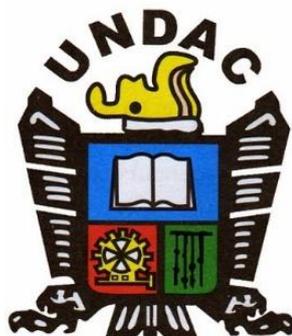


UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



T E S I S

**Impacto de la formación profesional de los egresados en Ciencias de la
Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral
en Chanchamayo, 2024**

**Para optar por el título profesional de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

Autores:

Bach. Jhoselin Celeste PEREZ ORE

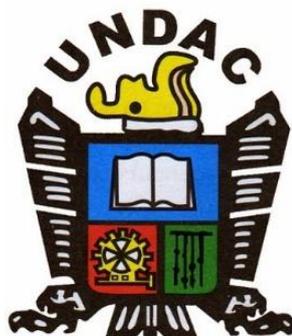
Bach. ETTYRE EUNICE ROSALES FERNANDEZ

Asesor:

Dr. Andrés Alfredo PALACIOS CASTRO

Cerro de Pasco - Perú - 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



T E S I S

**Impacto de la formación profesional de los egresados en Ciencias de la
Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral
en Chanchamayo, 2024**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Rogelio Amancio LANDAVERI MARTINEZ
PRESIDENTE

Dr. José Néstor SANCHEZ MORALES
MIEMBRO

Dr. Abel ROMUALDO ROSARIO
MIEMBRO



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Unidad de Investigación

INFORME DE ORIGINALIDAD No 02-2025

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Similarity, que a continuación se detalla:

Presentado por:

Bachiller: Jhoselin Celeste PEREZ ORE
Bachiller: Etyre Eunice ROSALES FERNANDEZ

Escuela de Formación Profesional:

Ciencias de la Comunicación

Tipo de trabajo:

TESIS DE PREGRADO

Título de la tesis:

Impacto de la formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024

Asesor:

Dr. Andrés Alfredo PALACIOS CASTRO

Índice de Similitud: 9 %

Calificativo:

APROBADO

Se adjunta al presente el informe y el reporte de evaluación del software similitud.

Cerro de Pasco, 02 de junio del 2025



DEDICATORIA

Con mucho amor para mí, en reconocimiento a mi esfuerzo, persistencia y pasión por mi carrera. Sobre todo, por no rendirme en el proceso de titulación y demostrarme a mí misma que todo es posible cuando se lucha con determinación y compromiso.

Jhoselin Celeste Perez Ore

A mí hija Sophia por ser mi impulso para seguir adelante, a mi madre por ser mi columna vertebral, mi sostén en momentos donde mi futuro era incierto, a mi padre por enseñarme valores, a los que se fueron sin verme lograr este preciado momento (mamá Juana, tía China) y al padre de mi hija por ser mi apoyo y compañero en esta travesía, sobre todo a mí por el esfuerzo que le puse.

Ettyre Eunice Rosales Fernandez

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiarme y acompañarme a lo largo de mi vida. A mis queridos abuelitos, Artemio y Emilia. A mi mayor motor, mi mamá, mi papá y mis hermanos, quienes me inspiran a seguir luchando. A los docentes que me brindaron su apoyo y conocimiento para alcanzar este logro profesional. Y, por supuesto, a mis mejores amigos, mi familia elegida, quienes han sido un pilar fundamental en este camino.

Jhoselin Celeste Perez Ore

A Dios por ser el que nos brinda salud, fortaleza y fe, a los que estuvieron en este camino de la etapa universitaria, mis docentes que me brindaron sus conocimientos para ser una gran profesional, a mi mejor amiga por enseñarme a creer en mí, a mi comadre y compañera de sustentación, mis primas, hermanos, tías y cada persona que me brindó su apoyo en toda mi carrera universitaria.

Ettyre Eunice Rosales Fernández

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo evaluar el impacto de la formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, Sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024. Para ello, se optó por un enfoque mixto y un diseño no experimental. Se aplicó un cuestionario tipo Likert a 30 egresados y se entrevistó en profundidad a 10 directivos de instituciones empleadoras. Se concluyó que 63,3% percibe que la formación profesional de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced es de un nivel alto y el 36,7%, que es de un nivel muy alto. La formación profesional impactó moderadamente en el mercado laboral de Chanchamayo, ya que los egresados cubrieron los puestos de trabajo para comunicadores y profesionalizaron la actividad de la comunicación en las instituciones públicas y privadas.

Palabras clave: comunicación, formación profesional, mercado laboral, comunicador, competencias laborales, capacidades laborales, habilidades laborales.

ABSTRACT

This research aimed to evaluate the impact of the professional training of Communication Sciences graduates from the Undac, La Merced Section, on the labor market in Chanchamayo, 2024. To this end, a mixed approach and a non-experimental design were adopted. A Likert-type questionnaire was administered to 30 graduates, and 10 directors of employing institutions were interviewed in-depth. It was concluded that 63.3% perceived the professional training of graduates from the Faculty of Communication Sciences of the Undac, La Merced Section, to be of a high level, and 36.7% perceived it to be of a very high level. Professional training had a moderate impact on the labor market in Chanchamayo, as graduates filled communications positions and professionalized the communication activity in public and private institutions.

Keywords: communication, professional training, labor market, communicator, work competencies, job capabilities, work skills.

INTRODUCCIÓN

La tasa de empleo y desempleo de los egresados universitarios de todas las carreras ha llamado la atención de los investigadores. Sin embargo, la situación laboral de los egresados de las facultades de ciencias de la comunicación ha sido poco estudiada. Por ello, la presente investigación tuvo como objetivo evaluar el impacto de la formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, Sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024. Conocer la relación entre estas dos variables es importante para las universidades y para los egresados de la educación secundaria.

Este informe está estructurado en cuatro capítulos. En el Capítulo I, se presenta el problema de investigación. En el Capítulo II, se expone el marco teórico: antecedentes, teorías y definición de términos. En el Capítulo III, se describe la metodología seguida en esta investigación: tipo, diseño, población, muestra, métodos y técnicas de recojo de datos. Finalmente, en el Capítulo IV, se presentan los resultados y la discusión de ellos.

Ponemos a consideración de los jurados esta investigación, que es un aporte al conocimiento del campo laboral de los comunicadores.

Los autores

ÍNDICE

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
ÍNDICE	

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Identificación y determinación del problema	1
1.2.	Delimitación de la investigación	4
1.3.	Formulación del problema.....	4
1.3.1.	Problema general	4
1.3.2.	Problemas específicos	5
1.4.	Formulación de objetivos	6
1.4.1.	Objetivo general	6
1.4.2.	Objetivos específicos.....	6
1.5.	Justificación de la investigación.....	7
1.6.	Limitaciones de la investigación	9

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio	11
2.2.	Bases teóricas – científicas	18
2.3.	Definición de términos básicos	34
2.4.	Formulación de hipótesis.....	36
2.4.1.	Hipótesis general	36
2.4.2.	Hipótesis específicas	36
2.5.	Identificación de variables.....	37
2.6.	Definición operacional de variables e indicadores.....	38

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipo de investigación	43
3.2.	Nivel de investigación	43

3.3.	Métodos de investigación	44
3.4.	Diseño de investigación.....	44
3.5.	Población y muestra	45
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
3.7.	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.....	47
3.8.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	47
3.9.	Tratamiento estadístico.....	47
3.10.	Orientación ética filosófica y epistémica	47

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	Descripción del trabajo de campo	49
4.2.	Presentación, análisis e interpretación de resultados.....	49
4.3.	Prueba de hipótesis	70
4.4.	Discusión de resultados	72

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Capacidades profesionales por orden de importancia	3
Tabla 2: Perfil del egresado por dimensión	29
Tabla 3: Perfil del egresado por su función	30
Tabla 4: Dimensiones y asignaturas de las capacidades profesionales de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac	30
Tabla 5: Funciones y asignaturas de las capacidades de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac	31
Tabla 6: Resumen de las capacidades profesionales por orden de importancia.....	33
Tabla 7: Matriz de operacionalización de las variables formación profesional y mercado laboral	38
Tabla 8: Criterios de inclusión y exclusión para seleccionar la muestra de egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac- Sección La Merced	46
Tabla 9: Criterios de inclusión y exclusión para seleccionar la muestra de funcionarios y directivos de las empresas empleadoras	46
Tabla 10: Expertos que validaron los instrumentos de recolección de datos	47
Tabla 11: Formación profesional de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced	50
Tabla 12: Capacidades de producción de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced	51
Tabla 13: Capacidades profesionales de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced	51
Tabla 14: Capacidades investigativas de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced	52

Tabla 15: Capacidades de gestión de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac- Sección La Merced	52
Tabla 16: Capacidades académicas de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac- Sección La Merced	53
Tabla 17: Capacidades de personal social de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sede La Merced	53
Tabla 18: Capacidades de asesoría de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sede La Merced	54
Tabla 19. Capacidades axiológicas de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sede La Merced	54
Tabla 20: Capacidades axiológicas de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sede La Merced	57
Tabla 21: ¿Cuántas solicitudes de empleo recibe de profesionales de la comunicación y si ha notado alguna tendencia?	58
Tabla 22. ¿Cuántas horas trabajan a la semana y cómo se gestionan las horas extraordinarias?	60
Tabla 23: ¿Cómo percibe la tasa de desempleo de los comunicadores y cuáles son los factores que influyen en esta situación?	62
Tabla 24: ¿Su empresa realiza encuestas de satisfacción laboral y cuáles son las áreas en las que han expresado mayor o menos satisfacción?.....	64
Tabla 25: ¿Ha encontrado alguna brecha entre las habilidades del comunicador social que contrata y qué habilidades son las más necesarias que son las que se deben cumplir con las necesidades del mercado? ¿Qué habilidades deben tener?	66
Tabla 26: A modo de prueba de hipótesis generales y específicas.....	70

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

La globalización y los avances tecnológicos han transformado profundamente el panorama laboral en todo el mundo, afectando la demanda de profesionales en diversas áreas, incluida la comunicación. En este contexto, la formación en ciencias de la comunicación ha cobrado mayor relevancia, ya que las organizaciones necesitan comunicadores competentes para enfrentar los retos de una sociedad interconectada y altamente mediática (Foro Económico Mundial, 2023). Sin embargo, esta rápida evolución también ha generado desafíos para los sistemas educativos en nivel superior, que deben adaptarse a las nuevas competencias requeridas en el mercado laboral.

A nivel mundial, los egresados de carreras de comunicación enfrentan una creciente competencia por puestos de trabajo que exigen habilidades cada vez más especializadas, como el dominio de herramientas digitales, la gestión de crisis comunicacionales, el análisis de datos y la creación de estrategias de comunicación multicanal. Esta realidad plantea la necesidad de evaluar la

pertinencia y la calidad de la formación que reciben los futuros comunicadores para garantizar su competitividad en un mercado globalizado.

En la actualidad, la formación profesional en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión (Undac), sección La Merced, juega un papel crucial en la preparación de los futuros comunicadores para enfrentar los desafíos del mercado laboral. Sin embargo, se observa una creciente preocupación por parte de los egresados y de las organizaciones locales sobre la pertinencia de los conocimientos y habilidades adquiridas durante la formación académica, en relación con las demandas del mercado laboral en la provincia de Chanchamayo.

El mercado laboral en esta región presenta características específicas, donde sectores como el turismo, la agricultura, el comercio y los medios locales de comunicación requieren profesionales con competencias adaptadas a su entorno. No obstante, existe una aparente desconexión entre el perfil del egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Undac y las competencias demandadas por los empleadores de las instituciones y empresas en Chanchamayo. Al diseñar el plan curricular de 2017, se priorizaron las necesidades del mercado laboral en la región de Pasco, sin embargo, se dejó de lado las particularidades de la región de Junín, especialmente en la selva central, como Chanchamayo. Esta decisión puede haber resultado en un desajuste entre la formación académica ofrecida y las demandas específicas de empleo de esta área, lo que sugiere la necesidad de una revisión más integral que contemple las características únicas y las oportunidades laborales de Chanchamayo. Los comunicadores que egresan de esta institución poseen un perfil orientado hacia las siguientes capacidades, según el plan de estudios en vigencia 2017:

Capacidades profesionales por orden de importancia:

Tabla 1: Capacidades profesionales por orden de importancia

Nº DE ORDEN	CAPACIDADES	IMPORTANCIA
1	Producción	30 %
2	Profesional	23 %
3	Investigación	10 %
4	Gestión	10 %
5	Académicos	9 %
6	Personal social	9 %
7	Socio cultural	3 %
8	Asesoría	4 %
9	Docencia	0 %
10	Axiología	2 %
		100%

Fuente: Elaborado con datos del Plan estratégico de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac 2022-2026

Las capacidades profesionales que se desarrollan más en el proceso de enseñanza – aprendizaje en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Undac son de producción y del ámbito profesional con más del 50% del total.

A pesar de contar con una formación teórica y práctica en ámbitos como la investigación en comunicación, el desarrollo de estrategias de comunicación y el manejo de herramientas digitales, se perciben como dificultades para que los egresados se inserten de manera efectiva en sectores de la región. La falta de un análisis detallado sobre la relación entre las competencias adquiridas durante la formación y las expectativas de los empleadores podría estar contribuyendo a este problema. En tal sentido, queda por responder una pregunta importante: ¿De qué manera impacta la formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?

1.2. Delimitación de la investigación

1.2.1. Delimitación espacial.

El estudio se realizó en el departamento de Junín provincia de Chanchamayo.

1.2.2. Delimitación temporal.

El trabajo de investigación se inició en octubre del 2024 y culminó en abril del 2025.

1.2.3. Delimitación conceptual.

La variable independiente formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced, se refiere a la educación académica recibida por los egresados, incluyendo el plan de estudios, la calidad de la enseñanza, las competencias adquiridas, la experiencia práctica y otros aspectos de la formación universitaria.

La variable dependiente Impacto en el mercado laboral en Chanchamayo hace referencia a la influencia que tiene la formación profesional en la empleabilidad, la inserción laboral, las oportunidades de trabajo, la adecuación de las competencias adquiridas a las demandas del mercado y el desempeño de los egresados en el ámbito laboral.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

- ¿De qué manera impacta la formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?

1.3.2. Problemas específicos

- a. ¿Cómo impactan las **capacidades de producción** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?
- b. ¿Cómo impactan las **capacidades profesionales** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?
- c. ¿Cómo impactan las **capacidades investigativas** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?
- d. ¿Cómo impactan las **capacidades de gestión** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?
- e. ¿Cómo impactan las **capacidades académicas** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?
- f. ¿Cómo impactan las **capacidades de personal social** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?
- g. ¿Cómo impactan las **capacidades de asesoría** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?
- h. ¿Cómo impactan las **capacidades axiológicas** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Evaluar el impacto de la **formación profesional** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Analizar el impacto de las **capacidades de producción** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024.
- b) Examinar el impacto de las **capacidades profesionales** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024.
- c) Analizar el impacto de las **capacidades investigativas** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024.
- d) Examinar el impacto de las **capacidades de gestión** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024.
- e) Analizar el impacto de las **capacidades académicas** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024.
- f) Examinar el impacto de las **capacidades de personal social** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024.

- g) Analizar el impacto de las **capacidades de asesoría** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024.
- h) Examinar el impacto de las **capacidades axiológicas** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024.

1.5. Justificación de la investigación

La investigación sobre el impacto de la formación profesional en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced, y su vinculación con el mercado laboral en Chanchamayo, 2024, es de gran relevancia tanto a nivel académico como social y económico. En la región de Chanchamayo, el mercado laboral está en constante transformación debido al crecimiento de sectores como el turismo, la agricultura, los medios de comunicación locales y el comercio. En este contexto, la carrera de Ciencias de la Comunicación tiene el potencial de aportar profesionales clave para estos sectores, siempre y cuando la formación académica esté alineada con las demandas específicas del entorno laboral.

1.5.1. Justificación académica

Desde una perspectiva académica, este estudio es fundamental para evaluar la pertinencia del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Undac, Sección La Merced. La Universidad tiene la responsabilidad de formar profesionales capaces de integrarse exitosamente en el mercado laboral y contribuir al desarrollo de su comunidad. Identificar posibles brechas entre la formación académica y las competencias requeridas por los empleadores permitirá ajustar el contenido curricular y los enfoques pedagógicos para ofrecer una educación más pertinente y de mayor calidad.

Además, este análisis puede servir como un insumo valioso para otras instituciones educativas de la región, al proporcionar un modelo que evalúe la eficacia de sus propios programas formativos en relación con las necesidades del mercado laboral local.

1.5.2. Justificación social

A nivel social, la investigación cobra relevancia en cuanto que la inserción laboral de los egresados impacta directamente en la mejora de la calidad de vida de las personas y el desarrollo de la comunidad. Un egresado que logra emplearse en su campo profesional no solo mejora su bienestar personal, sino que también contribuye al fortalecimiento de los sectores productivos y sociales de la región, como el turismo y la comunicación comunitaria. Por lo tanto, identificar las competencias que requieren los empleadores locales permitirá a los egresados de Ciencias de la Comunicación insertarse más efectivamente en el mercado laboral y aportar a la cohesión y el crecimiento de la región.

1.5.3. Justificación económica

Desde un punto de vista económico, la adecuada inserción de profesionales en el mercado laboral de Chanchamayo tiene implicaciones directas en el desarrollo regional. La comunicación es un elemento crucial en la promoción del turismo, la comercialización de productos locales y la creación de vínculos entre las organizaciones y sus públicos. Profesionales bien formados en comunicación pueden ayudar a potenciar la visibilidad y competitividad de Chanchamayo, atrayendo inversiones y fomentando un ambiente de desarrollo económico sostenible. Además, una mejor relación entre la oferta educativa y las demandas laborales contribuirá a reducir el desempleo y el subempleo de los egresados, mejorando la economía local.

1.5.4. Justificación institucional

Desde el punto de vista de la Undac, esta investigación puede ser utilizada como una herramienta para evaluar y mejorar la calidad de la formación académica que ofrece. La implementación de recomendaciones derivadas de este estudio fortalecería la imagen institucional de la universidad como una entidad educativa comprometida con la formación de profesionales competentes, en línea con las necesidades del mercado laboral regional. Esto, a su vez, podría aumentar la demanda de la carrera y mejorar la empleabilidad de los futuros egresados.

Finalmente, esta investigación es necesaria para lograr una mejor articulación entre la formación profesional en Ciencias de la Comunicación y el mercado laboral en Chanchamayo, lo que beneficiará a los egresados, a las empresas locales y al desarrollo económico y social de la región.

1.6. Limitaciones de la investigación

1.6.1. Acceso a la información

Una de las principales limitaciones de la investigación fue el acceso limitado a datos precisos sobre la situación laboral de los egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Muchas instituciones y empresas locales no cuentan con registros detallados sobre los perfiles profesionales que contratan ni sobre la adaptación de los egresados al puesto de trabajo. Además, algunos egresados están desempleados o subempleados, lo que dificultó la localización y la obtención de información relevante sobre su situación laboral actual.

1.6.2. Disponibilidad y disposición de los egresados y empleadores

Algunos egresados o empleadores locales no estuvieron dispuestos a participar en la investigación por la premura de tiempo, pero se trabajó con los que tenían la predisposición de apoyar.

1.6.3. Alcance geográfico

Aunque el enfoque de la investigación está limitado a la región de Chanchamayo, el mercado laboral en esta área puede no ser completamente representativo de otras regiones donde también se ubican egresados de la carrera. Las dinámicas laborales locales están influenciadas por factores económicos y sociales particulares que pueden no reflejar la realidad de otras áreas del país, limitando la generalización de los hallazgos a nivel nacional.

1.6.4. Cambio en las demandas del mercado laboral

El mercado laboral es dinámico y puede cambiar rápidamente en respuesta a factores económicos, tecnológicos y sociales. Aunque la investigación se centrará en el contexto de 2024, es posible que las demandas del mercado en Chanchamayo evolucionen durante o después del período de estudio, lo que puede hacer que los resultados queden desactualizados en un corto plazo. Esta limitación podría afectar la validez temporal de las conclusiones.

1.6.5. Limitaciones metodológicas

El estudio utilizó métodos cualitativos y cuantitativos para recopilar datos, pero cada uno de ellos tiene sus propias limitaciones. Las encuestas pueden no captar toda la profundidad de las percepciones de los empleadores y egresados, mientras que las entrevistas en profundidad, aunque ofrecen una visión más rica, son más difíciles de generalizar debido a su menor escala. El uso de una muestra pequeña para entrevistas puede limitar la capacidad de extrapolar los hallazgos a una población más amplia.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

2.1.1. Antecedentes locales

Barreto & Oscátegui (2024) realizaron una investigación que tuvo como objetivo determinar la relación entre la formación profesional y la capacidad emprendedora de los egresados del programa de administración. La metodología utilizada fue de tipo básica, con un enfoque cuantitativo y un nivel correlacional, empleando el método deductivo y un diseño no experimental. La población estuvo compuesta por los egresados de los años 2021 y 2022, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los resultados mostraron una correlación positiva considerable entre las variables, con un coeficiente de 0.516 y un nivel de significancia de $p = 0.002$. Se concluye que existe una correlación significativa entre la formación profesional y la capacidad emprendedora de los egresados, lo que sugiere que una mejora en la formación profesional del Programa de Estudios de Administración contribuirá al desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes.

Carhuamaca & Gomero (2019) llevaron a cabo una investigación con el objetivo de determinar cómo la formación profesional influye en el desarrollo de capacidades y habilidades de emprendimiento empresarial entre los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Undac, Pasco. Esta investigación fue de tipo aplicada y tuvo un diseño descriptivo-correlacional. Se utilizó el método deductivo para explorar las principales teorías sobre formación profesional y emprendimiento empresarial, mientras que el método inductivo facilitó el análisis del objeto de estudio desde la realidad. La muestra estuvo compuesta por 107 estudiantes, seleccionados mediante muestreo tanto probabilístico como no probabilístico. Se utilizó un cuestionario como instrumento y una escala de Likert para analizar las variables de estudio. Los resultados mostraron que la prueba de la hipótesis general obtuvo un valor de 0.100 con un nivel de significancia de 0.05. Por lo tanto, se concluye que la formación profesional no tiene un impacto directo y significativo en las capacidades y habilidades de emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Administración de la Undac.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Ojeda (2019) realizó una investigación donde el objetivo del estudio fue analizar cómo la formación profesional de los egresados de Administración de la Universidad San Pedro - Sullana influye en el mercado laboral, así como evaluar la calidad educativa y las competencias laborales adquiridas durante su formación. La investigación empleó un enfoque tanto cuantitativo y cualitativo, con un diseño no experimental de tipo transversal descriptivo, examinando ambas variables. Se aplicaron encuestas mediante dos cuestionarios: uno dirigido a los

docentes del décimo ciclo de la Escuela de Administración de la USP - Sullana y otro a 22 egresados de la misma institución, del primer semestre de 2016. Además, se realizaron entrevistas a jefes de Recursos Humanos de cuatro empresas, tanto privadas como públicas, en Sullana. Estas herramientas permitieron medir la experiencia laboral, competencias adquiridas, calidad de la formación universitaria, demanda laboral, perfil profesional y retribución económica. Los resultados mostraron que el 57% de los egresados considera buena la calidad educativa de la USP - Sullana, y el 70.05% tiene un perfil profesional acorde al mercado laboral, con competencias bien desarrolladas.

Vidal (2019) investigó la efectividad de la formación profesional y cuál es la ocupación actual de los egresados de la Carrera de Arqueología de la UNASAM. Estas inquietudes llevaron a plantear el problema: ¿Cómo es la Formación Profesional y el Mercado Laboral de los egresados de la Escuela Académico Profesional de Arqueología de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo (UNASAM) entre los semestres 2011 y 2014? El objetivo principal fue demostrar la relación entre la formación profesional y el mercado laboral de dichos egresados. Las primeras evidencias teóricas y empíricas permitieron formular la hipótesis de que la formación profesional no refleja suficientemente las realidades del mercado laboral, lo que ha dificultado la inserción laboral de los egresados de Arqueología entre 2011 y 2014. La metodología empleada fue de tipo descriptiva correlacional. Los resultados obtenidos sugieren la necesidad de revisar y reestructurar el plan curricular de la Escuela de Arqueología de la UNASAM para superar las deficiencias y adaptar los cursos y seminarios a las demandas del mercado laboral y a las últimas

tendencias académicas, con el fin de mejorar la formación y las perspectivas laborales de los futuros arqueólogos.

Zumaeta (2019) destaca que la presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre estas dos variables, motivada por la problemática observada en los estudiantes de la UNAP, Iquitos. Esta investigación es de tipo aplicada, con un enfoque descriptivo-correlacional y un diseño no experimental. Se utilizó un cuestionario como instrumento aplicado a una muestra de 108 economistas. Tras el procesamiento y análisis de los datos, se llegó a las siguientes conclusiones: la formación profesional en economía es considerada regular, ya que se identificó que los docentes de la UNAP en Iquitos no alinean adecuadamente las sesiones de clase ni las actividades académicas con los planes de estudios. En cuanto a la inserción en el mercado laboral, se determinó que es regular con tendencia a ser adecuada. Finalmente, se concluyó que existe una relación significativa entre la formación profesional y la inserción laboral de los estudiantes de la UNAP en 2018, lo cual fue corroborado por un coeficiente de correlación de 0.780 y un nivel de significancia de 0.000, calculado mediante el estadístico Rho de Spearman.

2.1.3. Antecedentes internacionales

Ufarte et al. (2024) estudiaron a los exoperiodistas que es el nuevo perfil profesional en la era de la inteligencia artificial. En esta investigación se optó por un enfoque mixto. Se emplearon métodos cuantitativos y cualitativos. Se han realizado entrevistas semiestructuradas a profesores universitarios y a destacados periodistas españoles. Se analizaron las habilidades y competencias, los perfiles y la transformación en las redacciones. Se han realizado, también, observaciones participantes. El principal resultado obtenido es que no existe un único perfil

profesional para la inteligencia artificial, ya que esta es transversal a todas las actividades del campo de la comunicación.

Escandell-Poveda *et al.* (2023) investigaron las competencias profesionales en perfiles digitales a fin de que las universidades españolas implementen en la formación de sus estudiantes. Para ello, optó por un enfoque mixto. Se realizó un análisis de la demanda laboral y se entrevistó en profundidad a 23 expertos. Se encuestó a 340 representantes de empresas y 311 profesionales. Se usó la prueba T para comparar grupos no relacionados. Los resultados muestran que las empresas requieren profesionales competentes en marketing y tecnologías. Se necesita la competencia de actualización para responder asertivamente a la sociedad digital.

Mena & Rodríguez (2023) estudiaron el ejercicio de las relaciones públicas y la comunicación estratégica en Costa Rica. Se estudió una muestra de 334 participantes y se administró un cuestionario a 1187 egresados. Como principal resultado se encontró que los que ejercen la comunicación estratégica sobrepasan a los que ejercen las relaciones públicas. Existe mayor presencia de mujeres y jóvenes entre 20 y 30 años. Su desempeño es bueno.

Sumayzi (2023) indica en su estudio que la formación profesional es fundamental para la identidad del individuo, ya que cada profesión ocupa un lugar en la sociedad, el cual se transforma en un ámbito de actividades cruciales para el avance de una comunidad. Una profesión proporciona un servicio conforme a normas específicas y establece garantías para asegurar que una tarea se ejecute de manera equitativa y con calidad. La delimitación de esta investigación permite reforzar los fundamentos de estudios previos y ayuda a aclarar dudas recientes acerca de la formación e inserción laboral de los profesionales en Relaciones

Públicas. Asimismo, establece garantías para continuar formando profesionales competentes y para fijar niveles de cualificación, certificación y acreditación en esta disciplina. Esta delimitación nos llevó a definir los objetivos de nuestra investigación: (1) Analizar la formación profesional de los egresados en Relaciones Públicas en relación con su inserción en el mercado laboral. (2) Identificar el nivel de satisfacción de los egresados respecto a su formación profesional. (3) Examinar el perfil de formación profesional en comparación con las competencias laborales en agencias y departamentos de relaciones públicas.

Queiruga *et al.* (2022) definen la Formación Profesional para el Empleo (FPE) como aquella que se adapta a las necesidades del mercado laboral, enfocándose en la adquisición, mejora y actualización continua de competencias y cualificaciones profesionales, y promoviendo el aprendizaje a lo largo de la vida. Su objetivo es fomentar el desarrollo personal y profesional de los trabajadores, tanto ocupados como desempleados, al mismo tiempo que mejora su empleabilidad. En este contexto, se presenta un estudio cuyo objetivo es determinar el nivel de conocimiento que tienen las empresas sobre la oferta de formación profesional y los mecanismos que facilitan su transferencia al entorno laboral. La metodología utilizada es de carácter cuantitativo, empleando un cuestionario como herramienta para la recolección de datos (n= 331 empresas). Los resultados revelan, por un lado, el desconocimiento de las empresas respecto al funcionamiento, beneficios y oportunidades que brinda la formación para el empleo, y por otro, la alta valoración de las competencias transversales en la formación de los trabajadores, subrayando su relevancia en el diseño de los planes de formación actuales. Se concluye resaltando la necesidad de una mayor divulgación de las políticas activas de empleo enfocadas en la oferta de

formación, así como la importancia de incorporar competencias transversales en su planificación.

Blanco-Herrero *et al.* (2020) estudiaron las condiciones laborales de los periodistas de España, Portugal, México, Chile y Brasil. Se usó un enfoque cuantitativo y un diseño longitudinal. Se estudiaron desde el 2007 al 2011 y del 2012 al 2017. Los principales resultados fueron los siguientes: existe una mayor presencia de la mujer, las condiciones laborales se han precarizado en los que trabajan en los medios de comunicación. Existe cada vez más una menor estabilidad laboral y la necesidad de desempeñar varias actividades.

Brunet & Böcker (2017) analizan cómo se ha desarrollado el modelo de formación profesional en España, con el objetivo de identificar el principal desafío actual que enfrenta este ámbito. Para lograrlo, se ha llevado a cabo un diseño metodológico basado en las contribuciones de diversos autores mediante el análisis e interpretación de textos. Los resultados obtenidos permitieron identificar el impulso detrás de las diferentes reformas en la formación profesional, el cual está relacionado con la necesidad de adaptar esta formación a los cambios en el entorno productivo. Esta necesidad de mejorar la adecuación entre el sector de la formación profesional y el sistema productivo ha sido uno de los principales desafíos de la Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa. En el marco de esta ley, España adopta un modelo de formación profesional inspirado en el modelo dual, cuyo paradigma es Alemania. Además, esta ley enfatiza la importancia de que los centros de formación profesional ofrezcan servicios técnicos a las pequeñas empresas de su entorno, y promueve la formación en competencias de innovación para los egresados de la formación profesional.

Murillo & Vanga (2018) evaluaron la formación profesional de los graduados en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Chimborazo y su desempeño laboral. El objetivo es analizar la relación entre ambas dimensiones, utilizando aportes teóricos sobre las variables en estudio para explicar esta conexión. La investigación se llevó a cabo con un enfoque mixto, aplicando dos encuestas: una dirigida a los graduados y otra a los empleadores, además de realizar entrevistas a los docentes. Los resultados obtenidos indican que hay una relación directa entre la formación profesional y el desempeño laboral, y que el nivel de satisfacción de los empleadores respecto al desempeño de los graduados es del 88%. Sin embargo, también señalan que hay competencias específicas de la profesión que los graduados deben desarrollar para ser competitivos en el mercado laboral.

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1. Teoría del capital humano de Gary Becker:

La Teoría del Capital Humano se basa en la idea de que las personas pueden aumentar su productividad y, por ende, su valor en el mercado laboral a través de la inversión en educación, capacitación y experiencia laboral (Becker, 1974). El "capital humano" se refiere a las habilidades, conocimientos y competencias que los individuos adquieren a lo largo de su vida, lo cual aumenta su capacidad para generar ingresos y mejorar su calidad de vida.

La teoría postula que la educación, la formación y el aprendizaje continuo son formas de inversión, similares a las inversiones que se hacen en bienes de capital (máquinas, tecnología, etc.). Al igual que las empresas invierten en infraestructura para mejorar su productividad, las personas invierten tiempo y recursos en educación con el objetivo de obtener mejores salarios y oportunidades

laborales a largo plazo. Los costos de esta inversión incluyen no solo los costos directos de la educación, sino también el costo de oportunidad, es decir, los ingresos que se dejan de percibir mientras se estudian.

Becker (1974) argumenta que, como cualquier inversión, la educación y la capacitación deben generar un rendimiento. Este rendimiento se manifiesta en la forma de mayores salarios, mayor empleabilidad, mejores condiciones laborales y mayores oportunidades de crecimiento profesional. La teoría del capital humano sugiere que los individuos que invierten en su educación tienden a ser más productivos y, por lo tanto, son recompensados con salarios más altos en el mercado laboral.

Becker distinguió entre dos tipos de capital humano: Capital humano general y capital humano específico. El primero se refiere a habilidades y conocimientos que son útiles en una amplia variedad de trabajos y sectores. Ejemplos incluyen la alfabetización, las matemáticas básicas, y las habilidades de comunicación. El segundo se refiere a habilidades especializadas que son valiosas solo en ciertos trabajos o industrias. Por ejemplo, aprender a operar una máquina específica que solo se usa en una empresa.

Esta distinción es importante porque las empresas están más dispuestas a pagar por el capital humano específico que por el general, ya que las habilidades específicas benefician directamente a la empresa.

Además de los beneficios individuales, la inversión en capital humano tiene externalidades positivas que afectan a la sociedad en su conjunto. Un individuo más educado no solo es más productivo en el trabajo, sino que también puede contribuir al bienestar social a través de una mayor participación en la vida cívica, la promoción de la salud pública y la reducción de las tasas de

criminalidad. Esto implica que el impacto de la educación trasciende al individuo y mejora el bienestar económico y social de toda la comunidad.

La teoría es muy utilizada para analizar políticas públicas en materia de educación y empleo. Sostiene que los gobiernos deberían promover la educación y la formación porque, al incrementar el capital humano de los ciudadanos, se fomenta el crecimiento económico. Las políticas educativas centradas en aumentar el acceso a la formación, mejorar la calidad de la enseñanza y promover el aprendizaje continuo son esenciales para maximizar el potencial del capital humano de una sociedad (Becker, 1964, p. 9).

2.2.2. Teoría de la correspondencia de Samuel Bowles y Herbert Gintis

La Teoría de la Correspondencia fue propuesta en la década de 1970 por los economistas Samuel Bowles y Herbert Gintis. Esta teoría parte de un análisis crítico de la función de las instituciones educativas en la sociedad, argumentando que el sistema educativo no actúa solo como un medio para promover el desarrollo personal o la igualdad de oportunidades, sino como una estructura que refuerza y reproduce las desigualdades sociales y las dinámicas de poder en el mercado laboral.

Bowles & Gintis (1970) sostienen que el sistema educativo está organizado de tal manera que reproduce la estructura social existente y prepara a los estudiantes para cumplir roles específicos dentro del mercado laboral. Esto significa que las escuelas enseñan no solo conocimientos, sino también actitudes, valores y conductas que son funcionales para el tipo de trabajo que los estudiantes realizarán, en función de su clase social. Las instituciones educativas moldean a los estudiantes de manera que “correspondan” a las necesidades de la economía capitalista.

Asimismo, la teoría sostiene que la educación no es un camino neutral hacia la movilidad social, sino un mecanismo de reproducción social. Según Bowles & Gintis (1970), las escuelas tienden a reproducir las desigualdades de clase, ya que la calidad de la educación y el contenido que se imparte varían dependiendo del contexto social y económico de los estudiantes. Esto significa que los estudiantes de contextos más desfavorecidos tienden a recibir una formación orientada hacia trabajos manuales o repetitivos, mientras que los estudiantes de contextos privilegiados tienen más oportunidades para desarrollar habilidades de liderazgo y creatividad, que son valoradas en posiciones de mayor responsabilidad.

La teoría también señala que la escuela presenta su función como un espacio de aprendizaje objetivo y meritocrático, mientras que en realidad cumple un rol ideológico, legitimando y naturalizando las desigualdades sociales. Al promover la idea de que el éxito depende solo del mérito individual, las instituciones educativas contribuyen a que los estudiantes acepten las diferencias de estatus y poder en el mercado laboral y no cuestionen el sistema de clases.

Bowles & Gintis (1970) introducen el concepto de “currículo oculto” para explicar cómo las escuelas no solo imparten conocimientos académicos, sino también enseñan valores y normas que preparan a los estudiantes para diferentes roles en la estructura económica. Este currículo oculto refuerza actitudes como la obediencia, la puntualidad, la conformidad y la aceptación de la autoridad en el caso de estudiantes de contextos socioeconómicos bajos, mientras que los estudiantes de clases más altas desarrollan habilidades de liderazgo y autonomía.

La teoría de la correspondencia señala que las escuelas reflejan y reproducen la organización jerárquica y autoritaria del lugar de trabajo. Las

relaciones de poder dentro de la escuela (como la autoridad del maestro sobre el estudiante) se corresponden con las relaciones de poder en el mercado laboral (como la autoridad del empleador sobre el empleado). Este paralelismo ayuda a que los estudiantes se familiaricen con las estructuras de autoridad y se adapten a los roles que cumplirán en sus futuros empleos (Bowles & Gintis, 1976, p. 131).

2.2.3. Teoría de la competencia laboral de David McClelland

David McClelland (1973) propone que el éxito en el desempeño laboral está menos ligado a la formación académica y los conocimientos teóricos, y más a un conjunto de competencias específicas que los individuos desarrollan y aplican en sus tareas diarias. McClelland (1973) argumenta que estas competencias, entendidas como las características personales y habilidades observables en el desempeño laboral, son fundamentales para predecir el éxito profesional y deben constituir la base de los procesos de selección y formación en las organizaciones.

Asimismo, el autor señala que las competencias son los atributos personales (como conocimientos, habilidades, valores y motivaciones) que predicen un desempeño superior en el trabajo. A diferencia de la teoría del capital humano, que enfatiza la educación formal y la experiencia, McClelland (1973) plantea que las competencias van más allá del conocimiento técnico, abarcando también factores como la capacidad de trabajo en equipo, la creatividad y la adaptabilidad al cambio.

McClelland (1973) introduce el concepto de “competencias clave” como aquellas habilidades o características personales que son críticas para el éxito en una función específica. A través de métodos como el análisis de incidentes críticos y entrevistas de competencias, McClelland (1973) identifica

competencias diferenciadoras para cada puesto de trabajo, es decir, aquellas que marcan una diferencia en el desempeño superior.

McClelland (1973) propone un modelo en el que se identifican las competencias necesarias a partir del análisis de los comportamientos efectivos observados en el trabajo. Esta teoría busca alejarse del enfoque tradicional de medir el potencial laboral a través de pruebas de coeficiente intelectual (CI), las cuales, según McClelland (1973), no predicen con precisión el éxito en el trabajo. En cambio, recomienda una evaluación centrada en el desempeño y en las habilidades prácticas.

Según el autor de la teoría, las competencias pueden agruparse en diferentes categorías. Competencias técnicas: Relacionadas con conocimientos y habilidades específicos. Competencias personales: Incluyen motivaciones, actitudes y valores individuales, como la iniciativa y la perseverancia. Competencias interpersonales: Involucran la capacidad de trabajar en equipo, de liderar y de gestionar conflictos. Competencias conceptuales: Capacidades para la resolución de problemas, pensamiento crítico y toma de decisiones.

McClelland (1973) también promueve un enfoque de selección de personal y evaluación basado en competencias, en el que se valoran las habilidades prácticas y actitudes observadas en situaciones laborales concretas. Este enfoque permite una mejor predicción del rendimiento laboral y es más inclusivo, dado que no discrimina a candidatos que carecen de títulos académicos pero que demuestran competencias valiosas.

La teoría sugiere que las organizaciones deben concentrarse en desarrollar competencias mediante programas de formación específicos y alineados con los requisitos del puesto. Esto permite mejorar el rendimiento laboral y facilita el

desarrollo de carreras profesionales al centrarse en habilidades prácticas y observables (McClelland, 1973, pp. 1-14)

2.2.4. Teoría de la sociedad de la información de Manuel Castells

Esta teoría describe cómo las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han transformado profundamente la estructura social, económica y cultural a nivel global. Castells (1996) argumenta que vivimos en una "sociedad red" en la que el conocimiento, la información y las redes digitales son el motor del desarrollo y el principal recurso de poder. Esta teoría abarca tanto la revolución digital como la forma en que la información se convierte en el eje fundamental de la economía y la organización social contemporánea.

En su obra más conocida, *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, Castells (1996) introduce el concepto de sociedad red, una estructura social en la que los nodos (personas, instituciones, o incluso ciudades y países) están interconectados globalmente mediante las redes de información. En este modelo, la red no solo facilita la comunicación, sino que redefine la economía y la interacción social, permitiendo nuevas formas de organización y generando impactos económicos, culturales y políticos a gran escala.

Castells (1996) sostiene que el paradigma económico actual es una economía de la información, en la que el conocimiento y la tecnología son los recursos productivos primarios. En esta economía, el valor se crea a través de la producción, gestión y distribución de información, lo cual permite una productividad sin precedentes, pero también intensifica la desigualdad digital entre quienes tienen acceso a la tecnología y quienes, no.

La información y el conocimiento se convierten en fuentes de poder. A diferencia de las sociedades industriales, en las que el control de los medios de

producción determinaba la estructura de poder, en la sociedad de la información el control de los flujos de información, los medios digitales y las tecnologías avanzadas se convierte en la clave para influir y controlar las dinámicas sociales y económicas.

La teoría destaca cómo la sociedad de la información facilita la globalización, al permitir que la información y el capital fluyan a nivel global. Sin embargo, Castells (1996) también reconoce que este fenómeno lleva a una fragmentación social y cultural. La conectividad tecnológica puede excluir a comunidades o regiones sin acceso, generando una nueva forma de desigualdad conocida como la “brecha digital”.

El autor señala que, en la sociedad de la información, la tecnología digital no solo modifica la economía, sino también la cultura y la identidad de las personas. Internet y las redes sociales permiten la creación de identidades múltiples y flexibles, así como comunidades virtuales que no están limitadas por fronteras geográficas. Esto ha transformado las relaciones sociales, permitiendo interacciones sin precedentes, pero también generando desafíos en cuanto a la privacidad, la autenticidad y la cohesión social.

La sociedad de la información redefine las estructuras laborales y las competencias requeridas en el mercado. Las habilidades tecnológicas, la capacidad para adaptarse rápidamente a nuevas herramientas y la habilidad para trabajar en red son ahora esenciales para el éxito profesional.

Las relaciones de producción se vuelven más flexibles, con un aumento en el trabajo remoto, los empleos freelance y la economía digital. Las empresas aprovechan la conectividad para tercerizar servicios y distribuir el trabajo globalmente.

Una de las principales preocupaciones que Castells (1996) señala es la “brecha digital”, que describe la disparidad en el acceso a las tecnologías de la información entre distintas regiones y clases sociales. La falta de acceso a Internet y a herramientas digitales puede perpetuar o incluso profundizar las desigualdades sociales, económicas y culturales.

La teoría de Castells (1996) implica que el sistema educativo debe adaptarse para formar a los estudiantes en las habilidades requeridas por la sociedad de la información, como el uso de herramientas digitales, el pensamiento crítico en el manejo de información y la capacidad de trabajar en red (Castells, 1996, p. 469).

2.2.5. Perfil de egreso del programa de Ciencias de la Comunicación

- **Perfil general de egreso (extraído de las competencias de los cursos generales)**
 - Profesional con dominio efectivo y eficaz del pensamiento lógico racional y las ciencias básicas, y su aplicación en la solución de problemas científicos formales y ambientales.
 - Profesional con ejercicio pleno de los valores éticos y cívicos, con responsabilidad social y compromiso ciudadano, asumiendo una actitud crítica, autocrítica y habilidades interpersonales en la toma de decisiones para el logro de metas comunes, frente a los nuevos desafíos que presentan los contextos socio-culturales nacionales e internacionales.
 - Profesional con aprendizaje continuo y autónomo.

- Comunicador eficiente y eficaz en audiencias diversas, con aprendizaje autónomo y cooperativo, con dominio eficiente de las tecnologías de la información y de la comunicación.
 - Profesional comprometido con la mejora de su calidad de vida y su interrelación social y ambiental, basado en las ciencias bioquímicas y físicas.
 - Promotor activo de estilos de vida saludable y artística, con compromiso ante la diversidad cultural y el fortalecimiento de la identidad local, regional y nacional.
- **Perfil de egreso (extraído de las competencias de los cursos específicos):**
- Domina la redacción general, conoce la gramática y morfosintaxis, redacta de manera eficiente. Respeta y valora las normas de redacción eficiente y de calidad.
 - Domina el manejo de las Tics, conoce y domina software y hardware clásicos y nuevos. Valora las bondades de las TIC.
 - Domina el ejercicio periodístico en prensa, radio, televisión y medios digitales; conoce los métodos y técnicas de redacción periodística, redacta textos periodísticos correctamente. Aprecia la importancia de la investigación periodística.
 - Investiga la realidad nacional e internacional, conoce la metodología de la investigación y analiza la problemática de la comunicación social. Asume una actitud reflexiva, crítica y analítica.

- Investiga y entiende la evolución y consecuencias de las ciencias de la comunicación, conoce de epistemología. Reflexiona sobre la calificación de ciencia de la carrera.
- **Perfil de egreso (extraído de las competencias de los cursos de especialidad):**
- Domina la planificación estratégica en marketing y publicidad; desarrolla creativamente productos en ambas disciplinas; planifica y posiciona estratégicamente productos y servicios. Es proactivo y creativo.
 - Formula, implementa y evalúa proyectos de comunicación para el desarrollo; planifica estratégicamente proyectos de comunicación para el desarrollo; diseña, implementa y evalúa campañas de comunicación para el desarrollo. Es proactivo, dinámico y flexible.
 - Planifica y desarrolla creativamente productos para radio, televisión y medios digitales; conoce el lenguaje de los medios audiovisuales; diseña y produce contenidos radiales, televisivos y para medios digitales con iniciativa y creatividad.
 - Formula, implementa y evalúa proyectos de promoción turística, de salud, minería y educación; conoce de estrategias de comunicación para los diversos sectores que interactúan con stakeholders; diseña, ejecuta y evalúa campañas de comunicación para entidades públicas y privada, con dinamismo y proactividad.

- Diagnostica situaciones organizacionales de entidades públicas y privadas formulando propuestas de posicionamiento interno y externo; conoce de Relaciones Públicas, de Estrategias y Tácticas de RR. PP y de Programas y Planes de RR.PP.
- Investiga los entornos y propone estrategias y planes para superar controversias y dificultades. Comisión de currículo de la Facultad de CC.CC (2017)

2.2.6. Análisis del perfil del egresado

Tabla 2: *Perfil del egresado por dimensión*

DIMENSIÓN	CARACTERÍSTICAS
D. PERSONAL	Es empático, locuaz, carismático y líder. Posee capacidad creativa y de argumentación con fundamentos de base.
D. ACADÉMICA	Conoce teorías, métodos, técnicas, conceptos, principios y procedimientos básicos aplicados a las Ciencias de la Comunicación.
D. PROFESIONAL	Tiene dominio de los procedimientos de búsqueda en la elaboración, producción y difusión de mensajes orales, escritos y audiovisuales con fines periodísticos, publicitarios, y de relaciones públicas.
D. SOCIO CULTURAL	Posee moral sólida, sentido de colaboración social, y estabilidad emocional. Lidera grupos de trabajo en armonía de relaciones.
D. AXIOLÓGICA	Practica valores como: honestidad, lealtad, respeto por las normas sociales y la naturaleza, aprecio por la cultura y solidaridad con los más necesitados. Conoce el marco deontológico y jurídico del quehacer comunicacional.

Tabla 3: Perfil del egresado por su función

FUNCIÓN	CARACTERÍSTICA
F. DOCENCIA	Conoce la metodología y didáctica superior que le permite cumplir función docente en áreas especializadas.
F. GESTIÓN	Está capacitado para planificar, organizar, dirigir y ejecutar programas de mejora, en oficinas y departamentos de comunicaciones, en organizaciones e instituciones de los diferentes sectores.
F. INVESTIGACIÓN	Distingue los métodos y técnicas de la investigación científica. Desarrolla proyectos de investigación en comunicaciones, atendiendo necesidades sociales y organizacionales.
F. PRODUCCIÓN	Produce de manera adecuada los procesos comunicativos haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información, con capacidad creativa.
F. ASESORÍA	Tiene habilidades necesarias para enfrentar y resolver problemas a partir de diagnósticos y análisis comunicacionales que le permite tomar una decisión de apoyo en la organización.

Tabla 4: Dimensiones y asignaturas de las capacidades profesionales de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac

DIMENSIÓN	ASIGNATURA	%
PERSONAL	1. Educación física	
	2. Métodos de estudio del trabajo universitario	9% (16 %) *
	3. Comunicación Oral y Escrita	
	4. Idioma: Inglés Básico / Quechua	
	5. Taller de arte: Música y Canto/ Danza/ Teatro	
	6. Taller de Expresión Oral y Corporal	
ACADÉMICA	1. Matemática Básica	
	2. Ecología	9%
	3. Redacción Académica	(9 %) *
	4. Teoría de la Organización	
	5. Epistemología de la Comunicación	
	6. Estadística general	
PROFESIONAL	1. Semiótica de la Comunicación	
	2. Teoría de la Comunicación	
	3. Introducción a las Ciencias de la Comunicación	
	4. Redacción Periodística I	23%
	5. Teoría de la Imagen	

	6. Psicología de la Comunicación	
	7. Opinión Pública	
	8. Comunicación Turística	(17 %) *
	9. Responsabilidad Jurídica de los medios de comunicación	
	10. Prácticas Pre Profesionales III	
	11. Prácticas Pre Profesionales I	
	12. Prácticas Pre Profesionales II	
	13. Periodismo Cívico	
	14. Sociología de la Comunicación	
	15. Periodismo Especializado	
	16. Comunicación Política	
SOCIO CULTURAL	1. Taller de Dramaturgia	
	2. Sociología de la Comunicación	3%
	3. Estructura Material del Universo	(5 %) *
	4. Realidad Nacional e Internacional	
AXIOLÓGICA	1. Ética	1% (1 %) *

33 asignaturas

Tabla 5: *Funciones y asignaturas de las capacidades de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac*

FUNCIONES	ASIGNATURA	%
F. DOCENCIA		0% (3 %) *
F. GESTIÓN	1. Emprendimiento y Responsabilidad Social	10%
	2. Gestión de Relaciones Comunitarias	
	3. Dirección de la Comunicación - DIRCOM	(8 %) *
	4. Marketing I	
	5. Marketing II	
	6. Estrategias y Técnicas de DIRCOM	
	7. Gestión de Proyectos de Comunicación	
F. INVESTIGACIÓN	1. Introducción a la invest. científica	
	2. Metodología de la Invest. Científica	
	3. Taller de Investigación I	10%
	4. Taller de Investigación II	
	5. Periodismo de Investigación	(12 %) *
	6. Gestión de Proyectos de Inversión	
	7. Proyectos Experimentales en Tv	

	8. Proyectos Experimentales en Marketing	
	9. Seminario de Tesis	
F. PRODUCCIÓN	1. Comprensión y producción de textos	
	2. Diagramación y Diseño Gráfico	24%
	3. Fotografía Especializada I	
	4. Lenguajes y Formatos Radiofónicos	
	5. Redacción Periodística II	(24 %) *
	6. Infografía	
	7. Lenguajes y Formatos Televisivos	
	8. Fotografía Especializada II	
	9. Taller de Post-producción Digital	
	10. Producción Audiovisual I	
	11. Producción Audiovisual II	
	12. Edición y Producción de Periodismo Digital	
	13. Apreciación y Crítica Cinematográfica	
	14. Animación 3D	
	15. Producción de Televisión I	
	16. Producción de Televisión II	
	17. Producción de Radio	
	18. Taller de Fotografía	
	19. Taller de Organización de Eventos	
	20. Comunicación para el Desarrollo	
	21. Social Media y Community Manager	
F. ASESORÍA	1. Negociación de Conflictos	4%
	2. Auditoría y Consultoría en Comunicaciones	(4 %) *
	3. Casuística de las Relaciones Comunitarias	
TOTAL		100%

Nota: 40 asignaturas

* Porcentaje de cursos del plan curricular 2014

Total, de asignaturas impartidas en los 10 semestres: 73 = (33 por dimensiones + 40 de función)

Tabla 6: *Resumen de las capacidades profesionales por orden de importancia*

Nº DE ORDEN	CAPACIDADES	IMPORTANCIA
1	Función de producción	30 %
2	Dimensión profesional	23 %
3	Función investigativa	10 %
4	Dimensión gestión	10 %
5	Dimensión académica	9 %
6	Dimensión personal	9 %
7	Función socio cultural	3 %
8	Función asesoría	4 %
9	Función docencia	0 %
10	Dimensión axiología	2 %
		100%

Las capacidades profesionales que se desarrollan más en el proceso de enseñanza – aprendizaje en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Undac es la **función de producción y la dimensión profesional** con más del 50% del total (Comisión PEI de la Facultad de CC.CC, 2022).

2.2.7. Qué es el mercado laboral

Según García (2021) el mercado laboral se refiere al conjunto de interacciones entre empleadores que buscan contratar trabajadores y personas que buscan empleo. Es un espacio donde se determinan las condiciones de trabajo, salarios y tipos de empleo disponibles.

Algunos aspectos clave del mercado laboral que cita el autor:

Demanda y oferta de trabajo: La demanda se refiere a la cantidad de trabajadores que los empleadores están dispuestos a contratar a ciertos salarios, mientras que la oferta se refiere a la cantidad de trabajadores que están dispuestos a trabajar a esos salarios.

Salarios: Los precios que los empleadores están dispuestos a pagar por el trabajo, que pueden variar según la industria, la ubicación geográfica y el nivel de habilidad requerido.

Condiciones laborales: Incluyen aspectos como el ambiente de trabajo, las horas, los beneficios y las oportunidades de desarrollo profesional.

Desempleo: Una medida de la salud del mercado laboral, que indica el porcentaje de personas que están buscando trabajo activamente pero no pueden encontrar empleo.

Competencias y habilidades: Las habilidades requeridas por los empleadores que afectan la empleabilidad de los trabajadores.

Regulaciones: Las leyes y normativas que afectan las condiciones laborales, como el salario mínimo, las horas de trabajo y las leyes de protección al trabajador.

El mercado laboral es un componente fundamental de la economía, ya que influye en el crecimiento económico, la distribución de ingresos y la calidad de vida de los trabajadores (García, 2021)

El mercado laboral se define como el mecanismo a través del cual los empleadores buscan trabajadores y los trabajadores buscan empleo, donde la interacción entre la oferta y la demanda de trabajo determina los niveles de empleo y los salarios. (Stigler, 1962)

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Formación profesional

La formación profesional se refiere al proceso sistemático de adquisición de conocimientos y habilidades técnicas, destinado a preparar a las personas para desempeñar una ocupación específica dentro del mercado laboral (Unesco, 2005).

2.3.2. Mercado laboral

El mercado laboral constituye el espacio donde interactúan la oferta de trabajo, representada por los individuos que buscan empleo, y la demanda, constituida por las empresas que requieren personal, generando un equilibrio que determina tanto los niveles de empleo como los salarios (Blanchard & Katz, 1999).

2.3.3. Competencias

Las competencias son el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes integradas que permiten a una persona realizar tareas específicas de manera eficaz y con calidad, adaptándose a las demandas cambiantes del entorno laboral (Cedefop, 2014).

2.3.4. Capacidades profesionales

Las capacidades profesionales engloban tanto las habilidades técnicas como las habilidades sociales que permiten a un individuo desempeñarse eficazmente en su campo laboral, contribuyendo al logro de los objetivos organizacionales (Tuning Educational Structures in Europe, 2008).

2.3.5. Perfil del egresado

El perfil del egresado es un documento que describe las competencias, habilidades, actitudes y valores que un estudiante debe haber desarrollado al finalizar su formación académica, orientado a garantizar su adecuación al contexto laboral y a las exigencias de la sociedad (Acosta & García, 2019).

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

- El impacto de la **formación profesional** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a) El impacto de las **competencias profesionales** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.
- b) El impacto de las **competencias de producción** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.
- c) El impacto de las **competencias investigativas** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.
- d) El impacto de las **competencias de gestión** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.
- e) El impacto de las **competencias académicas** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.
- f) El impacto de las **competencias de personal social** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.

- g) El impacto de las **competencias de asesoría** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.
- h) El impacto de las **competencias axiológicas** de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.

2.5. Identificación de variables

Variable independiente: Formación profesional

Variable dependiente: Mercado laboral

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

Tabla 7: Matriz de operacionalización de las variables formación profesional y mercado laboral

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems o reactivos	Instrumento y escala de medición
Formación profesional	La formación profesional se refiere al proceso sistemático de adquisición de conocimientos y habilidades técnicas, destinado a preparar a las personas para desempeñar una ocupación específica dentro del mercado laboral (Unesco, 2005)	Factores que están determinando la formación profesional de los egresados de Ciencias de la Comunicación, sección de la Merced en relación al mercado laboral de Chanchamayo.	● Capacidades de producción	<ul style="list-style-type: none"> ● Nivel de efectividad en la resolución de problemas específicos. ● Participación en cursos, capacitaciones y eventos de actualización 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplico mis conocimientos y habilidades específicas para resolver problemas en mi campo profesional. 2. Me mantengo actualizado en las tendencias y mejores prácticas de mi área profesional 	<p>Cuestionario:</p> <p>Escala de medición</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo (1)</p> <p>b. En desacuerdo (2)</p> <p>c. Ni en desacuerdo ni de acuerdo (3)</p> <p>d. De acuerdo (4)</p> <p>e. Totalmente de acuerdo (5)</p>
			● Capacidades profesionales	<ul style="list-style-type: none"> ● Incremento en la eficiencia del proceso de producción ● Frecuencia de control y monitoreo de calidad en el proceso. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Implemento métodos de producción que optimizan el uso de recursos en mi área de trabajo. 4. Aseguro la calidad de los productos o servicios en cada etapa del proceso de producción. 	
			● Capacidades investigativas	<ul style="list-style-type: none"> ● Frecuencia de propuestas de temas de investigación. ● Nivel de precisión y confiabilidad de los datos obtenidos 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Empleo estrategias para identificar problemas o temas relevantes que merecen ser investigados. 	

		6. Verifico y valido la información y los datos obtenidos durante una investigación.
● Capacidades de gestión	<ul style="list-style-type: none"> ● Definición y claridad de objetivos y metas de proyecto ● Cumplimiento de objetivos con los recursos disponibles. 	7. Utilizo criterios claros para planificar y priorizar tareas en un proyecto. 8. Gestiono de manera eficiente los recursos humanos y materiales para alcanzar los objetivos.
● Capacidades académicas	<ul style="list-style-type: none"> ● Nivel de profundidad y crítica en el análisis de información ● Consistencia en la implementación de técnicas de organización personal. 	9. Desarrollo competencias críticas y analíticas considerando los conocimientos adquiridos en el ámbito académico. 10. Empleo estrategias aprendidas que mejoran mi rendimiento y logros en el trabajo
● Capacidades de personal social	<ul style="list-style-type: none"> ● Frecuencia de participación en actividades de equipo ● Frecuencia de resolución de conflictos sin intervención externa 	11. Contribuyo a un ambiente de trabajo colaborativo y respetuoso. 12. Abordo la resolución de conflictos o diferencias de opinión de manera efectiva en un equipo.

			<ul style="list-style-type: none"> ● Capacidades de asesoría 	<ul style="list-style-type: none"> ● Claridad en la estructura y etapas de la asesoría brindada. ● Flexibilidad en el enfoque de asesoría. 	<p>13. Sigo un proceso para proporcionar orientación efectiva a una persona o grupo que necesita asesoría.</p> <p>14. Adapto mis estrategias de asesoría según las necesidades individuales de las personas.</p>	
			<ul style="list-style-type: none"> ● Capacidades axiológicas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Coherencia en la toma de decisiones éticas ● Frecuencia de acciones y comportamientos que fomentan el respeto 	<p>15. Aplico mis valores éticos en la toma de decisiones dentro de mi ámbito profesional.</p> <p>16. Promuevo el respeto y la integridad en las relaciones interpersonales en mi entorno.</p>	
Mercado laboral	El mercado laboral constituye el espacio donde interactúan la oferta de trabajo, representada por los individuos que buscan empleo, y la demanda, constituida por las empresas	Factores que determinan la contratación de los egresados de Ciencias de la Comunicación por los empleadores en Chanchamayo	<ul style="list-style-type: none"> ● Demanda laboral 	<ul style="list-style-type: none"> ● Número de vacantes 	<p>1. ¿Cuántas vacantes tiene actualmente su empresa para comunicadores sociales y en qué áreas específicas (por ejemplo, redacción, relaciones públicas, comunicación digital) se presentan más frecuentemente?</p>	<p>Guía de entrevista</p> <p>Cuadro de análisis comparativo de las entrevistas</p>
			<ul style="list-style-type: none"> ● Oferta laboral 	<ul style="list-style-type: none"> ● Número de personas en búsqueda de empleo 	<p>2. ¿Cuántas solicitudes de empleo recibe su empresa mensualmente de profesionales en comunicación social, y</p>	

que requieren personal, generando un equilibrio que determina tanto los niveles de empleo como los salarios (Blanchard & Katz, 1999).

ha notado alguna tendencia en el interés por ciertas especialidades dentro de la comunicación?

<ul style="list-style-type: none"> ● Condiciones laborales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hora de trabajo promedio 	<p>3. ¿Cuál es el promedio de horas trabajadas por sus comunicadores sociales a la semana, y cómo se gestionan las horas extraordinarias en su empresa?</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Desempleo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tasa de desempleo 	<p>4. ¿Cómo percibe la tasa de desempleo entre los comunicadores sociales en su región y qué factores cree que están influyendo en esta situación?</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Calidad del empleo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Índice de satisfacción laboral 	<p>5. ¿Realiza su empresa encuestas de satisfacción laboral para sus comunicadores sociales, y cuáles son las áreas clave en las que han expresado mayor satisfacción o insatisfacción?</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Competencias y habilidades 	<ul style="list-style-type: none"> ● Brecha de habilidades 	<p>6. ¿Ha identificado alguna brecha de habilidades específica en los comunicadores sociales que contrata, y qué</p>

habilidades considera
que son más necesarias
para cumplir con las
demandas actuales del
mercado?

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Esta investigación es una investigación aplicada, ya que, si bien no resuelve problemas prácticos, sus resultados sí pueden tener una aplicación práctica. Es decir, los resultados de esta investigación pueden servir para resolver los problemas de desfase de los planes de estudio de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac y replantear el perfil profesional de los egresados. Asimismo, es una investigación con enfoque mixto, puesto que la variable independiente fue medida y la variable dependiente fue interpretada (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

3.2. Nivel de investigación

Las investigaciones cuantitativas con diseño no experimental pueden subdividirse en niveles: exploratorio, descriptivo, correlacional y causal. En cambio, las investigaciones cualitativas no tienen niveles (Hernández Sampieri *et al.*, 2014). En ese sentido, la parte cuantitativa de esta investigación fue descriptiva.

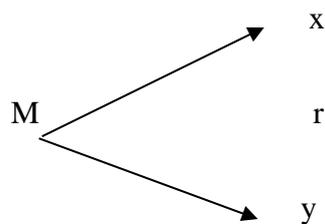
3.3. Métodos de investigación

En esta investigación se usó como método general el deductivo y el inductivo. El deductivo, porque de las variables generales se pasó a los indicadores y los ítems. Y el inductivo, porque de la muestra se pasó a comprender la población.

Asimismo, se ha utilizado el método científico que nos ha proporcionado un enfoque estructurado y sistemático para investigar y validar conocimientos (Tamayo y Tamayo, 2011).

3.4. Diseño de investigación

Las investigaciones cuantitativas pueden seguir un diseño experimental o un diseño no experimental. El diseño no experimental implica la no manipulación de las variables. A su vez, las investigaciones no experimentales pueden tener niveles y cortes (Hernández Sampieri et al., 2014). En ese sentido, nuestra investigación en la parte cuantitativa tiene un diseño no experimental, un nivel explicativo-causal y un corte transversal.



Donde:

M = Muestra de la investigación

x= Variable: Formación profesional

y= Variable: mercado laboral

r = Posible relación entre las variables estudiadas

Las investigaciones cualitativas tienen otra clasificación (Hernández Sampieri et al., 2014). Nuestra investigación, en la parte cualitativa tiene un diseño fenomenológico, ya que se conoce la variable a través de las experiencias de los participantes.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, sección La Merced y los directivos y funcionarios de las empresas e instituciones receptoras de los egresados en Chanchamayo.

3.5.2. Muestra

El tipo de muestra que se empleó es la muestra no probabilística por conveniencia o también conocida como muestra intencional. Este tipo de muestra se utiliza cuando los participantes son seleccionados específicamente por cumplir ciertos criterios relevantes para la investigación, como en este caso, egresados de una escuela específica y responsables de contrataciones en empresas e instituciones.

Al utilizar una muestra no probabilística, no todos los elementos de la población tienen la misma oportunidad de ser seleccionados, sino que se eligen de acuerdo a la accesibilidad y a su relevancia para el estudio.

Se encuestó a 30 egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Sección La Merced y se entrevistó a 10 responsables de las contrataciones de los comunicadores sociales en las empresas e instituciones en Chanchamayo.

La muestra no probabilística por conveniencia selecciona sujetos por su accesibilidad o porque cumplen criterios específicos que resultan relevantes para la investigación, como los egresados y responsables de contrataciones en este

caso (Otzen & Manterola, 2017). Los criterios de inclusión y exclusión fueron los siguientes:

Tabla 8: *Criterios de inclusión y exclusión para seleccionar la muestra de egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac- Sección La Merced*

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
Egresado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac, Sección La Merced.	No egresado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac, Sección La Merced.
Residente en la provincia de Chanchamayo.	No residente en la provincia de Chanchamayo.

Tabla 9: *Criterios de inclusión y exclusión para seleccionar la muestra de funcionarios y directivos de las empresas empleadoras*

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
Funcionario o directivo de una institución pública o privada.	No funcionario o directivo de una institución pública o privada.
Encargado de la oficina o área de comunicación o recursos humanos.	No encargado de la oficina o área de comunicación o recursos humanos.
Residente en la provincia de Chanchamayo.	No residente en la provincia de Chanchamayo.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para medir la primera variable, se eligió utilizar la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario. Se elaboró un cuestionario tipo Likert de 16 ítems, uno para cada indicador y dos para cada dimensión.

Para conocer la segunda variable, se utilizó la técnica entrevista y el instrumento denominado guía de entrevista. Se formularon seis preguntas abiertas.

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

Los instrumentos seleccionados fueron validados a través de la técnica denominada juicio de expertos. Los peritos coincidieron totalmente. Ellos fueron los siguientes (ver en anexos):

Tabla 10: *Expertos que validaron los instrumentos de recolección de datos*

Nº	Expertos	Validez del instrumento
1	Dr. Raúl M. RAMOS GUTARRA	10
2	Mg. Juan Carlos YANGALI VARGAS	10
3	Mg. Mario B. CASTILLO HILARIO	10

Asimismo, el cuestionario tipo Likert fue evaluado en su confiabilidad. Se utilizó la prueba de dos mitades y se halló el coeficiente de Spearman-Brown. Se obtuvo 0,7 que se considera como confiable.

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los datos fueron sometidos a un análisis estadístico. Se utilizaron las frecuencias y porcentajes para el análisis de la primera variable con ayuda del software SPSS. Y para la segunda, se utilizaron las matrices de análisis con ayuda del software Atlas.ti 8.

3.9. Tratamiento estadístico

Se usaron las frecuencias y los porcentajes para conocer la variable X. La confiabilidad del instrumento de investigación se determinó a través de la prueba de dos mitades y el coeficiente de Spearman-Brown.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

Respeto a la dignidad humana y confidencialidad: La investigación respetó los derechos y la dignidad de los participantes, incluyendo egresados y empleadores. Se establecieron medidas para asegurar la confidencialidad de los datos

personales y profesionales, resguardando cualquier información que pueda revelar identidades o detalles sensibles sobre los egresados y empleadores.

Consentimiento informado: Los egresados y empleadores que participen encuestas y entrevistas de recolección de datos fueron informados claramente sobre los objetivos, métodos y alcances de la investigación. Se obtuvo su consentimiento explícito, asegurándoles que su participación es voluntaria y que pueden retirarse en cualquier momento sin repercusiones.

Imparcialidad y objetividad: La recolección, análisis y presentación de los datos se realizaron de manera objetiva y libre de sesgos. Esto implica evitar juicios subjetivos sobre los egresados o las instituciones y respetar tanto los resultados positivos como las áreas de mejora que puedan surgir del estudio. La imparcialidad asegura que las conclusiones reflejen fielmente el impacto de la formación profesional.

Responsabilidad social: Como el estudio tiene implicaciones directas para la comunidad universitaria y el mercado laboral local, los resultados serán utilizados para fomentar mejoras en la calidad de la educación, así como en la inserción laboral. La orientación ética garantiza que las recomendaciones resultantes del estudio sean responsables y contribuyan positivamente a la sociedad, en especial al mercado laboral de Chanchamayo.

Transparencia y veracidad: Los hallazgos se presentaron de manera transparente y honesta. La información y los datos obtenidos no serán manipulados para favorecer a ninguna de las partes involucradas. Esta transparencia será esencial para mantener la confianza en la investigación y en las recomendaciones que surjan de ella.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

Se aplicó un cuestionario a 30 egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac, Sección La Marced, y se entrevistaron a 10 profesionales de la comunicación en ejercicio, todos funcionarios o directivos de las instituciones empleadoras. Después de recolectar los datos, se procesaron utilizando las frecuencias y los porcentajes con ayuda de los softwares Excel y SPSS, para la parte cuantitativa, y utilizando las matrices de análisis con ayuda del software *Atlas.ti* para la parte cualitativa.

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

A continuación, se presentan los análisis de la variable independiente: formación profesional y de la variable dependiente: mercado laboral. Asimismo, los análisis de cada una de las dimensiones.

4.2.1. Análisis descriptivo de la variable independiente: Formación profesional

De los 30 encuestados, el 63,3% percibe que la formación profesional de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced es de un nivel alto y el 36,7%, que es de un nivel muy alto (ver Tabla 4). La percepción de que el nivel de la formación es regular, bajo y muy bajo es inexistente.

Tabla 11: *Formación profesional de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	19	63,3	63,3	63,3
	Muy alto	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Cuando se analizan los resultados por cada una de las dimensiones de la formación profesional, el patrón general se repite: Las percepciones regulares son muy raras y las bajas y muy bajas son inexistentes. Lo que sigue son los resultados por dimensión.

Dimensión capacidades de producción:

De los 30 encuestados, solo el 3,3% considera que las capacidades de producción de los egresados son de un nivel regular, mientras que el 80%, alto y el 16,7%, muy alto (ver Tabla 5). Los egresados manifiestan que aplican sus conocimientos y habilidades específicas para resolver problemas en su campo profesional y que se mantienen actualizado en las tendencias y mejores prácticas de su área profesional.

Tabla 12: *Capacidades de producción de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	3,3	3,3	3,3
	Alto	24	80,0	80,0	83,3
	Muy alto	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Dimensión capacidades profesionales:

De los 30 encuestados, el 83% considera que tienen un nivel alto de capacidades profesionales y el 16,7%, muy alto. Como se lee, no se han observado percepciones regulares, bajas y muy bajas (ver Tabla 6). Esto significa que los egresados implementan métodos de producción que optimizan el uso de recursos en su área de trabajo y que aseguran la calidad de los productos o servicios en cada etapa del proceso de producción.

Tabla 13: *Capacidades profesionales de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	25	83,3	83,3	83,3
	Muy alto	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Dimensión capacidades investigativas:

De los 30 encuestados, el 90% considera que los egresados tienen un nivel alto en capacidades investigativas y solo el 10%, un nivel regular (ver Tabla 7). Esto quiere decir que los egresados emplean estrategias para identificar problemas o temas relevantes que merecen ser investigados y verifican y validan la información y los datos obtenidos durante una investigación.

Tabla 14: *Capacidades investigativas de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	10,0	10,0	10,0
	Alto	27	90,0	90,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Dimensión capacidades de gestión:

De los 30 encuestados, el 83,3% considera que el nivel de las capacidades de gestión es alto y el 16,7%, muy alto. No se presentaron casos de regular, bajo y muy bajo (ver Tabla 8). Es decir, los egresados utilizan criterios claros para planificar y priorizar tareas en un proyecto y gestionan de manera eficiente los recursos humanos y materiales para alcanzar los objetivos institucionales.

Tabla 15: *Capacidades de gestión de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	25	83,3	83,3	83,3
	Muy alto	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Dimensión capacidades académicas:

De los 30 encuestados, solo el 6,7% considera como de un nivel regular las capacidades académicas, mientras que el 63,3%, alto y el 30%, muy alto. En esta tampoco se observaron casos de bajo y muy bajo (ver Tabla 9). Es decir, los egresados desarrollan competencias críticas y analíticas considerando los conocimientos adquiridos en el ámbito académico y emplean estrategias aprendidas que mejoran su rendimiento y sus logros en el trabajo.

Tabla 16: *Capacidades académicas de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac- Sección La Merced*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	6,7	6,7	6,7
	Alto	19	63,3	63,3	70,0
	Muy alto	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Dimensión capacidades de personal social:

De los 30 encuestados, solo el 10% considera que tienen un nivel regular en cuanto a capacidades de personal social, mientras que el 66,7%, un nivel alto y el 23,3%, un nivel muy alto. No se observaron percepciones bajas o muy bajas (ver Tabla 10). En otras palabras, los egresados contribuyen a un ambiente de trabajo colaborativo y respetuoso y abordan la resolución de conflictos o diferencias de opinión de manera efectiva en un equipo de trabajo.

Tabla 17: *Capacidades de personal social de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sede La Merced*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	10,0	10,0	10,0
	Alto	20	66,7	66,7	76,7
	Muy alto	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Dimensión capacidades de asesoría:

De los 30 encuestados, solamente el 3,3% considera de un nivel regular las capacidades de asesoría, mientras que el 96,7%, de un nivel alto. No se han

observado casos de niveles bajo ni muy bajo (ver Tabla 11). En otros términos, los egresados siguen un proceso para proporcionar orientación efectiva a una persona o grupo que necesita asesoría y adaptan sus estrategias de asesoría según las necesidades individuales de las personas.

Tabla 18: *Capacidades de asesoría de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sede La Merced*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	3,3	3,3	3,3
	Alto	29	96,7	96,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Dimensión capacidades axiológicas:

De los 30 encuestados, solamente el 6,7% considera de un nivel regular las capacidades axiológicas, mientras que el 80%, de nivel alto y el 13,3% de nivel muy alto. No se han observado, casos de bajo ni muy bajo (ver Tabla 12). Vale decir, los egresados aplican sus valores éticos en la toma de decisiones dentro de su ámbito profesional y promueven el respeto y la integridad en las relaciones interpersonales en su entorno.

Tabla 19. *Capacidades axiológicas de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sede La Merced*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	6,7	6,7	6,7
	Alto	24	80,0	80,0	86,7
	Muy alto	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

4.2.2. Interpretación de la variable dependiente mercado laboral

El mercado laboral en La Merced está conformado por la oferta laboral, las condiciones laborales, el desempleo, la calidad del empleo y las competencias y habilidades laborales necesarias. Estos componentes o dimensiones fueron estudiados. A continuación, se presentan los resultados obtenidos por dimensiones.

Dimensión oferta laboral:

En las instituciones descentralizadas del Estado ubicadas en La Merced, existen más de 30 puestos para los comunicadores. En las empresas privadas de medios de comunicación tradicionales, no existen puestos de trabajo creados. Los comunicadores crean sus propios puestos de trabajo. Alquilan las horas y las gestionan ellos mismos (ver Tabla 13). Así, se puede afirmar que hay una buena oferta laboral en el sector público, mas no en el privado.

En el sector público, existen puestos de relacionistas públicos o de comunicadores organizacionales. Como los equipos de trabajo no son numerosos, los comunicadores encargados de la comunicación interna y externa de la institución deben realizar múltiples tareas: redactores, diseñadores, editores, relacionistas públicos, publicistas y community manager.

Tabla 20: Capacidades axiológicas de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sede La Merced

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
No tenemos, porque tampoco se presentan personas que quieran pertenecer a la empresa. Los jóvenes no le prestan atención al mundo de la comunicación.	Dos vacantes. Una jefatura y una asistente. Se requiere también uno de apoyo. Pero todas están ocupadas	Una por locación de servicios.	Siete trabajadores .	Tenemos cinco sedes sanitarias. Cada una requiere un responsable de imagen. Y en la sede principal se encuentran tres.	No cuenta con vacantes. Una ocupada.	No hay ninguna vacante. Una ocupada.	Tres vacantes, pero se necesitan más.	Cinco vacantes ocupadas. Dos de fotos y videos. Dos de edición de videos y organización de eventos. Y un jefe.	Cuatro puestos. Un jefe y los profesionales 1,2 y un técnico. Dos son por concurso cas. Diseño, protocolo y administrativo. Prensa, publicidad, protocolo y marketing.

En las instituciones del Estado, pocos comunicadores solicitan empleo, salvo cuando hay convocatorias abiertas. Y en las empresas privadas, no se presentan solicitudes, porque se carece de empleos creados (ver Tabla 14). El principal empleador de los comunicadores es el Estado.

Tabla 21: *¿Cuántas solicitudes de empleo recibe de profesionales de la comunicación y si ha notado alguna tendencia?*

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
Ninguna. Tampoco para aprender a laborar. Ya no hay jóvenes activos que quieran pertenecer a medios. Antes había un montón de jóvenes que querían incorporarse al mundo de las comunicaciones. Hoy ya no. Quieren ganar desde el inicio.	Sí se reciben los primeros días de enero, febrero hasta marzo. En agosto también. Entre dos y tres profesiona-ales solicitan en las áreas de redacción y diseño.	Se necesitan en redacción, audiovisual es, protocolo y relaciones públicas.	Solicitudes de empleo muy pocas, al año 3. Dejan su cv y lo abandonan.	Se reciben muchos cuando hay convocatorias. En otros tiempos, muy pocos.	No hemos atendido las solicitudes, porque no somos unidad ejecutora. No contamos con presupuesto .	No se reciben, pero sí practicantes .	Se necesitan tres para trabajo profesional.	Constantem ente tenemos solicitudes de empleo y de prácticas. Al mes uno. Más para redes sociales, edición de videos.	No recibimos solicitudes de empleo. Se reciben solicitudes prácticas pre-profesionales No se atienden porque no tenemos convenio. Los que trabajan se interesan más en diseño y edición de videos.

Dimensión condiciones laborales:

En las instituciones privadas, no hay un horario establecido, porque los comunicadores se autoemplean. En cambio, en las instituciones del Estado se respeta la jornada de ocho horas. Esta cantidad de horas se puede extender debido a las características de la actividad del comunicador, pero generalmente no se pagan las horas extras, aunque sí se compensan con horas libres (ver Tabla 15)

Tabla 22. *¿Cuántas horas trabajan a la semana y cómo se gestionan las horas extraordinarias?*

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
De acuerdo a las horas que solicite el periodista. 3 horas, 1 hora de deporte, 2 horas al medio día. Ellos mismos deciden dependiendo del acuerdo para alquilar el espacio. De acuerdo a lo que vendan.	Se trabaja 8 horas. Y en coordinación, las horas extras se compensan con horas libres.	Trabajo de oficina. Las horas extras se compensan.	Trabajo de 8 horas. Cuando hay emergencias se hacen horas extras.	8 horas. Lunes a viernes. Y cuando viajan se compensa.	Ocho horas, pero nos quedamos más. A veces nos dan apoyo.	8 horas y se compensa.	8 horas, pero el horario puede extenderse. Puede haber bonos por horas extras.	8 horas. Fuera de esas horas, 2 o 4 horas.	8 horas diarias. 40 horas a la semana. Pero en la oficina de comunicaciones se quedan más. Según las normas las horas extras se pueden compensar con horas libres.

Dimensión desempleo:

Para el 40% de los encuestados no hay desempleo entre los comunicadores asentados en La Merced. Para el 10% se viene saturando el mercado. Y para el 40% hay desempleo (ver Tabla 16).

Esto se puede interpretarse de la siguiente manera: como La Undac ofrece la carrera de licenciado en ciencias de la comunicación hace pocos años, los egresados están ocupando los puestos existentes en el sector público. Esto hace pensar como que no hay desempleo, porque la mayoría está empleada. Sin embargo, eso, también, lleva a pensar que el mercado laboral se está saturando, porque hay una gran población estudiantil en la universidad.

Las percepciones del desempleo de los comunicadores deben estar considerando la gran cantidad de profesionales que egresan de otras universidades y que eventualmente pueden ir a La Merced a buscar oportunidades laborales.

Llama la atención el sector privado. No hay comunicadores que quieran formar parte de las empresas, porque no hay puestos de trabajo creados. Existen radios y canales de televisión, pero para alquilarlos por horas. Esto significa que no hay comunicadores emprendedores, que puedan empezar un programa y gestionarlos.

Tabla 23: *¿Cómo percibe la tasa de desempleo de los comunicadores y cuáles son los factores que influyen en esta situación?*

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
No hay comunicadores que quieran formar parte de la empresa. El que menos quiere ingresar y quiere ganar	No tenemos tanto desempleo en nuestra profesión	Hay desempleo por falta de conocimiento de las instituciones que no reconocen la importancia de las comunicaciones. Somos portavoces. Falta también eficiencia en el trabajo de los profesionales. Hay pocas vacantes. O solo contratan para	No veo desempleo dentro de esta carrera. Son muy pocos los que postulan o dejan su cv.	No se nota mucho desempleo	La tasa es bastante alta. Acerca de los comunicadores, pocos conocen las actividades. Es el desconocimiento de las funciones. Es importante y vendemos la imagen	La tasa es alta, pero debido a la falta de experiencia	Antes no se tenían, ahora sí se tienen. El mercado se viene saturando.	La tasa es alta en la provincia y la región. No se especializan	En La Merced, hay pocos profesionales en comunicación. La tasa de desempleo es baja, pero se va cubriendo. No hay mucho desempleo en la Selva Central. Hoy se necesita de comunicadores. Para la promoción digital. En Huancayo hay muchos profesionales. Los de

determinados eventos.	Huancayo están viniendo a la Selva Central. La Undac está cubriendo todas las necesidades.
-----------------------	--

Dimensión calidad del empleo

En las instituciones privadas, no se realizan encuestas de satisfacción de los usuarios o los clientes, salvo en el gobierno local (ver Tabla 17). Se entiende porque los gobiernos municipales y regionales que pierden fácilmente la aceptación ponen en riesgo su propia permanencia, por eso, buscan la constante legitimidad social.

Tabla 24: *¿Su empresa realiza encuestas de satisfacción laboral y cuáles son las áreas en las que han expresado mayor o menos satisfacción?*

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
No hay encuestas, porque hay dos comunicadores. No hacemos en las calles ni entre el personal. En otras ciudades como en Huancayo realizan survey. Nosotros no hacemos. Cada quién hace su horario.	Sí se realizan encuestas de satisfacción. También se hacen encuestas de satisfacción entre el personal.	No se hacen encuestas.	Las encuestas de satisfacción se realizan en toda la municipalidad. Se tiene un 90% de satisfacción	No se han realizado encuestas de satisfacción .	No realizamos encuestas.	No han realizado encuestas.	Dependie ndo de las áreas, pero no hay encuestas.	Hacemos reuniones, pero no encuestas.	Hemos conversado con ellos directamente. No se han hecho encuestas. Los profesionales se sienten más satisfechos en edición y diseño. Son muy buenos en esos campos los profesionales de Undac.

Dimensión competencias y habilidades

En general, según los participantes, las competencias y las habilidades de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced son las necesarias. No existe una brecha entre la formación de los egresados y las necesidades de las instituciones públicas y privadas. En algunos casos hay deficiencias en la redacción, el análisis y la creatividad en los profesionales de la comunicación. Sin embargo, los egresados son muy competentes para el diseño, la edición de videos y la gestión de las redes sociales. Y en estas áreas se requiere más experiencia.

Tabla 25: *¿Ha encontrado alguna brecha entre las habilidades del comunicador social que contrata y qué habilidades son las más necesarias que son las que se deben cumplir con las necesidades del mercado? ¿Qué habilidades deben tener?*

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
<p>Coordinar con el operador, con el equipo de producción. Antes había uno que tenía un orden, tenía una parrilla para lo tituladores. Actualmente no hay. Llegan y sacan la información. Incluso ya no buscan la noticia. Para mejorar esto, cada productor tendría que contar con un equipo. La gente se ha acostumbrado a no trabajar. El periodista es yo</p>	<p>Hay mucho interés en diseño gráfico y edición de videos. También, se necesita protocolo.</p>	<p>Conocer la tecnología, la inteligencia artificial, los prompts, que ayuda y agiliza el trabajo. Se debe ser capaz de hacer de todo, pero prevalece el tema audiovisual y la redacción</p>	<p>Los perfiles definidos están en el centro de documentación</p>	<p>Dominio de redes sociales (Tik Tok, Instagram, Facebook).</p>	<p>Se requiere edición, fotografía, redes sociales, podcast, reels.</p>	<p>Fotografía y diseños.</p>	<p>Se requiere las redes sociales. La televisión por cable y con la FM es para las zonas rurales. Se usan para las campañas para prevenir las enfermedades</p>	<p>Tenemos especialistas en fotos y videos. Edición de videos y organización de eventos.</p>	<p>Se necesita el manejo de la redacción con apoyo de la IA. Los egresados fallan en ortografía. Hay una brecha. Se debe leer para generar ideas novedosas. No hay creatividad para nuevas campañas.</p>

y solo yo. En
otras ciudades
sí, como en
Huancayo. Hay
reglas en cada
noticiario. Aquí
es como en
Tarma. Se hacen
entender, pero
gritando. No hay
un diálogo en la
que te pueda
contar o narrar
la noticia. Unos
golpean la mesa
o rompen los
cables. No
hemos crecido
en el periodismo
en La Merced.
En
Chanchamayo
hay bastante
gente que está
saliendo con
títulos, pero no
está creciendo el
mundo de la
comunicación.

Deben buscar un
productor. No
hay equipo. En
el periodismo se
copia y pega.
Todas las
noticias son
municipales. El
mismo
periodista llama
al de imagen.
Deben trabajar
en equipo,
buscar
reporteros y
trabajar de
distintos sitios.
No sé por qué
los periodistas
se han
acostumbrado a
gritar.

4.2.3. Análisis inferencial de la variable formación profesional y mercado laboral

Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) sostienen que existen tres tipos de inferencias: “las propiamente cuantitativas, las cualitativas y las mixtas” (p. 660). Las cuantitativas se sustentan en los métodos estadísticos. Para ello, se sigue un procedimiento establecido. En cambio, las cualitativas, también llamadas metainferencias, consisten en establecer conexiones en base a interpretaciones de los indicios encontrados; no son demostrables estadísticamente. Y las inferencias mixtas, también conocidas como metainferencias, consisten en una combinación de las inferencias cuantitativas y cualitativas.

En nuestra investigación, debido a que la variable independiente (formación profesional) se abordó cuantitativamente y la segunda (mercado laboral), cualitativamente, no se ha realizado una prueba estadística de las hipótesis. No existe método estadístico para establecer la relación. Por el contrario, se ha realizado una “prueba de hipótesis”, interpretando e metainfiriendo el impacto de la variable independiente sobre la variable dependiente.

4.3. Prueba de hipótesis

Tabla 26: *A modo de prueba de hipótesis generales y específicas*

HIPÓTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE: FORMACIÓN PROFESIONAL	VARIABLE DEPENDIENTE: MERCADO LABORAL	CONCLUSIÓN
El impacto de la formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.	El nivel de formación profesional de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac - Sección La Merced es alto y muy alto.		
El impacto de las capacidades de producción de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.	El nivel de las capacidades de producción de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación es alto y muy alto.		
El impacto de las capacidades profesionales de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado.	El nivel de las capacidades profesionales de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac - Sección La Merced es alto y muy alto.	Todas las demandas de profesionales de la comunicación, por parte de instituciones privadas y públicas de La Merced, han sido cubiertas por los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced.	Se aceptan las hipótesis formuladas.
El impacto de las capacidades investigativas de los egresados en	El nivel de las capacidades investigativas de los egresados de la		

Ciencias de la Facultad de Ciencias
Comunicación de la de la Comunicación
Undac, sección La de la Undac - Sección
Merced en el La Merced es alto.
mercado laboral
en Chanchamayo,
2024 es moderado.

El impacto de las
capacidades de El nivel de las
gestión de los capacidades de
egresados en gestión de los
Ciencias de la egresados de la
Comunicación de la Facultad de Ciencias
Undac, sección La de la Comunicación
Merced en el de la Undac - Sección
mercado laboral La Merced es alto y
en Chanchamayo, muy alto.
2024 es moderado.

El impacto de las
capacidades El nivel de las
académicas de los capacidades
egresados en académicas de los
Ciencias de la egresados de la
Comunicación de la Facultad de Ciencias
Undac, sección La de la Comunicación
Merced en el de la Undac - Sección
mercado laboral La Merced es alto y
en Chanchamayo, muy alto.
2024 es moderado.

El impacto de las
capacidades de El nivel de las
personal social de capacidades de
los egresados en personal social de los
Ciencias de la egresados de la
Comunicación de la Facultad de Ciencias
Undac, sección La de la Comunicación
Merced en el de la Undac - Sección
mercado laboral La Merced es alto y
en Chanchamayo, muy alto.
2024 es moderado.

El impacto de las El nivel de las
capacidades de capacidades de
asesoría de los asesoría de los

egresados en egresados de la Ciencias de la Facultad de Ciencias Comunicación de la de la Comunicación Undac, sección La de la Undac - Sección Merced en el La Merced es alto.
mercado laboral
en Chanchamayo,
2024 es moderado.

El impacto de las **capacidades** El nivel de las **axiológicas** de los capacidades egresados en axiológicas de los Ciencias de la egresados de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Undac, sección La de la Comunicación Merced en el de la Undac - Sección **mercado laboral** La Merced es alto y en Chanchamayo, muy alto.
2024 es moderado.

4.4. **Discusión de resultados**

En esta investigación se hallaron resultados que coinciden y se diferencian con investigaciones realizadas en el ámbito nacional e internacional. Estas coincidencias y discrepancias se presentan en cuanto a los problemas investigados, los métodos utilizados y los resultados obtenidos.

Sobre los problemas investigados, se coincide con Ojeda (2019), Vidal (2019) y Murillo & Vangan (2018), ya que ellos abordaron la influencia de la formación profesional en el mercado laboral, la formación profesional y la ocupación y la relación entre formación profesional y el desempeño laboral. Estas variables, son similares a las nuestras y se han corroborado que existe una relación explicativa

En cuanto al método, se coincide con Ojeda (2019), Vidal (2019) y Murillo & Vangan (2018), que han seguido en enfoque cuantitativo y mixto, han tenido como unidad de análisis a egresados y empleadores, han utilizado

cuestionarios y entrevistas para la recolección de datos. Las diferencias serían: Las investigaciones de Ojeda (2019) y Vidal (2019) tienen como unidades de análisis egresados de administración y arqueología, respectivamente. Murillo y Vangan (2018), en cambio, sí tuvieron como unidad de análisis a los egresados de comunicación social.

Y en cuanto a resultados, en nuestra investigación, se llegaron a conclusiones similares a Ojeda (2019). Este investigador halló que el 57% considera tener una buena formación profesional y el 70,05%, un perfil acorde con las necesidades del mercado laboral. Asimismo, se coincide con Vidal (2019) y Murillo & Vangan (2018), quienes han determinado un gran impacto de la formación profesional en la ocupación laboral y de la formación profesional en el desempeño laboral.

Si comparamos nuestros resultados por dimensiones con otros estudios, encontramos, también, coincidencias interesantes. Una de las dimensiones de mercado laboral fue competencias y habilidades. Esta trata de identificar las brechas actuales entre la formación profesional universitaria y las necesidades del mercado. Los participantes de nuestra investigación mencionaron que se requieren en el mercado laboral de La Merced: manejo de la inteligencia artificial, manejo de las redes sociales, creación de contenidos, edición de videos, diseño, fotografía, usando las nuevas tecnologías.

En ese sentido, se coincidió con Sierra-Sánchez *et al.* (2020). Estos investigadores analizaron 38 planes de estudio de 38 universidades de España y sostienen que la comunicación y el periodismo han cambiado, ya que se han generado nuevas especialidades como diseñadores, animadores, infógrafos, analistas en *big data*, desarrolladores de *web*, desarrolladores de APP,

communities managers, entre otras. El comunicador y el periodista no deben saber solo de redacción, sino también de maquetación, edición de videos, locución. En suma, deben tener habilidades transversales.

Estos investigadores españoles hallaron que las tecnologías emergentes son *big data*, periodismo de datos, fotografía y vídeo 360°, *cloud computing*, realidad aumentada, realidad virtual, internet de las cosas, inteligencia artificial y televisión conectada. Esto obliga a que los comunicadores y los periodistas dominen el lenguaje multimedia, los softwares especializados en la edición de videos y sonidos, la creación de contenidos, la analítica y lenguaje de programación (Sierra-Sánchez *et al.*, 2020).

Otros investigadores han llegado a conclusiones similares. Ufarte Ruiz *et al.* (2024) sugieren que los comunicadores y los periodistas de hoy, influidos por las nuevas tecnologías, necesitan desarrollar nuevas competencias: redacción con inteligencia artificial, machine learning, el Deep Learning, el *big data*, etcétera.

¿Pero la formación profesional que ofrece la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced responde a esas demandas del mercado laboral? Nuestra investigación identificó que los egresados tienen un alto y muy alto nivel de formación profesional. Es más, algunos directivos entrevistados han asegurado que los egresados de la Undac tienen buena formación profesional. Sin embargo, tal vez la fortaleza está en el grupo etario al que pertenecen los nuevos egresados. Una de las ventajas de los nativos digitales es que el aprendizaje en el uso de las nuevas tecnologías empieza a muy temprana edad. Cuando llegan a las universidades ya saben operar lo básico y cuando egresan aún más. De ahí el comentario que hace uno de los informantes en el sentido de que “son jóvenes y saben las operar las redes sociales”.

Nuestra investigación ha encontrado evidencias que confirman las teorías Capital Humano de Gary Becker y Sociedad Red de Manuel Castells. La buena y muy buena formación profesional de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced ha permitido a decenas de egresados a conseguir un empleo y ascender social y económicamente. Asimismo, a profesionalizar las actividades de los encargados de la comunicación en las instituciones públicas y privadas. Sin embargo, no lo suficiente porque hay muy pocos comunicadores en el sector privado. Los sectores del turismo, el marketing y la publicidad requieren de emprendedores. Un directivo participante afirma “ya los jóvenes no quieren trabajar en los medios de comunicación, quieren ganar desde el primer día”. Así, el emprendedurismo puede ser una debilidad de la formación profesional que ofrece la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced.

Respecto a la teoría de la Sociedad Red, se pudo corroborar que Chanchamayo también es parte de ella. La provincia está conectada a Internet. Las personas, las empresas y las instituciones públicas están interconectadas. Es más, desarrollan sus actividades en red. Las campañas publicitarias o los programas de sensibilización se realizan en red. De ahí la necesidad de tener la capacidad de manejar las redes sociales, crear y compartir contenidos. Los directivos participantes en nuestra investigación afirman que “la comunicación hoy se da a través de las redes sociales”. En suma, a partir de los resultados de nuestra investigación se puede asegurar la vigencia de las teorías denominadas Capital Humano y Sociedad Red.

CONCLUSIONES

El 63,3% percibe que la formación profesional de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced es de un nivel alto y el 36,7%, que es de un nivel muy alto. Esto impactó en el mercado laboral, ya que se han cubierto todos los puestos de trabajo para comunicadores y se ha profesionalizado la actividad de la comunicación en las instituciones públicas y privadas.

Las capacidades de producción de los egresados son de un nivel regular para el 3,3%, mientras que para el 80%, alto y el 16,7%, muy alto. Los egresados manifiestan que aplican sus conocimientos y habilidades específicas para resolver problemas en su campo profesional y que se mantienen actualizado en las tendencias y mejores prácticas de su área profesional. Estas capacidades de producción explicarían por qué los puestos de trabajo han sido ocupados por los egresados de la Undac.

El 83% considera que tienen un nivel alto de capacidades profesionales y el 16,7%, muy alto. Esto significa que los egresados implementan métodos de producción que optimizan el uso de recursos en su área de trabajo y que aseguran la calidad de los productos o servicios en cada etapa del proceso de producción. Estas capacidades impactan en el mercado laboral.

El 90% considera que los egresados tienen un nivel alto en capacidades investigativas y solo el 10%, un nivel regular. Esto quiere decir que los egresados emplean estrategias para identificar problemas o temas relevantes que merecen ser investigados y verifican y validan la información y los datos obtenidos durante una investigación. Estas capacidades impactan en el mercado laboral.

El 83,3% considera que el nivel de las capacidades de gestión es alto y el 16,7%, muy alto. Es decir, los egresados utilizan criterios claros para planificar y priorizar tareas

en un proyecto y gestionan de manera eficiente los recursos humanos y materiales para alcanzar los objetivos institucionales. Estas capacidades impactan en el mercado laboral.

Solamente el 6,7% considera como de un nivel regular las capacidades académicas, mientras que el 63,3%, alto y el 30%, muy alto. Es decir, los egresados desarrollan competencias críticas y analíticas considerando los conocimientos adquiridos en el ámbito académico y emplean estrategias aprendidas que mejoran su rendimiento y sus logros en el trabajo. Estas capacidades impactan en el mercado laboral.

Solamente el 10% considera que tienen un nivel regular en cuanto a capacidades de personal social, mientras que el 66,7%, un nivel alto y el 23,3%, un nivel muy alto. En otras palabras, los egresados contribuyen a un ambiente de trabajo colaborativo y respetuoso y abordan la resolución de conflictos o diferencias de opinión de manera efectiva en un equipo de trabajo. Estas capacidades impactan en el mercado laboral.

Solamente el 3,3% considera de un nivel regular las capacidades de asesoría, mientras que el 96,7%, de un nivel alto. En otros términos, los egresados siguen un proceso para proporcionar orientación efectiva a una persona o grupo que necesita asesoría y adaptan sus estrategias de asesoría según las necesidades individuales de las personas. Estas capacidades impactan en el mercado laboral.

Solamente el 6,7% considera de un nivel regular las capacidades axiológicas, mientras que el 80%, de nivel alto y el 13,3% de nivel muy alto. Vale decir, los egresados aplican sus valores éticos en la toma de decisiones dentro de su ámbito profesional y promueven el respeto y la integridad en las relaciones interpersonales en su entorno. Estas capacidades impactan en el mercado laboral.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar investigaciones de este tipo periódicamente, porque cada vez se incrementa la cantidad de egresados y el mercado laboral es dinámico. El impacto de la variable formación profesional en la variable mercado laboral puede ser moderada hoy, pero esto puede cambiar.

Se sugiere ampliar el estudio de las dos variables y sus dimensiones con muestras probabilísticas, a fin de que se pueda generalizar los resultados con exactitud.

Se sugiere a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac-Sección La Merced replantear las dimensiones de la formación profesional a fin de corresponder mejor a los cambios del mercado laboral. De ese modo, el impacto sería mayor y positivo.

Se deben implementar nuevas especialidades dentro de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac, Sección La Merced. Por ejemplo, diseñadores, animadores, infógrafos, analistas en *big data*, desarrolladores de *web*, desarrolladores de APP, *communités managers*, creadores de contenido, entre otras.

Se sugiere formar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en emprendedurismo, ya que el sector privado es el mayor empleador. Los puestos de trabajo no están creados; se tienen que crear.

PROPUESTA:

En concordancia con nuestra investigación, se propone una actualización del perfil del egresado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac, ya que se observa un desfase. El énfasis del nuevo perfil debe estar en el uso de la inteligencia artificial, ya que es transversal a todas las capacidades de los egresados. El manejo de la IA debe ser objeto de todas las asignaturas. Asimismo, debe haber un énfasis en la investigación, ya que se requiere capacidades para el autoaprendizaje, la autocapacitación, a lo largo de toda la vida profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, L., & García, M. (2019). *Perfil del Egresado en la Educación Superior: Una Aproximación Conceptual*. *Revista de Educación Superior*, 48(1), 55-70.
doi:10.22201/iissue.24486714e.2019.48.1.45577
- Barreto O y Oscátegui L (2024) *Formación profesional y la capacidad emprendedora de los egresados del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión – 2023*. [Tesis de grado en la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]
<http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/4300>
- Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. Chicago: University of Chicago Press.
- Blanchard, O., & Katz, L. F. (1999). "Wage Dynamics: Reconciling Theory and Evidence." *The Review of Economics and Statistics*, 81(1), 1-10.
doi:10.1162/rest.81.1.1.
- Bowles, S., & Gintis, H. (1976). *Schooling in Capitalist America: Educational Reform and the Contradictions of Economic Life*. New York: Basic Books.
- Brunet I y Böcker R (2017) El modelo de formación profesional en España Localización: RIO: Revista Internacional de Organizaciones, ISSN-e 1886-4171, ISSN 2013-570X, N°. 18, 2017 (Ejemplar dedicado a: Gamification and Simulation in the learning process), págs. 89-108
- Carhuamaca T. y Gomero F. (2019) La formación profesional y el emprendimiento en estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Empresariales, UNDAC, 2018 [Tesis de grado en la Universidad nacional Daniel Alcides Carrión] <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/1414>
- Carrasco S. (2015) Metodología de la investigación científica. Ed. San Marcos.

- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture, Vol. I*. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
- Comisión de currículo de la Facultad de CC.CC (2017) Plan de estudios 2017
- Comisión PEI de la Facultad de CC.CC (2022) Plan Estratégico de la Facultad de Ciencias de la Comunicación del 2022 al 2026.
- European Centre for the Development of Vocational Training (Cedefop). (2014). *Terminology of European education and training policy*. <https://www.cedefop.europa.eu>.
- Foro Económico Mundial. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. World Economic Forum.
- García, J. (2021). *Economía del Trabajo: Fundamentos y Perspectivas*. Ediciones Universitarias.
- Hernández R. y Mendoza C. (2018) Metodología de la investigación. Primera edición. México: McGraw-Hill Interamericana editores, S.A. de C.V.
- McClelland, D. C. (1973). *Testing for competence rather than for intelligence*. *American Psychologist*, 28(1), 1-14.
- Murillo M., & Vanga M (2018). Desempeño Laboral de los Comunicadores Sociales Desde Una Perspectiva de Formación Profesional. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 22(3), 55–77. <https://doi.org/10.46498/reduipb.v22i3.21>
- Ojeda R (2019) *Formación profesional de los egresados de administración de la USP y mercado laboral de Sullana*. [Tesis de grado en la Universidad de San Pedro] <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/11641>

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2005). *Definición de la formación profesional*. <https://www.unesco.org>.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Queiruga et al (2022). *Análisis de la eficacia de los planes de formación profesional para el empleo desde el punto de vista del mercado laboral*. *Revista Fuentes*, 24(1), 90–103. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2022.15258>
- Romero D y Tudela I (2021) Comunicación organizacional y gestión de recursos humanos en la Municipalidad Provincial de Chanchamayo - 2021 [Tesis de grado en la Universidad Peruana Los Andes] <https://hdl.handle.net/20.500.12848/7842>
- Sánchez, J., Liberal Ormaechea, S. y Mañas-Viniegra, L. (2020). La formación en materias de tecnología del futuro periodista en España. *Revista Latina de Comunicación Social* (75), 189-206. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1422>
- Stigler, G. J. (1962). *Information in the Labor Market*. *Journal of Political Economy*, 70(5), 94-105.
- Sumayzi C (2023) *La formación profesional del egresado en cuanto a su inserción en el mercado laboral en la Licenciatura de Relaciones Públicas*. [Tesis de maestría en la Universidad de Panamá. Vicerrectoría de Investigación y Postgrado] <http://up-rid.up.ac.pa/id/eprint/8184>
- Tuning Educational Structures in Europe. (2008). *Guidelines for the Design and Delivery of Degree Programmes in Higher Education*. <https://www.tuningacademy.org>.

Vidal E (2019) *Formación profesional y mercado laboral de egresados de la carrera de Arqueología: UNASAM-Huaraz, semestres 2011 – 2014* [Tesis de grado en la Universidad de San Pedro]
<http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/6366>

Zumaeta C (2019) *Formación profesional en economía y su relación con la inserción en el mercado laboral de los estudiantes de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Iquitos 2018* [Tesis de grado de maestría en la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana] <https://hdl.handle.net/20.500.12737/7723>

ANEXOS

**ENCUESTA A LOS EGRESADOS DE LA ESCUELA DE FORMACIÓN
PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

N°	Dimensión: Profesión	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	<i>Aplico mis conocimientos y habilidades específicas para resolver problemas en mi campo profesional.</i>					
2	<i>Me mantengo actualizado en las tendencias y mejores prácticas de mi área profesional.</i>					
	Dimensión: Producción					
3	<i>Implemento métodos de producción que optimizan el uso de recursos en mi área de trabajo.</i>					
4	<i>Aseguro la calidad de los productos o servicios en cada etapa del proceso de producción.</i>					
	Dimensión: Investigación					
5	<i>Empleo estrategias para identificar problemas o temas relevantes que merecen ser investigados.</i>					
6	<i>Verifico y valido la información y los datos obtenidos durante una investigación.</i>					
	Dimensión: Gestión					
7	<i>Utilizo criterios claros para planificar y priorizar tareas en un proyecto.</i>					
8	<i>Gestiono de manera eficiente los recursos humanos y materiales</i>					

	<i>para alcanzar los objetivos.</i>					
	Dimensión: Académica					
9	<i>Desarrollo competencias críticas y analíticas considerando los conocimientos adquiridos en el ámbito académico.</i>					
10	<i>Empleo estrategias aprendidas que mejoran mi rendimiento y logros en el trabajo</i>					
	Dimensión: Personal social					
11	<i>Contribuyo a un ambiente de trabajo colaborativo y respetuoso.</i>					
12	<i>Abordo la resolución de conflictos o diferencias de opinión de manera efectiva en un equipo.</i>					
	Dimensión: Asesoría					
13	<i>Sigo un proceso para proporcionar orientación efectiva a una persona o grupo que necesita asesoría.</i>					
14	<i>Adapto mis estrategias de asesoría según las necesidades individuales de las personas.</i>					
	Dimensión: Axiológica					
15	<i>Aplico mis valores éticos en la toma de decisiones dentro de mi ámbito profesional.</i>					
16	<i>Promuevo el respeto y la integridad en las relaciones interpersonales en mi entorno.</i>					

**GUÍA DE ENTREVISTA A LOS EMPLEADORES SOBRE SUS
EXPECTATIVAS DEL EGRESADO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
SECCIÓN LA MERCED.**

1. ¿Cuántas vacantes tiene actualmente su empresa para comunicadores sociales y en qué áreas específicas (por ejemplo, redacción, relaciones públicas, comunicación digital) se presentan más frecuentemente?
2. ¿Cuántas solicitudes de empleo recibe su empresa mensualmente de profesionales en comunicación social, y ha notado alguna tendencia en el interés por ciertas especialidades dentro de la comunicación?
3. ¿Cuál es el promedio de horas trabajadas por sus comunicadores sociales a la semana, y cómo se gestionan las horas extraordinarias en su empresa?
4. ¿Cómo percibe la tasa de desempleo entre los comunicadores sociales en su región y qué factores cree que están influyendo en esta situación?
5. ¿Realiza su empresa encuestas de satisfacción laboral para sus comunicadores sociales, y cuáles son las áreas clave en las que han expresado mayor satisfacción o insatisfacción?
6. ¿Ha identificado alguna brecha de habilidades específica en los comunicadores sociales que contrata, y qué habilidades considera que son más necesarias para cumplir con las demandas actuales del mercado?

Matriz de consistencia: Impacto de la formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES E ÍNDICADORES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera impacta la formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo impactan las capacidades de producción de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024? • ¿Cómo impactan las capacidades profesionales de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024? • ¿Cómo impactan las capacidades investigativas de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, 	<p>OBJETIVO GENERAL Evaluar el impacto de la formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el impacto de las capacidades de producción de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 • Examinar el impacto de las capacidades profesionales de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 • Analizar el impacto de las capacidades investigativas de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, 	<p>HIPÓTESIS GENERAL El impacto de la formación profesional de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El impacto de las competencias profesionales de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado. • El impacto de las competencias de producción de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado • El impacto de las competencias investigativas de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el 	<p>VARIABLE 1: X Formación profesional</p> <p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidades de producción • Capacidades profesionales • Capacidades investigativas • Capacidades de gestión • Capacidades académicas • Capacidades de personal social • Capacidades de asesoría • Capacidades axiológicas <p>VARIABLE 2: Y Mercado laboral</p> <p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demanda laboral • Oferta laboral • Condiciones laborales • Desempleo • Calidad del empleo • Competencias y habilidades 	<p>Tipo de investigación: Básica no experimental</p> <p>Ruta o enfoque de investigación: Mixta</p> <p>Diseño de investigación: Correlacional causal</p> <p>Población: Egresados Empleadores</p> <p>Muestra: 30 egresados 10 empleadores</p> <p>Instrumentos: Cuestionario Guía de entrevista</p>

<p>sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo impactan las capacidades de gestión de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024? • ¿Cómo impactan las capacidades académicas de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024? • ¿Cómo impactan las capacidades de personal social de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024? • ¿Cómo impactan las capacidades de asesoría de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024? • ¿Cómo impactan las capacidades axiológicas de los egresados en Ciencias de la 	<p>sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024</p> <ul style="list-style-type: none"> • Examinar el impacto de las capacidades de gestión de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 • Analizar el impacto de las capacidades académicas de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 • Examinar el impacto de las capacidades de personal social de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 • Analizar el impacto de las capacidades de asesoría de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 • Examinar el impacto de las capacidades axiológicas de los egresados en Ciencias de la 	<p>mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado</p> <ul style="list-style-type: none"> • El impacto de las competencias de gestión de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado • El impacto de las competencias académicas de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado • El impacto de las competencias de personal social de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado • El impacto de las competencias de asesoría de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado • El impacto de las competencias axiológicas de los egresados en Ciencias de la Comunicación de la 		
---	--	---	--	--

Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024?	Comunicación de la Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024	Undac, sección La Merced en el mercado laboral en Chanchamayo, 2024 es moderado		
---	--	---	--	--



FICHA DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Título: "IMPACTO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNDAC, SECCIÓN LA MERCED EN EL MERCADO LABORAL EN CHANCHAMAYO, 2024"

Datos generales:

Nombre del juez: Dr. Raúl Máximo RAMOS GUTARRA

Grado y mención del grado académico: Doctor en Políticas Públicas: Seguridad Nacional y Desarrollo Sostenible

Área de acción laboral: Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC

Codificación de respuestas de los jueces

Apreciación positiva= 1 Apreciación negativa= 0

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO		Valoración		OBSERVACIÓN
		0	1	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y apropiado		1	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables		1	
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica		1	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica		1	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad		1	
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir		1	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos		1	
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores		1	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición		1	
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación		1	
TOTAL			10	

Criterio de valoración del juez: Aprobado (X) Desaprobado ()

Fecha:29/10/2024

Dr. Raúl Máximo RAMOS GUTARRA



UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
Facultad de Ciencias de la Comunicación
EFP de Ciencias de la Comunicación



FICHA DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Título: "IMPACTO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNDAC, SECCIÓN LA MERCED EN EL MERCADO LABORAL EN CHANCHAMAYO, 2024"

Datos generales:

Nombre del juez: Mg. Mario Buenaventura CASTILLO HILARIO

Grado y mención del grado académico: Magister en Comunicación Social. Mención: Investigación en Comunicación

Área de acción laboral: Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC

Codificación de respuestas de los jueces

Apreciación positiva= 1 Apreciación negativa= 0

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO		Valoración		OBSERVACIÓN
		0	1	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y apropiado		1	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables		1	
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica		1	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica		1	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad		1	
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir		1	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos		1	
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores		1	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición		1	
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación		1	
TOTAL			10	

Criterio de valoración del juez: Aprobado (X) Desaprobado ()

Fecha:29/10/2024

Mg. Mario Buenaventura CASTILLO HILARIO



FICHA DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
FICHA DE VALIDEZ DE CONTENIDO

Título: "IMPACTO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNDAC, SECCIÓN LA MERCED EN EL MERCADO LABORAL EN CHANCHAMAYO, 2024"

Datos generales:

Nombre del juez: Mg. Juan Carlos YANGALI VARGAS

Grado y mención del grado académico: Maestría en Educación

Área de acción laboral: Docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC

Codificación de respuestas de los jueces

Apreciación positiva= 1 apreciación negativa= 0

CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO		Valoración		OBSERVACIÓN
		0	1	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y apropiado		1	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables		1	
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica		1	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica		1	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad		1	
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir		1	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científicos		1	
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores		1	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la medición		1	
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación		1	
TOTAL			10	

Criterio de valoración del juez: Aprobado (X) Desaprobado ()

Fecha:30/10/2024

Mg. Juan Carlos YANGALI VARGAS

CONSENTIMIENTO INFORMADO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"IMPACTO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNDAC, SECCIÓN LA MERCED EN EL MERCADO LABORAL EN CHANCHAMAYO, 2024"

PROPOSITO DEL ESTUDIO:

La investigación tiene el propósito de conocer la relación el "IMPACTO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNDAC, SECCIÓN LA MERCED EN EL MERCADO LABORAL EN CHANCHAMAYO, 2024" resultados que servirán para mejorar la toma de decisiones de las autoridades de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Asimismo, servirá para optar el grado académico de licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Undac.

PROCEDIMIENTO PARA LA TOMA DE INFORMACIÓN

Se les informa a todos los encuestados (egresados) sobre el propósito de la encuesta y se les pide que sean honestos y sinceros al responder el cuestionario de 16 preguntas. Una vez terminada la encuesta se recoge agradeciéndoles su participación.

RIESGOS:

No existe ningún tipo de riesgo, pues la información solo servirá para el propósito de la investigación

BENEFICIOS:

No representa ningún tipo de beneficio económico para el encuestado

COSTOS:

No representa ningún costo para el encuestado

INCENTIVOS O COMPENSACIONES:

No hay ningún tipo de incentivo o compensación que le podrían dar al que brinda la información

TIEMPO:

La encuesta dura aproximadamente entre 4 a 5 minutos

CONFIDENCIALIDAD:

La participación es voluntaria y anónima. Los datos recabados serán utilizados estrictamente en la presente investigación respetando su confidencialidad, los cuales serán eliminados al término del estudio.

COSENTIMIENTO:

Acepto voluntariamente participar en esta investigación. Tengo pleno conocimiento del mismo y entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio si los acuerdos establecidos se incumplen.

En fe de lo cual, firmo a continuación:

Apellidos y nombres... Osco Huaringo Yerson York

DNI: 70229662

Firma: 



