales) y emoción, por el concepto detrás de estas. En el lado opuesto de sus aficiones, se encuentra dos rasgos concretos que son incompatibles con su personalidad, por una parte, el mundo de lo irreal, que es de donde viene la inspiración para la ilustración, y los sistemático, jerárquico y organizacional que presentan el diseño web y el diseño de interfaz.

En tercer lugar, la personalidad predominante es la INFJ (Introvertido/intuitivo/emocional/juicio), el MBTI, los define como los “Abogados”,

caracterizados por su actuar silencioso y místico, idealistas y llenos de inspiración. El manual los determina como personas perseverantes e introspectivas, trabajan con mucho esfuerzo y conciencia. Piensan en los demás, respetan sus propios principios y claras convicciones, trabajan de manera individual y en concentración, evitan los problemas con otros y ejercen influencia sutilmente. En grupo aportan viendo el futuro de las necesidades humanas, son comprometidos, honestos y constantes y organizados. Lideran buscando el beneficio común, actúa de manera tranquila y persistente, se ganan la cooperación.

Trabajan con personas interesadas en sus ideales, abiertos a la creatividad. En ambientes armoniosos y tranquilos, dan tiempo y espacio para reflexionar. Olvida constantemente su tarea por la concentración que emplea en una sola ya determinada. Este tipo de personalidad demostró que se les da mejor las materias de fotografía, ilustración y modelado 3D, que se explica por su personalidad reservada y tranquila, al concentrarse se comprometen en terminar dando como resultado el ser detallista y al seguir sus propios principios su creatividad llega a destacar en las áreas mencionadas. Identidad Corporativa y Diseño web, no son los fuertes de los INFJ, esto puede explicarse con su tendencia a concentrarse en la parte artística y humana, ignorando la burocracia de los procedimientos como en Diseño Corporativo, el investigador especula que los INFJ, encuentran difícil encontrar una identidad a una organización inanimada, además que al restringir su creatividad en Diseño web, no puede expresarse ni seguir su “instinto”.

Hasta ahora las personalidades que lideran son personas sumamente creativas con dificultad para la organización, en la mayoría de los casos.

Si bien todos los diseñadores son visuales, las tres personalidades principales se destacan por enfocarse en áreas que trabajan y explotan la creatividad de piezas visuales que les permiten ampliar y explorar varias rutas y tienen dificultad al encontrarse con áreas relacionadas a la programación, cálculos y que delimite con reglas estrictas su capacidad para crear.

Otras personalidades presentes con menor porcentaje son, ISFP, ENFP y ENTP.

Los ISFP o “Aventureros”, se cataloga como artistas, encantadores, exploradores y que están buscando experiencia. Refiriéndose a que sus rasgos son introvertidos, sensoriales, emocionales y perceptivos. Humildes, flexibles, leales, considerados, amables, compasivos, tranquilos, de mente abierta y sensibles. Disfrutan del presente sin prisa por futuros proyectos. Ayudan a los otros, garantizan el bienestar, infunden alegría, colaborativo y se interesan en aspectos humanos. Trabajan en equipo, usan lealtad para motivar, aprovechan oportunidades, persuaden sutilmente. Trabajan con personas colaborativas, pueden ser crédulos o ingenuos, no critican cuando deben. Los resultados mostraron que son compatibles con modelado 3D y Señalética, se puede explicar que, por sus características aventureras y trabajo individual, se concentran en trabajos más detallados. Al parecer tienen dificultad con Audiovisuales y Diseño de Interfaz, por el hecho de ser creativos no se rigen a las normas del diseño más estricto, y en cuanto a el área de audiovisuales, podría explicarse por la autocrítica que infunden sobre ellos mismos. Es necesario considerar que los valores son bajos, por lo que no hay suficientes datos que apoyen esta teoría.

La siguiente personalidad, son los ENFP, Extrovertidos, intuitivos, emocionales y perceptivos, los llaman “Activistas”, por su entusiasmo, creatividad, sociales, risueños y de espíritu libre.

Innovadores, versátiles, cálidos, animosos e ingeniosos, solucionan problemas de manera rápida, improvisa, alientan al cambio, transmiten entusiasmos, conciben proyectos, apoyan y motivan a otros, trabajan con personas imaginativas, pueden no finalizar proyectos, deben organizar su tiempo mejor.

De nuevo, los datos no son suficientes para analizar su relación con el diseño gráfico, pero ese caracteriza por su extraversión, creatividad, adaptabilidad, y ser capaz de resolver problemas por lo que puede ser apto para fotografía, audiovisuales e identidad corporativa y se les dificulte tareas largas como modelado 3D, proyectos publicitarios, diseño editorial o diseño web.

Los ENTP, extroversión, intuición, racionales y perceptivos, también nombrados “Innovadores”. Son pensadores, inteligentes, curiosos, aceptan retos. Son rápidos, ingeniosos, individualistas, versátiles, analíticos, emprendedores, innovadores y multi-hábiles, son compañía franca y abierta, puede que discutan, pero es por diversión, pueden resolver problemas nuevos y difíciles, cambian fácilmente su foco de interés, hacen trabajos rutinarios, usan razones lógicas para justificar sus gustos, deben aprender a determinar prioridades y respetar plazo y vivir en el presente.

Forman conceptos, hacen tareas, son y fomentan iniciativa, de pensamiento lógico e independientes, actúan como vínculo entre personas y sistemas. Resuelven problemas difíciles, son flexibles y estimulantes, orientados al cambio, recompensa la toma de riesgos, fomenta la autonomía, no son burocráticos, pueden llegar a ser competitivos, egocéntricos y desmerecer los aportes de los demás, no se adaptan a las normas y procedimientos establecidos

Los breves datos que se obtuvieron indican que estos son compatibles con fotografía y diseño publicitario, si lo relacionamos con su capacidad innovadora y la traducimos a la libertad creativa que se puede llegar emplear en fotografía, el concepto es muy lógico, además, el diseño publicitario puede ser un excelente ejemplo de que este tipo de personalidad actúa como mediador entre las personas y el sistema, siendo esta área del diseño la que persuade a la gente a través de un mensaje visual y conceptual. Incompatible con Diseño de interfaz y modelado 3D, opuestos a su impulso por innovar y al no seguir los procedimientos establecidos.

Las demás personalidades no se pueden relacionar con las áreas de diseño por la escasa información sobre sus perfiles, pero también estuvieron presentes las INTP, ESTJ, ISFJ, INTJ, ENFJ, ISTJ, ISTP, ISFJ, que representan un pequeño porcentaje, como se mostró en el gráfico.

Mientras que dentro del grupo estudiado no existen ningún caso de personalidad de ENTJ y ESTP, correspondiente al “comandante” y al “Emprendedor”.

Es evidente que las personalidades que más predominando tienen un patrón que se repite en su mayoría, y es que los rasgos “N” de Intuición, “F” de sensorial y “P” de percepción, refiriéndose la primera a la manera en que recogen información, y es de forma intuitiva, es decir que independientemente de cómo recargar la energía en el campo de extraversión, la información que adquieren es por su pensamiento, por sus deducciones y anticipaciones; esto, junto a la forma de llegar a conclusiones pasando por un filtro emocional, es decir que una vez tienen la información adquirida por su intuición, la procesa y concluyen involucrando sus sentimientos por este proceso, y finalmente lo expresan de manera perceptiva “P”, ósea absorbe la situación y su respuesta se basa en cómo la percibe considerando su entorno.

Este proceso mental puede variar en cada campo, pero esta combinación en especial explica la dualidad de los diseñadores como personas sumamente creativas y al mismo tiempo racionales, para cumplir su función de comunicador visual. El proceso de recolectar información deduciendo se inclina por la parte más lógica del ser humano y esta procesarla con un filtro de los sentimientos de cada individuo, son el toque creativo y artístico que se pone en cada pieza gráfica, para finalmente exteriorizarla hacia el mundo tomando en cuenta la percepción que se tiene de este, se traduce al estudio del público objetivo y el entorno en general donde “presentará” la pieza gráfica.

El resultado siguiente es las materias que desean especializarse o se especializan en la actualidad, dando como resultado que casi en su totalidad los diseñadores eligieron materia con las que son afines, una pequeñísima cantidad eligió áreas que anteriormente habían marcado como difíciles, esto se explica por factores del entorno de cada individuo que el investigador, por su propio perfil profesional no pudo evidenciar.

En cuanto a la percepción y conceptualización que tiene el individuo sobre sí mismo no varía en términos ajenos a las características de las dieciséis personalidades.

Encontrando entre los más repetitivos, respuestas como: “Creativo”, “Introvertido” “Tranquilo” y “reservado”

Se interpretó los resultados de cómo se definen así mismo con el fin de saber de qué forma se perciben o qué tanto conocen de sí mismos, dando como resultado que todos tienen idea de su personalidad. Por último, su historia con el diseño nos da breves rasgos de la inclinación desde la infancia que tienen hacia el arte, la creatividad y la comunicación.

Los resultados pueden variar, es necesario asesoramiento psicológico que evalúe los otros factores de cada individuo como su infancia, sus aspiraciones y sus experiencias que pueden influir en su desarrollo, el estudio no es definitivamente una verdad sino un indicador que señala las tendencias generalizadas de las aptitudes de los diseñadores, que pueden cambiar o varias según las vivencias y experiencias que adquieran a lo largo de su vida. En este punto, el estudio sirve para conocer cómo funcionan los procesos mentales de los diseñadores y su relación con las áreas del diseño y en si, para saber en qué aspectos se pueden trabajar para adaptarse mejor al perfil profesional o a su vez entender el por qué se inclinan o no por ciertas materias.

3.2 Verificación de hipótesis.

Triangulación Concurrente

Con el fin de verificar la hipótesis propuesta en los anteriores capítulos, se desarrollará la matriz de la Triangulación concurrente, con el método estadístico analítico, que se basará en tres fuentes: la información recopilada a través de las encuestas y entrevistas, la teoría que incluye el marco teórico y el criterio técnico de investigación.

Tabla 5

Matriz de Triangulación concurrente: Método estadístico Analítico

INDICADOR	ENTREVISTAS	ENCUESTAS	TEORÍA
<p>Personalidades de diseñadores gráficos</p>	<p>Según la experiencia del profesional de diseño, ha observado que parte de la personalidad de los diseñadores gráficos tienden a ser introvertidos y sumamente creativos. Por otro lado, las psicólogas expresaron que los diseñadores tienden a ser introvertidos, creativos, espontáneos, tranquilos e innovadores.</p>	<p>Las tres personalidades que predominan en el grupo estudiado son los INFP, ESFP e INFJ, revelando que en su gran mayoría la introversión es un rasgo muy marcado, la intuición al momento de recoger información, llegan a emociones a través de sus emociones e interactúan con el mundo desde su percepción sobre este.</p>	<p>NERIS usa arquetipos para distinguirlo: INFP: “Mediador”, Poéticos, amables altruistas, buscan contribuir en causas buenas. ESFP: “Animadores”, energéticos, entusiastas y espontáneos. INFJ: “Abogados”, silenciosos, místicos, llenos de inspiración e idealistas.</p>
<p>Actitudes y Aptitudes</p>	<p>Los diseñadores trabajan solos y para trabajar en equipos. Deberían ser más comunicativos para sacar un adelante un proyecto, especialmente que necesite la colaboración de varios departamentos. Actúan rápido frente a problemas.</p>	<p>Dentro del cuestionario se obtuvo respuestas de cómo se percibe el diseñador así mismo, destacando las características más repetitivas como: Creativo, tranquilo y calmado. Las actitudes y aptitudes que poseen se reflejaron en su historia, que en su mayoría apuntaron al diseño por su capacidad visual, y las diversas ramas</p>	<p>Según la Malla Curricular de la FDA, el diseñador dirige, elabora y gestiona proyectos de diseño gráfico, enfocados a resolver una problemática determinada con funciones relativas a la innovación, investigación y preservación del medio ambiente.” (Universidad Técnica de Ambato, s.f.-a).</p>
<p>Rol del diseñador</p>	<p>Los profesionales mencionaron que el diseñador deberá ser capaz de adaptarse a la situación, resolver problemas anticiparse a los futuros riesgos. Dentro de una organización de diseño tanto académica como</p>	<p>De acuerdo con la información recopilada en encuestas, el rol del diseñador se proyecta en la especialidad que pretenden o se enfocan en la actualidad. Tomando relevancia las áreas de modelado 3D, audiovisuales, animación 2D,</p>	<p>El perfil del diseñador según la malla curricular, indica que su rol dentro del área profesional es desenvolverse en las agencias de publicidad, tanto como diseñador junior o senior, en campañas publicitarias podrá ser asistente del director creativo, jefe de</p>

	<p>laboral, el diseñador deberá tener predisposición a la comunicación y resolución de problemas gráficos de manera eficaz.</p>	<p>fotografía, multimedia y diseño publicitario. Los diseñadores proyectaron su rol dentro de las organizaciones, desenvolviéndose en su mayoría, en las áreas mencionadas.</p>	<p>diseño en el desarrollo de material publicitario POP. Además, podrá desempeñarse en trabajos en equipo trabajando colaborativamente, trabajos de ilustración y diagramador de todo tipo de medios impresos. En cuanto al área industrial, dentro de imprentas locales, cumplirá el papel de preparar las artes finales para serigrafía, encargado del diseño y producción de empaques, aliados del departamento de marketing, realizará activaciones de marca, selección de medios y manejo de campañas promocionales. En empresas de producción masiva será el jefe encargado de diseño y producto, tomando decisiones relacionadas al manejo de la identidad corporativa. También, en el área empresarial, dentro del departamento de diseño, el diseñador, deberá poseer creatividad a todo momento para crear piezas visualmente atractivas, consultor y asesor de producción.</p>
--	---	---	---

Intuición o criterio técnico del investigador.

Los tres puntos de vista de las diferentes fuentes de investigación permiten que el investigador unifique conceptos. Empezando por la percepción sobre las personalidades de los diseñadores, que ha grandes rasgos se pueden definir en dos palabras: “introversión” y “creatividad”, con actitudes y aptitudes que les permiten mejorar rasgos que no los benefician del todo, por esa misma creatividad son personas que resuelven problemas gráficos de manera eficiente y rápida.

El siguiente punto es sobre la justificación de esta investigación que concuerda con que aportará a la relevancia del rol del diseñador en el medio, trayendo beneficios tanto para el área del diseño como sus organizaciones dentro del entorno.

Después del estudio realizado se puede verificar que la hipótesis acierta a través de los resultados que revelan que las personalidades que más predominaron, tienden a un patrón que se repite en su mayoría, y es que los rasgos “N” de Intuición, “F” de sensorial y “P” de percepción, refiriéndose la primera a la manera en que recogen información, y es de forma intuitiva, es decir que independientemente de cómo recargar la energía en el campo de extraversión, la información que adquieren es por su pensamiento, por sus deducciones y anticipaciones; esto, junto a la forma de llegar a conclusiones pasando por un filtro emocional, es decir que una vez tienen la información adquirida por su intuición, la procesa y concluyen involucrando sus sentimientos por este proceso, y finalmente lo expresan de manera perceptiva “P”, ósea absorbe la situación y su respuesta se basa en cómo la percibe considerando su entorno.

Este proceso mental puede variar en cada campo, pero esta combinación en especial explica la dualidad de los diseñadores como personas sumamente creativas y al mismo tiempo racionales, para cumplir su función de comunicador visual. El proceso de recolectar información deduciendo se inclina por la parte más lógica del ser humano y esta procesarla con un filtro de los sentimientos de cada individuo, son el toque creativo y artístico que se pone en cada pieza gráfica, para finalmente exteriorizarla hacia el mundo

tomando en cuenta la percepción que se tiene de este, se traduce al estudio del público objetivo y el entorno en general donde “presentará” la pieza gráfica.

Es decir, sin tomar en cuenta la fuente de energía (introversión o extraversión), el diseñador más apto para realizar un trabajo completo en varias áreas del diseño son los que poseen rasgos de Intuición, sentimiento y percepción. Proyectando una increíble imaginación, creatividad, rapidez para solucionar problemas y capacidad para desarrollar liderazgo, independencia, trabajo en equipo y adaptarse al entorno laboral o académico debido a su versatilidad.

Se diseñó una propuesta gráfica que compila toda la información de esta investigación, la cual explica de manera ordenada y creativa la relación entre MBTI y el diseño gráfico, para determinar el perfil psicológico del diseñador ideal en campos laborales y académicos, dicha propuesta es un brochure que lleva el título de “Mente Creativa”, expuesta en la parte de ANEXOS.

PROPUESTA GRÁFICA

Link para descargar el brochure de “Mente Creativa” que recopila la investigación realizada.

<https://drive.google.com/file/d/12A5B3KRhFeTWxH5y4MzrLSeK9JSvWk9k/view?usp=sharing>

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Finalmente se puede concluir que los individuos que poseen las características “NFP”, independientemente del campo de la extroversión, son diseñadores con tendencia a la creatividad, innovación, imaginación y resolución de problemas.

Se logró relacionar las características del indicado MBTI con las actitudes y aptitudes que poseen los diseñadores en la facultad, gracias a este estudio entendemos que la personalidad que posea los rasgos NFP, son los individuos cuyos procesos mentales son los más adecuados al perfil que requiere un diseñador gráfico, por su creatividad, espontaneidad y capacidad para resolver problemas de manera visual, es decir, responder de manera eficiente y técnica utilizando sus sentimientos e intuición.

Los diferentes perfiles que se obtuvieron a partir de las encuestas se analizaron, y aportaron a que la afirmación, anteriormente expuesta, se cumplió a través de un proceso de recolección de datos que unió las actitudes y aptitudes que se requieren para cada área con las expuestas según el indicador.

Se estableció un perfil que pretende generar un indicador del perfil ideal del diseñador gráfico, con características de creatividad, asertividad, eficiencia, metodología e imaginación para resolver la mayoría de los problemas gráficos.

A lo largo de esta investigación se profundizó en los aspectos que implica este estudio, como profesional de diseño y amante de esta carrera, se comprendió el aspecto filosófico que motivó en un principio a este proyecto.

Es necesario que los diseñadores como mentes creativas y cuya principal función es resolver problemas gráficos, deben conocer todos los aspectos de su personalidad porque están constantemente exteriorizándolos en cada producto gráfico respondiendo a problemas externos, por eso es necesario resolver los internos.

4.2 Recomendaciones

Debido a la fácil accesibilidad e interpretación del indicador MBTI, se sugiere que se lo emplee en otros aspectos dentro del estudio de diseño gráfico. Puede segmentar al público objetivo dentro de cualquier proyecto de manera precisa y confiable, con tan solo conocer las siglas del tipo de personalidad, así como conocer las tendencias o inclinaciones de los grupos.

En el campo laboral, puede emplearse para la formación de grupos, interpretando las fortalezas y debilidades que poseen en cada individuo para complementar de manera provechosa para la organización.

En el campo académico se recomienda que hacer un estudio antes de ingresar a cualquier carrera, el indicador puede orientar a los estudiantes en diseño, y tener una perspectiva más clara de las áreas con las que podría presentar dificultad, teniendo en cuenta tanto los métodos de aprendizaje propios y de la facultad para formar un mejor perfil de diseñador.

Finalmente se recomienda generar más estudios que aporten al desarrollo del diseño en el entorno, tomando en cuenta esta investigación que abre la posibilidad a los posteriores estudios que lo requieran.

BIBLIOGRAFÍA

A Impresores. (2018, 14 agosto). *¿Qué es la industria gráfica?* [Diapositivas]. Slideshare.

Recuperado de <https://es.slideshare.net/Aimpresores/qu-es-la-industria-grfica>

Acuerdo 40 del 2018 [SENECYT]. Reglamento Conformación de Redes del Sistema de Educación Superior. 20 de septiembre del 2018.

Alonso Amezcua A. R (2009). Estilos de personalidad del indicador de tipo Myers-Briggs presentes en los líderes que integran equipos naturales de alto desempeño y su relación con la productividad. (Tesis de Grado, Tecnológico de Monterrey). Repositorio Institucional – Tecnológico de Monterrey.

Alonso, R. (2009). Estilos de personalidad del indicador de tipo Myers-Briggs presentes en los líderes que integran equipos naturales de alto desempeño y su relación con la productividad. (Tesis de Grado-Tecnológico de Monterrey). Monterrey-México. Recuperado de <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/569384?locale-attribute=es>

Apiquian, A. (2015). Myers – Briggs Type Indicator (MBTI). Recuperado de <https://pdfcoffee.com/manual-mbtipdf-3-pdf-free.html>

BBC News Mundo. (2018, 22 noviembre). *Myers-Briggs: Isabel Myers y Katharine Briggs, las amas de casa que crearon uno de los indicadores de personalidad más famosos del mundo.* <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45996371>

Bermúdez Moreno, J. (2012). Psicología de la personalidad. UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. <https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/48581>

- Boeree, G. C. (2018, 14 junio). *Teorías de Personalidad en Psicología: Carl Jung*. psicologia-online.com. https://www.psicologia-online.com/teorias-de-personalidad-en-psicologia-carl-jung-2162.html#anchor_0
- Cajas, M. (2018). Los cinco grandes factores de personalidad (Big Five): su evolución en el mundo laboral. (Tesis de grado-Universidad Estatal de Milagro). Milagro-Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/3942>
- Calbet, J. (2019, 8 marzo). *Indicador MBTI. Tipos psicológicos Myers-Briggs (herramientas 7)*. Neuroquotient. <https://neuroquotient.com/indicador-mbti-indicador-de-tipos-psicologicos-de-myers-briggs-herramientas-7/>
- Calderón, G.M. (2014). Historia del diseño gráfico en Ecuador, 1990-2005. Revista PUCE, 98: 125-140. Recuperado de <http://www.latindex.unam.mx/latindex/Solar/Busqueda>
<http://investigaciones.puce.edu.ec/handle/23000/404>
- Calisto Ponce M. (2017). Recorrido por el diseño gráfico ecuatoriano, a través de la palabra y obra de sus actores. Aproximación histórica desde los antecedentes hasta inicios del siglo XXI y análisis visual. (Tesis Doctoral, Universidad del País Vasco). Recuperado de <https://addi.ehu.es/handle/10810/21985>
- Capella, A. (2017). Hacia una psicología ecuatoriana: una argumentación intergeneracional sobre la importancia de la cultura y la glocalidad en la investigación Teoría y Crítica de la Psicología 9 (2017), 173-195. Recuperado de <http://www.teocripsi.com/ojs/> (ISSN: 2116-3480) 173

- Chiroque Landayeta V.E (2021). Competencias profesionales que demandan los estudiantes de Diseño Gráfico de una universidad privada al 2030. [Tesis de Maestría, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio – Universidad Ricardo Palma.
- CLT Solutions. (2019). Myers-Briggs Type Indicator (MBTI). Recuperado de https://gms.lngvtycnslt.com/images/competitions/2019/CSR2019/MBTI_kk_2019.pdf
- Durán, D. (2014, 14 febrero). *El diseño gráfico en el Ecuador*. Diseño en Ecuador: Haremos Historia. <https://www.haremoshistoria.net/noticias/el-diseo-grfico-en-el-ecuadordaniela-duran>
- Educoway. (2019, 10 julio). *Los 5 grandes rasgos de la personalidad según Goldberg*. Estudiar un grado o un master en Europa. <https://educoway.com/los-5-grandes-rasgos-de-la-personalidad-segun-goldberg>
- Equipo editorial, Etecé. (2021, 6 agosto). *Psicología - Concepto, origen, ramas y objetivos*. Concepto. <https://concepto.de/psicologia-3/>
- Falconí Olmedo V. (2014). Plan de marketing relacional; modelo de fidelización de clientes con el uso de estrategias de marketing para la empresa “boutique creativa”. Empresa que compite en el sector de publicidad e impresiones. (Tesis de Grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7799>
- Flores Nolasco C. (2013). Estilos de aprendizaje de los estudiantes de la licenciatura en psicología de la facultad de ciencias de la conducta medido a través del MBTI. (Tesis de Grado, Universidad Autónoma del Estado de México). Repositorio Institucional- Universidad Autónoma de del Estado de México.

- Fuentes León, P., Huesta Mattos D. (2019). Análisis de los rasgos de personalidad de los ejecutivos del mando medio para mitigar los riesgos en la gestión empresarial. [Tesis de Grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio-Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Henón Risso, J. (2001). Los tipos de abogados según el test MBTI. *Revista De La Facultad De Derecho*, (19), 85-108. Recuperado a partir de <https://revista.fder.edu.uy/index.php/rfd/article/view/257>
- Laak J. (1996). Las cinco grandes dimensiones de la personalidad. *Revista de Psicología de la PUCP*, 14 (2), 129-181.
- Llasera, J. P. (2021, 22 abril). *Diseñador gráfico: Qué hace y por qué tu empresa necesita uno*. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/disenador-grafico/>
- Malo Pé, A. (2009). Introducción a la psicología. EUNSA. <https://elibro.net/es/ereader/uta/46998?page=1>
- Mantilla, L. (2018). La percepción hacia el diseñador gráfico y su función como profesional en el mercado laboral de la ciudad de Ambato.
- Mayorga, J., Flores, N., Pérez, B., y Velásquez, B. (2017). Competencias y habilidades que debe tener el diseñador gráfico, al momento de expandir sus conocimientos en el entorno laboral. *Convicciones*, 08(2017), 49-55.
- Morales K., (2019). Análisis situacional de la oferta y demanda del Mercado laboral publicitario en la ciudad de Guayaquil. (Tesis de grado-Universidad de Guayaquil). Guayaquil-Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49658>

- Navas, E. (2013). Tendencias del Diseño Gráfico en la Ciudad de Ambato: Profesionalismo, Áreas de Competencias, Inspiraciones e Influencia Indígena. *CienciAmérica*, 02(1), 33-39.
- NERIS Analytics Limited. (2013, octubre 17). *Our Framework*.
<https://www.16personalities.com/articles/our-theory>
- Pérez, A. (2021, 16 agosto). *¿Qué hace un diseñador gráfico? Todas las funciones y tareas que desempeña a diario*. ESDDESIGN.
<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/que-hace-un-disenador-grafico-todas-las-funciones-y-tareas-que-desempena-diario>
- Ríos, D. (2006). Tipos psicológicos de profesores primarios innovadores: extraversión, sensación, pensamiento y juicio. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México)*, vol. XXXVI, núm. 3-4, 2006.
- Significados. (2018, 29 noviembre). *Significado de Personalidad*.
<https://www.significados.com/personalidad/>
- Significados. (2019, 4 julio). *Significado de Diseño Gráfico*.
<https://www.significados.com/disenio-grafico/>
- Staff, C. B. (2016, 1 abril). *Which personality types make the best designers?* Creative Bloq. <https://www.creativebloq.com/career/which-personality-types-make-best-designers-71412160>
- Universidad Técnica de Ambato. (s. f.). *Carrera de diseño gráfico*. www.fdaa.uta.ec.
 Recuperado 27 de noviembre de 2021, de <https://fdaa.uta.edu.ec/v4.0/index.php/carreras-y-programas/disenio-grafico>

Universidad Técnica de Ambato. (s. f.-a). *Carrera de Diseño Gráfico*.

<https://fdaa.uta.edu.ec/v3.2/>. <https://fdaa.uta.edu.ec/v4.0/index.php/carreras-y-programas/disenio-grafico>

Urguilez Zabala M. (2018). Perfil profesional de los egresados de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Palermo y su vinculación con las políticas públicas afines al Diseño en la ciudad de Buenos Aires. [Tesis de Maestría, Universidad de Palermo]. Repositorio -Universidad de Palermo.

V&BA Estudio. (2021, 22 enero). *Lista de cosas que puede hacer un diseñador gráfico*.

V&BA Estudio de Arquitectura, Diseño Gráfico y Diseño Web de Baiona.

[https://vandba.com/lista-de-cosas-que-puede-hacer-un-disenador-grafico/#:%7E:text=Lista%20de%20cosas%20con%20ejemplos%20que%20hace%20un%20dise%C3%B1ador%20gr%C3%A1fico%3A&text=%C2%B7%20Dise%C3%B1o%20de%20cat%C3%A1logos%2C%20folletos%20\(flyers\)%20y%20carteler%C3%ADa.&text=%C2%B7%20P%C3%B3sters%20para%20eventos%2C%20as%C3%AD%20como,que%20est%C3%A9%20vinculado%20al%20mismo.&text=%C2%B7%20Invitaciones%20de%20boda%20y%20otros%20eventos.&text=%C2%B7%20Vinilos%20para%20tiendas%20y%20locales%20comerciales](https://vandba.com/lista-de-cosas-que-puede-hacer-un-disenador-grafico/#:%7E:text=Lista%20de%20cosas%20con%20ejemplos%20que%20hace%20un%20dise%C3%B1ador%20gr%C3%A1fico%3A&text=%C2%B7%20Dise%C3%B1o%20de%20cat%C3%A1logos%2C%20folletos%20(flyers)%20y%20carteler%C3%ADa.&text=%C2%B7%20P%C3%B3sters%20para%20eventos%2C%20as%C3%AD%20como,que%20est%C3%A9%20vinculado%20al%20mismo.&text=%C2%B7%20Invitaciones%20de%20boda%20y%20otros%20eventos.&text=%C2%B7%20Vinilos%20para%20tiendas%20y%20locales%20comerciales).

Webmaster Magical Art Studio. (2019, 21 febrero). *¿Qué tipo de personalidad tienen los*

diseñadores gráficos? Magical Art Studio. <https://magicalartstudio.com/que-tipo-de-personalidad-tienen-los-disenadores-graficos/>

ANEXOS

Modelo de entrevistas

FICHA ENTREVISTA 1

Tipo: Semiestructurada

Guion de preguntas dirigidas a especialistas en diseño gráfico y/o diseño gráfico publicitario

Objetivo: Conocer el punto de vista de diseñadores que se desenvuelven en organizaciones de diseño, sobre la necesidad, los beneficios y problemas que puede presentar el desconocimiento del perfil del diseñador.

Preguntas:

Pregunta 1: ¿Cuáles cree que son los beneficios de conocer los perfiles de los diseñadores gráficos, en el ámbito laboral, escolar o social? (*Pregunta proyectiva*)

Pregunta 2: ¿Qué características de habilidades y capacidades ha notado que tiene en común con otros diseñadores? (Ejemplo: Confianza, creatividad, capacidad para liderar, capacidad de observación, etc.) (*Pregunta proyectiva/Pregunta sugerente*)

Pregunta 3: ¿Qué aspectos de habilidades y actitudes de los diseñadores cree que se debe mejorar? (Ejemplo: Individualismo, introversión, juicio, creatividad, etc.) (*Pregunta proyectiva/Pregunta sugerente*)

Pregunta 4: ¿Cómo puede el perfil de un diseñador influir en el entorno de una organización de diseño (Agencias/estudios / empresas/aulas de clase)? (*Pregunta proyectiva*)

Pregunta 5: En los equipos de agencias, estudios de diseño, medios de diseño ¿cuáles son las mayores dificultades relacionadas a factores humanos? (Ejemplo: Liderazgo, trabajo en equipo, relaciones públicas, etc.) (*Preguntas de prueba*)

Pregunta 6: ¿Qué tan frecuente es encontrar personas erróneamente orientadas en las distintas áreas del diseño? (*Pregunta evaluativa/pregunta ética*)

Pregunta 7: ¿Cree que una investigación sobre diseñadores influenciará positivamente a los prejuicios que se tiene sobre el diseño? (Ejemplo: Ética de costos, reputación del diseñador, valorización de diseño ...) (*Pregunta sugerente y Pregunta proyectiva*)

FICHA ENTREVISTA 2

Tipo: Semiestructurada

Guion de preguntas dirigidas a especialistas en psicología.

Objetivo: Conocer el punto de vista de un psicólogo sobre la investigación que reúne el indicador MBTI y su relación con los diseñadores gráficos para beneficiar a área gráfico.

Preguntas:

Pregunta 1: ¿Qué tan desarrollado está el estudio de factores humanos en el campo laboral y académico en la localidad? (*Pregunta proyectiva*)

Pregunta 2: ¿Recomendaría la asesoría de un especialista en psicología dentro de una organización de diseño? (*Pregunta de prueba*)

Pregunta 3: ¿Se relacionan las habilidades laborales y académicas con aspectos de la personalidad de los individuos? (*Pregunta proyectiva*)

Pregunta 4: ¿Qué tan importante es estudiar los tipos de personalidad dentro del ambiente laboral y/o académico? (*Pregunta proyectiva*)

Pregunta 5: ¿Qué recomienda en caso de encontrar rasgos de personalidad no compatibles con el entorno laboral o académico? (*Pregunta de prueba*)

Pregunta 6: ¿Cree que el estudio de los tipos de personalidad estereotipa o cataloga a los profesionales? (*Pregunta de prueba*)

Pregunta 7: ¿Qué tan conocido es el indicador MBTI en ambientes laborales y académicos? (*Pregunta proyectiva*)

Modelo de encuestas

FICHA ENCUESTA

Cuestionario dirigido a: Estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y Diseño Gráfico Publicitario

Objetivo de la encuesta: Reconocer los tipos de personalidad de los estudiantes y su relación con las áreas o materias por las cuales se inclina, para estandarizar los perfiles de los diseñadores gráficos.



La relación entre el diseño gráfico y el indicador MBTI para identificar los perfiles psicológico de los diseñadores de la UTA

OBJETIVO: Obtener información sobre el tipo de personalidad de Los estudiantes y su relación con las áreas o materias por las cuales se inclinan.


OCTUBRE 2021-FEBRERO 2022

INSTRUCCIONES: Resuelva la mayor honestidad posible el test de personalidad "16 personalidades" de NERIS, toma no más de 12 minutos, y capture el resultado para subirlo al siguiente cuestionario.

LINK DEL TEST : → <https://www.16personalities.com/es> ←

Una vez resuelto, responda al siguiente cuestionario

steleecasar@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

 Se restableció el borrador

Se registrarán la foto y el nombre asociados con tu Cuenta de Google cuando subas archivos y envíes este formulario. Tu correo electrónico no forma parte de tu respuesta.

Nombre y Apellido

Tu respuesta

Edad

- 18-23
- 24-29
- 30 en adelante

Correo electrónico

Tu respuesta


Carrera

- Diseño Gráfico
- Diseño Gráfico Publicitario

Semestre

- Sexto
- Séptimo
- Octavo
- Noveno
- Décimo

1.-¿Cuál es el resultado de su tipo de personalidad? Subir la captura de pantalla del resultado MBTI

 me.png ×

2.- Escoge 3 o más materias o áreas del diseño con las que te desenvuelvas mejor

Packaging

Identidad Corporativa

Fotografía

Branding

Retoque digital

Diseño editorial

Diseño de Interfaz

Animación 2D

Modelado y animación 3D

Diseño Publicitario

Ilustración

Señalética

Diseño Web

Diseño tipográfico

Audiovisuales

Multimedia

Otros: _____

3.- Escoge 3 o más materias o áreas del diseño con las que tengas mayor dificultad

- Packaging
- Identidad Corporativa
- Fotografía
- Branding
- Retoque digital
- Diseño editorial
- Diseño de Interfaz
- Animación 2D
- Modelado y animación 3D
- Diseño Publicitario
- Ilustración
- Señalética
- Diseño Web
- Diseño tipográfico
- Audiovisuales
- Multimedia
- Otros: _____

4.-¿Cuáles de las siguientes materias o áreas del diseño planeas especializarte o te especializas actualmente?

- Packaging
- Identidad Corporativa
- Fotografía
- Branding
- Retoque digital
- Diseño editorial
- Diseño de Interfaz
- Animación 2D
- Modelado y animación 3D
- Diseño Publicitario
- Ilustración
- Señalética
- Diseño Web
- Diseño tipográfico
- Audiovisuales
- Multimedia
- Ninguna
- Otros: _____

Defina su personalidad en 1 o hasta 3 palabras

Tu respuesta

Explica brevemente. ¿Por qué decidiste estudiar diseño?.

Tu respuesta

Enviar

Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

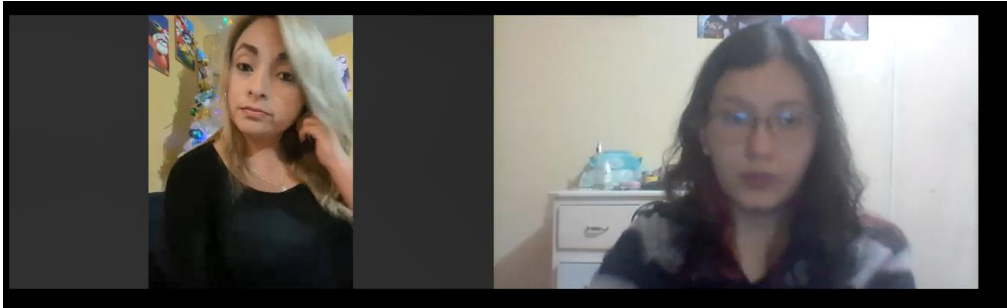
Google Formularios

FOTOS DE ENTREVISTAS

Entrevista a Psicóloga Alejandra Herrera



Entrevista a Psicóloga Laboral Mercedes Manzano



Entrevista a Diseñador David Jiménez





MENTE
CREATIVA

STEPHANIE CASTILLO

Introducción

Conocer el perfil psicológico de los diseñadores desde un punto de vista de profesional de diseño, es una puerta abierta a una extensión enorme de intereses y posibilidades, no solo para el profesional y su carrera sino para el desarrollo de un entorno.

Entender como funciona la mente de un creativo ayuda a que este, como individuo se vuelva a conocer y use este conocimiento en pro del progreso del diseño.

El estudio realizado en estudiantes de diseño gráfico que cursan los últimos niveles, convirtiendolos en híbridos entre estudiantes y profesionales, es el punto exacto para conocer ambas realidades del entorno del diseño en el medio y la relación del individuo con este.

Para obtener estos datos se usó el indicador MBTI, que se reinterpreta en el test en línea de 16 Personalidade de fácil uso e interpretación.

Después de reunir información sobre las personalidades de los diseñadores, se comprendió la interacción con las ramas de diseño con que son más afines, cuya explicación se presentará a continuación.

Objetivo

El principal objetivo es relacionar los perfiles psicológicos según el indicador MBTI con las aptitudes y capacidades de los diseñadores gráficos para comprender los patrones que pueden beneficiar a mejorar en el campo laboral y académico del dieño.



Primero... ¿Qué es la personalidad?

Todos los seres humanos poseemos una personalidad, que se explica como las características cualitativas de los individuos que responden a un proceso mental que determina la conducta humana. La personalidad se encarga de responder a las necesidades individuales frente a exigencias sociales, es decir que la personalidad es una respuesta dada a través de un proceso mental que puede crear sistemas, con el fin de lograr un objetivo social. Somos seres sociales, que requieren interactuar con su entorno para sobrevivir, obteniendo un rol para el avance y supervivencia de la sociedad. Cada individuo es diferente porque su personalidad se forma como respuesta a su realidad.

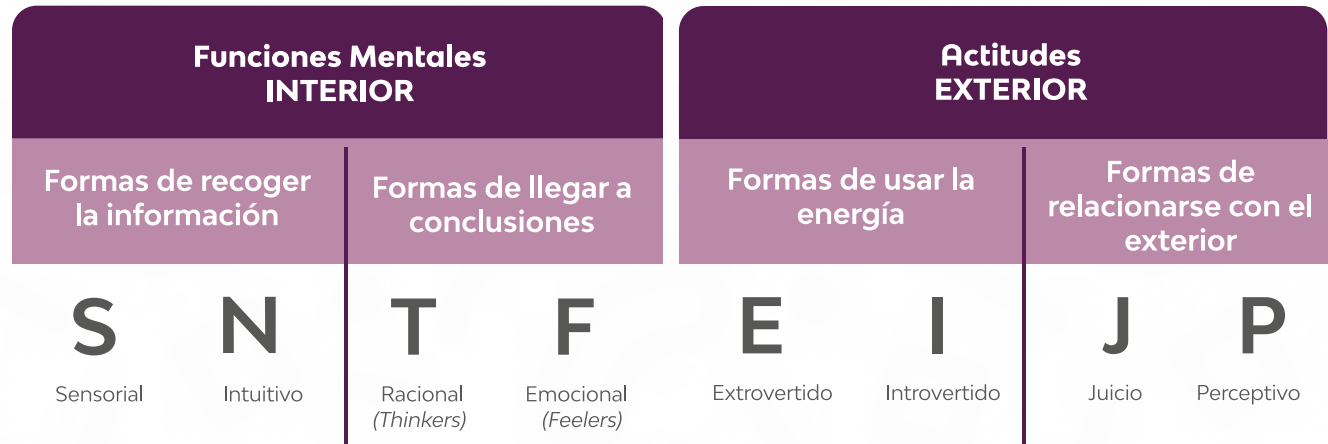
Pero definitivamente hay características que nos asemeja y agrupa con otras personas, las características a las cuales llamamos "rasgos".



¿Y el MBTI?

El inventario MBTI Briggs-Myers es un sistema de indicador de rasgos en individuos, cuya función es identificar los tipos de personalidades a partir de una dicotomía conformada por cuatro dimensiones, que buscan explicar cuatro procesos mentales básicos, que clasifican las preferencias del individuo hacia una u otra. Busca determinar el tipo de personalidad, se forma eligiendo una sigla del rasgo que el individuo tiene más inclinación en las cuatro dimensiones, formando una sigla de cuatro letras que clasifican al individuo y le dan identidad.

1. Fuente de obtención y enfoque de energía o atención (*Extroversión "E" o introversión "I"*)
2. Forma de recoger información (*Sensación "S" e Intuición "N"*)
3. Formas de llegar a conclusiones o tomas de decisiones (*Pensamiento "T" y sentimiento "F"*)
4. Estilo de vida, cómo se trata al mundo exterior (*Juicio "J" y Percepción "P"*).



INTERIOR: Es donde ocurren las funciones mentales y se refiere a la manera de percibir y tomar decisiones. En el mundo interior hay dos dimensiones que son las formas de recoger información y de llegar a conclusiones.

• **Formas de recoger información:** Pueden ser sensoriales, representados por la letra "S" e Intuitivas "N". Mientras que "S" indica que busca experiencias través de los sentidos, centrado en la realidad, el presente y lo práctico, la letra que representa la preferencia por lo intuitivo "N", se refiere a que la persona experimenta a través de posibilidades, significados y relacionando con presentimientos y perspicacia, centrándose en el futuro, lo abstracto y teorías.

• **Formas de llegar a una conclusión:** La manera de razonar y por ende tomar una decisión después de un proceso mental, se divide en dos contrarios que son la "T", reflexión, referente a que busca el orden de manera planificada y racional, conectando ideas y haciendo relaciones basados en la lógica, por otra parte, la emoción "F", que responde de manera comprensiva usando valores individuales y colectivos, es decir, es más subjetivo.

EXTERIOR: Son las actitudes que se toman y se ven reflejadas en el exterior. Conformado por las formas de usar la energía y formas de relacionarse con el exterior.

• **Formas de usar energía:** Es la forma en la que el individuo usa su energía en relación con situaciones sociales. Presentan dos contrarios que responden a la administración de esta energía, "E" de extroversión e "I" de introversión.

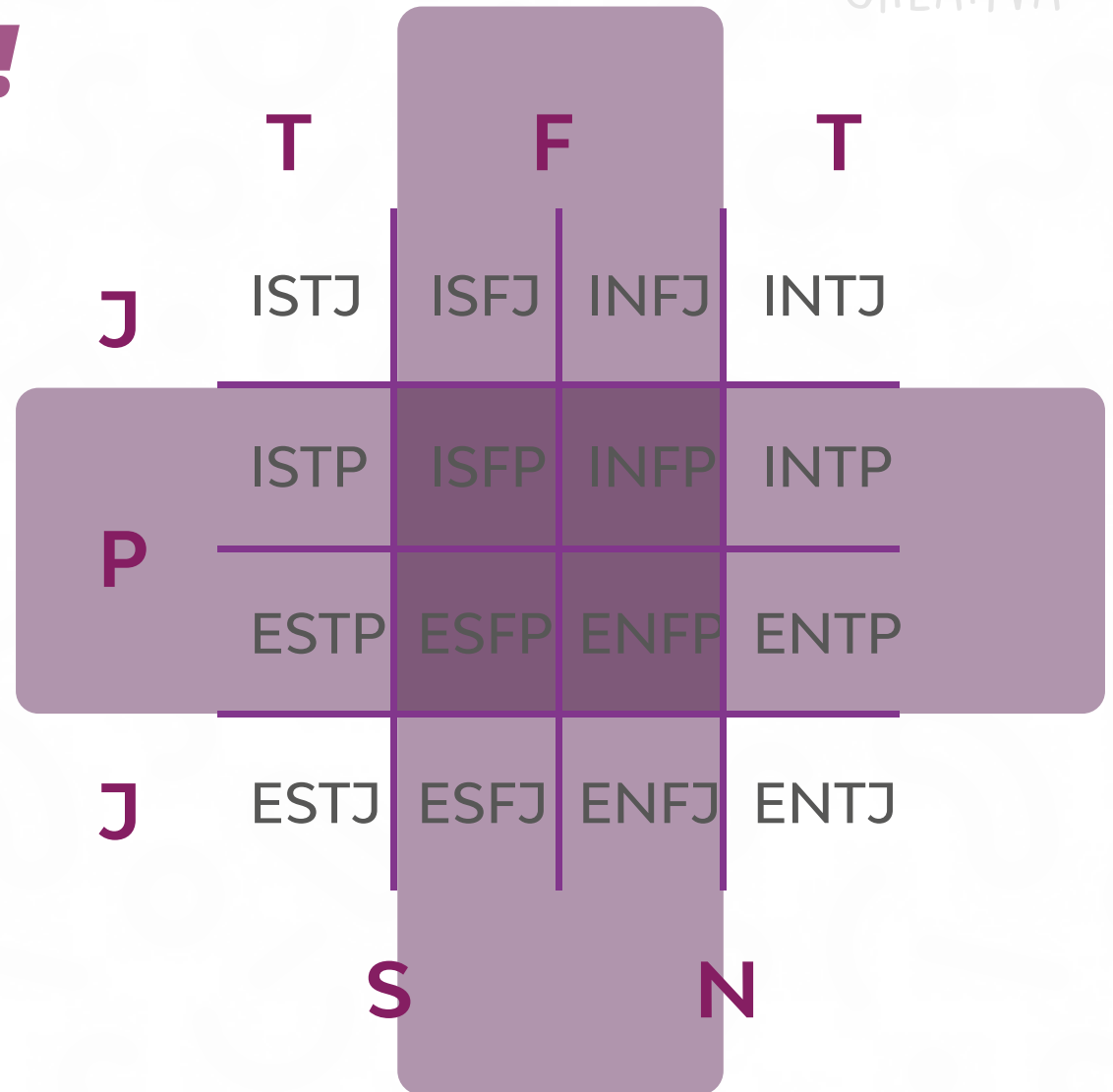
Extroversión, es la actitud donde la atención se exterioriza, obtiene energía de afuera con el fin de estimular y orientarse a sí mismos, con un fuerte deseo de actuar, su vida está basada en acción, tienden a ser impulsivos, francos, sociales y poseen facilidad para la comunicación. Mientras que el rasgo introvertido, obtiene energía del interior, buscando conceptos e ideas del mundo interior, se tiende a tener actitudes intereses claros sobre conceptos de ideas, y confianza en los mismos, en lugar de los sucesos externos, capacidad de reflexión objetiva, contemplativa, y prefieren la soledad y privacidad.

• **Formas de relacionarse con el exterior:** Es la forma de tratar con el mundo de afuera, ósea el estilo de vida y este consiste en los contrapuestos, Juicio "J" y Percepción "P". Juicio "J", planifica y organiza las acciones y decisiones, basado en análisis lógicos. Son personas organizadas, decididas y determinadas. Y Percepción "P", e refiere a las personas que se comportan de manera perceptiva y espontánea al dirigirse al exterior. Son flexibles, espontáneos, curiosos, adaptables y abiertos a cambios y conocimientos.

¡ 16 Tipos de Personalidades !

Con esta lógica, matemáticamente, resultan dieciséis tipos de personalidades formados por las combinaciones de las iniciales que predominan en la persona y las agrupan por la similitud de sus rasgos, es necesario aclarar que el indicador no busca clasificar ni muchos estereotipar a las personalidades.

En base a esta teoría [NERIS](#), desarrolló un test online de fácil interpretación, que sirvió como herramienta para conocer el tipo de personalidad de los diseñadores gráficos. Neris, se baso en el MBTI combinado con la Teoría de las cinco personalidades, renombrando a la nomenclatura con adjetivos para identificarlos mejor.



Conoce cuál
es tu tipo de
personalidad

⇒ AQUÍ ⇒

¿Qué clase de bruja es esta?!

Si bien, una vez finalizado el test, que es bastante certero la mayoría de veces, y aporta con información precisa sobre la personalidad del individuo, es necesario conocerlas todas. A continuación, la lista de 16 personalidades nombradas por NERIS y clasificadas en cuatro grupos:

ANALISTAS:

- **Arquitecto** (INTJ: Introverso, intuitivo, racional y juicio): Pensadores imaginativos y estratégicos
- **Lógico** (INTP: Introverso, intuitivo, racional y perceptivo): Inventores innovadores con interminable sed de conocimiento.
- **Comandante** (ENTJ: Extroverso, intuitivo, racional y juicio): Líderes audaces, imaginativos, de fuerte voluntad, abren y buscan caminos.
- **Innovadores** (ENTP: Extroverso, intuitivo, racional y perceptivo): Pensadores inteligentes, curiosos, aceptan retos intelectuales.

DIPLOMÁTICOS:

- **Abogado** (INFJ: Introverso, intuitivo, emocional y juicio): Silenciosos y místicos, llenos de inspiración e idealistas.
- **Mediador** (INFP: Introverso, intuitivo, emocional y perceptivo): Poéticos, amables altruistas, buscan contribuir en causas buenas.
- **Protagonista** (ENFJ: Extroverso, intuitivo, emocional y juicio): Líderes natos, carismáticos, inspiradores y cautivadores.
- **Activistas** (ENFP: Extroverso, intuitivo, emocional y perceptivo): Entusiastas, creativos, sociales, de espíritu libre y risueños.

CENTINELAS:

- **Logista** (ISTJ: Introverso, sensorial, racional y juicio): Prácticos, confiable y enfocados en hechos.
- **Defensor** (ISFJ: Introverso, sensorial, emocional y juicio): Protectores dedicados, cálidos y defienden a sus seres queridos.
- **Ejecutivo** (ESTJ: Extroverso, sensorial, racional y juicio): Administradores de personas y cosas.
- **Cónsul** (ESFJ: Extroverso, sensorial, emocional y juicio): Considerados, sociables, populares y altruistas.

EXPLORADORES:

- **Virtuoso** (ISTP: Introverso, sensorial, racional, perceptivo): Audaces



experimentadores, prácticos y diestros con herramientas.

- **Aventureros** (ISFP: Introverso, sensorial, emocional y perceptivo): Encantadores, artistas, exploradores, siempre en busca de experiencias.
- **Emprendedor** (ESTP: Extroverso, sensorial, racional y perceptivo): Inteligentes, enérgicas, preceptivas, viven al límite.
- **Animador** (ESFP: Extroverso, sensorial, emocional y perceptivo): Animadores, enérgicos, entusiastas y espontáneos.

Y...¿Cómo se relaciona con el diseño?

Los diseñadores son personas creativas, todos lo sabemos, pero ¿qué hay detrás de sus mentes explosivamente creativas? Para entender mejor debemos conocer las áreas de diseño principales que posee esta carrera, como: Packaging, Identidad Corporativa, Fotografía, Branding, Retoque digital, Diseño editorial, Diseño de Interfaz, Animación 2D, Modelado y animación 3D, Diseño Publicitario, Ilustración, Señalética, Diseño Web, Diseño tipográfico, Audiovisuales y Multimedia, Que son materias y especialidades que existen en el entorno.

El diseñador según la Universidad técnica es "Digerir, elaborar y gestionar proyectos de diseño gráfico enfocados a resolver una problemática determinada con funciones relativas a la innovación, investigación y preservación del medio ambiente.". (Universidad Técnica de Ambato, s.f.-a).

- 1.** Construir proyectos en base a estudios de diseño, investigación y cultura, en un entorno social exploratorio.
- 2.** Emplear la investigación aplicada en el desarrollo de proyectos audiovisuales innovadores con fines de sostenibilidad y desarrollo comercial.
- 3.** Desarrollar proyectos multimedia de acuerdo con estándares mundiales y la demanda sectorial.
- 4.** Utilizar el dibujo artístico como herramienta del diseño gráfico para la representación bidimensional de propuestas de diseño ajustadas a diferentes contextos.
- 5.** Identificar el sistema de impresión más adecuado para la materialización del proyecto solicitado por el cliente, optimizando el uso de material e identificando sus características finales.
- 6.** Diseñar productos editoriales completos empleando composición tipográfica, lenguaje de composición, lenguaje de color y lenguaje de ilustraciones, para satisfacer las necesidades de las diversas organizaciones en el campo comercial.
- 7.** Desarrollar, plantear y dirigir proyectos de identidad e imagen corporativa en diferentes organizaciones.
- 8.** Diseñar estrategias creativas, campañas publicitarias, multimedia, web y audiovisuales.
- 9.** Utilizar el lenguaje audiovisual, soportes de animación, fotografía, procesamiento digital de imágenes para la generación de propuestas.
- 10.** Integrar la animación 2D y 3D en la generación de productos audiovisuales publicitarios
- 11.** Dominar herramientas digitales para la representación vectorial, tridimensional y de retoque digital en la creación y producción de personajes, escenarios y empaques. (Universidad Técnica de Ambato, s.f.).

Bienvenidos a la MENTE CREATIVA

En la encuesta realizada a 59 estudiantes, que cursan el nivel séptimo a noveno semestre en la Universidad Técnica de Ambato, se determinó que el

22% Son INFP

17% Son ESFP

10% Son INFJ

El resto de personas presentan rasgos que determinan un patrón en conjunto con este top 3, pero con personalidades distintas.

1 INFP MEDIADORES

Poseen características de introversión, es decir que las personas recargan su energía "social", con actividades individuales, recogen la información a través de la intuición, la procesan para llegar a conclusiones a través de sus recursos emocionales y finalmente relacionan el resultado de manera perceptiva.

Se caracterizan por ser flexibles, entusiastas y leales, son curiosos y poseen ideas, lenguaje y proyectos propios, emprenden más de una tarea y buscan agradar a la gente, tienden a ser idealistas y de mente abierta y por el mismo altruismo que los caracteriza quieren que su trabajo sea significativo.

Se relacionan a las áreas más creativas y "libres" que se presentan en su malla curricular. La fotografía encabeza su preferencia, seguida de la ilustración, el modelado y animación 3D y audiovisuales, en una misma categoría, esto puede explicar el por qué, esta personalidad tiende a realizar sus actividades e intereses de forma muy individual, por lo tanto, su creatividad es inmensa, no es raro que destaquen en materias donde puedan explotar su creatividad, sean capaces de explorar e innovar.

Por otra parte, las materias que presentan dificultad son el diseño web, el diseño tipográfico y el diseño editorial. Por el mismo hecho de que los INFP, son personas sensibles, poéticas y creativas, encuentran dificultoso las materias que emplean sistemas cuantitativos o enfrasan su creatividad con normas y jerarquías.

2 ESFP ANIMADORES

Definen su personalidad como personas inteligentes, entusiastas y espontáneos. Sus siglas hacen referencia a la extroversión, a través de sus sentidos recogen información, concluyen de forma emocional e interactúan con el mundo con su percepción.

Su tipo de comportamiento en ambientes laborales usualmente, son amigables, participativos, joviales, con intereses en la acción y divertir a los demás, recuerdan a través de vivencias que, por teoría, usan su sentido común.

En una organización sin colaborativos, positivos, son de accionar y emocionar, integran personas. Cuando lideran promueven el trabajo en equipo, resuelven crisis y problemas de manera eficiente, pueden olvidar sus tareas y no administrar su tiempo correctamente.

Los datos revelan que los ESFP, prefieren las áreas de diseño como la fotografía, retoque digital y audiovisual y tiene dificultad en mayormente la ilustración, el diseño web y el diseño de interfaz. Intentando unir esta información con la personalidad, podemos relacionar que los "Animadores" (ESFP), por sus características de extroversión, creatividad y energética jovialidad, prefieren las áreas plenamente visuales, que tienen que ver con lo estético y lo audiovisual, tanto las imágenes, el "mejoramiento"



MENTE
CREATIVA

o corrección de estas piezas y el movimiento acompañado con recursos auditivos, fundamentan la preferencia por las acciones o hechos (registrados en fotografías y piezas audiovisuales) y emoción, por el concepto detrás de estas. En el lado opuesto de sus aficiones, se encuentra dos rasgos concretos que son incompatibles con su personalidad, por una parte, el mundo de lo irreal, que es de donde viene la inspiración para la ilustración, y los sistemático, jerárquico y organizacional que presentan el diseño web y el diseño de interfaz.

3 INFJ ABOGADOS

Caracterizados por su actuar silencioso y místico, idealistas y llenos de inspiración. Determinadas como personas perseverantes e introspectivas, trabajan con mucho esfuerzo y conciencia. Piensan en los demás, respetan sus propios principios y claras convicciones, trabajan de manera individual y en concentración, evitan los problemas con otros y ejercen influencia sutilmente.

En grupo aportan viendo el futuro de las necesidades humanas, son comprometidos, honestos y constantes y organizados. Lideran buscando el beneficio común, actúa de manera tranquila y persistente, se ganan la cooperación.

Trabajan con personas interesadas en sus ideales, abiertos a la creatividad. En ambientes armoniosos y tranquilos, dan tiempo y espacio para reflexionar.

Olvida constantemente su tarea por la concentración que emplea en una sola ya determinada.

Este tipo de personalidad demostró que se les da mejor las materias de fotografía, ilustración y modelado 3D, que se explica por su personalidad reservada y tranquila, al concentrarse se comprometen en terminar dando como resultado el ser detallista y al seguir sus propios principios su creatividad llega



a destacar en las áreas mencionadas. Identidad Corporativa y Diseño web, no son los fuertes de los INFJ, esto puede explicarse con su tendencia a concentrarse en la parte artística y humana, ignorando la burocracia de los procedimientos como en Diseño Corporativo.

los INFJ, encuentran difícil encontrar una identidad a una organización inanimada, además que al restringir su creatividad en Diseño web, no puede expresarse ni seguir su "instinto".

Entonces...

Se encontró un patrón comparando con los demás resultados es que los rasgos "N" de Intuición, "F" de sensorial y "P" de percepción, refiriéndose la primera a la manera en que recogen información, y es de forma intuitiva, es decir que independientemente de cómo recargar la energía en el campo de extraversión, la información que adquieren es por su pensamiento, por sus deducciones y anticipaciones; esto, junto a la forma de llegar a conclusiones pasando por un filtro emocional, es decir que una vez tienen la información adquirida por su intuición, la procesa y concluyen involucrando sus sentimientos por este proceso, y finalmente lo expresan de manera perceptiva "P", ósea absorbe la situación y su respuesta se basa en cómo la percibe considerando su entorno.

Este proceso mental puede variar en cada campo, pero esta combinación en especial explica la dualidad de los diseñadores como personas sumamente creativas y al mismo tiempo racionales, para cumplir su función de comunicador visual.

El proceso de recolectar información deduciendo se inclina por la parte más lógica del ser humano y esta procesarla

con un filtro de los sentimientos de cada individuo, son el toque creativo y artístico que se pone en cada pieza gráfica, para finalmente exteriorizarla hacia el mundo tomando en cuenta la percepción que se tiene de este.

Este proceso mental puede variar en cada campo, pero esta combinación en especial explica la dualidad de los diseñadores como personas sumamente creativas y al mismo tiempo racionales, para cumplir su función de comunicador visual.

El proceso de recolectar información deduciendo se inclina por la parte más lógica del ser humano y esta procesarla con un filtro de los sentimientos de cada individuo, son el toque creativo y artístico que se pone en cada pieza gráfica, para finalmente exteriorizarla hacia el mundo tomando en cuenta la percepción que se tiene de este, se traduce al estudio del público objetivo y el entorno en general donde "presentará" la pieza gráfica.

Es decir, sin tomar en cuenta la fuente de energía (introversión o extraversión), el diseñador más apto para realizar un trabajo completo en varias áreas del diseño son los que poseen rasgos de Intuición, sentimiento y percepción.

Proyectando una increíble imaginación, creatividad, rapidez para solucionar problemas y capacidad para desarrollar liderazgo, independencia, trabajo en equipo y adaptarse al entorno laboral o académico debido a su versatilidad.

E/I (*Extrovertido o Introverso*)

N *Intuitivo*

F *Emocional*

J *Juicio*



Bibliografía

- A Impresores. (2018, 14 agosto). ¿Qué es la industria gráfica? [Diapositivas]. Slideshare. Recuperado de <https://es.slideshare.net/AImpresores/qu-es-la-industria-grfica>
- Acuerdo 40 del 2018 [SENESCYT]. Reglamento Conformación de Redes del Sistema de Educación Superior. 20 de septiembre del 2018.
- Alonso Amezcua A. R (2009). Estilos de personalidad del indicador de tipo Myers-Briggs presentes en los líderes que integran equipos naturales de alto desempeño y su relación con la productividad. (Tesis de Grado, Tecnológico de Monterrey). Repositorio Institucional – Tecnológico de Monterrey.
- Alonso, R. (2009). Estilos de personalidad del indicador de tipo Myers-Briggs presentes en los líderes que integran equipos naturales de alto desempeño y su relación con la productividad. (Tesis de Grado-Tecnológico de Monterrey). Monterrey-México. Recuperado de <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/569384?locale-attribute=es>
- Apiaquian, A. (2015). Myers – Briggs Type Indicator (MBTI). Recuperado de <https://pdfcoffee.com/manual-mbti-pdf-3-pdf-free.html>
- BBC News Mundo. (2018, 22 noviembre). Myers-Briggs: Isabel Myers y Katharine Briggs, las amas de casa que crearon uno de los indicadores de personalidad más famosos del mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45996371>
- Bermúdez Moreno, J. (2012). Psicología de la personalidad. UNED – Universidad Nacional de Educación a Distancia. <https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/48581>
- Boeree, G. C. (2018, 14 junio). Teorías de Personalidad en Psicología: Carl Jung. https://www.psicologia-online.com/teorias-de-personalidad-en-psicologia-carl-jung-2162.html#anchor_0
- Cajías, M. (2018). Los cinco grandes factores de personalidad (Big Five): su evolución en el mundo laboral. (Tesis de grado-Universidad Estatal de Milagro). Milagro-Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/3942>
- Calbet, J. (2019, 8 marzo). Indicador MBTI. Tipos psicológicos Myers-Briggs (herramientas 7). Neuroquotient. <https://neuroquotient.com/indicador-mbti-indicador-de-tipos-psicologicos-de-myers-briggs-herramientas-7/>
- Calderón, G.M. (2014). Historia del diseño gráfico en Ecuador, 1990-2005. Revista PUCE, 98: 125-140. Recuperado de <http://www.latindex.unam.mx/latindex/Solar/Busqueda>
<http://investigaciones.puce.edu.ec/handle/23000/404>
- Calisto Ponce M. (2017). Recorrido por el diseño gráfico ecuatoriano, a través de la palabra y obra de sus actores. Aproximación histórica desde los antecedentes hasta inicios del siglo XXI y análisis visual. (Tesis Doctoral, Universidad del País Vasco). Recuperado de <https://addi.ehu.es/handle/10810/21985>
- Capella, A. (2017). Hacia una psicología ecuatoriana: una argumentación intergeneracional sobre la importancia de la cultura y la globalidad en la investigación Teoría y Crítica de la Psicología 9 (2017), 173-195. Recuperado de <http://www.teocripsi.com/ojs/> (ISSN: 2116-3480) 173
- Chiroque Landayeta V.E (2021). Competencias profesionales que demandan los estudiantes de Diseño Gráfico de una universidad privada al 2030. [Tesis de Maestría, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio – Universidad Ricardo Palma.
- CLT Solutions. (2019). Myers-Briggs Type Indicator (MBTI). Recuperado de https://gms.lngvtycnsl.com/images/competitions/2019/CSR2019/MBTI_kk_2019.pdf
- Durán, D. (2014, 14 febrero). El diseño gráfico en el Ecuador. Diseño en Ecuador: Haremos Historia. <https://www.haremoshistoria.net/noticias/el-diseo-grfico-en-el-ecuadordaniela-duran>
- Educoway. (2019, 10 julio). Los 5 grandes rasgos de la personalidad según Goldberg. Estudiar un grado o un master en Europa. <https://educoway.com/los-5-grandes-rasgos-de-la-personalidad-segun-goldberg>
- Equipo editorial, Etecé. (2021, 6 agosto). Psicología - Concepto, origen, ramas y objetivos. Concepto. <https://concepto.de/psicologia-3/>
- Falconí Olmedo V. (2014). Plan de marketing relacional; modelo de fidelización de clientes con el uso de estrategias de marketing para la empresa "boutique creativa". Empresa que compete en el sector de publicidad e impresiones. (Tesis de Grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7799>
- Flores Nolasco C. (2013). Estilos de aprendizaje de los estudiantes de la licenciatura en psicología de la facultad de ciencias de la conducta medido a través del MBTI. (Tesis de Grado, Universidad Autónoma del Estado de México). Repositorio Institucional- Universidad Autónoma del Estado de México.
- Fuentes León, P., Huesta Mattos D. (2019). Análisis de los rasgos de personalidad de los ejecutivos del mando medio para mitigar los riesgos en la gestión empresarial. [Tesis de Grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio-Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Henón Risso, J. (2001). Los tipos de abogados según el test MBTI. Revista De La Facultad De Derecho, (19), 85-108. Recuperado a partir de <https://revista.fader.edu.uy/index.php/rfd/article/view/257>
- Laak J. (1996). Las cinco grandes dimensiones de la personalidad. Revista de Psicología de la PUCP, 14 (2), 129-181.
- Llasera, J. P. (2021, 22 abril). Diseñador gráfico: Qué hace y por qué tu empresa necesita uno. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/disenador-grafico/>
- Malo Pé, A. (2009). Introducción a la psicología. EUNSA. <https://elibro.net/es/ereader/uta/46998?page=1>
- Mantilla, L. (2018). La percepción hacia el diseñador gráfico y su función como profesional en el mercado laboral de la ciudad de Ambato.
- Mayorga, J., Flores, N., Pérez, B., y Velásquez, B. (2017). Competencias y habilidades que debe tener el diseñador gráfico, al momento de expandir sus conocimientos en el entorno laboral. Convicciones, 08(2017), 49-55.
- Morales K., (2019). Análisis situacional de la oferta y demanda del Mercado laboral publicitario en la ciudad de Guayaquil. (Tesis de grado-Universidad de Guayaquil). Guayaquil-Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49658>
- Navas, E. (2013). Tendencias del Diseño Gráfico en la Ciudad de Ambato: Profesionalismo, Áreas de Competencias, Inspiraciones e Influencia Indígena. *CienciaAmérica*, 02(1), 33-39.
- NERIS Analytics Limited. (2013, octubre 17). Our Framework. <https://www.16personalities.com/articles/our-theory>
- Pérez, A. (2021, 16 agosto). ¿Qué hace un diseñador gráfico? Todas las funciones y tareas que desempeña a diario. ESDESIGN. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseño-gráfico/que-hace-un-disenador-grafico-todas-las-funciones-y-tareas-que-desempena-diarario>
- Ríos, D. (2006). Tipos psicológicos de profesores primarios innovadores: extraversión, sensación, pensamiento y juicio. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos* (México), vol. XXXVI, núm. 3-4, 2006.
- Significados. (2018, 29 noviembre). Significado de Personalidad. <https://www.significados.com/personalidad/>
- Significados. (2019, 4 julio). Significado de Diseño Gráfico. <https://www.significados.com/diseño-gráfico/>
- Staff, C. B. (2016, 1 abril). Which personality types make the best designers? Creative Bloq. <https://www.creativebloq.com/career/which-personality-types-make-best-designers-71412160>
- Universidad Técnica de Ambato. (s. f.). Carrera de diseño gráfico. www.fdaa.uta.ec. Recuperado 27 de noviembre de 2021, de <https://fdaa.uta.edu.ec/v4.0/index.php/carreras-y-programas/diseño-gráfico>
- Universidad Técnica de Ambato. (s. f.-a). Carrera de Diseño Gráfico. <https://fdaa.uta.edu.ec/v3.2/> <https://fdaa.uta.edu.ec/v4.0/index.php/carreras-y-programas/diseño-gráfico>
- Urgulez Zabala M. (2018). Perfil profesional de los egresados de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Palermo y su vinculación con las políticas públicas afines al Diseño en la ciudad de Buenos Aires. [Tesis de Maestría, Universidad de Palermo]. Repositorio -Universidad de Palermo.
- V&BA Estudio. (2021, 22 enero). Lista de cosas que puede hacer un diseñador gráfico. V&BA Estudio de Arquitectura, Diseño Gráfico y Diseño Web de Baiona. [https://vandba.com/lista-de-cosas-que-puede-hacer-un-disenador-grafico/#:~:text=Lista%20de%20cosas%20con%20ejemplos%20que%20hace%20un%20dise%C3%B1ador%20gr%C3%A1fico%3A&text=%C2%B7%20Dise%C3%B1a%20de%20cat%C3%A1logos%2C%20folletos%20\(flyers\)%20y%20carteler%C3%A1Da.&text=%C2%B7%20P%C3%B3sters%20para%20eventos%2C%20as%C3%AD%20como,que%20est%C3%A9%20vicolado%20al%20mismo.&text=%C2%B7%20Invitaciones%20de%20boda%20y%20otros%20eventos.&text=%C2%B7%20Vinilos%20para%20tiendas%20y%20locales%20comerciales](https://vandba.com/lista-de-cosas-que-puede-hacer-un-disenador-grafico/#:~:text=Lista%20de%20cosas%20con%20ejemplos%20que%20hace%20un%20dise%C3%B1ador%20gr%C3%A1fico%3A&text=%C2%B7%20Dise%C3%B1a%20de%20cat%C3%A1logos%2C%20folletos%20(flyers)%20y%20carteler%C3%A1Da.&text=%C2%B7%20P%C3%B3sters%20para%20eventos%2C%20as%C3%AD%20como,que%20est%C3%A9%20vicolado%20al%20mismo.&text=%C2%B7%20Invitaciones%20de%20boda%20y%20otros%20eventos.&text=%C2%B7%20Vinilos%20para%20tiendas%20y%20locales%20comerciales)
- Webmaster Magical Art Studio. (2019, 21 febrero). ¿Qué tipo de personalidad tienen los diseñadores gráficos? Magical Art Studio. <https://magicalartstudio.com/que-tipo-de-personalidad-tienen-los-disenadores-graficos/>