

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE ARTE Y DISEÑO**



Súper M: Diseño de programa social de asesoría y  
capacitación en gestión de diseño gráfico para los  
emprendimientos de mujeres del  
CETPRO Chorrillos

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Arte con  
mención en Diseño Gráfico que presenta:

***Fabiola Alejandra Pérez Servigón***

Asesor:

***Rafael Ernesto Vivanco Álvarez***

Lima, 2022

## DEDICATORIA

A mi madre, padre y hermano, porque me ayudaron a forjar la persona que soy hoy en día, llenándome de valores e impulsándome todos los días a ser una mejor persona, que se esfuerza y lucha por conseguir lo que quiere.



## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que me colaboraron a lo largo de esta investigación, quienes con gran amabilidad me recibieron y apoyaron a lo largo de todo este proceso con el fin de lograr el siguiente trabajo de tesis.

Y a mi familia, por permitirme la oportunidad de estudiar la carrera que me hace feliz, aconsejándome y apoyándome en los momentos difíciles y celebrando junto a mí en los momentos felices.

Muchas gracias.



## RESUMEN

El presente trabajo investiga como el emprendimiento de una mujer puede ingresar al difícil mercado laboral peruano, teniendo así la oportunidad de mejorar su calidad de vida. Es así que se analiza el caso de las mujeres chorrillanas que atienden los cursos de oficios otorgados por el Centro de Educación Técnico Productiva (CETPRO) Sagrado Corazón Chalet, el cual capacita en distintos oficios para tener acceso a más oportunidades laborales. El problema identificado se da cuando a pesar de recibir y terminar sus cursos de capacitación no llegan a desarrollar su propio emprendimiento por diversos motivos, principalmente porque sus productos no son competitivos en el mercado por falta de una adecuada identidad de marca, presentación creativa y difusión de sus productos.

Así se plantea la hipótesis que la creación de un programa social de asesoría y capacitación en gestión de diseño gráfico para las estudiantes del CETPRO Sagrado Corazón Chalet mejorará la inserción de sus productos en el mercado altamente competitivo mejorando su calidad de vida. El proyecto permite que estas mujeres conozcan la importancia de tener una marca, empaques adecuados y saber cómo difundir sus productos, y conociendo como un profesional del diseño las puede ayudar en ese proceso. De esta manera difundimos entre los micro empresarios ese conocimiento y respeto por la profesión del diseño gráfico en el desarrollo de la comunicación visual de toda empresa sea grande o pequeña. Es así que este proyecto innova en el sentido de democratizar la profesión a todos los sectores productivos del país.

Palabras Claves: emprendimiento, mujeres, diseño gráfico, gestión del diseño.

## ABSTRACT

This paper investigates how a woman's entrepreneurship can enter the difficult Peruvian labor market, thus having the opportunity to improve her quality of life. Therefore, it analyzes the case of the women from Chorrillos who attend the trade courses offered by the Centro de Educación Técnico Productiva (CETPRO) Sagrado Corazón Chalet, which provides training in different trades in order to have access to more job opportunities. The problem identified occurs when, despite receiving and completing their training courses, they do not manage to develop their own business for various reasons, mainly because their products are not competitive in the market due to lack of an adequate brand identity, creative presentation and dissemination of their products.

Thus, it is hypothesized that the creation of a social program of counseling and training in graphic design management for the students of CETPRO Sagrado Corazón Chalet will improve the insertion of their products in the highly competitive market, improving their quality of life. The project allows these women to know the importance of having a brand, adequate packaging and how to disseminate their products, knowing how a design professional can help them in this process. In this way we spread among micro entrepreneurs that knowledge and respect for the profession of graphic design in the development of visual communication of any company, large or small. This is how this project innovates in the sense of democratizing the profession to all productive sectors of the country.

Keywords: entrepreneurship, women, graphic design, design management.

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	9
CAPÍTULO I.....	10
Definición del Problema.....	10
Problema Principal .....	11
Problemas Secundarios .....	12
Justificación de la Investigación .....	12
Pregunta de Investigación e Hipótesis .....	13
CAPÍTULO II .....	14
La Mujer y el Mercado Laboral .....	14
Brecha de Género Laboral en Latinoamérica.....	14
Brecha de Género Laboral en Perú .....	15
Características del mercado laboral peruano.....	16
Esteriotipos y Prejuicios hacia la Mujer en el Contexto Laboral .....	16
Discriminación Salarial por Género .....	17
Capacidades Laborales de la Mujer .....	19
Formación profesional.....	19
Liderazgo femenino empresarial.....	20
Oportunidades laborales.....	20
Situación Económica de la Mujer en el Perú .....	21
El Emprendimiento Femenino y el Desarrollo Personal de la Mujer .....	22
El Emprendimiento en el Perú .....	22
Datos.....	22
Casos de éxito.....	24
Los Beneficios de la Mujer como Emprendedora.....	24

El Desarrollo Personal de la Mujer Emprendedora.....	25
Desarrollo económico.....	25
Desarrollo social.....	26
Desarrollo emocional.....	26
Calidad de vida.....	27
Cursos del Centro de Educación Técnico Productiva del Perú (CETPRO) Sagrado Corazón	
Chalet .....	27
Historia y Objetivos .....	27
Cursos Ofrecidos.....	28
Emprendedoras CETPRO Exitosas.....	29
Situación Actual.....	29
Diseño Gráfico .....	30
Concepción Moderna del Diseño.....	30
Gestión del Diseño.....	31
Proceso de Diseño.....	31
Diseño y Emprendimiento.....	32
Identidad de Marca.....	33
Gestión de Marca.....	33
Imagen de Marca.....	34
Pymes y Diseño.....	34
Calidad a través del Diseño.....	35
Diseño Web.....	36
Experiencia de Usuario.....	36
Estado del Arte.....	37
CAPÍTULO III.....	39

Metodología .....	39
Descripción de los Actores.....	39
Descripción del Campo .....	40
Métodos y Herramientas .....	41
Metodología de la Conceptualización .....	42
Metodología de la Validación .....	43
CAPÍTULO IV .....	45
Concepto.....	45
Descripción del Proyecto de Diseño .....	46
Objetivos del Proyecto .....	49
Diseño de la Comunicación.....	50
Descripción del Público Objetivo .....	52
Elementos Gráficos .....	53
Juicio de Pares.....	55
CONCLUSIONES .....	58
RECOMENDACIONES .....	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
ANEXOS.....	65



## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Indicadores del mercado de trabajo en Bolivia y Perú, personas de 15 a 65 años.

Fuente: Maria Colacce (2018). ..... 15

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Encuesta sobre la razón de su inscripción en los cursos de los alumnos del CETPRO Sagrado Corazón Chalet Chorrillos. Fuente propia ..... 28

Figura 2. Moodboard del concepto hecho a base de imágenes del internet. Fuente propia. .... 42

Figura 3. Paleta de colores de la marca Súper M. Fuente propia. .... 43

Figura 4. Tipografías principales escogidas para la marca Súper M. Fuente propia. .... 43

Figura 5. Mapa conceptual de la búsqueda de concepto. Fuente propia ..... 45

Figura 6. Mailing de convocatoria para el taller de capacitación “Diseño gráfico para emprender de Súper M. Fuente propia. .... 51

Figura 7. Logotipo principal de la marca Súper M. Fuente propia ..... 54

Figura 8. Variaciones de logotipo Súper M. Fuente propia ..... 54

Figura 9. Mock-up del diseño del portal web Super M, el cual hace uso de fotografías recuperadas del internet. Fuente propia..... 54

Figura 10. Primera presentación para las clases Súper M que se les dará a las alumnas que participen el taller. Fuente propia..... 55

Figura 11. Ayuda visual para la explicación del tema de la primera clase del taller Super M. Fuente propia..... 55

## INTRODUCCIÓN

El rol de la mujer en el mundo laboral es un tema que ha ido avanzado a través del tiempo. Por muchos años la mujer se ha visto en desventaja contra la figura masculina en oportunidades laborales, debido a varios elementos como los estereotipos y prejuicios. Esta desventaja ha sido el tema de varias investigaciones y proyectos que buscan proponer soluciones para emparejar las oportunidades laborales que se les ofrecen tanto a los hombres como a las mujeres. De ahí mismo se parte para analizar el emprendimiento como una ruta laboral.

El emprender no es un tema sencillo, sobretodo en el mercado laboral peruano, el cual se caracteriza por la presencia de emprendimientos y su competencia laboral; pero los beneficios que el emprender le trae al desarrollo de la mujer es algo importante a considerar, ya que no solo le puede ofrecer un nuevo ingreso económico, sino que también influye en aspectos emocionales y sociales del desarrollo de la mujer. Por ello, se toma como ejemplo el caso los cursos de oficio ofrecidos por el Centro de Educación Técnica Productiva Perú (CETPRO) Sagrado Corazón Chalet de Chorrillos, en el cual se brinda capacitación laboral para formar emprendimientos. Algo que se notó de este caso en particular es que algunas de las alumnas, a pesar de recibir esta capacitación, no terminaban de desarrollar un emprendimiento; este hecho será el punto de partida de esta investigación.

Para poder cambiar esta situación se desarrollará esta investigación donde se analizarán tanto el rol de la mujer en el mundo laboral, el emprendimiento y estos cursos de oficio, de manera que se pueda proponer una solución, desde el diseño gráfico, y lograr que estas alumnas completen emprendimientos de calidad y mejoren su desarrollo personal.

## CAPÍTULO I

### Definición del Problema

Los últimos registros realizados por el INEI en el primer trimestre del 2020, en el contexto de la cuarentena debido a la pandemia del COVID-19, muestran que de la población con empleo en Lima Metropolitana el 54,8% son hombres y el 45,2% son mujeres. Y debido a situaciones como la falta de trabajo, emprender se ha visto como una nueva posibilidad de desarrollarse, ya que es percibido como un mecanismo de generación de empleo e innovación (Marulanda, Montoya y Vélez, 2019). Especialmente con las mujeres, las cuales enfrentan importantes barreras a la hora de participar de la economía formal (Silva, 2019). Es por ello, que el desarrollar un emprendimiento se ha visto como una nueva opción de salir adelante para la mujer, ya que frente a una realidad donde el sueldo mínimo no es suficiente y hay escasez de trabajo, ésta se ve obligada a buscar nuevas rutas para mejorar su calidad de vida y la de su familia.

Hay que ser conscientes de que el emprendimiento no solo beneficia a la mujer en su situación económica, sino que también lo hace en un aspecto personal. El tener un nuevo ingreso e independencia económica influye en estabilizar la situación de la mujer y su familia. Además, el ser líder de sí misma, aplicando sus conocimientos y capacidades en un oficio tiene grandes influencias en el aspecto social y en la autoestima de ella misma.

Debido a la importancia de los emprendimientos, se han ido desarrollando cada vez más cursos de capacitación técnica para hombres y mujeres, con el fin de capacitarlos en un oficio y darles la oportunidad de poder conseguir un empleo o formar su propio emprendimiento. Un claro ejemplo de esto, son los cursos ofrecidos por el Centro de Educación Técnica Productiva en el Perú (CETPRO) apoyado por el Ministerio de

Educación (MINEDU), los cuales dependiendo de la demanda laboral del momento ofrecen diversos cursos, como, por ejemplo, de cuero y calzado, estética personal, entre otros.

Estos cursos le dan la oportunidad a la mujer, que se encuentra en casa o realizando un trabajo en una situación económica inestable, de formar un emprendimiento y tener un nuevo ingreso, mejorando así su calidad de vida. Este es el punto principal que tanto el CETPRO y sus docentes tratan de transmitir a los alumnos y al público en general, de forma que los motiven a inscribirse a las clases y posteriormente a emprender.

Si bien en los últimos reportes de la INEI se percibe que cada vez hay más oportunidades laborales para las mujeres, la brecha de género que hay en este ámbito todavía es notable, ocasionando así que las mujeres peruanas se enfrenten a distintos problemas, como lo son las dificultades de inserción laboral y las limitaciones económicas; es por ello que los cursos del CETPRO pueden ser vistos como la oportunidad que necesitaban estas mujeres para poder salir adelante y disminuir esta brecha. Pero la realidad es que no todas las alumnas que se inscriben a los cursos del CETPRO aprovechan al máximo las herramientas que les otorgan por distintos motivos, como por ejemplo la falta de presupuesto inicial, el desconocimiento de estos beneficios o un problema personal. A partir de esto se plantearon el problema principal y los problemas secundarios que conforman la base de esta investigación.

### ***Problema Principal***

La falta de desarrollo personal de las mujeres chorrillanas por el desaprovechamiento de la oportunidad de emprendimiento del Centro de Educación Técnico Productiva Perú (CETPRO) Sagrado Corazón Chalet.

### ***Problemas Secundarios***

- Dificultades de inserción laboral por la falta de desarrollo personal de las mujeres chorrillanas por el desaprovechamiento de la oportunidad de emprendimiento otorgada por el Centro de Educación Técnico Productiva Perú (CETPRO) Sagrado Corazón Chalet.
- Limitaciones económicas por la falta de desarrollo personal de las mujeres chorrillanas por el desaprovechamiento de la oportunidad de emprendimiento otorgada por el Centro de Educación Técnico Productiva Perú (CETPRO) Sagrado Corazón Chalet.

### **Justificación de la Investigación**

Actualmente, la mayoría de las mujeres chorrillanas desconocen los beneficios de emprender, si bien cada vez se ha ido tomando más importancia con la formación de cursos como los del CETPRO, todavía hay muchas personas que no perciben la importancia, incluidas entre ellas algunas de las mujeres que toman este curso.

Por ello, es importante investigar este tema, de tal forma que estas personas se den cuenta de la oportunidad que se les está otorgando; dando a conocer estos beneficios y su influencia en la mujer, con el fin de que más de estas alumnas busquen el realizar su propio emprendimiento, de forma que mejoren su calidad de vida. Ya que esto no solo las ayudará a ellas como personas, sino que también tendrá repercusiones en la formación de una sociedad peruana igualitaria y con mayor crecimiento.

Un factor importante, es la disposición que el CETPRO tiene en colaborar en esta investigación, de forma que permite un acceso directo a los actores involucrados. Además, el hecho de realizar una investigación sobre este caso les ayuda a transmitir sus objetivos y su trabajo con mayor claridad.

Normalmente el tema del emprendimiento femenino ha sido investigado en el rubro de las ciencias de la gestión, pero en este caso, al ser tratado desde el diseño gráfico le da una perspectiva original al problema, dándole así un aporte a la solución desde el uso de los elementos visuales y la comunicación.

Este problema es importante evidenciarlo debido a que las alumnas de los cursos del CETPRO no entienden la potencia de las herramientas aprendidas en las clases para su desarrollo como emprendedoras.

Teniendo esto en cuenta, la investigación consideró siguientes objetivos: exponer la falta de desarrollo personal de las mujeres chorrillanas por el desaprovechamiento de la oportunidad de emprendimiento otorgada por el CETPRO Sagrado Corazón Chalet, señalar las dificultades de inserción laboral debido a la falta del desarrollo de estas mujeres, y visibilizar las limitaciones económicas que esta falta de desarrollo puede conllevar.

### **Pregunta de Investigación e Hipótesis**

¿En qué medida el diseño de un programa social de asesoría y capacitación en gestión de diseño gráfico para los emprendimientos de las mujeres del CETPRO Chorrillos puede lograr altos estándares de calidad?

Esta pregunta ayudará a formular la hipótesis de la investigación y el proyecto:

Diseño de programa social de asesoría y capacitación en gestión de diseño gráfico en los emprendimientos de las mujeres del CETPRO Sagrado Corazón Chalet de Chorrillos para lograr altos estándares de calidad.

## CAPÍTULO II

### **La Mujer y el Mercado Laboral**

El reconocimiento del rol de la mujer en la sociedad ha experimentado varios cambios a través del tiempo, gracias a la motivación de varias mujeres y hombres que lucharon por la igualdad de género en los distintos ámbitos que conforman nuestro mundo. Uno de estos es el ámbito laboral, en el cual ellas se han desenvuelto y luchado con el fin de salir adelante.

Para poder hablar del desarrollo de la mujer en este ámbito tenemos que tener en cuenta varios aspectos como por ejemplo la brecha de género laboral no solo en Latinoamérica, sino que específicamente en el Perú, las capacitaciones laborales y su situación económica en el país.

#### ***Brecha de Género Laboral en Latinoamérica***

“... han existido cambios importantes en la condición laboral de la mujer de América Latina y el Caribe, sin embargo, siguen persistiendo retos y desafíos a nivel regional, ya que su participación dentro de las actividades productivas todavía es muy escasa” (Heller, 2010, p 8). Como lo señala Heller en su investigación sobre la mujer emprendedora, el rol que ha tenido la mujer latinoamericana en el mercado ha tenido una gran evolución, pero lamentablemente todavía existen obstáculos que impiden la total igualdad entre los hombres y mujeres.

Todavía hay presencia de situaciones que amplían la brecha de género, por ejemplo, la discriminación salarial y el estereotipo que hay sobre la mujer trabajadora. La igualdad de género en América Latina se encuentra en una posición más baja que otros países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), aunque su desarrollo es mayor a estos, debido a que en este índice se ponderan los factores sociales más que los económicos, como, por ejemplo, el nivel educativo y la

salud (Saavedra y Camarena, 2015). Esto demuestra que en el caso de América Latina la desigualdad no solo se percibe desde una perspectiva económica sino también desde lo social, educativo, y cultural; y que todavía hay un largo camino que recorrer en busca de la igualdad de género en general.

### ***Brecha de Género Laboral en Perú***

Estos obstáculos a los que se enfrentan las mujeres se ven influenciados y difieren unos entre otros debido al contexto en el que se encuentran, por ello es importante tener en cuenta que la mujer peruana se va a enfrentar a un mercado diferente del resto, con sus propias características y su propia estructura.

En el siguiente cuadro se puede ver la diferencia que existe entre los hombres y las mujeres, tanto en Perú como en Bolivia, en diferentes aspectos del ámbito laboral, estos datos se obtuvieron de encuestas de hogares de cada país realizadas por instituciones nacionales como la autoridad estadística nacional, el Instituto Nacional de Estadística u otra equivalente (Colacce, 2018).

*Tabla 1:*

	Bolivia				Perú			
	Total	Mujeres	Hombres	Brecha	Total	Mujeres	Hombres	Brecha
Tasa de actividad	74,1%	64,4%	84,3%	76%	76,2%	68,2%	84,7%	80%
Tasa de ocupación	72,1%	62,3%	82,5%	75%	73,2%	65,0%	81,9%	79%
Tasa de desempleo	2,6%	3,3%	2,1%	158%	3,9%	4,6%	3,4%	136%
Formalidad	18,1%	15,4%	20,2%	76%	32,7%	24,8%	39,4%	63%
Ocupados no remunerados	18%	30%	9%	351%	11%	17%	6%	315%
Horas semanales trabajadas	33,8	26,7	41,3	65%	32,3	26,5	38,5	69%
Horas semanales trabajadas de los ocupados	46,9	43,0	50,0	86%	44,2	40,8	47,0	87%
Ingresos por hora	11,0	9,0	12,5	72%	6,0	4,7	7,1	66%
Ingresos mensuales	1.956	1.351	2.434	55%	999	726	1.228	59%

*Indicadores del mercado de trabajo en Bolivia y Perú, personas de 15 a 65 años. Fuente: Maria Colacce (2018).*



**Características del mercado laboral peruano.** Para entender mejor el rol de la mujer en el mercado laboral primero se tiene que dejar claro las características que presenta el peruano, sobre todo en el contexto de la pandemia, y como esta situación ha llegado a afectar la economía del país.

La principal característica del mercado laboral peruano es la informalidad laboral; según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018) la tasa de empleo informal de las mujeres es constantemente mayor que la de los hombres, siendo que en el 2018 la tasa registrada por las mujeres fue del 75,3% mientras que la de los hombres fue del 70,1%. Este tipo de registros demuestra que hay una diferencia clara entre la mujer y el hombre en el ámbito laboral.

Ahora, hay que tener en cuenta las consecuencias que tuvo la situación de cuarentena por la pandemia del COVID-19 en el ámbito laboral; muchas empresas y centros de trabajo tuvieron que cerrar, ocasionando así el incremento del desempleo, y la inestabilidad económica de muchas familias. Si bien en los últimos años hubo un aumento en la cantidad de pobladores empleados, el INEI indica que la población ocupada de Lima Metropolitana en el primer trimestre del 2020 alcanzó 4 millones 824 mil personas, de este total, el 55,2% son hombres y el 44,8% mujeres.

### ***Estereotipos y Prejuicios hacia la Mujer en el Contexto Laboral***

Como se mencionó anteriormente en el ámbito laboral, hay una serie de obstáculos a los que la mujer se enfrenta, siendo los principales los estereotipos y los prejuicios.

Los estereotipos están presentes constantemente en diversos ámbitos de la vida social y laboral de las personas, por ello, es un tema constante en investigaciones de psicología, como en el caso de Martínez y Camacho (2017) quienes hacen referencia a la descripción que da Myers (2005) sobre los estereotipos, el cual asegura que pertenecen a una creencia de los atributos personales, y que estos suelen ser inexactos,

generalizados en exceso y son resistentes a información nueva, definición que concuerda con la dada por la Real Academia Española, la cual plantea que los estereotipos son una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.

Una de las formas en que se puede apreciar la influencia de los estereotipos en el trabajo es la división por género de las labores, lo que ha concluido en una repartición de las tareas sociales y domésticas destinadas por el sexo de la persona y que terminó influyendo en el reparto sesgado de las actividades profesionales. (Hernando en Limón González y Rocha Sánchez, 2012)

Los conceptos de masculino y femenino han servido para categorizar a los individuos, creando expectativas en el comportamiento de las personas lo que profundiza de una forma más sencilla el estereotipo, y luego un prejuicio, ya que se dispone de una estructura de pensamiento, valorando a las personas por su pertenencia a un determinado grupo social, y esto se ve reflejado en el caso de las mujeres en puestos de liderazgo; de las cuales se espera no solo que sean relacionales, siguiendo las expectativas inherentes al rol de género femenino, sino que también se espera que sean instrumentales debido a que esas son las expectativas correspondientes del rol de líder (Limón González y Rocha Sánchez, 2012).

### ***Discriminación Salarial por Género***

La discriminación salarial por género “no sólo existe cuando hombre y mujer perciben remuneraciones distintas por desempeñar igual trabajo, sino cuando cobran salarios diferentes por realizar un trabajo de igual valor o un trabajo equivalente”. (De Cabo y Garzón 2007, p 27).

La discriminación salarial por género, es un tema amplio compuesto de varios elementos, algunos ya mencionados con anterioridad como los estereotipos y

prejuicios, los cuales forman uno de los principales retos para la mujer en su lucha por mejores oportunidades laborales.

Hay varias teorías que se aplican en el estudio de la discriminación por género, una de ellas es la teoría del capital humano, en la que se explica el comportamiento de los hombres y las mujeres en términos de eficiencia. Esta teoría explica que la inversión inicial en capital humano es distinta para los hombres y las mujeres, y que esto también se aplica en el mercado de trabajo, debido a que las mujeres tienen menor experiencia laboral en comparación con los hombres. (Lagos en Rodríguez, 2014) Esta teoría demuestra el pensamiento con el que se rigió durante mucho tiempo el mercado laboral, en el cual se valoraba mucho más al hombre que la mujer, sin embargo, cada vez esta diferencia se ha ido reduciendo, apoyado con nuevas medidas legislativas que buscan la igualdad de género en este ámbito

Hay distintas formas en que la discriminación salarial se puede mostrar, una de ellas es la *discriminación de colocación*, en donde las mujeres se encuentran ejerciendo un puesto de trabajo que difiere del sueldo que reciben. Otra es la *discriminación dentro del trabajo*, en donde las mujeres pueden recibir un sueldo inferior en puesto de trabajo u ocupación dado en un mismo negocio. Y, por último, está la *discriminación valorativa*, en la cual las ocupaciones en las que predominan las mujeres reciben salarios menores que las ejecutadas por hombres. (Lagos en Rodríguez, 2014)

Algo que mencionamos cuando se habló de los estereotipos, es que estos forman parte de la estructura de pensamiento de un grupo social, lo cual se puede ver reflejado también en la estructura de las empresas, las cuales debido a ideologías o costumbres priorizan la búsqueda de trabajadores masculinos, lo cual puede resultar en el rechazo laboral de una mujer o en un salario debajo del promedio. (Ríos, 2019)

Es por ello, que para seguir reduciendo esta brecha de género que hay en el ámbito laboral no solo hace falta realizar regulaciones que aseguren la igualdad en el salario y el espacio de trabajo entre la mujer y el hombre, sino que hay que empezar a cambiar estos conceptos, ideologías y costumbres sobre la mujer que hay detrás de estas situaciones, reforzando su valor como trabajadora.

### ***Capacidades Laborales de la Mujer***

**Formación profesional.** Un elemento importante en la búsqueda por cerrar esta brecha es la formación profesional de la mujer, por eso, se considera que la capacitación de la mujer es un proceso de transformación, que tiene como objetivo proporcionar conocimientos, técnicas y herramientas para desarrollar habilidades, cambios de actitudes y comportamientos. Pero este es un proceso continuo que necesita de tiempo a largo plazo, por ello es importante la voluntad política y el compromiso de todas las partes involucradas con el fin de crear sociedades inclusivas (ONU Mujeres, s.f.).

En el Perú podemos notar una clara diferencia entre la educación de los hombres y las mujeres, en varias regiones menos desarrolladas que Lima todavía se conservan una cultura machista, donde las mujeres están prohibidas de estudiar y trabajar, mientras que se les otorga las responsabilidades de labores domésticas. Es por ello, que para poder realizar un cambio en las diferencias de género que hay en el ámbito laboral, tenemos que enfocarnos en la importancia que la educación tiene en la mujer. (Ríos, 2019)

Esto solo demuestra el claro efecto que tiene la capacitación de la mujer en su camino en el mundo laboral, ya que en un ambiente de alta presión y competitividad las personas que estén mejor preparadas son las que podrán responder de forma eficiente, mientras las personas que no tengan las herramientas necesarias enfrentarán más dificultades en momentos como estos.

**Liderazgo femenino empresarial.** El liderazgo es un tema muy estudiado en el mundo laboral, no solo por parte de la mujer, para conocer qué es lo que significa ser un buen líder. Muchos estudios sugieren que la efectividad del líder varía según las situaciones, y la percepción que los demás tienen de este es dinámica y dependiente del contexto (Lord y Maher en González y Sánchez, 2012).

Esto demuestra la importancia de la percepción de parte de los seguidores del líder, y como esta se basa en los prototipos de individuos, de forma que el sexo de las personas termina siendo un detonador de estos prejuicios, siendo así que un líder no solo es evaluado por sus habilidades y sus capacidades, sino que por la relación que se hace entre esto y su sexo (González y Sánchez, 2012).

Sin embargo, el liderazgo femenino, en el rubro empresarial, ha tenido un impacto positivo tanto en productividad como en rentabilidad. Es por ello que se han realizado distintos estudios sobre el rol de la mujer como líder, en los cuales se han llegado a distintos factores que demuestran los beneficios de tener una mujer líder, algunos de estos son: que las mujeres son más persuasivas que los hombres, tienen a trabajar más en equipo y a ser más inclusivas, tienen a aprender de las adversidades y seguir adelante. (Himmelstern, 2012)

Para poder ocupar el rol de líder uno tiene que tener las capacidades necesarias para poder desempeñarse adecuadamente, es por eso que este tipo de estudios, han ayudado a resaltar la importancia del rol femenino, mostrando su capacidad y aporte como líder, dándole más oportunidades para desarrollarse en el mercado laboral.

**Oportunidades laborales.** Para poder otorgar oportunidades laborales igualitarias cada vez se toman más medidas correspondientes al derecho laboral, de forma que su carácter protector está continuamente en revisión de sus fundamentos e instituciones, de forma que custodie la dignidad de la persona que trabaja (Pacheco, 2012).

El derecho laboral y la protección laboral que otorga ha ido evolucionando a través de los años, en el siglo pasado se tuvo especiales matices para las mujeres y los jóvenes, quienes eran considerados débiles para negociar, y eran prácticamente obligados a realizar una actividad necesaria pero no deseable, trabajar, la cual debía prohibirse o limitarse en beneficio de esos trabajadores y de la sociedad en su conjunto. Por eso, hubo una tendencia mundial (hasta finales del siglo pasado) de prohibir el trabajo de la mujer en distintas circunstancias que no solo estaban relacionadas con la maternidad sino también en otros espacios considerados exclusivos del varón, debido a que se consideraba a la mujer menos dotada para los trabajos extra domésticos (Pacheco, 2012).

Esta situación sin duda ha cambiado a través de los años, en el que la imagen de que la mujer es débil en los negocios se ha debilitado. Actualmente se sigue un nuevo camino “para lograr la igualdad de oportunidades en el trabajo para hombres y mujeres, a fin de que puedan acceder a un empleo en las condiciones de libertad, igualdad y seguridad exigidas por la dignidad humana.” (Pacheco, 2012, p 110)

### ***Situación Económica de la Mujer en el Perú***

En los últimos estudios al mercado laboral peruano, realizado por el INEI, se han obtenido resultados que muestran la diferencia que hay entre la situación laboral de las mujeres y la de los hombres.

Los datos de la situación general del empleo en Lima Metropolitana indican que la población con un empleo adecuado disminuyó en un 54,0% mientras que la población con un subempleo disminuyó en un 36,3%, teniendo en cuenta los efectos que tuvo la cuarentena obligatoria.

De estos datos generales, se realizó una investigación más profunda en la cual se indicó que de la población con empleo adecuado el 62,1% son hombres y el 37,9% son mujeres.

## **El Emprendimiento Femenino y el Desarrollo Personal de la Mujer**

“Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.” (RAE,2020) Esta es la definición oficial que se da sobre el emprendimiento en la RAE, pero hay más elementos que lo conforman.

Normalmente se considera que hay dos razones principales por las cuales una persona puede convertirse en un emprendedor: por una oportunidad o por una necesidad. (GEM en Saavedra y Camarena, 2015). Es por ello que el emprendimiento es considerado como una solución en tiempos de necesidad y falta de trabajo. Un negocio propio te puede generar ingresos para estabilizar la propia economía.

Esto hay que tenerlo en cuenta al analizar el perfil del emprendedor y sus motivos por el cual decidió emprender, ya que los y las emprendedoras son individuos que, al comenzar sus empresas, son cruciales para el crecimiento y desarrollo de su país (Heller en Saavedra y Camarena, 2015).

Por ello, el emprender es una acción que no solo ayuda a la persona a salir adelante y mejorar su situación de vida ante una necesidad, sino que también tiene un efecto en el desarrollo del país, ocasionando que este crezca en diferentes niveles.

### ***El Emprendimiento en el Perú***

“El emprendimiento continúa siendo uno de los principales motores de crecimiento y generación de empleo de la economía del país” (Global Entrepreneurship Monitor, 2019). Por ello, es un elemento clave del desarrollo, y la base de varios análisis, como por ejemplo el realizado por GEM, el cual realiza reportes periódicamente sobre el emprendimiento en el Perú.

**Datos.** A partir del último reporte realizado en el 2019, se pueden llegar a varias conclusiones sobre el emprendimiento en el Perú y la percepción que los peruanos tienen sobre este.

En primer lugar, tenemos la autopercepción que el peruano tiene sobre el emprendimiento. Hay un 65.7% que consideran que en el Perú emprender es una buena elección de carrera, y un 64.2% que consideran que un emprendimiento exitoso es una fuente de estatus y prestigio.

En segundo lugar, tenemos el análisis a los emprendimientos establecidos. En el 2019, hay un 8.4% de peruanos que son dueños o gerentes de negocios establecidos (con más de 3.5 años de funcionamiento). Además, se calcula que, de cada 100 emprendimientos en etapa temprana, se promedia que al menos 37 lleguen a convertirse en emprendimientos establecidos.

Y, por último, tenemos los datos de edades y la relación entre los géneros de los emprendedores peruanos, este análisis indica que 49.8% de emprendedores en etapa temprana tienen menos de 34 años de edad, mientras que en cuestión de géneros se estima que, por cada hombre involucrado en algún emprendimiento en etapa temprana, existen 0.88 mujeres y por cada hombre involucrado que esté motivado a realizar un emprendimiento por oportunidad y no una necesidad, existe 1 mujer emprendedora con la misma motivación.

Otro dato importante en el análisis que el GEM realizó sobre el emprendedor peruano es su nivel educativo, se concluyó que un 25.5% de emprendedores en etapa temprana cuentan con educación superior universitaria, mientras que 25.5% de emprendedores en etapa temprana cuentan con educación superior técnica, mientras que en el caso de emprendedores motivados por oportunidad se promedia que un 27.5% cuentan con educación superior universitaria, y el 25.9% cuentan con educación superior técnica.

Estos datos reflejan la realidad del emprendimiento peruano, además de su alcance y las características que este posee.



**Casos de éxito.** Para tener un ejemplo más claro de los emprendedores peruanos mencionaremos dos emprendedores, que han tenido éxito al plantear su propio negocio. La primera es el caso de Valeria Saravia, la cual en una entrevista con la revista *emprender* a inicios del 2020, habló no solo del camino que recorrió con su negocio *Psicogest*, en el cual da talleres y asesorías en educación perinatal, dirigido para madres gestantes, lactantes y familias en general; sino de los retos que enfrentó durante todo este proceso, uno de estos siendo el adaptarse al uso de las redes sociales debido al contexto de cuarentena.

También está el caso de Yoni Fustamante y su hermano, él también en una entrevista con la revista *emprender*, en el 2019, contó cómo empezó a trabajar como mesero y con su hermano terminaron haciendo su propia empresa de producción de hisopos produciendo más de 300 docenas diarias.

#### ***Los Beneficios de la Mujer como Emprendedora.***

A lo largo de toda la investigación pudimos ver los diferentes aspectos que tiene el emprendimiento en las personas y específicamente en la mujer. El desarrollar un emprendimiento no solo le da a la mujer un nuevo ingreso económico, de forma que tenga una estabilidad económica para ella y su familia, permitiéndole así acceder a nuevas posibilidades. Para ver estos beneficios se realizaron unas entrevistas a distintas alumnas del CETPRO Sagrado Corazón de Chalet que desarrollaron sus emprendimientos, entre los beneficios que se mencionaron está la satisfacción que sienten en sí misma y la independencia laboral. Además, durante la entrevista realizada al ex director del CETPRO Isaac Cuya, éste mencionó que en varias ocasiones alumnas que ya emprendieron regresan para mostrar sus agradecimientos a sus tutores, y que lo más resaltante es el sentimiento de realización propia que tienen.

Si bien anteriormente se habló sobre el liderazgo femenino en el nivel laboral, se va a hablar sobre un tipo diferente de liderazgo: el liderazgo a uno mismo.

El ser líder de uno mismo, tomar sus propias decisiones y utilizar sus propias habilidades y capacidades para salir adelante son algunas de las características que el emprendimiento le da a la mujer. Y esto influye de gran manera en la autoestima de las personas, es por ello que las mujeres en posiciones de liderazgo están caracterizadas por tener una personalidad fuerte y llena de confianza ya que al asumir el rol de líder esta experimenta cambios en su comportamiento; algunas de sus características personales se acentúan; otras que no había tenido en su carácter aparecen en forma muy fuerte; además capacidades como su capacidad de análisis y su precisión en la toma de decisiones se vuelve más rápida (Connectamericas, s.f.).

### ***El Desarrollo Personal de la Mujer Emprendedora***

El desarrollo personal de la mujer emprendedora se puede analizar desde distintos puntos, en este caso se tomarán 4 aspectos indispensables a revisar: el desarrollo económico, el desarrollo social, el desarrollo emocional y la calidad de vida.

**Desarrollo económico.** “El empoderamiento y la autonomía económica de las mujeres son requisitos indispensables para el logro de la equidad de género y se encuentran estrechamente relacionadas con sus posibilidades de participar en el mercado de trabajo.” (Lidia Heller, 2010, p 17)

El desarrollo económico de la mujer es un tema que, como se ha visto a lo largo de toda la investigación, no solo tiene gran influencia en la lucha por la igualdad de género, sino que también influye en el desarrollo integral de la mujer, ya que, al tener una estabilidad económica, esta puede tener acceso a diferentes oportunidades que la ayudan a crecer como persona.

**Desarrollo social.** Un elemento importante que conlleva el emprender es el desarrollo social de la mujer. En el mundo de los negocios las relaciones que se forman unos entre otros son muy importantes, es decir el *networking*, ya que estas le permiten a la mujer acceder a personas o entidades, que pueden resultar de interés para su negocio (Pantoja,2015). Por ello, el saber relacionarse, escuchar, dialogar y exponer las ideas propias son características importantes que se ven potenciadas al emprender, debido a que el emprendedor se ve expuesto a socializar para de esa forma asegurar el éxito de su negocio.

Otro punto importante en el desarrollo social de la mujer es el empoderamiento. Urzelai (2014) define el empoderamiento como este proceso de cambio personal y colectivo, el cual genera la transformación de las relaciones de poder que existen entre los hombres y mujeres, por esto mismo, define al empoderamiento como este concepto poderoso, que es caracterizado por ser estratégico, cargado de positividad y dirigido al desarrollo de las capacidades personales y colectivas de las mujeres.

**Desarrollo emocional.** Muchas mujeres emprendedoras tienen como principal motivación la búsqueda de independencia que le permita resolver el dilema entre la vida personal y la laboral. (Viadana, Zubeldia, Tomarelli y Morales, 2016)

El ser independiente es un elemento importante en el desarrollo emocional de la mujer; según la RAE (2020). El ser independiente en un emprendimiento quiere decir no tener un jefe, y depender de uno mismo. Esto también conlleva a que cada persona es dueña de sus propias acciones y responsable del éxito de su negocio.

La independencia está fuertemente ligada con la entereza y la firmeza de carácter (RAE,2020), por lo que se puede ver claramente cómo influye en el aumento tanto de la autoestima como de la confianza de la mujer, haciendo de esta una mujer segura de sí misma y con las herramientas emocionales necesarias para enfrentar los distintos retos

que se le enfrentan en el camino, de forma que no se derrumbe ante la primera adversidad y funcione como el punto de apoyo de todo su equipo laboral.

**Calidad de vida.** Desde el punto de vista psicológico “la utilización del concepto de Calidad de Vida (CV) puede remontarse a los Estados Unidos después de la Segunda Guerra Mundial, como una tentativa de los investigadores de la época de conocer la percepción de las personas acerca de si tenían una buena vida o si se sentían financieramente seguras (Campbell y Meeberg en Urzúa y Caqueo-Urizar, 2012). Por ello, se dice que tienen una buena calidad de vida a las personas que están tanto personalmente como económicamente en buena posición, como se ha demostrado a lo largo de toda la investigación, las mujeres no han tenido un camino fácil para tener una buena calidad de vida, ya sea con deficiencia en el lado económico o en el lado personal, es por ello, que podemos apreciar como la oportunidad de emprender y los beneficios que estos otorgan han tenido un efecto positivo en las mujeres, dándoles así satisfacción ellas mismas y con su vida.

### **Cursos del Centro de Educación Técnico Productiva del Perú (CETPRO) Sagrado Corazón Chalet**

#### ***Historia y Objetivos***

Para conocer un poco sobre los inicios de los cursos de oficios dados por la institución Sagrado Corazón de Chalet se conversó con el ex director Isaac Cuya.

Cuya (2020) nos comentó cómo se empezó con la implementación de estas clases, empezando con los cursos del Centro Nacional de Capacitación (CENACAP), luego del cual pasaron al Centro de Educación Ocupacional, terminando finalmente en la implementación de los cursos ofrecidos por el CETPRO.

Los cursos CETPRO tiene como objetivo principal el capacitar en competencias laborales y fomentar el emprendimiento a jóvenes y adultos, para fortalecer así la

empleabilidad y productividad (Ventura,2016). Pero esta no fue la única razón por la que el Sagrado Corazón de Chalet decidió implementar el CETPRO, sino que según comentó Cuya, fue debido a la capacitación y las habilidades que presentan sus docentes, ya que un docente “tenía que dominar su carrera técnica porque para capacitar a un alumno y desarrollar sus capacidades necesitamos de docentes que dominen la especialidad”.

### ***Cursos Ofrecidos***

La cantidad de cursos que ofrece el CETPRO Sagrado Corazón de Chalet depende de la demanda laboral que haya en el momento, en el año 2020 se están ofreciendo los siguientes cursos: artesanía y manualidades, hostelería y turismo, administración y comercio, estética personal, textil y confección, construcción, computación e informática y, por último, cuero y calzado.

Estos cursos se dividen en módulos de aproximadamente 2 meses y medio y luego de completar las 300 horas de clases el CETPRO les otorga un certificado de estudios, respaldados por el Ministerio de Educación, con el título de auxiliar técnico, de forma que puedan utilizar lo aprendido en el mundo laboral.

En una encuesta realizada a varios estudiantes del CETPRO Sagrado Corazón, de ambos sexos, se pudo percibir que alrededor de un 61,8% se inscribe a estos cursos con el objetivo de realizar un emprendimiento, un 16,4% para tener un pasatiempo, y el resto por diferentes motivaciones.



*Figura 1. Encuesta sobre la razón de su inscripción en los cursos de los alumnos del CETPRO Sagrado Corazón Chalet Chorrillos. Fuente propia*

### ***Emprendedoras CETPRO Exitosas***

En una entrevista con la directora del CETPRO Sagrado Corazón de Chalet, María Angélica Salas, mencionó que para poder comprobar la eficiencia de estos cursos la administración del CETPRO mantiene un libro de seguimiento de las ex alumnas, de forma que tienen un registro de aquellas que han realizado un emprendimiento o se han insertado en el mercado laboral de forma dependiente.

Varias de estas alumnas han realizado emprendimientos a partir de estos cursos como es el caso de Sonia Arteaga, que formó su negocio Ambrosía dedicado a hacer pasteles y postres, o el caso de Junny Torres, que empezó a dar clases y cursos virtuales de pintura, además de la venta de materiales artísticos.

### ***Situación Actual***

Los cursos del CETPRO han progresado para poder ofrecer el mejor servicio posible, actualizando la metodología de enseñanza por los profesores, y el plan de estudios, realizando la virtualización de clases debido al aislamiento social por la pandemia del COVID-19, o el hecho de otorgarles un certificado, aprobado por la MINEDU, a sus alumnas de forma que les dan la validez necesaria a lo que han aprendido para realizar su propio negocio, de forma que ellas puedan lograr su objetivo.

María Angélica Salas comentó que debido a la virtualización de los cursos la estructura de estos sufrió algunos cambios, por ejemplo, se concentró más en las horas teóricas, de forma que la alumna ahora llevaba tres horas teóricas y tres horas prácticas, en las plataformas de Google Classroom y Zoom, también debido a que algunos cursos necesitan del uso de maquinaria se programó la recuperación de las horas prácticas una vez el Estado del permiso para las clases presenciales, además mencionó que los profesores se adaptaron al uso de las herramientas virtuales como lo son el uso de videos o de presentaciones en Power Point que sirvieron como material

complementario en las clases, y por último, la adicción de materiales sobre gestión para los alumnos, para así prepararlos en la organización de sus negocios.

### **Diseño Gráfico**

El diseño gráfico es un área que ha ido evolucionando con el paso del tiempo, experimentando cambios académicos, prácticos y tecnológicos que han implantado poco a poco una serie de principios que permiten que el diseño gráfico sea una profesión que se puede enseñar, comprender, categorizar y practicar. (Gómez-Palacio y Vit en Gontovnikas, 2017)

Esta evolución ha permitido que cada vez más personas tomen importancia sobre el potencial de esta profesión ya que el diseño tiene un vínculo fuerte con la comunicación, además de que es una actividad que tiene el potencial de moldear la comunicación, transformándola en una red en la cual el cambio de los diversos lugares son variables constantes. (Tapia en Gontovnikas, 2017)

Debido a lo extenso que es el diseño gráfico en sí, se desarrollarán 3 elementos importantes de este que permitirán al lector tener una mejor comprensión sobre este tema: la concepción moderna del diseño, la gestión del diseño y el proceso de diseño.

#### ***Concepción Moderna del Diseño***

La concepción que las personas tienen sobre el diseño gráfico ha ido cambiando poco a poco, Sáez tiene esta postura sobre el diseño gráfico hoy en día:

En la actual sociedad de consumo, la imagen y el mensaje que transmitimos cobra especial relevancia. Las empresas lo saben bien. Por eso, el diseño gráfico es uno de los aspectos más importantes de su estrategia, porque es la mejor forma de diferenciarse y de potenciarse frente a la competencia (2020 s.p).

El rol de los medios de comunicación ha tomado gran relevancia hoy en día, trayendo consigo una sobreexposición de las personas, podemos tomar como ejemplo de esto

las redes sociales, en las cuales las personas pasan a ser marcas que se tienen que transmitir. Esto se relaciona con el diseño gráfico, el cual no deja de ser una manera en la que una marca puede mostrar y compartir su identidad al resto. (López en Sáez, 2020)

Por ello, se puede concluir que en una sociedad que depende de la imagen, y que se desarrolla en gran velocidad, el diseño gráfico se convertirá en una pieza clave para poder comunicarse de manera eficiente, en un principio para las empresas, ya sean grandes o pequeñas, y luego para todos en conjunto.

### ***Gestión del Diseño***

Entendemos que uno de los valores que tiene el diseño gráfico es su relación con la comunicación, y esto es algo que las empresas han empezado a notar con el tiempo.

Pero esto no queda solo en las empresas, Sáez (2020) señala que no solo las empresas notan las ventajas que otorga el diseño gráfico, sino que en la situación de cuarentena que trajo la pandemia del COVID – 19, los medios de comunicación y administraciones se han esforzado en expresar de una forma clara y atractiva la gran cantidad de información y normas que han surgido durante esta situación.

Este es un claro ejemplo de cómo la gestión del diseño gráfico ha sido de ayuda para que estas entidades logren comunicarse de la manera más efectiva posible, y que esta gestión no solo abarca a empresas que te tratan de vender un producto o servicio, sino a las mismas instituciones y los medios de comunicación en sí.

### ***Proceso de Diseño***

Describir cómo funciona el diseño gráfico puede ser muy complicado e intrincado en algunos casos, pero lo más importante es que se tiene que pensar en el diseño como algo estratégico, pensar en para qué es necesario. Es verdad que, en la mayoría de los casos, son los clientes con los que se trabaja los que aportan la idea principal o el



concepto que se tiene que comunicar, pero la esencia y la labor del diseñador gráfico es mucho más amplio que esto, una de las funciones del diseñador es diagnosticar las necesidades que presenta este cliente, e incluso intervenir en el proceso de creación del producto. (López en Sáez, 2020)

Por ello, el rol del diseño gráfico no se detiene en solo seguir las instrucciones de lo que el cliente desea, sino que abarca un proceso de análisis en el que se tiene que percatar en lo que es mejor para el cliente, percibir sus necesidades, y si es posible en la mayor parte posible del proceso de creación del producto o servicio a vender.

### **Diseño y Emprendimiento**

Si bien podemos ver un mayor manejo del diseño gráfico en las grandes empresas, el manejo de las marcas también se da en los emprendimientos, por ello, es importante que los emprendedores aprendan a gestionar su marca. Hay muchos autores que hablan sobre qué es la marca, y su funcionamiento en el mundo empresarial, en este caso se toará la descripción dada por Costa (2013), la cual expone que:

La marca es, al mismo tiempo, una cosa que la empresa genera y controla, y un juego a dos bandas. De hecho, no es una construcción unilateral, sino una construcción

social. Pero esta construcción no es en absoluto abstracta ni arbitraria. Tiene sus fundamentos, sus materiales, sus mecanismos, y sus leyes reales y concretas. Los fundamentos son los “ladrillos” que la empresa ofrece para esa construcción, y que en realidad son fragmentos de su conducta. Es ésta la que determina verdaderamente lo que la marca es y representa para sus públicos. (p 31)

En la relación que hay entre el diseño gráfico y el emprendimiento podemos exponer muchas cosas, pero en este caso se resaltarán las más relevantes para esta investigación, como la identidad de marca, la gestión de marca, entre otros.

### ***Identidad de Marca***

La identidad de marca o identidad corporativa es un punto clave que las empresas deben trabajar, ya que ayuda a orientar las decisiones, políticas, estrategias y acciones que toman las empresas, y refleja los principios, valores y creencias fundamentales que las caracterizan. (Collins y Porras en Capriotti, 2009)

El manejo de la identidad de marca es algo visto por muchos diseñadores, algo Capriotti (2009) señala sobre este tema es que “las organizaciones deben orientar sus esfuerzos a establecer una Identidad Corporativa fuerte, coherente y distintiva (de sus productos y/o servicios y de la organización en sí misma) y comunicarla adecuadamente a sus públicos.” (p 11) Es por ello, que un buen manejo de la identidad de marca es importante en la comunicación que tendrá la empresa con su público y en la manera en la que será percibida por este.

### ***Gestión de Marca***

Uno de los referentes que se toman cuando se quiere aprender sobre las marcas es a Joan Costa (2013), el las describe como complejas y difíciles de distinguir, y, por lo tanto, difíciles de dominar, debido a que son combinaciones irregulares de diversos elementos y variables. Costa divide a la marca en dos, por un lado, están los elementos físicos, materiales, tangibles, entre otros; y, por otro lado, los aspectos psicológicos subjetivos, socioculturales y con carga emocional; los cuales se mezclan constantemente formando una textura, llamada marca.

La gestión de la marca ha sido un tema estudiado continuamente, e incluso tiene su propia categoría en el estudio del diseño, llamado “branding”. Capriotti (2009) afirma que “... el concepto de “branding” no se limita sólo al nivel de los productos o servicios de una entidad, sino que se puede aplicar a cualquier sujeto susceptible de realizarle una acción de “gestión de los atributos de identidad”.” (p11).

### ***Imagen de Marca***

La imagen en el área de diseño gráfico ha sido un concepto profundamente estudiado, ya que es uno de los elementos claves para su funcionamiento. Capriotti (2006) ha realizado un estudio sobre la imagen, en el cual resalta que hay que entender a la imagen como un “producto” del receptor, es decir, como una idea, concepto o actitud, que se forma en base a la interpretación que tiene el receptor de las informaciones que recibe sobre algo o alguien. En base a esta definición Capriotti hace una categorización de tres tipos de imagen que son relevantes para esta investigación: la imagen de producto, que es la imagen que tiene el público sobre el producto en sí y en la cual no influyen las características de la empresa; la imagen de marca, que es la actitud que tienen los consumidores acerca de una determinada marca o el nombre de un producto y puede actuar o no de forma independiente a la imagen de la empresa; y, por último, la imagen de empresa, que es la actitud que tienen los consumidores a la empresa en sí, lo que representa y lo que comunica, y engloba la idea que tiene el público sobre sus productos, las actividades que realiza y su conducta. Por ello, es importante que las empresas mantengan una buena imagen y que esta mantenga coherencia con los valores característicos de su identidad, ya que, tal y como lo menciona Capriotti, esta imagen será la idea que tendrá el público sobre la marca, e influirá en el comportamiento que este tenga, ya sea positivo o negativo, sobre la marca.

### ***Pymes y Diseño***

Como ya se ha mencionado, hay una relación fuerte entre el diseño y las empresas, y como un buen manejo del diseño gráfico ayuda a su comunicación y la percepción que el público tiene sobre estas. Es por ello que es importante resaltar que el diseño gráfico es funcional para todo tipo de empresas, incluso las pymes. Gandulfo (2015) realizó una investigación sobre la relación del diseño gráfico y las pymes, en la cual analizaba

los puntos ya desarrollados, como la imagen de marca, la gestión de marca y la identidad de marca. En este estudio, Gandulfo recalca que es difícil para las pymes que recién estén ingresando al mercado puedan concretar todos estos puntos con rapidez y eficiencia, es por eso, que estas pymes tendrán que poner un esfuerzo especial en este proceso, en el cual tendrán que medir la aceptación del cliente, la repercusión que su producto o servicio tiene en el mercado y como la marca plantea sus estrategias; desarrollando así un buen plan de comunicación, después de obtener experiencia en el rubro, de forma que puedan generar una imagen empresarial eficiente.

### ***Calidad a través del Diseño***

El tema de la calidad en el diseño es un tema complicado e interesante de analizar, Castro, Dávila y Cházaro (2017) plantean que:

El producto final es necesario que responda a una serie de factores previamente establecidos, Joan Costa (1994) en La imagen global, los enlista como: una necesidad de comunicación de un cliente, seguida por un proceso de codificación por parte del diseñador, mediado por el formato elegido, para finalmente impactar al consumidor con el mensaje terminado. Dicho proceso no es rígido, y varía dependiendo de cada diseñador y de cada proyecto. Por ello medir y evaluar la calidad, no es tan fácil, ni tan claro como lo sería en otras actividades. (p 116)

Se han buscado distintos tipos de metodología y teorías que ayuden a establecer parámetros que sirvan para medir la calidad en el diseño, pero debido a la subjetividad del tema ha sido complicado establecerlos, por ello, se pueden evaluar los resultados obtenidos en cada etapa del proceso de diseño, pero finalmente una vez que se introduzca el producto o servicio final al público, los resultados que antes parecían correctos, pueden ser variables. Debido a esto, se podría decir que un diseño sea considerado de calidad debe cumplir con el fin con el que se generó de manera eficiente

en todos sus aspectos, tanto de comunicación, función y producción. (Castro, Dávila y Cházaro, 2017)

Por esto, tanto los diseñadores como los emprendedores, deben estar atentos a la reacción y el impacto que tienen sus productos en el consumidor, de forma que puedan percibir algún error o lugar donde se podría mejorar de forma que se garantiza un producto o servicio de calidad y de agrado para el consumidor.

### **Diseño Web**

El diseño gráfico se divide en varias ramas, siendo una de ellas el diseño web. El objetivo principal del diseño web es formar la interacción que tendrá el usuario con la aplicación o página web, y, por lo tanto, facilitará o no a que el usuario consiga los objetivos por los que entró a la plataforma, los cuales pueden ser: la búsqueda de información, el realizar una compra, comunicarse con otras personas, aprender algo nuevo, etc. (Hassan, Fernández e Iazza, 2004)

Por eso, al diseñar una página web hay que tener en claro que el objetivo principal es que el usuario tenga la mejor experiencia posible y pueda conseguir sus objetivos.

### ***Experiencia de Usuario***

Para conseguir que el usuario tenga una buena experiencia al utilizar una página web o una aplicación primero hay que entender qué es la experiencia de usuario o UX (*user experience*) como se le conoce comúnmente.

Podemos entender la experiencia de usuario de la siguiente manera:

A diferencia de la usabilidad, que es la capacidad de un producto o servicio para ser utilizado por su público objetivo en un contexto de uso, la experiencia del usuario es un concepto más amplio e incluye las emociones de los usuarios, sus expectativas, preferencias, percepciones, creencias y respuestas físicas y/o psicológicas. (González y Marcos, 2013, p 3)

Esto es algo que hay que tener en cuenta al momento de desarrollar el diseño. Ha habido varias teorías sobre cómo realizar un diseño web con grandes niveles de usabilidad, uno de estas teorías es el diseño web centrado en el usuario.

En el diseño web centrado en el usuario se asume que tanto el proceso de diseño como el desarrollo del sitio web deben estar guiados por el usuario, es decir, tomando como guías sus necesidades, sus características y los objetivos que ellos tienen en mente; esto implica que los usuarios estén involucrados desde el primer momento del proceso, que el diseñador tenga conocimiento y comprenda sus características, que sepa sus necesidades y la razón del por qué visita el sitio; además es importante comprobar el funcionamiento del diseño con los usuarios, ver cómo reaccionan ante el diseño, y cómo experiencia al usarlo, permitiendo al diseñador realizar un diseño innovador que tenga como objetivo mejorar en lo máximo posible la experiencia que tenga el usuario al navegar en la página web. (Hassan, Fernández e Iazza, 2004)

Por ello, siempre hay que mantener un vínculo con el usuario ya que depende de él que el diseño de la página web o la aplicación sea un éxito y cumpla su función.

### **Estado del Arte**

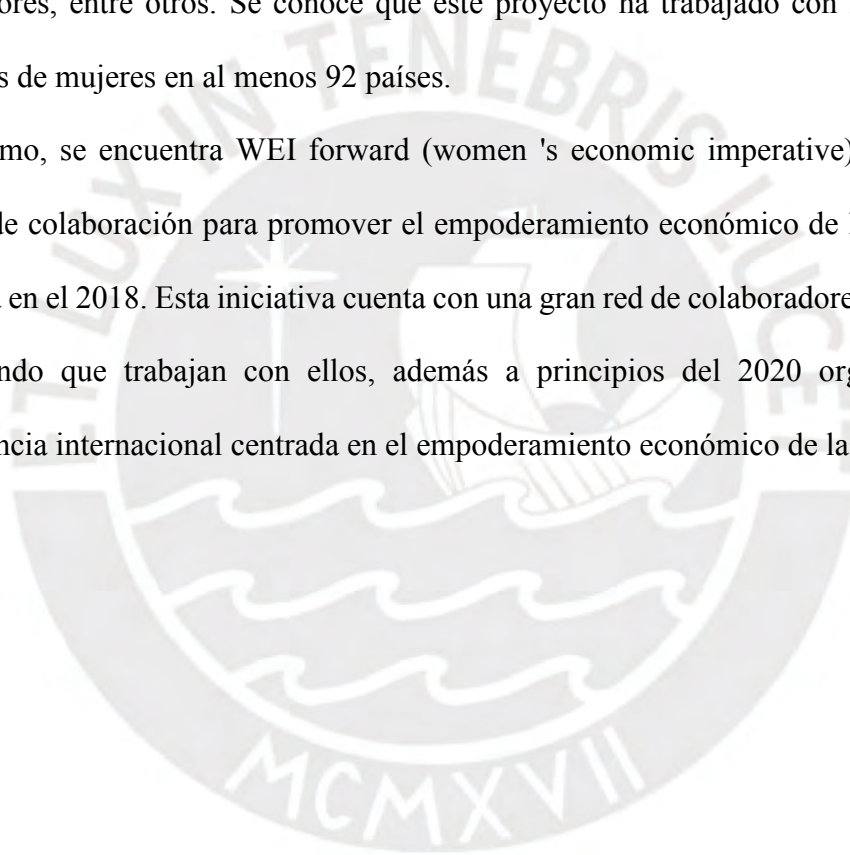
Para el estado del arte se tomaron en cuenta 4 fuentes que han trabajado el tema del emprendimiento: Lima oculta, Rurag Maki, el proyecto 5by20 de Coca Cola Company y el WEI forward (women 's economic imperative).

Lima oculta es una plataforma digital que busca promover el desarrollo empresarial de los artesanos peruanos a través de la gestión del diseño, fue fundada en el 2018 y hasta el año 2020 ha formado tres proyectos con varios artesanos peruanos ayudándolos a formar y promocionar sus empresas.

También se tiene a Ruraq Maki, la cual es una plataforma virtual, fundada en julio del 2007, que busca impulsar la producción, difusión y comercialización del trabajo de los

artesanos peruanos. El trabajo de Ruraq Maki ha ido creciendo a través de los años y ahora cuenta con el respaldo del Ministerio de Cultura para seguir con sus actividades. Por otro lado, se encuentra el proyecto 5by20 de Coca Cola Company, lanzado en el 2010, el cual busca equipar a las mujeres emprendedoras para superar las barreras sociales y económicas al brindarles capacitación en habilidades comerciales, acceso a servicios y activos financieros, y conexiones con pares y mentores, por ello trabaja con las mujeres que se encuentra dentro de su cadena de valor, como lo son las minoristas, productores, entre otros. Se conoce que este proyecto ha trabajado con más de 3,2 millones de mujeres en al menos 92 países.

Por último, se encuentra WEI forward (women 's economic imperative), iniciativa global de colaboración para promover el empoderamiento económico de las mujeres fundada en el 2018. Esta iniciativa cuenta con una gran red de colaboradores alrededor del mundo que trabajan con ellos, además a principios del 2020 organizó una conferencia internacional centrada en el empoderamiento económico de las mujeres.



## CAPÍTULO III

### **Metodología**

Para esta investigación se utilizaron distintos métodos y herramientas que ayudaron a recaudar y analizar la información necesaria, permitiéndole a la investigadora realizar una investigación clara y ordenada de todos los elementos que componen este problema. Esto ayudó a que se pueda esclarecer el contexto en el que se encuentra el problema, su profundidad y una propuesta de proyecto que ayude a resolverlo.

### ***Descripción de los Actores***

Esta investigación se basó en el estudio de tres actores principales: las alumnas que están actualmente llevando clases en el CETPRO, las ex alumnas que han formado un emprendimiento en base a lo aprendido en los cursos que llevaron y al CETPRO Sagrado Corazón Chalet como institución, con los cuales se pudo tener contacto gracias a que familiares de la investigadora se encuentran inscritos en estos cursos, permitiendo así una comunicación directa con los actores involucrados.

Cada uno de estos actores fue estudiado con diferentes objetivos y metodologías, de forma que se tenga como resultado diferentes aspectos del problema.

En el caso de las alumnas actuales del CETPRO, se quiso obtener información técnica de las alumnas, como el rango de edades y cantidad de clases que llevan, si eran amas de casa o trabajan y si sabían o no sobre los beneficios que tiene el emprender.

Con las ex alumnas que ya emprendieron se quiso obtener su perspectiva sobre las clases, su situación una vez que egresó, cómo utilizó lo aprendido, y qué beneficios le trajo emprender su propio negocio, de forma que se pueda confirmar si las clases tuvieron un resultado positivo.

Y en el caso del CETPRO se estudió a dos representantes de la institución: al ex director, el cual se jubiló en diciembre del 2019, a la directora actual, y a los profesores.



Con el ex director se quiso saber cómo fue el inicio y el proceso que tuvieron estos cursos en el colegio Sagrado Corazón de Chalet, las expectativas con las que se empezaron, la tasa de éxito, sus objetivos y cómo perciben sus resultados, en contraste con la directora actual, de la cual se quería saber la situación actual de las clases, la tasa de éxito, el efecto que tuvo en esta la cuarentena, que objetivos y resultados se esperan de los cursos, y si algo ha cambiado en comparación con años anteriores. En el caso de los profesores del CETPRO, le interesaba a la investigadora saber cómo se dan las clases, su percepción sobre las alumnas, y su percepción de la problemática. De forma que se obtenga no solo información técnica sobre la estructura del CETPRO, sino información más cercana sobre la situación actual de las alumnas en comparación con los objetivos de la institución.

### ***Descripción del Campo***

Para poder analizar a los actores se estableció el campo de estudio. En este caso las clases e incluso los momentos anteriores y posteriores a estos, en los cuales se puede percibir el comportamiento de las alumnas y del personal del CETPRO. Pero, debido a la situación de cuarentena ocasionada por el COVID-19, el CETPRO pasó de dar clases presenciales a dar clases virtuales, por lo que no había un establecimiento donde se reúnan todos los actores y se los pueda estudiar de forma presencial, esto llevó a una serie de ajustes en el análisis del campo, se dejó de estudiar los momentos anteriores y posteriores de las clases y se pasó analizar las clases virtuales y su material de trabajo, además debido a que no se tenía acceso directo con los actores se utilizaron distintos métodos virtuales (llamadas, correos, entre otros) para poder llevar a cabo el análisis de estos.

### ***Métodos y Herramientas***

Para poder analizar a los actores se utilizaron tres herramientas principales: las entrevistas, las encuestas y la observación participante.

El realizar entrevistas tanto a las ex alumnas emprendedoras como a la institución CETPRO (ex director, directora y profesores) permitió a la investigadora ahondar un poco en detalles que no se hubieran podido conseguir por otros medios, ya que al momento de entrevistar al actor se abre la oportunidad de realizar preguntas en base a las respuestas que va otorgando el entrevistado. Debido a la situación de cuarentena estas entrevistas se realizaron a través de dos medios: llamadas telefónicas y correos electrónicos.

La segunda herramienta que se utilizó fue el uso de encuestas virtuales para las alumnas actuales del CETPRO. Esto permitió obtener datos cuantitativos sobre distintos aspectos de las alumnas, para poder entender la profundidad del problema y plantear una solución.

Por último, se utilizó la observación participante de las clases de uno de los cursos del CETPRO; con el respectivo permiso del profesor la investigadora se conectó a la clase virtual del curso de Artesanías y Manualidades en la plataforma Zoom, para así poder observar y analizar la metodología de la clase, la relación entre el profesor y las alumnas y el comportamiento de estas durante de la clase, además del análisis al material académico de las clases como por ejemplo: fichas, Power Point entre otros; de forma que se pueda contribuir elementos nuevos a los resultados conseguidos por los métodos anteriores.

Estas herramientas permitieron que se pueda analizar la situación actual de estas alumnas, y así poder plantear una solución efectiva y en el contexto que se da en el CETPRO Sagrado Corazón de Chalet.

## Metodología de la Conceptualización

Para plantear el concepto se realizó un análisis de los resultados realizados en la investigación, el cual forma la base del proyecto.

En primer lugar, se realizó la elección del público objetivo al que se iba a comunicar, en este caso se eligió a las alumnas del CETPRO, y gracias a la investigación se establecieron sus características y aspectos importantes.

Una vez establecido el público objetivo, se procedió a realizar el llenado de unas fichas con preguntas que ayudarán a la investigación a establecer el mensaje, la importancia de este, la forma en que se comunicará y por qué medios. Con toda esta información se realizó un mapa semántico que ayudó a establecer el concepto, de forma que reúna todas las cualidades y funcione mejor para el objetivo del proyecto.

A partir de los resultados de este análisis se estableció el siguiente concepto: *la superación de mujeres*.

Por último, se realizó un *moodboard*, este estaba conformado por imágenes relacionadas al concepto establecido, generando como resultado una composición gráfica que permita establecer los elementos gráficos que formarán parte del proyecto, tales como: la paleta de color, la tipografía y el nombre de la marca Súper M.



Figura 2. Moodboard del concepto hecho a base de imágenes del internet. Fuente propia.



*Figura 3. Paleta de colores de la marca Súper M. Fuente propia.*

# IWONA BEBAS

*Figura 4. Tipografías principales escogidas para la marca Súper M. Fuente propia.*

Para la paleta de colores del proyecto se escogió una combinación de colores fuertes, brillantes y vibrantes. Y que al combinarlos demuestren no solo alegría, sino que también transmitan esta fuerza de superación que identifica a estas mujeres.

Lo mismo fue en el caso de las tipografías escogidas para el proyecto. Se eligieron dos tipos principales, la Iwona, constituida por trazos altos y elegantes, que representen elegancia y feminidad, y la cual será utilizada para la mayoría de los textos. Y la Bebas, una tipografía con peso y con trazos fuertes, la cual está sumamente unida al concepto de superación, y por ello, es la fuente utilizada en el logotipo del proyecto.

## **Metodología de la Validación**

Para poder validar el funcionamiento de este proyecto se utilizará la validación a través de un juicio de pares. Este método de validación consiste en un grupo de profesionales relacionados al tema del proyecto, como por ejemplo profesionales en el área de educación, diseño gráfico, entre otros; los cuales analizarán el plan del proyecto y determinarán si es una vía posible para solucionar el problema planteado.

Este tipo de validación es un método eficiente para comprobar el funcionamiento del proyecto sin tener que aplicarlo en forma física en la realidad, ya que esto conlleva una serie de dificultades que impiden a la investigadora de aplicar el proyecto.



## CAPÍTULO IV

### Concepto

A través del análisis que se realizó durante la investigación sobre las alunas del CETPRO y el emprendimiento se realizó un mapa conceptual (Figura 4) en el cual se colocaron los distintos aspectos claves encontrados durante todo el proceso, tales como este sentimiento de empoderamiento, de la búsqueda de salir adelante, independencia, autoestima entre otros.



Figura 5. Mapa conceptual de la búsqueda de concepto. Fuente propia

Todos estos aspectos desembocaron en lo más importante y permitía formar la base del proyecto formando el concepto: *la superación de las mujeres*, ya que el emprender promueve la independencia de las mujeres no solo en el área económica, sino también en lo sentimental y social; por ello, a través del proyecto se busca brindar a las alumnas el inicio para desarrollar un emprendimiento propio y con esto ser competitivas en el exigente mercado peruano.

Esto también ayudó a construir el nombre del proyecto “Súper M”, esta propuesta de nombre surge de una combinación entre superación y mujer. Por ello, jugando con el concepto de superación y fuerza, se presenta a la mujer como una “súper heroína”.

## Descripción del Proyecto de Diseño

El proyecto Súper M consiste en el desarrollo de un programa social de asesoría y capacitación en gestión de diseño gráfico en los emprendimientos de las mujeres del CETPRO Chorrillos para lograr altos estándares de calidad y ser difundidos en el portal web del proyecto. De la mano de jóvenes diseñadores voluntarios quienes serán los asesores para el análisis y mejora de cada emprendimiento.

Este proyecto se dividirá en dos partes, por un lado, tenemos el taller de capacitación “Diseño Gráfico para Emprender” con el cual se busca ayudar a manejar el emprendimiento de estas mujeres y lograr que sean realizados con altos estándares de calidad, incluyendo una definida imagen de marca, presentaciones, empaques y etiquetas.

Por otro lado, se tiene el portal web, el cual es un espacio en donde ellas podrán difundir las marcas y productos de sus emprendimientos y así tener más posibilidades de éxito. Este portal web no tiene la función de vender los productos, sino de ser un contacto entre las emprendedoras y sus posibles clientes.

El taller de capacitación se realizará junto con la ayuda de dos grupos de diseñadores voluntarios, unos que ayudarán a las alumnas de forma personalizada y otros que se encargarán de impartir los temas de cada clase. Los diseñadores gráficos que tengan experiencia en docencia son los que les darán a las alumnas una clase básica sobre distintos temas de diseño gráfico de forma que ellas tengan un conocimiento básico de estos y los puedan aplicar a sus emprendimientos. Estos temas son: El diseño gráfico y su relación con el emprendimiento. La identidad de marca, imagen y comunicación. Presentaciones, empaques y etiquetas; y cómo fotografiar para redes sociales.

En cada clase el diseñador colaborador realizará una ponencia de 40 - 50 minutos sobre su experiencia y la importancia del diseño, luego se dará paso a la explicación del tema

a tratar, posteriormente se realizará una actividad donde cada alumna en compañía de un diseñador gráfico voluntario realizará un ejercicio aplicando el tema de clase a su emprendimiento; por ello, se está otorgando en esta primera edición cupo para 10 alumnas, para que así a cada una se le pueda asignar un solo diseñador que la acompañe a lo largo de todo el taller. Los diseñadores evaluarán ciertos criterios de los proyectos de las alumnas para poder realizar una correcta asesoría.

El taller constará de 5 sesiones de 4 horas, una vez por semana, en donde las 4 primeras clases se explicarán los temas y se realizarán las actividades, y en la quinta sesión las alumnas presentarán los resultados obtenidos en el taller, elaborados a partir de la asesoría del grupo de diseñadores voluntarios. A partir de esta presentación junto con los diseñadores que colaboraron en el taller se decidirán los emprendimientos que serán incluidos en el portal web.

Para lograr los objetivos se desarrolló el silabo del taller que permite tener una visión de todas las actividades a desarrollar durante todas estas semanas. También se elaboró un cronograma (anexo 8) dirigido a los colaboradores del taller para que sepan que temas se realizan en cada sesión, cual es el tiempo por cada actividad realizada en las sesiones y los recursos a utilizar. Además de dos rúbricas, una para la evaluación de cada sesión (anexo 9) y otra para la evaluación final (anexo 10) que se realizará en la última clase y con la cual se decidirá que emprendimientos se incluirán en el portal web.

La dirección del proyecto se encargará de armar y organizar el equipo de diseñadores tanto para dictar las clases de capacitación, para lo cual deben tener experiencia en docencia, y el equipo de diseñadores voluntarios que acompañarán a las emprendedoras en el desarrollo y construcción de la marca de cada una de ellas.



Este grupo de voluntarios estarán al pendiente durante toda la duración del taller, permitiendo establecer vínculos entre empresaria y diseñador para que después de terminada las clases ellas puedan seguir solicitando los servicios de estos voluntarios, pero con una clara idea del pago del servicio.

Además del taller de capacitación también se cuenta con el portal web. En este portal se incluirán los emprendimientos de las alumnas que cumplieron con los requisitos del taller, por lo que tiene que ser funcional y atractivo al público, para que este se vea interesado en los distintos emprendimientos que las alumnas promuevan, y encuentren la información necesaria para consumir de ellos. Por ello, se desarrolló un diagrama (anexo 11) con la información que se encontrará en el portal, de forma que la experiencia del usuario sea la más amigable.

En este portal, los usuarios que lo visiten podrán no solo conocer los distintos emprendimientos que ofrecen estas mujeres, sino que también se encontrarán con actualizaciones mensuales de los progresos, información sobre los objetivos del proyecto Súper M y los distintos colaboradores involucrados en su creación.

Partimos por entender que el diseño existe para solucionar problemas y que al mismo tiempo debe de ser democrático; es decir, para todos, buscando mejorar la calidad de vida de los involucrados. En este caso se detectó que este grupo de mujeres tienen muy buenos emprendimientos, careciendo de una orientación en diseño referido a marca, presentación y posicionamiento, por ello es importante resaltar que el proyecto Súper M no busca convertir a estas emprendedoras en diseñadoras gráficas, sino que puedan entender la importancia del diseño gráfico en el desarrollo de cualquier negocio.

Por lo general las personas que realizan emprendimientos pequeños toman a la ligera el tema de la marca, el logotipo, la etiqueta o empaque, colocando cualquier elemento para la venta de su producto o servicio; y a través de este proyecto se busca que las

alumnas comprendan la importancia del diseño y de construir y cuidar su imagen, siendo ellas las responsables directas de este proceso. Por esta razón es que se proponen las capacitaciones, reclutando a un grupo de diseñadores recién egresados para que sean el soporte de estas señoras, asesorando y generando un vínculo entre cliente y diseñador. Se establece una oportunidad de comenzar a conseguir clientes para este grupo de voluntarios y que puedan conservarlos en el tiempo. Así se educa en la importancia de contar con un profesional del diseño para resolver temas de comunicación visual. Es importante entender que para un diseñador que recién empieza el entusiasmo y dedicación debe de ser igual para un cliente grande o pequeño. La ventaja de esta oportunidad de SUPER M es que pueden crecer de la mano de estas emprendedoras y ver su evolución en la calidad y profesionalidad de los productos ofrecidos.

### ***Objetivos del Proyecto***

Para poder realizar este proyecto se establecieron los siguientes objetivos principales:

- Lograr que las mujeres sean capacitadas en gestión en diseño gráfico entendiendo la importancia del diseño mismo y de contar con un profesional que las pueda asesorar en temas de imagen, producto y difusión.
- Visibilizar y conectar los emprendimientos con un mercado que pueda consumir sus productos.
- Generar espacios de trabajo a jóvenes diseñadores que recién empiezan su vida profesional, teniendo en un inicio la oportunidad de hacer un voluntariado, para posteriormente tener clientes constantes.

## **Diseño de la Comunicación**

Para establecer la comunicación pertinente del proyecto de tal forma que se consiga buenos resultados primero se definió quien comunica el mensaje, a quién se le comunica y el rol que cumple cada uno de los actores involucrados.

Quien dirige la comunicación es la marca Súper M, pero este va a trabajar a través y en conjunto con el CETPRO Sagrado Corazón de Chalet, de forma que exista un contacto directo con las alumnas y se establezca una relación de confianza con más fortaleza.

Los actores a los que se les va a comunicar el proyecto son varios y cada uno de ellos cumple un rol específico. En primer lugar, están las alumnas de los cursos de emprendimiento del CETPRO Sagrado Corazón de Chalet a las cuales va dirigido tanto el taller de capacitación como la labor que cumple el portal web y son el público objetivo principal del proyecto. En segundo lugar, están los familiares de estas alumnas, los cuales influyen en alguna medida a las decisiones y las conductas que las alumnas puedan tomar. En tercer lugar, están los potenciales clientes de estos emprendimientos, a los cuales se les va a comunicar vía el portal web, de forma que entren a este espacio y se informen sobre los distintos emprendimientos que estas mujeres ofrecen, debido a que los potenciales clientes son clave en el funcionamiento de los emprendimientos. En cuarto lugar, están las alumnas de las otras instalaciones del CETPRO que se pueden ver interesadas por el alcance y difusión del proyecto. En quinto lugar, está la institución CETPRO, la cual cumple el rol de aliado de Súper M, y va a ayudar a comunicar los objetivos de este proyecto a las alumnas, por ello se debe mantener una comunicación clara y constante sobre las distintas fases que se van desarrollando. Y finalmente los diseñadores gráficos voluntarios, que cumplen el rol

de aliados colaborando durante todo el proceso de capacitación de las alumnas en los talleres.

Luego se establece la forma en que se va a dar esta comunicación, hay que tener en cuenta que este proyecto consta de dos partes, el taller de capacitación y el portal web. Por un lado, tenemos la comunicación del taller de capacitación a las alumnas del CETPRO, de forma que estas se inscriban y pasen por todo el proceso de capacitación. Para esta parte se plantea una campaña publicitaria dentro del CETPRO, mediante el uso redes sociales, publicidad vía mailing electrónico.



Figura 6. Mailing de convocatoria para el taller de capacitación "Diseño gráfico para emprender de Súper M. Fuente propia.

Al mismo tiempo, tenemos la comunicación del portal al público externo, de forma que los emprendimientos que sean promovidos en el portal tengan un público al cual dirigirse para vender. En esta parte se plantea una campaña mediante el uso redes sociales, publicidad en correos electrónicos, y uso de redes sociales.

La comunicación del proyecto seguirá lo siguientes pasos:

- Se realizará una campaña publicitaria dentro del CETPRO para tener un contacto directo con las alumnas que son el público objetivo.
- Convocatoria de diseñadores gráficos para el apoyo en el taller.

- El taller se desarrollará en clases de 4 horas (1 vez por semana) durante cinco semanas.
- En cada clase se dará un tema diferente, se realizará una explicación general del tema y luego se hará una actividad aplicando el tema, los diseñadores ayudarán a las alumnas a aplicar el tema dependiendo de su emprendimiento para obtener mejores resultados.
- En la última sesión del taller se hará una presentación de los resultados que desarrollaron los diseñadores con las emprendedoras.
- Junto con los diseñadores colaboradores se seleccionarán los emprendimientos que se añadirán a la plataforma.
- Se realizará una publicidad tanto virtual (redes) como física (paraderos, afiches, etc.) fuera del CETPRO sobre el proyecto buscando así visitas para el portal web.

El mensaje principal que se transmite a las alumnas y a todos los involucrados es conocer que la marca es un concepto, una experiencia, y que toda empresa así sea pequeña o grande debe de entender el manejo y cuidado de la misma. Respetando la relación con los clientes. Entendiendo estos conceptos actuales estamos logrando educar en diseño a los emprendedores porque uno de los objetivos es hacer entender la necesidad de considerar el diseño gráfico como parte inicial de la inversión y que ello permite destacar en un mercado tan competitivo como el de estos tiempos de pandemia.

### ***Descripción del Público Objetivo***

El público objetivo de este proyecto son las alumnas del CETPRO Sagrado Corazón de Chalet. Para poder realizar la planificación del proyecto, y cómo este se iba a comunicar primero se realizó un análisis de las características de estas alumnas, de forma que sea más sencillo entablar una relación exitosa con ellas.

En base a los resultados de las investigaciones que se realizó a estas alumnas a través del uso de la encuesta y el trabajo de campo durante las clases virtuales se establecieron las siguientes características:

- La mayoría tiene más de 30 años.
- Muchas son amas de casa.
- Del grupo que si trabaja hay variedad entre trabajadoras dependientes e independientes.
- Sin experiencia en el uso de herramientas tecnológicas.
- Manejan algunas aplicaciones de los celulares (redes sociales) y no tanto de las computadoras (zoom, entre otras).
- No saben cómo gestionar un negocio.
- Algunas no emprenden por falta de presupuesto o tiempo.

### **Elementos Gráficos**

Los elementos gráficos desarrollados para la marca son varias y cada una con un objetivo en particular, respondiendo al concepto base del proyecto. Se desarrolló el logotipo de la marca utilizando la paleta de colores y las tipografías que se mencionaron anteriormente, de forma que la marca Súper M tenga una imagen fuerte y clara. Además del logotipo principal de la marca también se desarrolló tres variaciones, de forma que sea versátil y útil en diferentes tipos de soportes.

Este proyecto funciona como una base para que estas mujeres creen y construyan un proyecto emprendedor, es por ello que se creó un logo conformado por trazos fuertes y una estructura simple y rectangular, logrando como resultado final un logotipo que represente la esencia de la marca, y que a través de su forma y nombre transmita la fortaleza y superación de las mujeres a las que no dirigimos.



DISEÑO PARA EMPRENDER

*Figura 7. Logotipo principal de la marca Súper M. Fuente propia*



*Figura 8. Variaciones de logotipo Súper M. Fuente propia*

Luego se pasó a desarrollar el portal web de la marca. Uno de los aspectos más importantes que se tuvo en cuenta al momento de diseñar el portal fue que el usuario pueda encontrar la información que desee sobre los emprendimientos de estas mujeres sin ser saturado por una sobrecarga de elementos o colores. Por ello se mantuvo el aspecto de orden, limpieza y estabilidad característico de la marca; usando los espacios, elementos rectos, y los colores para el destaque de la información, teniendo siempre presente la facilidad de la navegación del usuario. (anexo 12).



*Figura 9. Mock-up del diseño del portal web Super M, el cual hace uso de fotografías recuperadas del internet. Fuente propia*

Por último, se desarrolló el contenido de cada presentación que se les dará a las alumnas que participarán en el taller, la cual contiene información sobre el significado de marca, sus objetivos y cómo funciona el taller (anexo 13). Además de las ayudas

visuales que se utilizarán para la explicación de los temas de la primera clase: el diseño gráfico y su relación con el emprendimiento (anexo 14) y posteriormente los demás.



Figura 10. Primera presentación para las clases Súper M que se les dará a las alumnas que participen el taller. Fuente propia.



Figura 11. Ayuda visual para la explicación del tema de la primera clase del taller Súper M. Fuente propia.

Además del portal web y de las ayudas visuales para las clases se crearon otros elementos gráficos complementarios para el proyecto Súper M (Anexos 15 y 16).

### Juicio de Pares

Para poder validar la funcionalidad del proyecto, y teniendo en cuenta las limitaciones que deja el contexto de pandemia, se decidió utilizar el recurso de juicio de pares, para el cual se convocaron a distintos profesionales a que revisen el proyecto y den su opinión de si este es factible para solucionar el problema planteado a lo largo de esta investigación.

Por las características del proyecto se eligieron a evaluadores de dos rubros, el educativo, debido a que el proyecto entra en el rubro de educación al proponer una capacitación y al trabajar con las alumnas del CETPRO, y el diseño gráfico, debido a



que la propuesta del proyecto está vista desde el área del diseño y cómo este ayuda a las alumnas con sus emprendimientos. Por ello, se convocaron a los siguientes evaluadores:

- Carlos Barreto, profesor del CETPRO Sagrado Corazón Chalet
- Marco Urbano Inga, profesor del CETPRO Sagrado Corazón Chalet
- Mg. Osvaldo López Gaona, diseñador gráfico de México
- Lic. Claudia Fabiola Cárdenas Vargadá, diseñadora gráfica de Perú

Cada uno de ellos analizó el proyecto desde su área, relacionando el problema en cuestión y si el proyecto cumplía con los requisitos necesarios para ser considerado como una buena solución. Después del análisis, cada evaluador concluyó que el proyecto si era fiable y cumplía con estos requisitos, otorgando junto con su respuesta un comentario (anexos 17, 18, 19 y 20), en el cual daban su opinión sobre la validez del proyecto y alguna recomendación para mejorarlo.

Dentro de las recomendaciones que los evaluadores brindaron tenemos el aumento de las horas de clases de 2 horas a 4 horas, de forma que haya un espacio para que el diseñador que dictará el tema de la clase se presente como diseñador y haya más tiempo de trabajo con las alumnas para que puedan comprender y aplicar mejor los temas explicados, otra recomendación fue aclarar el hecho de que se contará con diseñadores voluntarios que trabajarán con las alumnas durante el taller además de asegurarse que los diseñadores colaboradores que dictarán los temas cuenten con experiencia en docencia, y por último recalcar que como directora del taller la investigadora no dará ninguna de las clases sino que reclutará a los diseñadores que trabajaron con las alumnas en el taller.

Además de las recomendaciones referidas al taller de capacitación, se recomendó que en el portal web se incluyera una galería de los productos lanzados por las

emprendedoras, la inclusión de este elemento se puede ver en el diagrama de contenido del portal web (anexo 11).

También es importante destacar las opiniones de los profesores del CETPRO, los cuales desde su perspectiva como educadores dieron su opinión sobre el proyecto. El profesor Marco manifiesta que la aplicación de Súper M es una alternativa que beneficia a las alumnas puesto que las ayudará en la construcción de la marca personal de cada uno de sus productos, coincidiendo en que es importante tener esos aspectos de diseño resuelto para el mercado competitivo de emprendimientos manuales y que la oportunidad que brinda el proyecto es muy favorecedora para ellas. Esta posición es similar a la dada por el profesor Carlos, el cual opina que el proyecto Súper M es una buena forma de apoyo para el desarrollo de los emprendimientos de estas mujeres y con ello su desenvolvimiento, recalcando que el diseño es un medio favorable para lograr que estas mujeres inicien sus pequeños negocios.

El aplicar estas recomendaciones le permitieron a la investigadora mejorar pequeños detalles del proyecto, de forma que éste se encuentre en un estado más óptimo y completo, y pueda así cumplir con los objetivos planteados de la manera más eficaz.

## CONCLUSIONES

A lo largo de toda la investigación se pudieron apreciar los distintos aspectos que comprende el desarrollo personal de la mujer y cómo realizar un emprendimiento puede influir en ello. El desarrollar un emprendimiento no es algo simple sobre todo en el mercado actual que se ha tornado muy competitivo debido a la pandemia del COVID – 19, en donde se han creado muchos emprendimientos de todo tipo generando competencia en todos los rubros.

Capacitar a un grupo de mujeres en conocimientos básicos sobre diseño gráfico y los beneficios que aporta al mundo empresarial otorga la ventaja de saber la importancia y el valor de comunicarse adecuadamente con sus clientes y manejar su marca con cautela de forma que puedan competir sin desventajas.

Tener conocimientos de diseño gráfico permite a los pequeños empresarios valorar el aporte que este da a todo emprendimiento por más pequeño que pueda ser. Sabiendo que para ello existe un profesional del diseño al que se puede recurrir para que los pueda asesorar.

El proyecto no busca formar diseñadores, sino más bien conocedores de las ventajas y beneficios que el diseño gráfico profesional otorga a todo proyecto y la necesidad de invertir en ello para poder competir con calidad en el mercado.

La relación entre el emprendimiento, el diseño gráfico y la mejora de la calidad de vida surge porque el emprendedor puede usar el diseño gráfico para mejorar el producto o servicio que ofrece al mercado. Y al mejorar su producto o servicio (de forma visual, porque este ya tiene calidad) tendrá mejores ventas, por lo tanto, mejoran sus ingresos, mejora su autoestima y mejora su calidad de vida.

Con esta investigación se comprende más la posición que tiene la mujer en el mercado laboral y cómo el emprendimiento, de la mano del diseño gráfico, se convierte en una ruta viable para generar un cambio en la calidad de vida.

Así es como se comprueba que efectivamente la mujer emprendedora ve una mejora en sus ingresos, y que, definitivamente, al tener conocimientos de diseño y aplicarlos en su emprendimiento percibe una mejora en sus ventas y por lo tanto en su calidad de vida.



## RECOMENDACIONES

Una recomendación recibida durante el proceso de evaluación de pares es que en las siguientes versiones se cuenten con mayor número de voluntarios diseñadores y que se llegue a un máximo de 15 alumnas por grupo para garantizar un buen proceso de aprendizaje y de diseño.

Del mismo modo se recomienda que Súper M pueda llegar a otros micro o pequeños emprendimientos dada la experiencia que se ganaría. Se ampliaría la base a otros sectores de diversos niveles socio económicos beneficiándolos con este tipo de taller, así podemos llegar a artesanos, pequeñas bodegas, peluquerías, y otros; ello permitiría ampliar el mercado del diseño gráfico y beneficiaría a todos los voluntarios que colaboran en este proyecto.

En el mediano plazo se proyecta desarrollar otros cursos con temas más avanzados que permitan cobrar por ello, logrando que Súper M sea auto sostenible. Al crear un mercado de resultados positivos tendríamos la confianza ganada de nuestros clientes, quienes apostarían por seguir capacitándose.

Y al largo plazo, se considera incluir otros aspectos, en estos futuros cursos, que incidan más en el tema del emprendimiento como posibilidad de desarrollo de la mujer para lograr llevar delante, desde todos los aspectos posibles, los emprendimientos que anhela la comunidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arteaga, S. (2020). *Entrevista sobre su emprendimiento Ambrosía*. Fuente propia.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Colección de Libros de la Empresa. (versión online) Recuperado de:  
<http://www.bidireccional.net/Blog/BrandingCorporativo.pdf>
- Capriotti, P. (2006), *La imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada*. El Ateneo, Barcelona, 1992, (versión online, 2006). Recuperado de:  
<http://www.bidireccional.net/Blog/ImagenEmpresa.pdf>
- Colacce, M. (2018). *¿Cómo se modificarían la pobreza y la desigualdad de ingresos de los hogares si se cierran las brechas de género en el mercado laboral? Un estudio para cuatro países de América Latina*. Recuperado de: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.13043/DYS.81.1>
- ConnectAmericas (s.f.). *6 características que definen el liderazgo femenino*. Recuperado de:  
<https://connectamericas.com/es/content/6-caracter%C3%ADsticas-que-definen-el-liderazgo-femenino-0>
- Cuya, I. (2020). *Entrevista sobre el Centro de Educación Técnica Productiva Sagrado Corazón Chalet de Chorrillos*. Fuente propia.
- De Cabo, G. y Garzón, M.J. (2007). *Diferencia y discriminación salarial por razón de sexo*. Recuperado de:  
<http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/estudios/serieEstudios/docs/diferenciaYDiscriminacion.pdf>
- Fustamente, Y. (2019). *La historia de Yoni, un mesero que se convirtió en un próspero empresario*. *Emprender*. Recuperado de: <https://emprender.pe/la-historia-de-yoni-un-mesero-que-se-convirtio-en-un-prospero-empresario%ef%bb%bf/>
- Gandulfo, C. (2015). *El Diseño Gráfico y las Pymes. Caso Peluquería Impronta*. Recuperado de:  
[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/catalogo\\_de\\_proyectos/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3598](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/catalogo_de_proyectos/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3598)
- Gontovnikas, M. (2017). *Arte Pop y Diseño Gráfico*. Recuperado de:  
[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/archivos/4384.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/4384.pdf)
- González, D. y Marcos, MC (2013). *Responsive web design: diseño multidispositivo para mejorar la experiencia de usuario*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10230/43812>

- Global Entrepreneurship Monitor (2019). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2018-2019*.  
 Recuperado de: [https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2020/05/07/Final\\_GEM%202019.pdf](https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2020/05/07/Final_GEM%202019.pdf)
- Hassan, Y., Fernández, F. y Iazza, G. (2004). *Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información*. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/8998/>
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5818-mujeres-emprendedoras-america-latina-caribe-realidades-obstaculos-desafios>
- Himmelstern, F. (2012). *Liderazgo femenino empresarial*. La República. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/alta-gerencia/liderazgo-femenino-empresarial-2023743#:~:text=Hay%20que%20resaltar%20que%20en,en%20productividad%20como>
- INEI (2019). *Perú Brechas de Género 2019 Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*.  
 Recuperado de: [https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1716/Libro.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1716/Libro.pdf)
- INEI (2020). *Empleo disminuyó en 5,700 puestos de trabajo en Lima Metropolitana en el primer trimestre 2020*. Recuperado de: <http://m.inei.gov.pe/prensa/noticias/empleo-disminuyo-en-5700-puestos-de-trabajo-en-lima-metropolitana-en-el-primer-trimestre-2020-12153/>
- INEI (2020). *Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana*. Recuperado de: [http://m.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-empleo\\_marzo-abril-mayo-2020.pdf](http://m.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-empleo_marzo-abril-mayo-2020.pdf)
- Limón González, J. y Rocha Sánchez, T. (2012). *Prejuicio sexista y atribuciones de éxito o fracaso de líderes: importancia del contexto a evaluar*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/292/29224159012.pdf>
- Lozano, I.; Dávila, X. y Cházaro, M. (2017). *Apuntes entorno a la calidad en el Diseño*. Recuperado de: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=651&id\\_articulo=13591](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=651&id_articulo=13591)
- Marulanda Valencia; F. A., Montoya Restrepo; I. A., y Vélez Restrepo, J. M. (2019). *El Individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/unem/v21n36/0124-4639-unem-21-36-149.pdf>

- Martínez, M. (2016). *Propuesta de Valor. Una herramienta del diseño gráfico*. Recuperado de:  
<http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/949>
- Martínez, J. y Camacho C. (2017). *Estereotipo, prejuicio y discriminación hacia las mujeres en el contexto laboral latinoamericano*. Recuperado de:  
<http://revpubli.unileon.es/index.php/cuestionesdegenero/article/view/4409/3914>
- Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo (2019). *Informe Anual 2018: La Mujer en el Mercado Laboral Peruano*. Recuperado de:  
[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/471959/Informe\\_Anual\\_de\\_la\\_Mujer\\_2018.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/471959/Informe_Anual_de_la_Mujer_2018.pdf)
- ONU Mujeres (s.f.). *Formación y desarrollo de capacidades en igualdad de género y empoderamiento de las mujeres*. Recuperado de: <https://www.unwomen.org/es/how-we-work/capacity-development-and-training>
- Ortega-Liston, R., Morales Fajardo, M. y Cadena Inostroza, C. (2013). *Los mentores en el desarrollo profesional de las mujeres. Estados Unidos y México*. Recuperado de:  
<http://ojs.ual.es/ojs/index.php/RAUDEM/article/view/570/543>
- Pacheco Zerga, L. (2012). *La igualdad de oportunidades y el derecho al trabajo de la mujer: un esfuerzo internacional de protección social*. Recuperado de:  
<http://www.scielo.org.mx/pdf/rius/v6n29/v6n29a8.pdf>
- Pantoja, D. (2015). *¿Qué es el Networking?*. Recuperado de: <https://www.enaes.es/blog/que-es-el-networking>
- RAE (2020). *Emprender*. Recuperado de:  
<https://dle.rae.es/emprender#6Snyvcg>
- RAE (2020). *Independencia*. Recuperado de:  
<https://dle.rae.es/independencia>
- RAE (2020). *Independiente*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/independiente?m=form>
- Ríos, P. (2019). *Educación y Brecha Salarial de Género en el Perú*. Recuperado de:  
[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14943/RIOS\\_PAMELA\\_EDUCACION\\_BRECHA\\_SALARIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14943/RIOS_PAMELA_EDUCACION_BRECHA_SALARIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rodríguez Castro, R. (2014). *Discriminación salarial por género: Causas y posible influencia en la demografía*. Recuperado de:



[http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3691/2705\\_TFG\\_Rafael\\_Rguez\\_Final\\_enviar\\_firma\\_electronica.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3691/2705_TFG_Rafael_Rguez_Final_enviar_firma_electronica.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Saavedra García, M. y Camarena Adame, M. (2015). *Retos para el emprendimiento femenino en América Latina*. Recuperado de:

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/129/95>

Sáez, R. (2020). *El diseño gráfico, otra forma de comunicar*. Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/vida/formacion/20200619/481837493811/disenio-grafico-imagen-marca-valor-anadido-simbolos-color-tipografia-comunicar.html>

Saravia, V. (2020). *Valeria Saravia: "No tengan miedo a saltar a las redes sociales"*. Emprender.

Recuperado de: <https://emprender.pe/valeria-saravia-no-tengan-miedo-a-saltar-a-las-redes-sociales/>

Salas, M. A. (2020). *Entrevista sobre el CETPRO*. Fuente propia.

Silva, R. (2019). *Emprendimiento femenino en el Perú - Innovación y apertura de La Floristería*.

Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11042/4253>

Torres, J. (2020). *Entrevista sobre su propio emprendimiento*. Fuente propia.

Urzúa M, A. y Caqueo-Urizar, A. (2012). *Calidad de vida: Una revisión teórica del concepto*.

Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/terpsicol/v30n1/art06.pdf>

Urzelai, R. (2014). *El empoderamiento de las mujeres. La ruta para una vida equitativa y segura*.

Recuperado de:

[http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/107662/TFM\\_2013\\_urzelaiR.pdf?sequence=1](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/107662/TFM_2013_urzelaiR.pdf?sequence=1)

Ventura Venegas, R. (2016). *Bienvenido al CETPRO Perú*. Recuperado de: <https://cetproperu.com/>

Viadana, C., Zubeldía, M., Tomarelli, J. y Morales, O. (2016). *Mujeres emprendedoras: una*

*aproximación empírica*. Recuperado de: <http://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/7685>

## ANEXOS

## Anexo 1. Entrevista a Isaac Cuya

Actor	¿Qué deseas saber específicamente de este actor?
Institución CETPRO	Me interesa saber cómo fue el inicio y el proceso que tuvieron estos cursos en el colegio, las expectativas con las que se empezaron, la tasa de éxito, sus objetivos y cómo ven sus resultados

Entrevistado	Isaac Cuya
Cargo	Ex profesor y ex director (retirado en diciembre del 2019) del CETPRO Sagrado Corazón de Chalet Chorrillos.
Fecha de la Entrevista	13 de junio del 2020

## Preguntas

1	<p><b>¿Cómo se inició la implementación de los cursos CETPRO en el Colegio Sagrado Corazón de Chalet?</b></p> <p>Bueno primeramente los inicios que se dan en el transcurso de los años empieza con el CENACAP (centro nacional de capacitación) y después fue los CEO's (centro de educación ocupacional) y después, en estos tiempos ya fue CETPRO (centro de educación técnica productiva).</p>
2	<p><b>¿Cuáles fueron los principales objetivos al momento de su implementación? ¿y sus expectativas?</b></p> <p>Se inicia mayormente por la necesidad de que el joven necesita estar capacitado tanto para poder ingresar a una universidad como también tener pues un oficio que eso le va ayudar a costear sus estudios, ese fue el objetivo principal.</p> <p>Bueno, primeramente, la implementación de los CETPRO's fueron por su estructura; ya que fue donde se contrataban profesores con oficios; que un profesor tenía que dominar su carrera técnica porque para capacitar a un alumno y desarrollar sus capacidades necesitamos de docentes que dominen la especialidad, cosa que esto no sucedía en lo que antiguamente se llamaba la educación común y la educación técnica que había antes.</p> <p>Actualmente, en los colegios secundarios se dan la opción laboral, les dan una capacitación a ellos, pero no tienen los tutores teóricos; en cambio en los CETPRO's ellos encuentran las maquinarias necesarias para desarrollar sus proyectos prácticos</p> <p>Es por eso que los CETPRO's actualmente se encuentran bien implementados, con las maquinarias actualizadas para que ellos (los alumnos) desarrollen sus capacidades como debe ser porque mayormente es una carrera técnica y práctica, no teórica.</p>
3	<p><b>¿Cuál es el perfil de la mujer a la que están dirigidos estos cursos?</b></p> <p>Primeramente, de la experiencia que tengo con la educación técnica, muchos alumnos llegan porque una de las metas de atención es de 14 años hasta más, pueden ser hasta los 90, entonces algunos llegan ya después de haber culminado un trabajo de 65 años, que se jubilan y llegan a desarrollar alguna carrera técnica en los CETPRO's, entonces recién ellos descubren las capacidades y habilidades que tienen.</p> <p>Me he encontrado con muchas personas ya de edad que tienen capacidades y habilidades por ejemplo para pintura, para cocina; entonces recién desarrollan sus capacidades, que las han tenido escondidas de repente por el trabajo cotidiano que tenían constantemente, pero esa labor del CETPRO es el poder capacitar a estos tipos de alumnos adultos donde ellos todavía están con las capacidades internas para poder desarrollarlas, y eso mayormente no es como dicen terapia, no es terapia, inclusive hay muchas personas que hacen empresas a esa edad, y eso les mantiene activo y vivos porque están con todas sus capacidades; imagínese una persona de 65 años que se jubila y no tiene una opción o una oportunidad de poder desarrollarse en sus habilidades que tiene todavía y sus capacidades que están intactas, entonces eso verdaderamente hace avejentar a la persona, pero con los CETPRO's ellos desarrollan todavía sus capacidades y habilidades que tienen intactas.</p>
4	<p><b>¿Cómo benefician estos cursos a las mujeres que los toman?</b></p> <p>Bueno, mayormente el alumno cuando viene, viene porque tiene una necesidad, ya sea para tener unos ingresos propios o para volcarse a la actividad productiva; en estos casos el alumno cuando ve que se están nutriendo los conocimientos necesarios para él poder desarrollarse, porque ellos vienen con un objetivo acá que es poder desarrollarse, y si no encuentras esos objetivos el alumno se siente decepcionado, entonces el alumno se siente muy agradecido cuando adquiere conocimiento que le va a servir para la vida.</p>
5	<p><b>¿Cómo han evolucionado estos cursos y las alumnas que los toman a lo largo del tiempo?</b></p> <p>Claro, mayormente o actualmente se ve que hay muchas alumnas que están emprendiendo su negocio propio, en sus casas hacen una microempresa, inclusive también hay alumnos que, puesto que son jóvenes, también estudian y paralelamente van haciendo una carrera técnica, y con eso ayudan a sus estudios; y bueno en el caso de las</p>

	<p>mujeres adultas, que mayormente son mujeres, ellas están creando sus propias empresas dentro de su hogar donde generan ingresos.</p>
6	<p><b>¿Con cuántos cursos empezaron? ¿Cuál fue su recepción?</b>          Bueno, mayormente las especialidades que se dictan en los CETPRO's se han ido actualizando de acuerdo a la necesidad de la demanda laboral, por ejemplo, tenemos el caso de zapatería.          Actualmente se están dictando cursos como confección textil, administración y comercio, estética personal, electricidad, hostelería y turismo, tenemos también computación, atención al adulto mayor. También tenemos dentro de la gama de confección textil lo que es telar y tejidos ayacuchanos; entonces son gamas que se van desarrollando dentro de la misma especialidad, porque hay demanda, por ejemplo el curso que se da ahorita en lo que es telar a máquina, eso es algo bien antiguo, es algo bien artesanal, que ya no se dan, se dan en algunos sitios pero anda a verles como desarrollan las capacidades las alumnas, haciendo sus cortes, sus vestidos de telar; entonces son cosas netamente artesanal, así como también paralelamente con lo que es administración y comercio, les llaman exhibidores, donde también está la venta no, como se vende, entonces todas esas cosas se van desarrollando dentro de los mismos módulos en los que están.</p>
7	<p><b>¿Cómo han mejorado la oferta para lograr el objetivo deseado?</b>          Claro, uno de los problemas que siempre ha habido, de las dificultades dentro de lo que es el plantel de medidas de producción es las metas de atención, entonces creo que, temo que una de las problemáticas que ha habido dentro de lo que es el contexto de la educación técnica que ha habido profesores, no sé si lo dice la misma demanda, la necesidad que hay dentro de todo lo que uno trabaja, profesores que se capacitan pues 6 meses, 3 meses y comienzan a enseñar, que es muy diferente a un profesor de oficio, un profesor de oficio, es un profesor, que si hablamos por ejemplo de un electricista, es un profesor que toda la vida se ha dedicado y ha trabajado en eso y enseña, entonces tiene la experiencia necesaria para evocar su conocimiento, cosa que es muy diferente a un profesor que se capacita 3 meses o 4 meses para poder enseñar, ese ha sido una de las dificultades, donde el alumno a veces llega a un CETPRO y se ve desmotivado porque no tienen las expectativas de adquirir los conocimientos que ellos quieren, pero cuando ven que hay un profesor que tiene expectativas, ese alumno se queda y llama más alumnos, es por eso que los CETPRO's mayormente se caracterizan por eso de tener buenos docentes; el pedagogo debe ser técnico y de oficio, esos son dos requisitos importantes para que el alumno verdaderamente se capacite como debe ser, y esa es una necesidad que nosotros tenemos en la educación técnica, tener profesores que sean de oficio, que conozcan, para poder volcar todo ese conocimiento en los alumnos, sino las expectativas del alumno pues, vienen de repente están una semana y se va; pero cuando hay expectativa el alumno se queda y llama más gente, es por eso que las metas de atención crecen cuando el CETPRO tiene un buen equipo de profesores bien capacitados, es importante tener profesores capacitados en la especialidad para poder volcar el conocimiento.</p>
8	<p><b>¿Ustedes hacen algún seguimiento a las ex alumnas? ¿Hay alguna evaluación de los resultados de los cursos?</b>          Dentro de lo que es la parte administrativa, hay un libro de seguimiento de los ex alumnos, que están trabajando en alguna empresa o están vinculados con la actividad empresarial, o algunos que han creado su propia empresa, entonces se hacen un seguimiento de ellos, hay un registro que siempre se lleva de los ex alumnos, eso es importante porque ahí se ve pues de que hay alumnos que están desarrollando lo que han aprendido en la institución.</p>
9	<p><b>¿Cuáles son los cambios que observa en las alumnas o ex alumnas que han realizado algún emprendimiento?</b>          Bueno, uno de los cambios es la satisfacción que tiene el alumno, el reconocimiento que tienen, e incluso piden orientación para poder ellos seguir desarrollando dentro de lo que han emprendido, se sienten muy satisfechos y agradecidos con la institución y el reconocimiento a los profesores que han sido sus maestros, eso se ve mucho del alumno que regresa y agradece, y ellos siguen aprendiendo, hay incluso algunos que están participando en concursos, desfiles, entonces es de buena imagen para la institución.</p>

#### Preguntas del momento:

##### ¿Cuáles son las expectativas de los alumnos al tomar estos cursos?

Bueno, una de las pruebas de entrada que siempre tiene que hacer el docente, si hablamos de las programaciones, nosotros a veces como docentes nos ceñimos a lo que dice el documento, la programación del proyecto, pero hay algunos alumnos que tienen conocimiento previos, ósea ellos vienen ya con conocimientos previos, entonces si el profesor no está preparado para poder a ellos darles más conocimientos, ese alumno se siente decepcionado y se va, que es lo que tiene que hacer un profesor, y yo te lo digo por experiencia, ha habido alumnos que han venido con conocimientos de ya haber practicado este oficio, y el profesor cuando le preguntan si le puede dar estos conocimientos el profesor dice no, acá tenemos que ceñirnos con lo básico y luego vamos a llegar a eso, entonces el profesor tiene que estar llano a darle el conocimiento al alumno que viene con previos conocimientos.

Yo me acuerdo de más experiencias, que ha habido maestros que han trabajado maestros del oficio, de la especialidad, que vienen por algo más grande; entonces si el maestro está preparado nunca debe decir no, ese es el verdadero maestro, porque el maestro que es limitado no le da esos conocimientos, entonces el alumno se siente decepcionado y se va.

##### ¿Y de los alumnos que no tienen conocimientos previos?

Ahí lo que tenemos que ver son sus capacidades y sus habilidades que tienen, si verdaderamente son para esa especialidad que han decidido elegir.

Hay un examen de entrada, donde se ve si tienen la habilidad, porque hay muchos alumnos que llegan sin conocimientos, pero tienen las habilidades, cosa que el profesor lo descubre y desarrollan bien sus proyectos; sin conocimientos, pero tienen las ganas de querer aprender, tienen esas habilidades que hay que desarrollarlas.

**¿Cuál es su profesión actual? (Después de dejar la dirección del CETPRO)**

Mira es bien lamentable cuando uno todavía está con capacidad para poder seguir desarrollándose, yo he dejado la dirección, pero mi especialidad desde niño ha sido cuero y calzado, yo domino la especialidad, entonces si yo me jubilo, usted sabe que la pensión es ilusoria, es una pensión que no ayuda para nada, entonces como yo todavía estoy en mi capacidad, estoy emprendiendo, tengo mi pequeña empresa de lo que yo he aprendido anteriormente en mi especialidad que es cuero y calzado, estoy dando asesoramiento y a la vez estoy dando servicio de sobre medidas de calzado, hago todo tipo de calzado, tengo mi pequeña empresa porque todavía estoy en la capacidad.



## Anexo 2. Entrevista a Marco Urbano Inga

Actor	¿Qué deseas saber específicamente de este actor?
Profesores CETPRO	Me interesa saber cómo se dan las clases, cómo ve a las alumnas, y su percepción de la problemática.

Entrevistado	Marco Urbano Inga
Cargo	Profesor del curso de Artesanías y Manualidades del CETPRO Sagrado Corazón Chalet Chorrillos
Fecha de la Entrevista	18 de junio del 2020

### Preguntas

1	<b>¿Desde cuándo enseña en el CETPRO? ¿Cómo empezó a dar clases en el CETPRO?</b> En el CETPRO enseñé desde el 2016, en el CETPRO comencé por invitación de un colega para suplirlo en meses de verano y de allí me quedé
2	<b>¿Qué le motiva a dar clases aquí?</b> La estabilidad laboral, aunque sea por tiempo determinado es más rentable y seguro
3	<b>¿Ha notado cambios en la metodología de las clases? ¿Cuáles?</b> Sí, en la actualidad con la coyuntura que no aqueja, e adecuado el aprendizaje de acuerdo a su entorno y realidad del alumno porque las clases son por medios virtuales
4	<b>¿Cuáles cree que son los objetivos de las mujeres que toman los cursos ofrecidos por el CETPRO?</b> Incrementar el ingreso económico a la canasta familiar, tener su propio dinero ser independientes
5	<b>Para usted ¿cuáles son los beneficios que obtienen las mujeres al realizar un emprendimiento?</b> Incrementar el ingreso económico al hogar y sentirse autosuficientes, independientes y autosuficientes, elevar su autoestima y grado emocional
6	<b>En su curso/clase ha podido identificar alguna alumna con intenciones de realizar un emprendimiento?</b> Sí, de tener su propio taller y vender lo que produce
7	<b>¿Mantiene usted contacto con sus ex alumnas? ¿conoce sus resultados?</b> Sí, con varias tienen talleres y exponen sus trabajos participan en ferias de manualidades.

### Anexo 3. Entrevista a Mari Angélica Salas

Actor	¿Qué deseas saber específicamente de este actor?
Institución CETPRO	Me interesa saber cómo es la situación actual de las clases, la tasa de éxito, el efecto que tuvo en esta la cuarentena, que objetivos y resultados se esperan de los cursos, y si algo ha cambiado en comparación con años anteriores.

#### Preguntas

Entrevistado	María Angélica Salas
Cargo	Directora del CETPRO Sagrado Corazón de Chalet Chorrillos, durante el año 2020.
Fecha de la Entrevista	16 de junio del 2020
1	<p><b>¿Cómo empezó a trabajar en CETPRO? ¿y desde cuando está a cargo de la dirección?</b></p> <p>Yo trabajo ya en el CETPRO varios años, desde que me inicié como docente empecé primero trabajando en los clubes de madres que estaban por Chosica, eso ya pertenece ya a Huarochirí, después está Ricardo Palma, Santa Eulalia, son pequeños distritos donde yo trabajaba en los clubes de madres dictando la especialidad de confección textil. Luego ya vengo a Lima, y en Lima he trabajado en la decimoctava brigada blindada, es un CETPRO que está en el Rímac en el fuerte Hoyos Rubio, dentro del fuerte Hoyos Rubio está el CETPRO donde los soldados, tanto varones como damas, asistían a clases.</p> <p>De allí trabajé casi 16 años y luego me traslade aquí al CETPRO San Luis en el distrito San Luis, ahí he trabajado 3 años hasta el 2019, el año pasado y bueno yo este año ya, me entrevistaron las hermanas del Sagrado Corazón, la hermana Lilian y la hermana Carmela y me aceptaron para estar en el puesto de directora encargada, es solamente por este año que yo tengo la encargatura de la dirección y para mí es un honor, de verdad es una linda experiencia el trabajar con un grupo de docentes, 16 docentes y todos son tremendos profesionales, muy responsables, dominan la especialidad, muy colaboradores.</p>
2	<p><b>¿Cuáles fueron sus planes de trabajo al convertirse en directora?</b></p> <p>Los planes de trabajo tienen que estar en relación a lo que también nos pide el MINEDU, en la actualidad se está proponiendo que el CETPRO sea también un enlace entre la educación de básica regular y la educación superior, quiere decir, que nosotros tenemos que adecuarnos a que podamos brindar un servicio de calidad para también tener a los estudiantes que salen de la secundaria, y ellos puedan transitar por el CETPRO para luego pasar a un instituto superior tecnológico, y del instituto superior tecnológico podrían pasar a la universidad.</p> <p>Entonces en este tiempo lo que queremos es revalorar la educación técnica, darles a conocer a los jóvenes que no necesariamente deben apuntar a la universidad, porque muchos jóvenes pensando en la universidad se quedan sin hacer ningún tipo de estudios, en casa, de repente vagueando o perdiendo el tiempo, cuando tienen la oportunidad de asistir al CETPRO, y del CETPRO podrían continuar con transitabilidad en la parte académica.</p>
3	<p><b>¿Cómo afectó la situación de cuarentena al plan de estudio de los cursos?</b></p> <p>En realidad, lo que se vio afectado es un poco que los docentes, algo nuevo para todos nosotros, incluso para mí, el manejo de las herramientas, la tecnología, el teletrabajo a través de las plataformas virtuales, de las aulas virtuales, se nos hizo un poquito complicado, pero aquí la fortaleza del docente es que también es un autodidacta innato, entonces muchos, sobre todo los más jóvenes rápido, ya aprendieron las herramientas virtuales, como crear su propia aula virtual en el classroom (Google Classroom), cómo poder hacer sus conferencias en el zoom o en el cisco, entonces felizmente, si hubo un primer momento, digamos el primer y segundo mes que se veían ciertas dificultades pero lo tomaron como un reto y gracias a dios este reto se está superando, todo se están capacitando también ya que el ministerio también ha dado algunas oportunidades para que los maestros asistan a algunas clases, se puedan seguir capacitando y para poder seguir atendiendo, para continuar con la atención a los estudiantes.</p>

4	<p><b>¿En este contexto de clases virtuales qué oportunidades o dificultades encontraron?</b></p> <p>Ahora, hay otra situación, además de lo que ya mencioné con respecto a los docentes, en cuanto a los estudiantes tal vez no todos cuentan con una laptop, una computadora, o el teléfono lo comparten en la familia, y para ellos tampoco ha sido nada fácil. Esa es la otra parte que también estamos observando algunas dificultades.</p>
5	<p><b>¿Cómo encuentra el comportamiento de las alumnas durante las clases virtuales? ¿Es diferente al de las clases presenciales?</b></p> <p>La verdad que la primera diferencia sería que el aprendizaje también ha sido para ellas, para los estudiantes, sobre todo porque en el CETPRO se caracteriza por que la mayoría de estudiantes ya pasan los 30 los 40 años, la mayoría son adultos mayores, entonces por ejemplo en el módulo de artesanías hay bastante adulta mayor, de 50 y 60 años, pero que también ha sido un reto y ellas han podido superar con ayuda de algún familiar en casa.</p> <p>Ahora, veo entusiasmo también, ósea se ve que están constantemente, hay mucho optimismo, los docentes me invitan a sus clases virtuales, y he podido observar que hay entusiasmo hay mucha interacción con los docentes, y también hay esa satisfacción y felicidad de haber aprendido algo nuevo. Entonces, bien yo creo que eso va muy bien, claro que es muy diferente tener al maestro en el aula, en el taller, es más cercano, es una actividad donde también se da afecto, se recibe afecto, pero yo creo que igual, osea, tal vez el problema sea, como te digo, el no tener la herramienta pero si hay mucho entusiasmo de parte de los estudiantes, en general de todos los estudiantes, están participando, están haciendo sus proyectos, mandan la foto del proyecto, ahí hay un acomodo, digamos entre el docente y el estudiante de cómo van a ser presentados los trabajos.</p>
6	<p><b>¿Cuáles son los resultados que esperan de las alumnas en los cursos virtuales?</b></p> <p>En realidad, lo que nosotros estamos esperando es que ellos se capaciten, tengan sus aprendizajes en la parte teórica de los módulos, pero se ha dejado una parte práctica que debe ser recuperada cuando ya vayamos a clase, en el momento que el ministerio diga ya pueden volver a clase, ya no hay riesgo de contagio entonces se apertura nuevamente los CETPROS, ya podemos ir a los talleres tomando todas las precauciones igual de la limpieza, e tener todo preparado para que lleguen los estudiantes en ese momento se tiene que recuperar horas de práctica con los estudiantes, lo que quiere decir que de esta manera virtual, de esta manera remoto, las clases solamente se podría decir que se están dando en un 70% y el 30% que queda como prácticas ya se va a dar en el mismo taller.</p> <p><b>Además de enfocarse más en lo teórico ¿Hay algún otro cambio importante que ha tomado la metodología en las clases virtuales? (Repregunta)</b></p> <p>En verdad creo que hay módulos sobre todo que están viendo los docentes que no van a recuperar por ejemplo horas prácticas porque, en artesanías exclusivamente, es que las estudiantes, la mayoría son damas, entonces que pasa, que están ellas trabajando ya sus proyectos, ellas si están terminando sus trabajos, si se trata de un cuadro, si se trata de una pintura, ellas están terminando con sus proyectos, entonces los módulos que tienen de 300 horas se están dando la cantidad de horas así de esta forma remota, pero si tengo otros módulos como el de textil que ellos en la parte de operatividad de máquinas, en algunos casos, van a tener que recuperar en forma presencial.</p> <p>Ahora, hay un método, por ejemplo, que está pasando, que los docentes están haciendo sus videos y los están haciendo tan bien que los estudiantes están captando, ósea están aprendiendo, sigue el aprendizaje; entonces el maestro se ha vuelto digamos ya muy hábil en cuanto hacer un video, de repente hacer las presentaciones Power Point o también ellos buscan videos que se acomoden al tema en YouTube, y también hay docentes que ya tienen el canal de YouTube, son oportunidades que los docentes están viendo la mejor manera de aplicar.</p>
7	<p><b>¿Hacen algún seguimiento a las ex alumnas? ¿Hay alguna evaluación de los resultados de los cursos?</b></p> <p>Si definitivamente tenemos que hacerlo, ósea también se evalúa, los docentes tienen que preparar no solamente el tema, sino también la herramienta, el instrumento de evaluación, que pueden ser cuestionarios de drive o como digo la foto del producto que han realizado, se tiene que evaluar, siempre se está evaluando es la única manera de ver en qué nivel está el aprendizaje, quienes necesitan ser reforzados, porque también tenemos estudiantes inclusivos, entonces también con ellos se está trabajando, los padres están apoyando y ya mandan videos, los mismos alumnos están haciendo sus videos de los trabajos que realizan en casa.</p>

8	<p><b>¿Cuáles son los cambios observados en las ex alumnas que han realizado emprendimientos a partir de estos cursos?</b></p> <p>De los ex alumnos que ya están trabajando sabemos que en el caso de artesanía hay que están dictando clases, ya tienen su grupo de personas a las que le enseñan, de repente amistades o familiares. Después, en lo que son los talleres de confección también, hay señoras que ya están realizando de repente prendas de vestir para damas, y realizan también sus ventas, o han estado realizando, ahora por lo de la pandemia eso se ha detenido, pero también estamos pensando algunos directores que podríamos hacer, de repente, ver la forma de canalizar alguna producción, sobre todo de las estudiantes que tienen maquinaria, hacer alguna venta de forma virtual. Así que no nos cerramos a otro camino para poder realizar la venta, porque esa es la idea, porque el estudiante que se prepara en el CETPRO, en el módulo, logre también el emprendimiento y poder hacer su microempresa y venta de lo que produzca.</p>
---	--

**Preguntas del momento:**

**¿Cuál es el objetivo principal del CETPRO?**

El objetivo en los CETPRO's ahora es brindar una educación bajo el enfoque de competencias, que quiere decir esto, que las estudiantes no solamente deben aprender la parte específica del curso del módulo que llevan, sino también deben aprender la parte práctica, y además deben también desarrollar algunas competencias de emprendimiento o habilidades sociales, habilidades blandas, entonces ese es el enfoque que ahora tenemos en los CETPRO's, desarrollar de una forma integral el hacer, el saber y sobre todo el ser también para que pueda desenvolverse en cualquier ámbito, ya sea con su propia empresa o de repente siendo dependientes en una empresa.





## Anexo 4. Entrevista a Sonia Arteaga

Actor	¿Qué deseas saber específicamente de este actor?
Alumna egresada del CETPRO que ha realizado emprendimiento	Me interesa saber su perspectiva sobre las clases, su situación una vez que egresó, cómo utilizo lo aprendido, y qué beneficios le trajo emprender su propio negocio

### Preguntas

Entrevistado	Sonia Arteaga
Cargo	Alumna del CETPRO Sagrado Corazón Chalet Chorrillos que ha realizado un emprendimiento a partir de los cursos.
Fecha de la Entrevista	19 de junio del 2020
1	<p><b>¿Cuántos cursos llevaste en el CETPRO? ¿Cuáles?</b> He llevado 3 cursos, repujado y pintura, repostería y bocaditos.</p> <p><b>¿Cuántos años estuviste en el CETPRO? (Repregunta)</b> He estado 2 años</p>
2	<p><b>¿Con qué objetivos te inscribiste a estos cursos?</b> En lo que es repostería con el objetivo económico de poner un negocio, y repujado y pintura con el motivo de aprender, para distraerme.</p>
3	<p><b>En los cursos que tomaste en el CETPRO, ¿encontraste motivación o algún impulso para hacer un emprendimiento?</b> Sí, me enseñaron a hacer las cosas que ahora me sirven para trabajar, los queques, las tortas.</p>
4	<p><b>¿Qué te motivó a realizar un emprendimiento?</b> Lo económico</p>
5	<p><b>¿Qué ofreces en tu emprendimiento? ¿Cómo fue tu proceso?</b> Se trata de que lo hago (los postres) y vendo por internet, lo ofrezco, no llego a poner un local, lo hago solamente por internet y por teléfono.</p> <p><b>¿Cómo se llama? (Repregunta)</b> Se llama Ambrosía y es de pastelería y bocaditos.</p>
6	<p><b>¿Cuáles eran tus expectativas al momento de emprender?</b> Mis expectativas fueron, como te digo el poner un negocio, pero los locales muy caros, entonces decidí la forma de hacerlo por internet. Mis expectativas eran muy grandes, pero a veces no se puede lo que uno piensa.</p> <p><b>¿Qué redes sociales o páginas web utiliza para vender? (Repregunta)</b> Sí, en Facebook tengo la página de Ambrosía, el Instagram y el resto por WhatsApp.</p> <p><b>¿Esto (el usar redes sociales) es algo que tu misma resolviste? (Repregunta)</b> Sí, yo misma lo resolví.</p>
7	<p><b>¿Cuáles son las dificultades que encontraste?</b> Bueno, las dificultades es que tienes que ver, tienes que saber, por decirte en este caso que tienes que ver las cajas, tienes que ver la forma de cómo enviar, esas son las dificultades, porque yo no tengo un carro, entonces tenía que ver la forma en cómo llegué al cliente.</p>
8	<p><b>¿Qué beneficios te trajo este negocio?</b> El beneficio fue lo económico y cada vez aprendo más, y es algo que me gusta.</p>

### Preguntas el momento:

**¿Planeas realizar un emprendimiento a partir del curso de repujado?**

No, solo del de panadería.

**¿Qué planes tienes para el futuro?**

Que me vaya mejor

## Anexo 5. Entrevista a Junny Torres

Actor	¿Qué deseas saber específicamente de este actor?
Alumna egresada del CETPRO que ha realizado emprendimiento	Me interesa saber su perspectiva sobre las clases, su situación una vez que egresó, cómo utilizo lo aprendido, y qué beneficios le trajo emprender su propio negocio

Entrevistado	Junny Torres
Cargo	Alumna del CETPRO Sagrado Corazón Chalet Chorrillos que ha realizado un emprendimiento a partir de los cursos.
Fecha de la Entrevista	27 de junio del 2020

### Preguntas

1	<b>¿Cuántos cursos llevaste en el CETPRO? ¿Cuáles?</b> Artesanías y manualidades. (1 curso)
2	<b>¿Con qué objetivos te inscribiste a estos cursos?</b> De aprender para luego formar una tienda de ventas
3	<b>En los cursos que tomaste en el CETPRO, ¿encontraste motivación o algún impulso para hacer un emprendimiento?</b> Claro q me motivaron el profesor siempre nos enseñó muy bien y casa vez nos daba alternativas para hacer nuestros proyectos
4	<b>¿Qué te motivó a realizar un emprendimiento?</b> Me gusta pintar desde pequeña y siempre quería aprender más y quise que lo q tanto me gusta sea un medio de superación para mí tanto económico como emocional
5	<b>¿Qué ofreces en tu emprendimiento? ¿Cómo fue tu proceso?</b> Ofrezco clases y cursos virtuales de técnicas de Pintura y venta de materiales. Primero empecé en casa y luego alquilé un local allí empecé.
6	<b>¿Cuáles eran tus expectativas al momento de emprender?</b> Era que de poco dar un buen servicio para así hacerme conocida y crecer más
7	<b>¿Cuáles son las dificultades que encontraste?</b> La competencia desleal
8	<b>¿Qué beneficios te trajo este negocio?</b> Pude superarme como persona y económicamente soy independiente

## Anexo 6. Resultados de encuesta a alumnos del CETPRO Sagrado Corazón de Chalet.

Marca temporal	Sexo	Edad	¿Cuántos cursos has llevado?	¿Con qué objetivo te has inscrito a estos cursos?	¿Cuántas horas le dedicas a los proyectos que haces en tus cursos?	¿Cuál sería tu principal dificultad para realizar un emprendimiento?	Consideras que un emprendimiento te podría ayudar a: (opción múltiple)	¿Qué ocupación tienes actualmente? En el caso que tengas un trabajo selecciona si es dependiente o independiente y especifica el rubro en la opción de otro.
15/06/2020 19:23:02	Femenino	51 a más	2 - 3	inicialmente x terapia medica y despues continue aprendiendo mas y vendo	4 a 6 horas	Por problemas personales	Más ingresos económicos	manualista, vendo lo q pinto y doy clases de lo q estoy aprendiendo
15/06/2020 21:21:18	Femenino	51 a más	2 - 3	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más independencia laboral	trabajador(a) independiente:
15/06/2020 21:33:50	Femenino	31 a 40 años	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Más independencia laboral, Crecimiento personal	trabajador(a) dependiente:
15/06/2020 21:41:52	Femenino	51 a más	1	para tener un pasatiempo	4 a 6 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más ingresos económicos, Más independencia laboral, Crecimiento personal	ama (o) de casa
15/06/2020 21:48:34	Femenino	41 a 50 años	2 - 3	para realizar un negocio propio	7 a más horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Crecimiento personal	ama (o) de casa
15/06/2020 21:59:37	Femenino	51 a más	2 - 3	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo el tiempo necesario	Más ingresos económicos, Más independencia laboral, Crecimiento personal	trabajador(a) independiente:
15/06/2020 22:17:01	Femenino	51 a más	1	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más independencia laboral	ama (o) de casa
15/06/2020 22:21:54	Femenino	41 a 50 años	1	para tener un pasatiempo	4 a 6 horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Crecimiento personal	ama (o) de casa
15/06/2020 22:49:57	Femenino	51 a más	1	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Más ingresos económicos, Más independencia laboral, Crecimiento personal	trabajador(a) independiente:
16/06/2020 0:05:00	Femenino	51 a más	4 - 5	Me gusta el curso, me hace sentir bien y me genera ingreso	1 a 3 horas	No tengo el tiempo necesario	Crecimiento personal	trabajador(a) independiente:
16/06/2020 5:38:13	Masculino	51 a más	4 - 5	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	No tengo el tiempo necesario	Crecimiento personal	trabajador(a) dependiente.: Servicio público
16/06/2020 7:46:00	Femenino	41 a 50 años	1	para realizar un negocio propio	7 a más horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Más ingresos económicos	trabajador(a) independiente:
16/06/2020 8:35:17	Femenino	51 a más	1	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	No tengo el tiempo necesario	Más ingresos económicos, Crecimiento personal	trabajador(a) independiente:
16/06/2020 16:18:58	Femenino	51 a más	6 o más	para realizar un negocio propio	7 a más horas	Por problemas personales	Más ingresos económicos	ama (o) de casa
16/06/2020 21:32:39	Femenino	41 a 50 años	1	Ampliar mis conocimientos	1 a 3 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Crecimiento personal	trabajador(a) dependiente.: Asistente de Gerencia y Contabilidad
16/06/2020 21:55:37	Femenino	41 a 50 años	1	para tener un pasatiempo	7 a más horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Más ingresos económicos	ama (o) de casa
17/06/2020 19:38:44	Femenino	51 a más	2 - 3	para realizar un negocio propio	7 a más horas	No tengo el tiempo necesario	Más ingresos económicos	trabajador(a) independiente:
17/06/2020 20:15:28	Femenino	41 a 50 años	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más ingresos económicos	ama (o) de casa
17/06/2020 20:18:26	Femenino	51 a más	1	para realizar un negocio propio	7 a más horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más ingresos económicos	ama (o) de casa
18/06/2020 7:44:39	Femenino	51 a más	2 - 3	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	Por problemas personales	Crecimiento personal	ama (o) de casa
18/06/2020 19:17:27	Femenino	51 a más	1	para tener un pasatiempo	1 a 3 horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Crecimiento personal	ama (o) de casa
18/06/2020 21:01:12	Masculino	51 a más	6 o más	Prepararme y actualizarme en mi carrera	1 a 3 horas	No tengo el tiempo necesario	Más independencia laboral	trabajador(a) dependiente.: Docente empleado publico
18/06/2020 21:47:39	Femenino	51 a más	2 - 3	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	Por problemas personales	Crecimiento personal	trabajador(a) dependiente:
18/06/2020 21:57:57	Masculino	31 a 40 años	1	Ampliar mis conocimientos	1 a 3 horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Crecimiento personal	trabajador(a) independiente:
18/06/2020 21:59:48	Femenino	51 a más	2 - 3	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	Por problemas personales	Crecimiento personal	ama (o) de casa
18/06/2020 22:02:52	Femenino	51 a más	1	para tener un pasatiempo	4 a 6 horas	Por problemas personales	Crecimiento personal	ama (o) de casa
18/06/2020 22:07:36	Femenino	51 a más	1	Enseñanza de la Confección	1 a 3 horas	No tengo el tiempo necesario	Crecimiento personal	ama (o) de casa
18/06/2020 22:11:19	Femenino	41 a 50 años	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Más ingresos económicos, Crecimiento personal	ama (o) de casa
18/06/2020 22:11:31	Femenino	51 a más	6 o más	Porque me apasiona	7 a más horas	No tengo el presupuesto inicial.	Crecimiento personal	ama (o) de casa
18/06/2020 22:27:14	Femenino	18 a 20 años	2 - 3	para tener un pasatiempo	7 a más horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más independencia laboral	ama (o) de casa
18/06/2020 22:41:12	Femenino	51 a más	2 - 3	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	Por problemas personales	Más ingresos económicos	ama (o) de casa
18/06/2020 23:03:15	Femenino	51 a más	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Crecimiento personal	trabajador(a) independiente:
19/06/2020 7:10:46	Femenino	41 a 50 años	2 - 3	para tener un pasatiempo	1 a 3 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más independencia laboral	ama (o) de casa
19/06/2020 7:18:18	Femenino	41 a 50 años	4 - 5	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	No tengo el tiempo necesario	Más ingresos económicos, Más independencia laboral, Crecimiento personal	ama (o) de casa
19/06/2020 10:06:50	Masculino	41 a 50 años	2 - 3	Especialidad	1 a 3 horas	No tengo el tiempo necesario	Más independencia laboral	trabajador(a) dependiente:
19/06/2020 11:08:16	Masculino	41 a 50 años	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Más independencia laboral	trabajador(a) dependiente:
19/06/2020 11:10:29	Femenino	41 a 50 años	1	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	No tengo el tiempo necesario	Más ingresos económicos	trabajador(a) independiente:

Marca temporal	Sexo	Edad	¿Cuántos cursos has llevado?	¿Con qué objetivo te has inscrito a estos cursos?	¿Cuántas horas le dedicas a los proyectos que haces en tus cursos?	¿Cuál sería tu principal dificultad para realizar un emprendimiento?	Consideras que un emprendimiento te podría ayudar a: (opción múltiple)	¿Qué ocupación tienes actualmente? En el caso que tengas un trabajo selecciona si es dependiente o independiente y especifica el rubro en la opción de otro.
19/06/2020 13:37:37	Masculino	51 a más	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo el tiempo necesario	Más ingresos económicos, Más independencia laboral, Crecimiento personal	trabajador(a) dependiente:
19/06/2020 13:43:08	Femenino	51 a más	1	para tener un pasatiempo	4 a 6 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más independencia laboral, Crecimiento personal	ama (o) de casa
19/06/2020 14:10:42	Femenino	51 a más	1	Para tener más conocimientos sobre el tema	4 a 6 horas	Por problemas personales	Más independencia laboral, Crecimiento personal	Jubilada
19/06/2020 15:01:28	Masculino	31 a 40 años	1	Conocer del tema	1 a 3 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más independencia laboral, Crecimiento personal	trabajador(a) independiente:
19/06/2020 15:05:30	Femenino	51 a más	1	para tener un pasatiempo	1 a 3 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Crecimiento personal	ama (o) de casa
19/06/2020 15:05:40	Femenino	51 a más	6 o más	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más ingresos económicos	trabajador(a) dependiente:
19/06/2020 15:24:08	Femenino	21 a 30 años	2 - 3	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	Por problemas personales	Más independencia laboral	trabajador(a) independiente:
19/06/2020 15:28:27	Femenino	41 a 50 años	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Más independencia laboral	ama (o) de casa
19/06/2020 15:29:52	Femenino	51 a más	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo el tiempo necesario	Más independencia laboral	trabajador(a) independiente:
19/06/2020 15:29:53	Femenino	31 a 40 años	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo conocimiento sobre cómo gestionar un negocio	Más independencia laboral	ama (o) de casa
19/06/2020 16:00:17	Femenino	51 a más	2 - 3	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más ingresos económicos, Crecimiento personal	ama (o) de casa
19/06/2020 16:15:54	Femenino	51 a más	2 - 3	Para aprender nuevas técnicas	1 a 3 horas	No tengo el tiempo necesario	Más ingresos económicos	Apoyo a mi esposo en su trabajo
19/06/2020 16:18:09	Femenino	51 a más	1	para realizar un negocio propio	7 a más horas	Por problemas personales	Crecimiento personal	Muñecos de tela porque soy cesante por salud
19/06/2020 16:22:49	Masculino	21 a 30 años	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más ingresos económicos	trabajador(a) dependiente:
19/06/2020 16:24:44	Femenino	51 a más	4 - 5	No	4 a 6 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Más ingresos económicos, Más independencia laboral	trabajador(a) dependiente:
19/06/2020 16:55:50	Femenino	51 a más	1	para realizar un negocio propio	7 a más horas	No tengo el presupuesto inicial.	Crecimiento personal	ama (o) de casa
20/06/2020 20:38:30	Femenino	51 a más	1	para realizar un negocio propio	4 a 6 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Crecimiento personal	trabajador(a) independiente:
22/06/2020 16:11:01	Femenino	41 a 50 años	1	para realizar un negocio propio	1 a 3 horas	No tengo el presupuesto inicial.	Crecimiento personal	ama (o) de casa



## Anexo 7. Syllabus

<b>Nombre del Taller</b>	Diseño para emprender
<b>Profesores</b>	
<b>Horas</b>	4 horas semanales
<b>Sesiones</b>	5 sesiones

### Competencia a desarrollar

<b>General</b>	Saber y comprender la importancia del diseño gráfico dentro del rubro empresarial.
<b>Específica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar una buena marca</li> <li>- Entender como optimizar sus recursos</li> <li>- Entender cómo manejar las redes sociales para un promover un negocio</li> </ul>

### Sumilla

En este taller, la alumna aprenderá y aplicará distintos aspectos del diseño gráfico sobre su propuesta de emprendimiento desarrollada en los cursos de oficios otorgados por el CETPRO, de forma que los conocimientos sobre diseño aprendidos durante el taller complementen en el aspecto gráfico del emprendimiento de la alumna y la ayuden a fortalecer su propuesta de negocio. Para ello, la alumna elaborará y desarrollará distintos ejercicios y tareas, con la ayuda de diseñadores gráficos, que la ayudarán a establecer una buena comunicación gráfica para su emprendimiento.

### Metodología

El curso se divide en dos partes principales, una teórica y otra práctica. En la parte teórica se les impartirán a las alumnas distintos conceptos del diseño gráfico a manos de diseñadores gráficos profesionales especializados en diferentes campos de estudio: educación, antropología, cultura y comunicación. Luego se dará paso a la parte práctica en la cual las alumnas realizarán distintas actividades aplicando los conocimientos aprendidos, esta parte incluye asesorías individuales con diseñadores gráficos, para así poder asegurar un mejor entendimiento y aplicación de los temas aprendidos.

### Evaluación

En la quinta sesión del taller se dará la evaluación final, en la cual las alumnas presentarán los resultados obtenidos a lo largo del taller con sus emprendimientos frente a un jurado evaluador. Este jurado estará compuesto por profesores que participaron del taller, y diseñadores gráficos invitados, los cuales evaluarán los emprendimientos de las alumnas y cómo los presentan para luego realizar una selección de los emprendimientos que cumplieron con los requisitos necesarios para integrarlas al portal web Super M. Además de la evaluación final, también se tiene en cuenta una evaluación por clase, en la cual los profesores calificarán a las alumnas teniendo en cuenta su nivel de participación, puntualidad y aplicación de lo aprendido en clase.

#### Valor de las evaluaciones:

- Evaluación por clase: 40%
- Evaluación final: 60%
- Fórmula:  $(4EC + 6EF)/10$

Syllabus			
Sesión	Temas a tocar	Descripción	Logros esperados
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación del taller</li> <li>- El diseño gráfico y su relación con el emprendimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicación del tema por parte de un diseñador.</li> </ul> <p><b>ACTIVIDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cada alumna se unirá con un diseñador, y juntos analizarán en qué manera se relaciona el diseño en el emprendimiento de cada una.</li> <li>- Al final, cada alumna explicará esta relación frente a la clase.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que las alumnas logren reconocer la relación entre el diseño gráfico y su emprendimiento de una forma básica.</li> </ul> <p>-</p> <p><b>PUNTAJE PARA LA EVALUACIÓN:</b>  NO LOGRA EL OBJETIVO: 1 a 3 puntos  LOGRA A MEDIAS EL OBJETIVO: 4 a 6 puntos  LOGRA DE FORMA EXITOSA EL OBJETIVO: 7 a 10 puntos</p>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identidad de marca, la imagen y comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicación del tema por parte de un diseñador.</li> </ul> <p><b>ACTIVIDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Junto con los diseñadores se planteará y formará la marca y su mensaje principal, de forma que aplique lo aprendido dependiendo del emprendimiento de cada alumna.</li> <li>- Al final, cada alumna explicará esta relación frente a la clase.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que las alumnas logren establecer la identidad de su marca y su forma de comunicación.</li> </ul> <p><b>PUNTAJE PARA LA EVALUACIÓN:</b>  NO LOGRA EL OBJETIVO: 1 a 3 puntos  LOGRA A MEDIAS EL OBJETIVO: 4 a 6 puntos  LOGRA DE FORMA EXITOSA EL OBJETIVO: 7 a 10 puntos</p>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empaques y Etiquetas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicación del tema por parte de un diseñador.</li> </ul> <p><b>ACTIVIDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Muestra y análisis de diferentes empaques y etiquetas según su funcionalidad y categoría económica (estos empaques estarán relacionados con los rubros en los que se encuentran los emprendimientos de estas mujeres, de forma que tengan un mejor conocimiento de que</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que las alumnas logren entender las distintas funciones del empaque y puedan plantear un empaque que les sea conveniente tanto de forma práctica como económicamente.</li> </ul> <p><b>PUNTAJE PARA LA EVALUACIÓN:</b>  NO LOGRA EL OBJETIVO: 1 a 3 puntos  LOGRA A MEDIAS EL OBJETIVO: 4 a 6 puntos</p>

		<p>tipo de información y empaques estarán utilizando sus competencias).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se planteará una propuesta de empaque de parte de cada alumna (boceto) con la ayuda del diseñador asignado.</li> <li>- Cada alumna muestra sus resultados frente a la clase, feedback grupal.</li> </ul>	<p>LOGRA DE FORMA EXITOSA EL OBJETIVO: 7 a 10 puntos</p>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía y las redes sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicación del tema por parte de un diseñador.</li> </ul> <p><b>ACTIVIDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Práctica de tomas de fotos con celular (de forma que tengan un conocimiento más práctico y sencillo de su uso), cada una de las alumnas tendrá el apoyo de los diseñadores para que sus fotos vayan acorde a sus emprendimientos.</li> <li>- Junto con el diseñador se creará una red social de elección de la alumna para el emprendimiento (Facebook, Instagram, etc.), y se planteará la información que se colocaría en este.</li> <li>- Cada alumna muestra sus resultados frente a la clase, feedback grupal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que las alumnas logren tomar una buena fotografía acorde su emprendimiento, de forma que esta destaque las cualidades del producto que van a vender y atraiga a posibles clientes.</li> <li>- Además, que sepan manejar de forma básica una red social.</li> </ul> <p><b>PUNTAJE PARA LA EVALUACIÓN:</b>  NO LOGRA EL OBJETIVO: 1 a 3 puntos  LOGRA A MEDIAS EL OBJETIVO: 4 a 6 puntos  LOGRA DE FORMA EXITOSA EL OBJETIVO: 7 a 10 puntos</p>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación final de las alumnas</li> <li>- Agradecimiento y despedida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación de los resultados conseguidos a lo largo del taller. (EVALUACIÓN)</li> <li>- Entrega de certificado de asistencia y desempeño</li> <li>- Despedida y cierre.</li> </ul>	<p><b>ALCANZAR UN MÍNIMO DE 22 PUNTOS PARA SER CONSIDERADA DENTRO DEL PORTAL WEB SUPER M.</b></p>

## Anexo 8. Cronograma ampliado

Cronograma taller de capacitación		
Sesión	Hora	Descripción
1	0:00 - 0:10	Ingreso
	0:10 - 0:25	Presentación del taller y colaboradores
	0:26 - 0:35	Explicación de la metodología y los objetivos
	0:35 - 0:45	Presentación de las alumnas
	0:45 - 1:10	Presentación del diseñador que dará la explicación del tema y su experiencia en el tema tratado en clase
	1:10 - 2:00	Explicación del Tema 1: el diseño grafico y su relación con el emprendimiento
	2:00 - 2:15	Respuesta a preguntas
	2:15 - 3:00	Actividad en clase: trabajo con el diseñador, analisis del producto de las emprendedoras
	3:00 - 3:45	Presentación de los resultados de la actividad frente al grupo
	3:45 - 4:00	Agradecimientos y cierre
2	0:00 - 0:10	Ingreso
	0:10 - 0:15	Saludos
	0:15 - 0:40	Presentación del diseñador que dará la explicación del tema y su experiencia en el tema tratado en clase
	0:40 - 1:30	Explicación del Tema 2: Identidad de marca, la imagen y comunicación
	1:30 - 1:50	Respuesta a preguntas
	1:50 - 2:50	Actividad en clase: trabajo con el diseñador, planteo de la identidad de marca de las emprendedoras
	2:50 - 3:40	Presentación de los resultados de la actividad
	3:40 - 4:00	Agradecimientos y cierre
3	0:00 - 0:10	Ingreso
	0:10 - 0:15	Saludos
	0:15 - 0:40	Presentación del diseñador que dará la explicación del tema y su experiencia en el tema tratado en clase
	0:40 - 1:30	Explicación del Tema 3: Empaque y etiqueta
	1:30 - 1:50	Respuesta a preguntas
	1:50 - 2:20	Actividad en clase: Muestra y análisis de etiquetas
	2:20 - 3:00	Actividad en clase: Propuesta de empaque de las emprendedoras (boceto)
	3:00 - 3:40	Presentación de los resultados de la actividad
	3:40 - 4:00	Agradecimientos y cierre
4	0:00 - 0:10	Ingreso
	0:10 - 0:15	Saludos
	0:15 - 0:40	Presentación del diseñador que dará la explicación del tema y su experiencia en el tema tratado en clase
	0:40 - 1:30	Explicación del Tema 4: Fotografía y redes sociales
	1:30 - 1:50	Respuesta a preguntas
	1:50 - 2:50	Actividad en clase: Toma de fotografía y creación de una red social para el emprendimiento
	2:50 - 3:40	Presentación de los resultados de la actividad
	3:40 - 4:00	Agradecimientos y cierre
5	0:00 - 0:10	Ingreso
	0:10 - 0:15	Saludos
	0:15 - 2:20	Presentación de todos los resultados del taller por parte de las alumnas(Evaluación)
	2:20 - 2:30	Entrega de contactos de los diseñadores a las alumnas
	2:30 - 3:00	Entrega de certificado de asistencia y desempeño
	3:00 - 3:10	Agradecimientos por participación al taller
	3:10 - 3:30	Palabras de los colaboradores
	3:30 - 3:50	Palabras de las alumnas
	3:50 - 4:00	Despedida a las alumnas
Después de finalizado el taller se realizará una reunion para decidir que alumnas cumplen los requisitos para entrar al portal		
6	0:00 - 0:40	Selección de las alumnas que entran al portal
	0:40 - 1:00	Comunicación con estas alumnas
	1:00 - 2:00	Ajustes de estos emprendimientos con ayuda de los colaboradores
	2:00 - 2:40	Publicación de proyectos al portal



Recursos	Evaluación
presentación power point o video	
presentación power point o video	
prende camara via zoom	
presentación power point o video	
presentación power point o video	
debate	
actividad grupal, las alumnas y los diseñadores seran separados en salas	
presentación y feedback grupal	uso de rúbrica
prender micrófonos	
prender micrófonos	
presentación power point o video	
presentación power point o video	
debate	
actividad grupal, las alumnas y los diseñadores seran separados en salas	
presentación y feedback grupal	uso de rúbrica
prender micrófonos	
prender micrófonos	
presentación power point o video	
presentación power point o video	
debate	
debate	
actividad grupal, las alumnas y los diseñadores seran separados en salas	
presentación y feedback grupal	uso de rúbrica
prender micrófonos	
prender microfonos	
presentación power point o video	
presentación power point o video	
debate	
actividad grupal, las alumnas y los diseñadores seran separados en salas	
presentación y feedback grupal	uso de rúbrica
prender micrófonos	
prender microfonos y cámaras	
se separara a la emprendedora con el jurado evaluador en una sala	uso de rúbrica
se enviará la información por correo a las alumnas	
prender micrófonos y cámaras. Se enviará el certificado por correo	
prender micrófonos y cámaras.	
prender micrófonos y cámaras	
prender micrófonos y cámaras	
prender micrófonos y cámaras	
reunión en zoom de los evaluadores	
correo electrónico o llamada	
zoom	
publicación en el portal	

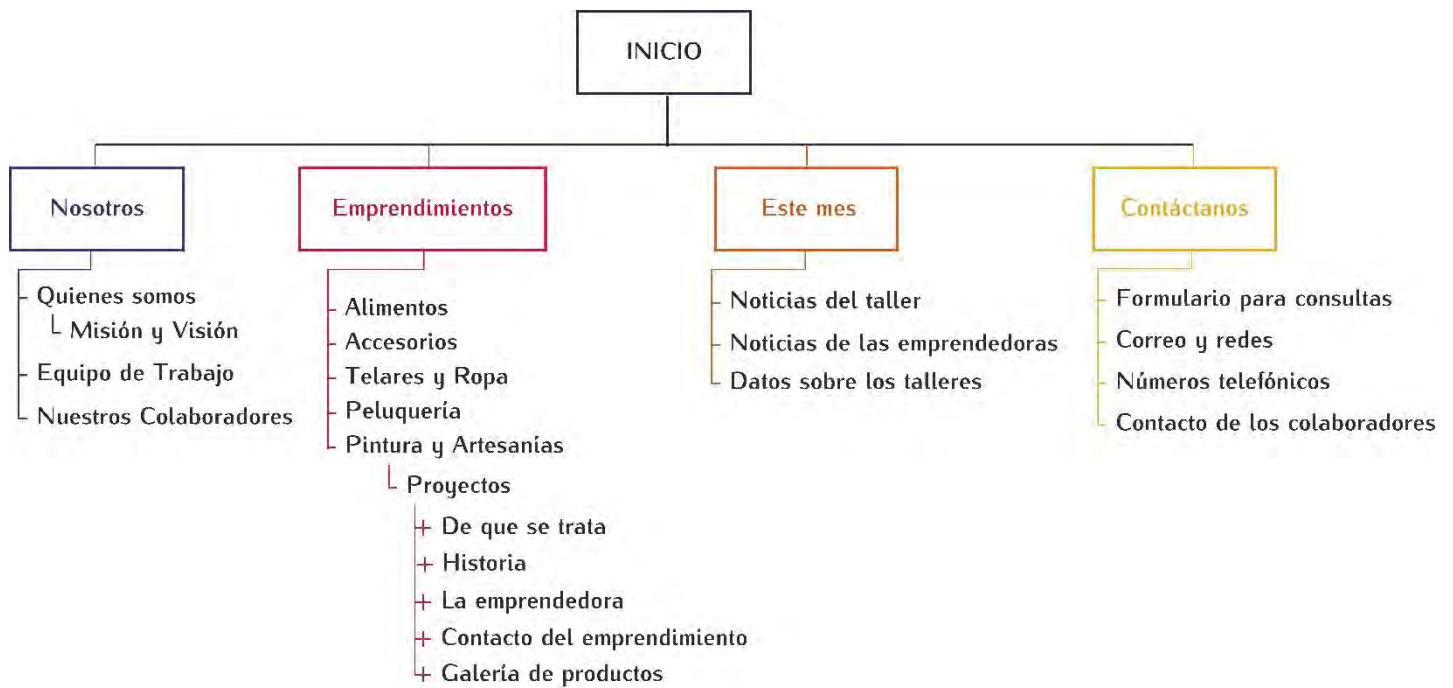
**Anexo 9. Rúbrica para clases.**

Criterio	Escala de calificación		
	EXCELENTE	BUENA	INSUFICIENTE
PARTICIPACIÓN (0-8pt)	Participa en las clases del curso, está constantemente activa e involucrada en la actividad que se esté dando en el momento.	Participa en las clases, pero de forma tímida. No toma la iniciativa al momento de participar, pero si se le consulta responde.	No participa, y muestra indiferente a las actividades dadas en las clases.
PUNTUALIDAD (2pt)	Llega puntual a todas las sesiones y no falta.	Llega tarde a algunas de las sesiones, y si falta a alguna sesión presenta una justificación.	Falta a la mayoría de las sesiones o se conecta tarde a la mayoría de estas.
APLICACIÓN DE LO APRENDIDO (0-10pt)	Conecta de manera adecuada el tema de la clase con su emprendimiento, dialoga profundamente con el diseñador colaborador en cada actividad, discute y propone para encontrar la mejor forma de resolver la actividad.	Conecta de manera adecuada el tema de la clase con su emprendimiento, dialoga con el diseñador colaborador en cada actividad.	No genera conexión entre lo explicado y la actividad, acepta lo que el diseñador colaborador le propone sin analizar si es que se esté relacionando de manera adecuada el tema con su emprendimiento.


### Anexo 10. Rúbrica para presentación final

Criterio	Escala de calificación		
	EXCELENTE	BUENA	INSUFICIENTE
CAPACIDAD EXPOSITIVA (0-4pt)	Volumen adecuado para ser escuchado por el jurado durante toda la presentación, transmite confianza y seguridad. Mantiene la mirada y transmite confianza. Es muy bueno al promocionar o vender su producto, destaca con claridad las cualidades de este y transmite de que plantea un emprendimiento de calidad.	Volumen adecuado para ser escuchado por el jurado por la mayor parte de la presentación, tono de voz amigable. Si se siente nerviosa lo sabe controlar, tiene contacto visual, muy pocas veces aparta la mirada. Tiene la capacidad de promocionar o vender su producto, de destacar las cualidades de este y convencer de que plantea un emprendimiento de calidad.	Tono de voz bajo y débil, muestra inseguridad. No hace contacto visual, mira hacia abajo u otros lados, y demuestra nervios e inseguridad. No tiene la capacidad de promocionar o vender su producto, de destacar las cualidades de este y convencer de que plantea un emprendimiento de calidad.
RELACION PRODUCTO-BRANDING (0-7pt)	El producto y el branding se relacionan excelentemente, transmitiendo el mensaje de la marca de forma eficiente y adecuada.	El producto y el branding se relacionan de forma correcta. Se transmite el mensaje de la marca.	El producto y el branding no se relacionan, no se transmite el mensaje de la marca.
HABLA CLARAMENTE (0-4pt)	Habla claramente todo el tiempo, transmite de forma adecuada los conceptos, habla con elocuencia.	Habla de forma clara la mayor parte del tiempo, no se enreda con los conceptos.	A menudo se enreda, habla muy rápido o lento y no se le entiende con claridad.
EXPLICA EL TEMA (0-5pt)	Demuestra un gran conocimiento de lo aprendido, explica con claridad los resultados obtenidos en el taller, no lee lo que expone.	Demuestra un buen conocimiento de lo aprendido, explica con claridad los resultados obtenidos en el taller.	No explica con tranquilidad, lee lo que va a decir, no demuestra que conoce el tema, no explica con claridad los resultados obtenidos en el taller.

### Anexo 11. Diagrama de información del portal web Súper M.




## Anexo 12. Pantallas del portal web Súper M.




INFORMACIÓN SÚPER M

Nosotros Emprendimientos Foros más Contáctanos



Creciendo cada día

Foto: Anibal




DISEÑO PARA EMPRENDER

Súper M es un programa destinado a la promoción y el desarrollo de emprendimientos por parte de mujeres personas que buscan mejorar su situación de vida. Para esto colabora con el Centro de Educación Técnico Profesional (CETPRO) Servicio Nacional de Capacitación, Empleo e Ingresos y diversos actores locales como artesanos, agricultores, entre otros de forma que ellos aprovechen los beneficios ofrecidos para mejorar su emprendimiento. Con la colaboración de distintos Esenarios gráficos, Súper M busca ayudar a más mujeres a dar un paso en su marcha de forma que tengan un producto de calidad, competitivo en el mercado.

VER MÁS

EMPRENDIMIENTOS



Alimentos

Foto: Anibal




Foto: Anibal




Foto: Anibal




Foto: Anibal




Foto: Anibal

ESTE MES




Foto: Anibal

**El nuevo reto de Romina**

Carretera Híbrida, emprendedora de una marca de ropa de señora y que debido a la pandemia se ha trasladado en un nuevo reto: el abastecimiento online. [Leer más >](#)




Foto: Anibal

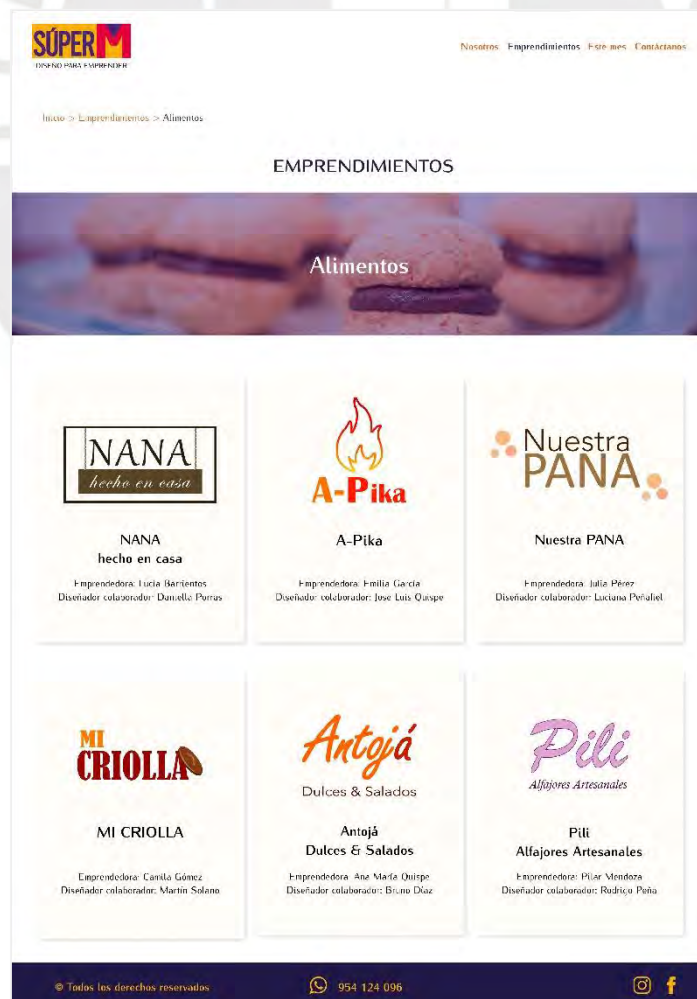
**Entrevista a Giovanna Ascarza docente del CETPRO**

La buena práctica ganadora del primer puesto de la categoría Gestión Institucional fue "Generando condiciones de aprendizaje en entornos estudiantiles de niños de 5 años". [Leer más >](#)

VER MÁS

© Todos los derechos reservados

951 124 096




**SÚPER M**  
DISEÑO PARA EMPRENDER


Nosotros Emprendimientos Fírmes Contactanos

Inicio > Nosotros


## NOSOTROS



Quienes Somos



Equipo Super M



Nuestros colaboradores

© Todos los derechos reservados 954 124 096

**SÚPER M**  
DISEÑO PARA EMPRENDER

Nosotros Emprendimientos Fírmes Contactanos

Inicio > Nosotros > Quienes Somos

## NOSOTROS

### Quienes Somos


Super M es un proyecto destinado a la promoción y al desarrollo de emprendimientos por parte de mujeres personas que buscan mejorar su situación de vida, el cual surgió en base al taller del CETPRO Sagrado Corazón donde se realizó la función de asesorar a estas mujeres en distintos tipos de negocios, artesanías, artículos, entre otros, de forma que ellas obtengan los conocimientos necesarios para formar su emprendimiento.

Esta situación inspiró el proyecto SUPER M el cual busca "COMPLEMENTAR" una formación desde la mirada del diseño gráfico, que realice la sustentación de la marca y el mensaje y calidad visual de una marca. Por ello nace PROYECTO M que es un PORTAL WEB para promover estos emprendimientos con un gran nivel de calidad que sean reconocidos en el mercado. Los cuales permiten pasar por unas capacitaciones especializadas de GESTIÓN DE DISEÑO con el apoyo de la mentalidad y el acompañamiento de jóvenes diseñadores, de forma que estos puedan desarrollar emprendimientos que cumplan ciertos estándares de calidad para que de esa manera sean promovidos a través de este portal.


En función de que nuestro propósito obtenga buenos resultados realizamos las siguientes acciones a conseguir:

- Lograr que las mujeres sean capacitadas en gestión del diseño gráfico con los apoyo de mentores de nuestro emprendimiento.
- El objetivo es capacitar y guiar a las chicas del CETPRO a fin de que realicen sus emprendimientos con altos estándares de calidad.
- Lograr una manera de ayudar a visibilizar los emprendimientos de estas mujeres a un público para que tengan una mayor posibilidad de éxito.

<h4>Misión</h4> <p>Trabaja por el desarrollo del emprendimiento femenino a través de la gestión de diseño gráfico. Se busca proporcionar a la emprendedora personas en el mercado mediante sus capacidades en diseño gráfico, de forma que tenga los conocimientos necesarios para impulsar su negocio y obtener los beneficios necesarios para su desarrollo personal.</p>	<h4>Visión</h4> <p>Ser un medio de ayuda y motivación que facilite el crecimiento de la mujer persona.</p>
---	--



Equipo Super M



Nuestros colaboradores

© Todos los derechos reservados 954 124 096

**SÚPER M**  
DINERO PARA EMPRENDEUR

Nosotros Emprendimientos Este mes Contáctanos

Inicio > Este Mes

### ESTE MES



**El nuevo reto de Romina**  
Conoce a Romina, emprendedora de una marca de ropa de bebés y que debido a la pandemia se ha embarcado en su nuevo reto: el abrir una tienda online.

Foto: Mager

Leer más >



**Entrevista a Giovanna Ascarza, docente del CETPRO**  
La buena práctica ganadora del primer premio de la categoría Gestión Institucional fue "Gestión de actividades de aprendizaje en módulos curriculares de niños de 6 meses a 5 años".

Foto: ADEVAL

Leer más >



**Profesoras CETPRO**  
Entrevista a las profesoras del CETPRO sobre sus actividades en el mundo laboral.

Foto: CETPRO

Leer más >



**La importancia de la capacitación**  
Antes de salir al mundo de la capacitación se debe centrar en la gestión.

Foto: CETPRO

Leer más >



**Liliana García**  
El éxito más reciente del país sobre su nueva empresa.

Foto: ADEVAL

Leer más >



**Una visita nostálgica**  
Las emprendedoras de Super M hacen una visita al CETPRO para hablar de su experiencia con los alumnos.

Foto: CETPRO

Leer más >



**Taller Super M**  
Conoce los nuevos formatos del taller.

Foto: ADEVAL

Leer más >

1 Artículo >

© Todos los derechos reservados 954 124 096

**SÚPER M**  
DINERO PARA EMPRENDEUR

Nosotros Emprendimientos Este mes Contáctanos

Inicio > Contáctanos

### CONTÁCTANOS

¿Tienes alguna consulta?

Nombre y Apellido

Dirección Correo

Apellido

Telefono

Enviar

**Contacto**


Si tienes alguna duda sobre el taller o quieres colaborar con nosotros contáctanos a través de los siguientes medios:

999 674 021

superm@gmail.com

Instagram Facebook


**Nuestros Colaboradores**



**CETPRO SAGRADO CORAZÓN CHALET - CHORRILLOS**

sagrado.corazon.chalet@gmail.com

f




**DISEÑADORA**  
Luciana Peñañel

956 300 285

luciana1983@gmail.com

f @ Bè



**DISEÑADORA**  
Daniela Portas

963 627 349

dypor18@gmail.com

f @ Bè

© Todos los derechos reservados 954 124 096




Nosotros | Emprendimientos | Eventos | Contacto

Inicio > Diseño gráfico para emprender

## DISEÑO GRÁFICO PARA EMPRENDER

**Bienvenidos al taller DISEÑO GRÁFICO PARA EMPRENDER**

En este curso recibirá capacitación sobre cómo un emprendimiento puede beneficiarse sobre la competencia a través de una adecuada marca y un concepto que permita hacerle resaltar sus ventajas. Recibirá asesoría en su parte de ideas y estrategias creativas a colaborar en su proyecto.

Para participar llena la ficha de compromiso y regístrate ya mismo.  
¡Cupos limitados!

**Ficha de compromiso**

Nombre (Apellido):

Dirección de correo:

Correo institucional:

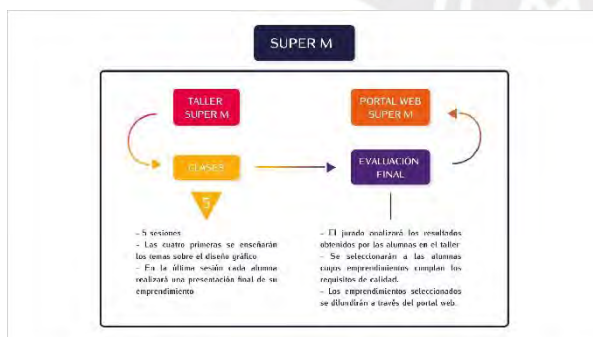
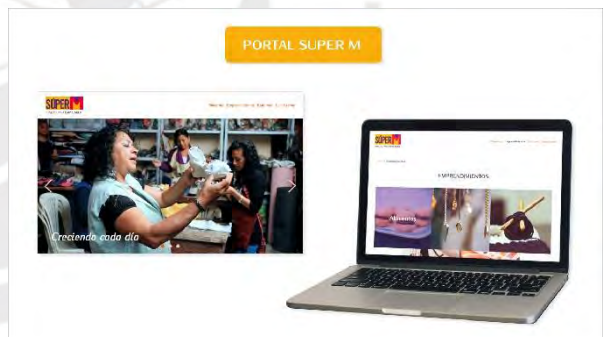
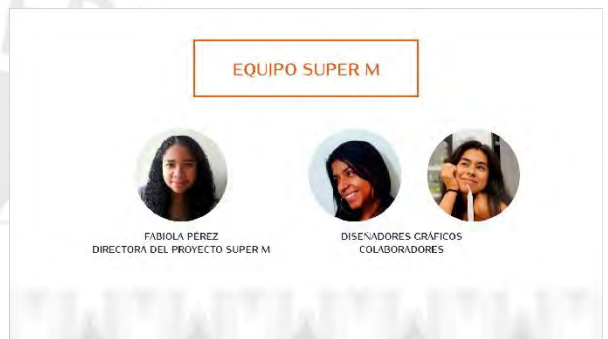
Comentarios adicionales:

Gracias por participar en breve recibirá un correo de confirmación

© Todos los derechos reservados
954 124 096




## Anexo 13. Primera presentación para las alumnas Súper M.





¿Qué se hace en cada clase?

- ▶ Explicación del tema
- ▶ Actividad en clase
- ▶ Presentación en clase
- ▶ Grupos en zoom de cada alumna con un diseñador colaborador

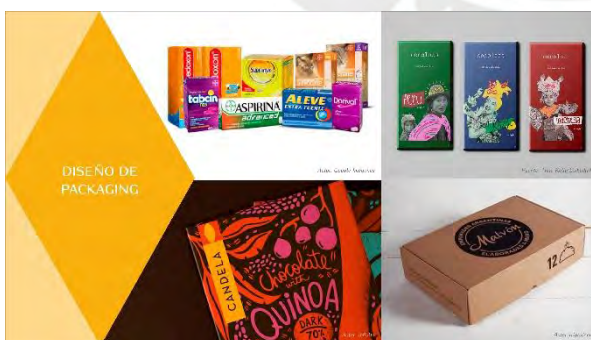
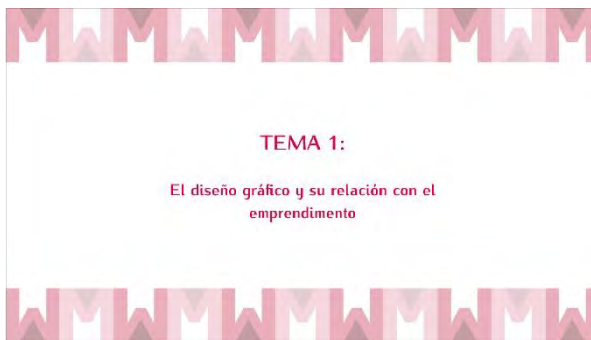


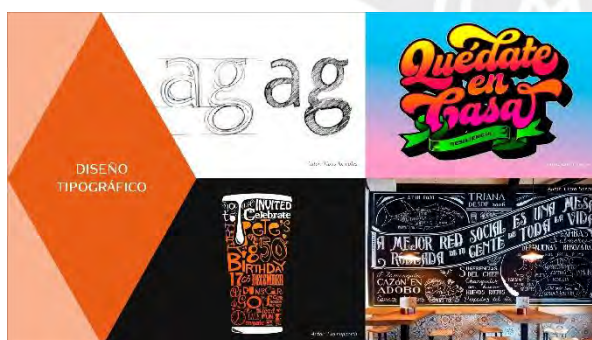
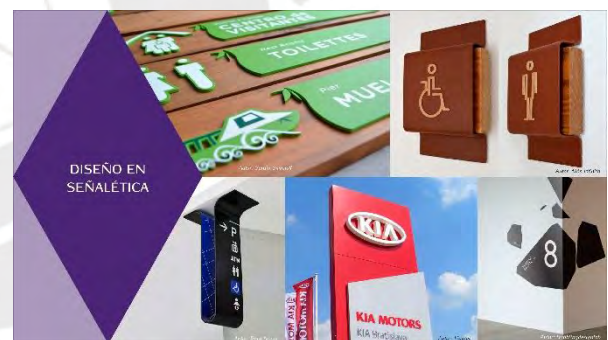
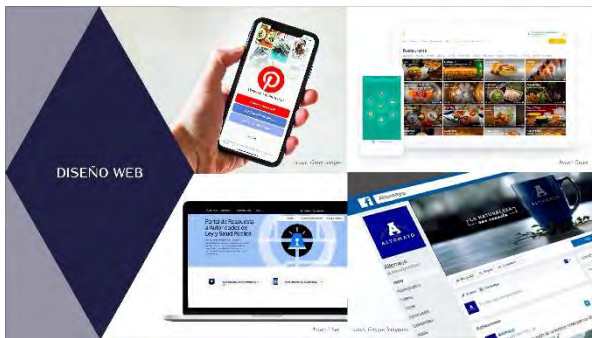
¡Gracias!

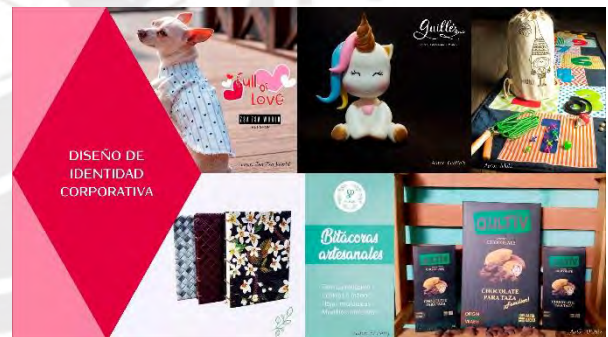
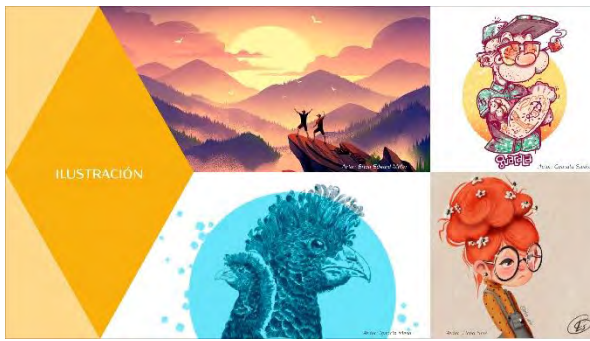


## Anexo 14. Ayuda visual para la explicación del tema de la primera clase del taller

### Súper M.







**Entonces ¿de qué se encarga el diseñador?**

Entender las necesidades del cliente

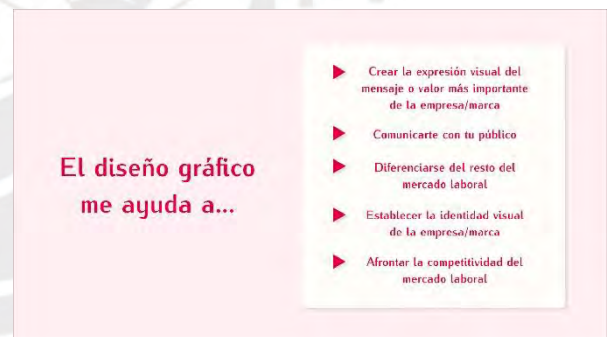
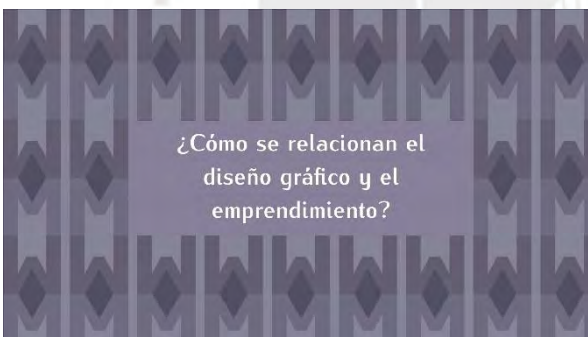
Asesorar a los clientes para crear estrategias de comunicación

Crea elementos visuales

Conocer las tendencias y gustos del público

Crear conceptos visuales para publicidad

**ENTENDER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE**

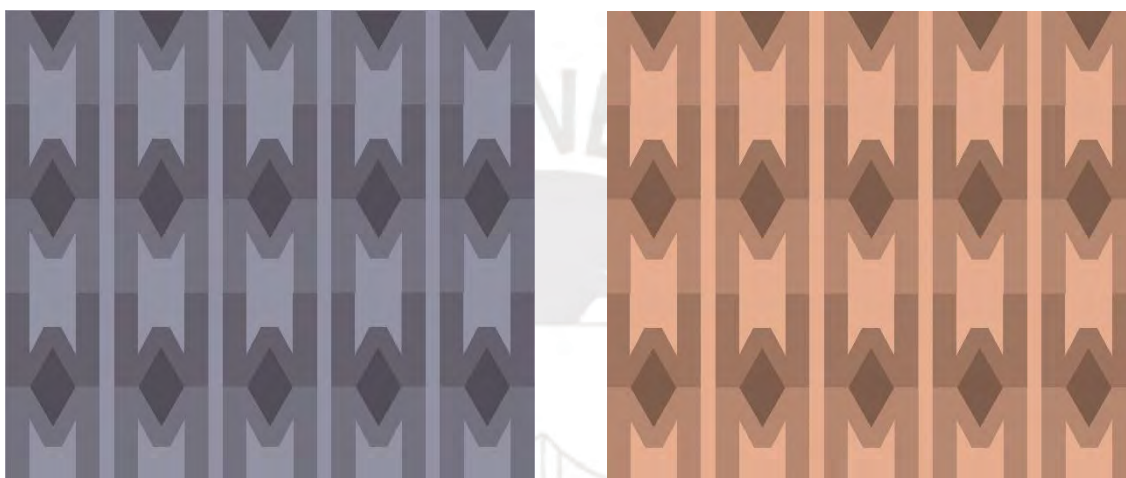


## Anexo 15. Elementos gráficos.

- Iconos



- Tramas



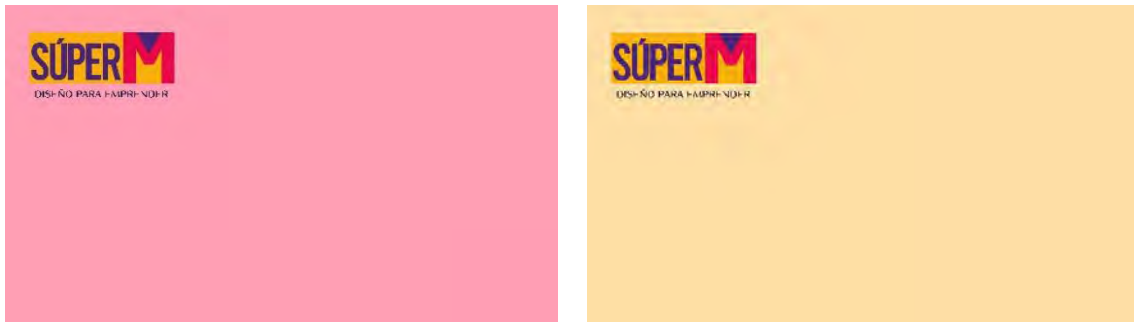
- Módulos





## Anexo 16. Piezas gráficas complementarias.

- Fondos para video llamadas de zoom



- Convocatoria a las alumnas del CETPRO para que participen del proyecto (enviada vía mail).



- Mensaje de bienvenida para las participantes del taller de capacitación.



- Mensaje de felicitación para las emprendedoras seleccionadas de formar parte del portal web Súper M.



- Certificado de participación del proyecto Súper M – Dos versiones.



- Fotochecks para las participantes del proyecto Súper M.




- Ficha técnica de los resultados del taller para cada alumna:

Código: 202201  
Nombre del diseñador voluntario:  
Fabiola Pérez

#F18BCE #761E19 #A1B1D

**SÚPER M**  
DISEÑO PARA EMPRENDER



TIPOGRAFÍA:  
Itim



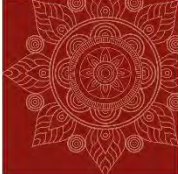
*Guille's*  
ARTE, PINCELADAS Y MÁS

*Q*

*Guille's*  
ARTE, PINCELADAS Y MÁS

**DATOS:**

- Nombre: Guillermina Servigón Sulano
- Edad: 57 años
- Ocupación: Artesana y manualista independiente
- Curso: Artesanía y manualidades
- Tiempo que lleva en el CETPRO: 9 años
- Rubro del emprendimiento: Artesanía y manualidades
- Nombre del emprendimiento: Guille's. Arte, pinceladas y más

**Anexo 17. Carta de respuesta del evaluador Carlos Barreto.**

Lima, 16 de Marzo 2021

Señores,  
Pontificia Universidad Católica del Perú  
Facultad de Arte y Diseño  
Especialidad Diseño Gráfico

Por medio de la presente me dirijo a ustedes a fin de poder dar una opinión objetiva respecto al proyecto **Súper M: Diseño de programa social de asesoría y capacitación en gestión de diseño gráfico para los emprendimientos de mujeres del CETPRO Chorrillos** diseñado por la Bachiller FABIOLA PÉREZ SERVIGÓN referido a la capacitación para evidenciar la necesidad e importancia del diseño gráfico en emprendimientos pequeños o de reducida escala.

Por lo tanto, al analizar y revisar el proyecto minuciosamente encuentro que el mismo es importante, pertinente porque cumple con las expectativas para apoyar al emprendimiento y desenvolvimiento de las mujeres, sobre todo a las mujeres adultas que pertenecen al CETPRO y día a día muestran el gran interés en aprender y vender sus productos, a través del diseño se puede despertar las inquietudes y habilidades para que puedan lograr iniciar sus pequeños negocios.

Atentamente



Nombre: Carlo Barreto Porras  
Cargo: Profesor  
Correo: carlosbarreto1310@hotmail.com  
Móvil: 996871484

**Anexo 18. Carta de respuesta del evaluador Marco Antonio Urbano Inga.**

Lima, 16 de Marzo 2021

Señores,  
Pontificia Universidad Católica del Perú  
Facultad de Arte y Diseño  
Especialidad Diseño Gráfico

Por medio de la presente me dirijo a ustedes a fin de poder dar una opinión objetiva respecto al proyecto **Súper M: Diseño de programa social de asesoría y capacitación en gestión de diseño gráfico para los emprendimientos de mujeres del CETPRO Chorrillos** diseñado por la Bachiller FABIOLA PÉREZ SERVIGÓN referido a la capacitación para evidenciar la necesidad e importancia del diseño gráfico en emprendimientos pequeños o de reducida escala.

Por lo tanto, al analizar y revisar el proyecto minuciosamente encuentro que el mismo es importante, pertinente etc etc... (el proyecto de realizar un valor agregado al producto en sí, es recomendable para darle identidad a lo que realizamos en el cetpro, para la comercialización del producto manual, en este caso la presentación de una marca la cual representará el emprendimiento, para insertarnos a la vez competencia del mercado, es el valor competitivo que necesita el trabajo expuesto para su comercialización, el simple hecho de realizar este diseño que por cierto es llamativo, serio y transmite seguridad, representa el buen acabado del producto, eso se debe transmitir al público para que el trabajo sea valorado e ingrese a la competencia de productos manuales, esto a su vez ayuda e incrementa los ingresos de la canasta familiar, para ayudar a resolver múltiples necesidades familiares, por lo tanto concluyo que una marca como SUPER M. es un diseño que marcará diferencia, espíritu colaborativo y seguridad a las mujeres que emprendan su negocio manual )

Atentamente

Nombre: Marco Antonio Urbano Inga  
Cargo: docente  
Correo: marcoantoniourbanoinga20@gmail.com  
Móvil: 964302625

  
  
EL PROFESOR  
(Firma)

**Anexo 19. Carta de respuesta del evaluador Osvaldo López Gaona.**

Lima, 16 de Marzo 2021

Señores,  
Pontificia Universidad Católica del Perú  
Facultad de Arte y Diseño  
Especialidad Diseño Gráfico

Por medio de la presente me dirijo a ustedes a fin de poder dar una opinión objetiva respecto al proyecto **Súper M: Diseño de programa social de asesoría y capacitación en gestión de diseño gráfico para los emprendimientos de mujeres del CETPRO Chorrillos** diseñado por la Bachiller FABIOLA PÉREZ SERVIGÓN referido a la capacitación para evidenciar la necesidad e importancia del diseño gráfico en emprendimientos pequeños o de reducida escala.

Por lo tanto, al analizar y revisar el proyecto minuciosamente encuentro que el mismo es destacable en el sentido de que cumple satisfactoriamente con el objetivo que se ha propuesto: que desde la perspectiva del Diseño Gráfico y con el apoyo de la aplicación de un ejercicio pedagógico ayudar a capacitar a las mujeres emprendedoras a conseguir mejores y mayores beneficios de los productos que realizan, a través de la organización del sitio web, la conformación de un grupo de profesionales del diseño que asesoren a las mujeres emprendedoras hace que el proyecto se vuelva útil y social, se involucra en la tarea de ayudar a orientar, mejorar, enriquecer y apoyar el trabajo de la sociedad, en este caso de las mujeres que tienen posibilidades de emprender un proyecto de negocio y, con la ayuda y capacitación de diseñadores establecer estándares de calidad altos para provocar una sana competencia y un valor agregado al emprendimiento por parte de las mujeres.

Con respecto al diseño y planeación de la estructura didáctica del Taller de capacitación creo que hay concreción, hay objetividad, hay claridad y por supuesto fiabilidad y efectividad para echarlo a andar, el tiempo destinado a cada sesión es adecuado y la cantidad de sesiones vuelve este proyecto asequible para implementarlo con varias mujeres (alumnas) a la vez o que no se quede estacionado el curso de capacitación, sino que se vuelva cíclico y con ello abarcar a mayor número de emprendedoras. Respecto al diseño planteado en la parte gráfica, creo que es adecuado, la imagen de marca de SUPER M y las formas que la acompañan además de los colores crean una fuerte relación simbólica y perceptual tocando elementos sensitivos y sensoriales, que hacen evocar artesanía, identidad, feminidad y por otro lado fuerza y estabilidad, además de una gráfica que se nota desde ya moderna.

Creo firmemente que el diseño tiene una función social y si éste ayuda para hacer que, desde la capacitación y la asesoría genere cambios en la sociedad, mejore los emprendimientos, ayude a comprender la potencia que tiene el diseño para construir la (las) imagen (es) del emprendimiento y con ello eleve la calidad de lo que se produce, las ideas y los proyectos cambiarán para mejor y este Programa de capacitación tiene todas las condiciones para llevar a

buen puerto a quien se sume a tomar la asesoría, y también a provocar que los diseñadores participen activamente en el área de la gestión y la capacitación, además de la asesoría con los potenciales clientes, es por ello que no tengo objeción alguna en recomendar ampliamente este proyecto de investigación y propuesta de sistema gráfico y de capacitación.

Atentamente

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'O. López Gaona', written over a large, light-colored oval shape.

Mg. Osvaldo López Gaona  
Diseñador Gráfico  
+ 52 2222 381083  
[ovalgaona@yahoo.com.mx](mailto:ovalgaona@yahoo.com.mx)  
PUEBLA, MÉXICO



**Anexo 20. Carta de respuesta de la evaluadora Claudia Cárdenas Vargadá.**

Lima, 16 de Marzo 2021

Señores,  
Pontificia Universidad Católica del Perú  
Facultad de Arte y Diseño  
Especialidad Diseño Gráfico

Por medio de la presente me dirijo a ustedes a fin de poder dar una opinión objetiva respecto al proyecto **Súper M: Diseño de programa social de asesoría y capacitación en gestión de diseño gráfico para los emprendimientos de mujeres del CETPRO Chorrillos** diseñado por la Bachiller FABIOLA PÉREZ SERVIGÓN referido a la capacitación para evidenciar la necesidad e importancia del diseño gráfico en emprendimientos pequeños o de reducida escala.

Por lo tanto, al analizar y revisar el proyecto minuciosamente encuentro que el mismo es importante, pertinente y muy interesante debido a la coyuntura económica actual (Covid 19), y porque se trata de una propuesta integral. Debido a que, el proyecto, no solo involucra el proceso de capacitación en diseño para emprendedores, sino que además, permitirá que los participantes saquen adelante sus emprendimientos, gracias al portal web que los pondrá en vitrina.

Además, es muy creativo el hecho de alimentar el portal web con los productos gráficos que cada emprendedor genere a partir del taller de capacitación.

Mi sugerencia es, contemplar la idea de agregar al portal web una especie de catálogo *on line* para cada emprendedor, de tal forma que pueda además exhibir sus principales productos, y hacer una revisión de la temporización de las sesiones, a fin de que calcen holgadamente las actividades propuestas por la estudiante.

Atentamente



Nombre: Claudia Fabiola Cárdenas Vargadá  
Cargo: Docente  
Correo: Cardenas.claudia@puce.edu.pe  
Móvil: 958628804