

Revista Científica Internacional

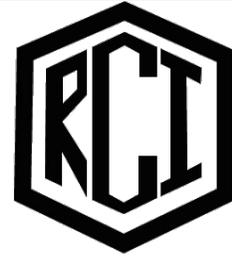
Fecha de presentación: 30/05/2020

Fecha de aceptación: 31/07/2020

Fecha de publicación: 09/08/2020

Como citar

Huertas, B. y Burgos, A. (2020). Factor laboral y el seguimiento de una profesionalización a nivel de postgrado. Facultad de Humanidades, Universidad de San Carlos de Guatemala 3(1) 53-58. DOI: <https://doi.org/10.46734/revcientifica.v3i1.18>



REVISTA CIENTIFICA INTERNACIONAL
Centro de Investigación de la
Sociedad del Conocimiento

Volumen 3

Número 1

ISSN: 2708-8103

DOI: <https://doi.org/10.46734/revcientifica.v3i1.18>

Factor laboral y el seguimiento de una profesionalización a nivel de postgrado

Labor factor and the pursuit of a professionalization at the postgraduate level

Blanca Leticia García Huertas y Alice Burgos

Faculta de Humanidades, Universidad de San Carlos de Guatemala

leticiagarciahuertas@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1004-7219>

Resumen

La presente artículo da a conocer los resultados de la tesis “El factor laboral y el seguimiento de una profesionalización a nivel de postgrado de los estudiantes de último año de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la jornada nocturna, plan diario de la Universidad de San Carlos de Guatemala”. La investigación es de corte mixto, se utilizó la encuesta y entrevista, con una muestra de 146 estudiantes. Dentro de los aspectos más importantes se determinó que el 55% son mujeres y el 45% son hombres de 88 estudiantes. De los participantes el 56% tiene un trabajo estable y únicamente el 14% se desenvuelve en el área de comunicación, siendo un 64% de los encuestados estar interesados en continuar profesionalizándose a nivel de postgrado en las áreas de Mercadotecnia y Marketing Digital, Política y Organizacional para poder obtener mejores oportunidades de empleo. Del 100% de los encuestados, únicamente el 30% no cuenta con un trabajo formal, estableciendo que es por falta de experiencia y carencia de contactos para ubicarse en alguna empresa que se dedique al campo comunicacional.

Palabras clave: factor laboral, profesionalización, seguimiento, postgrado, comunicación

Abstract

This article presents the results of the thesis “The labor factor and the follow-up of a professionalization at the postgraduate level of the final year students of the Bachelor of Communication Sciences of the night shift, daily plan of the University of San Carlos from Guatemala”. The research is mixed, the survey and interview were used, with a sample of 146 students. Among the most important aspects, it was determined that 55% are women and 45% are men from 88 students. Of the participants, 56% have a stable job and only 14% work in the communication area, with 64% of those surveyed being interested in continuing to professionalize at the postgraduate level in the areas of Marketing and Digital Marketing, Politics and Organizational in order to obtain better employment opportunities. Of the 100% of those surveyed, only 30% do not have a formal job, establishing that it is due to lack of experience and lack of contacts to locate in a company that is dedicated to the communication field.

Keywords: labor factor, professionalization, monitoring, postgraduate, communication

Introducción

La Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC- de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-, es una casa de estudio de nivel superior que busca formar investigadores, consolidando de manera sostenible y estratégica a largo plazo la preparación profesional de sus estudiantes procurando la pertinencia, competitividad y creatividad a través del compromiso y la identificación con la población guatemalteca, cuyo propósito es formar expertos de alto nivel académico con Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y Postgrados con especialidades en la rama.

Asimismo, esta investigación identificó las características del factor laboral, estableciendo que el 100% de los estudiantes participantes en la muestra el 56% cuenta con un trabajo, de este mismo porcentaje el 43% labora en el sector privado del país, 27% de ellos se encuentran ubicados en empresas reconocidas a nivel nacional e internacional. Asimismo, se concretó que el 40% de los estudiantes trabajadores no cuenta con todas las prestaciones de ley de nuestro país, bono 14, aguinaldo, vacaciones, liquidación, entre otros.

Dicha investigación surgió a consecuencia de la falta de estudiantes dentro de las aulas de postgrado que ofrece la -ECC- y en muchas de las situaciones las maestrías no se habilitan por falta de alumnos, ya que las autoridades de la escuela no han logrado llenar el cupo límite que se requiere para impartir una especialidad a nivel superior. Por tal razón fue necesario determinar porque los estudiantes de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación no les interesan continuar profesionalizándose a nivel postgrado.

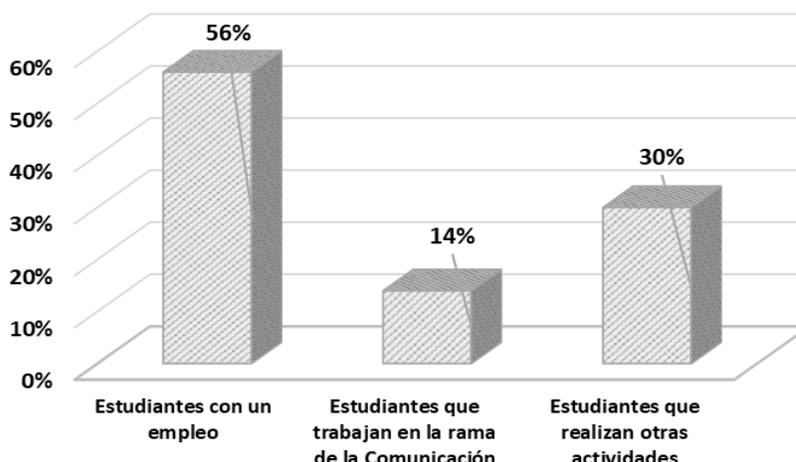
Según las entrevistas realizadas a dos de los docentes que imparten las maestrías que ofrece la Escuela de Comunicación indicaron que los cursos que imparten en la clase de estudios son elaborados bajo competencias para que el alumno pueda desenvolverse en el campo laboral, resaltando que a raíz de los altos costos de los postgrados el estudiante no puede continuar profesionalizándose a nivel superior después de finalizar su licenciatura.

Materiales y métodos

El estudio de dicha investigación fue de corte mixto, ya que se implementaron dos tipos de instrumento, la encuesta y entrevista que sirvieron para identificar las características del factor laboral y la postura de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, asimismo, establecer las necesidades de profesionalización a nivel de postgrado para un comunicador social en el mercado laboral de Guatemala. La muestra es de 146 estudiantes de la carrera antes mencionada.

Resultados

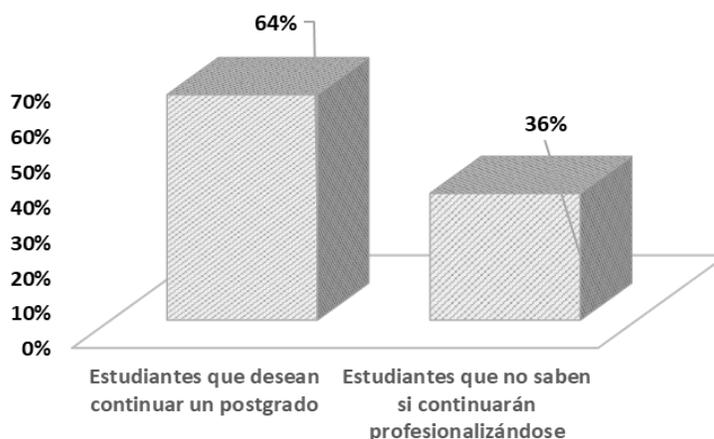
Figura 1. Situación laboral de los estudiantes de último año de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que participaron en la investigación.



Fuente: García Huertas (2020). Resultados de la investigación.

Esta grafica muestra los resultados obtenidos en la sección factor laboral de la encuesta para conocer si el estudiante universitario de último año labora dentro de un medio o empresa que se dedique a la comunicación. El 56% cuenta con un empleo, un 30% realizan otras actividades y únicamente el 14% laboran el área de comunicación. Lamentablemente el comunicador en nuestro país es muy mal remunerado, y habilitar espacios de trabajo en este campo es requerir y contratar profesionales “comunicólogos” que se desenvuelvan, tengan la experiencia y sepan implementar estrategias en las diferentes ramas de la comunicación.

Figura2. Estudiantes encuestados de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que desean continuar un postgrado y recomendaciones de los docentes que imparten las maestrías en la Escuela de Comunicación.



Fuente: García Huertas (2020). Resultados de la investigación.

Esta grafica describe que el estudiante de último año de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, si desea continuar profesionalizándose a nivel de maestría, ya que el 64% de los encuestados dijo que si y un 36% no sabe si continuar al finalizar su licenciatura.

Esto significa que el 36% de los estudiantes que participaron en la muestra se preocupan por buscar otras alternativas de profesionalización, y buscarán una mejor oportunidad laboral para competir en un mercado laboral exigente.

Discusión

Se conoció a través de la investigación que el 56% de los estudiantes encuestados tienen trabajo, pero no dentro de un medio de comunicación; solamente un 14% de la muestra manifestó que labora como comunicador y se desempeña en las áreas de comunicación social, relaciones públicas y community manager. Ante esta situación es importante que las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación pongan mucha atención a estos aspectos, ya que son parte de las áreas que deben fortalecerse o incluirse dentro del pensum de estudios, según las necesidades del mercado laboral.

Almeida Macías & Ortiz Torres (2016) explican que la poca participación del estudiante de ciencias de la comunicación se debe al escaso conocimiento del manejo de la tecnología, la falta de carácter para tratar a las personas que forman parte de su público objetivo, dificultades en el manejo de las relaciones interpersonales, y sobre todo que no son capaces de realizar investigaciones científicas e investigativas.

Ortega Maldonado, Rendón López & Ortega Carrillo (2017) afirman que estas actividades pueden ser tan diversas que dependen de las necesidades y servicios que las empresas necesiten, siendo su principal objetivo interactuar con los seguidores y clientes para mejorar los estatus de ventas en las compañías o empresas de publicidad.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) determina que existen organizaciones que se dedican a la comunicación y buscan incorporar a estos profesionales a un tiempo completo de trabajo, sin importar el área en la que se encuentren físicamente. Ya que un comunicador es considerado como una persona autónoma y puede desenvolverse y adquirir información como cualquier corresponsal. Lamentablemente en muchas de las situaciones los comunicadores carecen de beneficios laborales y la retribución no es la adecuada (DCOMM, 2003). Si se analiza la poca cantidad de estudiantes que laboran en alguna empresa o medio de comunicación, equivalente a un 14% según la muestra de este estudio, existen muy pocos espacios o falta de experiencia en los estudiantes de comunicación en la actualidad.

Arata & Aldana (2006) también explican que la educación y el trabajo, son aspectos que el ser humano debe llevar de la mano para superarse y poder obtener una mejor calidad de vida y

mejores oportunidades de empleo. En este caso, las empresas buscan personal capacitado con experiencia y conocimiento en la rama. Esto significa que si el estudiante no se prepara y se capacita constantemente no podrá optar a alguna oportunidad laboral que le permita mejorar sus ingresos económicos.

Como análisis es importante que las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, pongan mucha atención y se acople a las necesidades de sus estudiantes y del mercado laboral actual, ya que con el apareamiento del internet y las nuevas herramientas tecnológicas las exigencias han aumentado.

Almeida Macías & Ortiz Torres (2016) describen que la poca participación del estudiante en las áreas de comunicación es por el escaso conocimiento de la tecnología, el manejo de relaciones interpersonales y la poca profesionalización al momento de realizar investigaciones científicas.

En otros países como Venezuela, las universidades decidieron hacer cambios en su pensum de estudios para mejorar las oportunidades laborales de sus estudiantes, mismas que están sujetas a las necesidades de las empresas, creando nuevas asignaturas que son de gran utilidad para la profesión y el desempeño laboral en el mercado. Ante esta situación también fue consultado el Informe Estadístico Estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala 2019, para conocer si a nivel general el factor laboral afecta grandemente a los sancarlistas, presentando los siguientes datos: El 52% de los estudiantes inscritos durante ese año si tiene trabajo, equivalente a 76,783 universitarios y el otro 48% de estudiantes se encuentran desempleados.

Esto significa que existe un alto porcentaje de alumnos desempleados en las diferentes áreas académicas. Por tal razón es importante que la Escuela de Ciencias de la Comunicación busque nuevas alternativas y estrategias para mejorar su calidad educativa, mejorando el perfil de sus estudiantes para que puedan obtener una oportunidad de empleo y en sus áreas de profesionalización.

Referencias

Comunicación, E.d. (2016). Reglamento Interno de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala, Guatemala.

DCOMM. (2003) En el mundo actual, los periodistas se enfrentan a graves peligros. Organización Internacional del Trabajo, Revista No.47. https://www.ilo.org/global/publications/world-of-work-magazine/articles/WCMS_081390/lang--es/index.htm

Macías, A., M., R., y Ortiz, E. (2016). Desarrollo de Habilidades de Comunicación no verbal en la formación inicial del Comunicador Social. Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa, volumen 4, páginas 137-146. <https://refcale.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/1111>

Ortega, A., Rendón, L., y Ortega, J. (2017). Profesionalización del Community Manager: claves para una formación especializada de postgrado. Revista Lasallista de Investigación, páginas 217-232. Antioquilla, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/695/69551301020.pdf>

Vargas, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. Calidad en la Educación Superior, Revista Dialnet, volumen 3 No.1, 2012, páginas 119-139. Heredia, Costa Rica. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3945773>

Sobre la autora

Blanca Leticia García Huertas es Secretaria Bilingüe con Orientación en Computación. Periodista Profesional. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Estudios de Maestría en Docencia Universitaria. Actualmente trabaja como jefe de extensión central de la Coordinación, Proyectos y Fideicomisos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación -MAGA-.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Es libre para compartir, copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato y adaptar el documento, remezclar, transformar y crear a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de atribución: debe reconocer el crédito de una obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace.