



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y

MEDIOS INTERACTIVO

**Mercado laboral para los egresados de la carrera de comunicación audiovisual
de la UPC durante la pandemia por el COVID-19**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos

AUTOR

De La Cruz Sotelo, Micaela Sofía (0000-0001-9650-9407)

ASESOR

Best Urday, Lorena Alicia (0000-0002-5667-3939)

Lima, 06 de julio de 2021

DEDICATORIA

Agradezco a mis padres quienes me apoyaron durante el transcurso de mi carrera y a mi asesora quien me guio en el desarrollo de mi investigación.

RESUMEN

La formación profesional del estudiante es importante para poder insertarse en el mercado laboral. Según Pedro (2020), la situación se ha agravado con la llegada de la covid-19 ya que desde inicios del 2020 los estudiantes han tenido que llevar sus cursos teóricos y prácticos de manera virtual. Esto ha ocasionado muchas dificultades como la eficiencia en el aprendizaje del estudiante, problemas de conectividad y problemas económicos. Esta situación ha afectado a los egresados ya que al momento de enfrentarse a la inserción laboral tendrá que afrontar múltiples desventajas como la dificultad de encontrar trabajo o en caso encuentre no se verá preparado para asumir el cargo. Esta investigación tiene por objetivo indagar en las experiencias de los egresados de la carrera de Comunicación Audiovisual de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas al insertarse al mercado laboral. Para ello, se conoce el diseño curricular de la carrera y la relación de los estudiantes con el mercado laboral. Asimismo, se identifica las vivencias de los recién egresados al enfrentar la pandemia y se indaga en las decisiones que buscan para insertarse en el mercado laboral.

Palabras clave: Inserción laboral; mercado laboral; egresados; covid-19; experiencia laboral

Experience in the graduates of the audiovisual communication career of the UPC during the pandemic when facing the labor market.

ABSTRACT

The vocational training of the student is important in order to be able to enter the labour market. According to Pedro (2020), the situation has worsened with the arrival of covid-19 since the beginning of 2020 students have had to take their theoretical and practical courses virtually. This has caused many difficulties such as efficiency in student learning, connectivity issues and economic problems. This situation has affected graduates since at the time of facing the labor insertion will have to face multiple disadvantages such as the difficulty of finding work or if found he will not be ready to take office. This research aims to investigate the experiences of graduates of the *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas* when inserting themselves into the labor market. To do this, the curricular design of the career and the relationship of the students with the labor market are known. To do this, the curricular design of the career and the relationship of the students with the labor market are known. Likewise, it identifies the experiences of recent graduates when facing the pandemic and investigates the decisions they seek to insert themselves into the labor market.

Keywords: Labor insertion; labour market; graduates; covid-19; work experience

TABLA DE CONTENIDOS

1. CAPITULO 1: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3 PREGUNTA GENERAL	4
1.4 PREGUNTAS ESPECÍFICAS	4
1.4.1 ¿Cuáles han sido las vivencias como recién egresados al enfrentar la pandemia?.....	4
1.4.2 ¿Cuáles son sus decisiones para buscar insertarse en el mercado laboral durante la pandemia?	4
1.5 OBJETIVO GENERAL.....	4
1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.6.1 Identificar las vivencias como recién egresados al enfrentar la pandemia.....	4
1.6.2 Indagar en las decisiones para buscar insertarse en el mercado laboral durante la pandemia.....	4
1.7 SUPUESTOS.....	4
1.8 LIMITACIONES.....	5
2. CAPITULO 2: ESTADO DE LA CUESTIÓN	6
3. CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO	9
3.1 FORMACIÓN PROFESIONAL DEL EGRESADO PARA LOGRAR LA INSERCIÓN LABORAL. 9	
3.1.1 Diseño curricular	10
3.1.1.1. Perfil del ingresante	10
3.1.1.2. Malla curricular	10
3.1.1.3. Perfil del egresado	11
3.2 INSERCIÓN LABORAL.	11
3.2.1 Empleabilidad.....	12
3.2.2 Mercado audiovisual.....	12
3.2.2.1. Red de contactos o Networking.....	13
3.2.2.2. Currículum Vitae	13
3.2.2.3. Prácticas preprofesionales	13

3.2.2.4.	Búsqueda de trabajo.....	14
3.3	IMPACTO DEL COVID-19 EN EL MERCADO LABORAL	14
3.3.1	Expectativas de covid-19 en el mercado laboral	15
4	DISEÑO METODOLÓGICO	17
4.1	MUESTREO.....	18
4.2	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	18
4.2.1	Encuestas y bola de nieve.....	18
4.2.2	Entrevistas	18
4.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	19
4.4	CONSIDERACIONES ÉTICAS	20
5	REFERENCIAS	21
6.	ANEXOS	25
6.1.	MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	25
6.2.	MATRIZ DE OBJETIVOS Y TÉCNICAS.....	26
6.3	GUÍA DE ENCUESTA PARA DETERMINAR LA MUESTRA.....	27
6.4	GUÍA DE ENTREVISTA	28
6.5	CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA EL ADMINISTRADOR DEL GRUPO DE FACEBOOK	29
6.6	MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE PARTICIPACIÓN EN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	31
6.7	ENTREVISTA PRE-TEST.....	32
6.8	FIGURAS	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-Matriz de consistencia.....	26
Tabla 2- Matriz de objetivos y técnicas.....	26

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-Impacto del Plan Europeo de Recuperación sobre el PIB, el paro y la deuda pública	35
---	----

1. CAPITULO 1: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo principal indagar en la experiencia de los jóvenes egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC al enfrentarse al mercado laboral durante la pandemia. Si bien es cierto los estudiantes egresados deben de estar preparados para enfrentarse al mundo laboral, pero muchas veces no ocurre eso ya que los cursos son teóricos y no preparan a los estudiantes para ejercer profesionalmente. Galán, (2017) citado por Delgado y Torres (2020, p.1). Esta situación se agrava con la llegada del COVID-19 ya que desde el 2020 los alumnos se ven obligados a llevar todos los cursos de manera virtual, incluyendo algunos que son prácticos. Esto ha traído consigo una serie de desventajas como la eficiencia en el aprendizaje del estudiante, problemas de conectividad hasta problemas económicos ocasionando que muchos de ellos dejen de estudiar (Pedro, 2020, p.29).

Esto quiere decir que el egresado en el momento de enfrentarse a la inserción laboral tendrá que afrontar múltiples desventajas. En primer lugar, le será difícil encontrar trabajo por la situación que estamos atravesando. En segundo lugar, en caso encuentre no se verá preparado para asumir el cargo. Para entender mejor qué es la inserción laboral este es un: “Periodo de tiempo durante el cual el sujeto se prepara formándose o buscando activamente trabajo, incluyendo indistintamente los conceptos de proceso de inserción y proceso de transición a la vida activa.” Pérez (1996) citado por García y Cárdenas (2018 p.328). Para lograr esta inserción laboral es necesario que el egresado tenga una buena formación profesional.

Según la Organización Interamericana del Trabajo (OIT) en América Latina y el Caribe la situación tanto económica como laboral se vio caracterizada por el estancamiento de ciertas mejoras en los mercados de trabajo (2020). Esto quiere decir que no existen muchas oportunidades de trabajo por lo que el egresado al enfrentarse a la inserción laboral se verá obligados a aceptar uno de mala calidad, inseguro, mal remunerado o que se les exija trabajar más horas de lo debido (Sánchez L., Sánchez Z, Zapata, 2020, p. 92).

La INEI realizó una encuesta en el año 2014 a una muestra de 10 564 egresados universitarios los cuales la mayoría con un 56,6% son mujeres y el 43% son hombres. En relación a la procedencia el gran porcentaje se consideran como mestizos (75,1%), a continuación, le siguen los quechuas (10,6%), los blancos (7,4%) y finalmente la población Aymara (1,6%). La mayoría de egresados provienen de universidades privadas (53,7%) que de públicas (46,3%). En 2014, la mayoría (93,0%) formaba parte de la población económicamente activa y el otro en la población económicamente inactiva (7,0%). Por otro lado, la mayoría (87,5%) se encuentran en condición de ocupados y el resto en condición de desocupados (12,5%). Dentro de los egresados que pertenecen a la población económicamente activa algunos han permanecido como egresados (15,2%), otros han realizado su bachiller (39,6%) y la mayoría han obtenido el título profesional o licenciatura (45,1%). Del total de desocupados la mayoría son mujeres (14,5%) y el resto son hombres (9,9%). El factor de empleabilidad de los egresados que se encuentran en condición de desocupados en provincias no influye si los egresados provienen de universidades públicas (13,6%) o privadas (13,2%) ya que es relativo. En cuanto a los egresados de Lima y Callao los que provienen de las universidades privadas mayormente se encuentran desocupados (11,6%) que los que provienen de universidades públicas (10,7%). En cuanto a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas las probabilidades de sus egresados en la inserción laboral son altas (94,8%). Los egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación que se encuentran en ocupados es bajo (4,3%) y tienen un ingreso de S/. 2,131 mensual. (2014)

La INEI muestra que en el Perú el desempleo de egresados universitarios de 21 a 35 años de edad ha ido en aumento del 2012 (7,5%) al 2018 (9,6%) estas cifras son relevantes ya que el desempleo nacional se ubica en 6,2%. Asimismo, algunos egresados universitarios terminan subempleados (15,0%), esto quiere decir que trabajan menos de 35 horas semanales, que tiene trabajos sin ningún tipo de derechos o tienen ingresos por debajo del ingreso mínimo establecido. (SUNEDU, 2020, p.116)

Para enfocarnos este tema con los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC se tiene que conocer sobre la historia de esta carrera. La comunicación audiovisual surgió en los años sesenta del siglo XX por la historia del cine, se dice que no existe claramente una historia, pero Julio Montero y José Carlos Rueda citado por Checa explica que "la respetabilidad académica de los estudios sobre historia del cine se inició alrededor

de los años sesenta. Hasta entonces las publicaciones de este estilo no se consideraban rigurosas ni científicas. No tanto porque no lo fueran realmente sino porque el propio cine no parecía una materia susceptible de un tratamiento académico por falta de entidad cultural. Eso no significa que no existiesen investigaciones sobre el cine. Existieron y desde muy tempranas fechas" /.../ "Las primeras historias del cine tuvieron un fortísimo sentido popular y carecieron del más mínimo rigor, en el sentido académico, en sus planteamientos". Esto quiere decir que la comunicación audiovisual existía desde antes de los años sesenta, pero no le consideraban materia por falta de entidad cultural. En Latinoamérica, durante el siglo XX, la historia fue distinta ya que la producción y distribución de información y entretenimientos masivos no se desarrolló bien debido a la crisis tras el cambio de siglo. (Becerra, 2014, p.63)

En Perú específicamente en Lima sólo 8 universidades lo tienen como carrera. Estas son la Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad de Lima, Universidad de San Martín de Porres, Universidad Tecnológica del Perú, Universidad Peruana de Ciencias y Aplicadas, Universidad Nacional Federico Villarreal, Universidad Privada del Norte, Universidad Ciencias y Artes de América Latina. Cada una de ellas tiene un perfil particular y una malla distinta obteniendo egresados con un perfil distinto. La investigación se enfoca en los egresados de la UPC quienes en el perfil del egresado afirman que podrán “Gestionar un proyecto audiovisual e interactivo en las etapas de planificación, preproducción, realización y posproducción, promoción y distribución, utilizando adecuadamente la narrativa y el lenguaje audiovisual.” “Utilizar adecuadamente la narrativa y el lenguaje audiovisual para la generación de contenido.” “Dominar técnicas audiovisuales y recursos tecnológicos necesarios para la correcta visualización del contenido audiovisual en distintos medios.”

Como se ha mencionado anteriormente, la inserción laboral no es solo el proceso para encontrar trabajo, sino que va de la mano de tener una buena formación profesional. Para lograr esto se investigará como es la enseñanza hacia los alumnos, qué tanto aprenden y si se encuentran preparados para enfrentarse a la inserción laboral.

Ante dicho contexto surge muchas dudas al momento de la inserción laboral como ¿Cuáles han sido las vivencias como recién egresados al enfrentar la pandemia? ¿Cuáles son sus

decisiones para buscar insertarse en el mercado laboral durante la pandemia? Por ello se indagará en la experiencia de los jóvenes egresados al enfrentarse al mercado laboral.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El motivo por el cual elegí el tema de la experiencia en los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC durante la pandemia al enfrentarse al mercado laboral es porque yo como estudiante que me encuentro a punto de egresar me interesa conocer el tema en profundidad. Asimismo, quiero ayudar a que otros estudiantes que están a poco tiempo de egresar se informen del tema para que puedan tener mayor conocimiento sobre su situación laboral durante la pandemia.

Para lograr ello se debe de conocer cómo estas transformaciones de la economía del mundo laboral se vuelven dramáticas. También, averiguar cómo esto impacta en mis compañeros egresados en el momento que atraviesan el mercado laboral.

1.3 PREGUNTA GENERAL

¿Cuál es la situación laboral de los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC durante la pandemia al enfrentarse al mercado laboral?

1.4 PREGUNTAS ESPECÍFICAS

1.4.1 ¿Cuáles han sido las vivencias como recién egresados al enfrentar la pandemia?

1.4.2 ¿Cuáles son sus decisiones para buscar insertarse en el mercado laboral durante la pandemia?

1.5 OBJETIVO GENERAL

Indagar en la experiencia de los jóvenes egresados al enfrentarse al mercado laboral.

1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.6.1 Identificar las vivencias como recién egresados al enfrentar la pandemia.

1.6.2 Indagar en las decisiones para buscar insertarse en el mercado laboral durante la pandemia.

1.7 SUPUESTOS

- Todos los egresados tienen incertidumbre sobre su situación laboral.
- Algunos de los egresados atraviesan dificultades al momento de insertarse en el mercado laboral.
- Todos los estudiantes tienen interés sobre cuál es la situación laboral que afrontarán.

1.8 LIMITACIONES

- Escasez de fuentes de investigación que analicen la situación laboral de los egresados durante la pandemia.
- La información realizada ha sido solamente sacada de internet ya que las bibliotecas están cerradas debido a la pandemia.
- Dificultad de un encuentro presencialmente con los egresados para poder realizar las entrevistas.

2. CAPITULO 2: ESTADO DE LA CUESTIÓN

El proyecto de tesis titulado “La inserción laboral de los egresados de programas universitarios de traducción e interpretación en Lima del año 2015 a 2018” en la UPC menciona que la inserción laboral está relacionada con la formación profesional del egresado ya que este debe de atravesar una serie de competencias y habilidades. El egresado también puede contar con habilidades propias para encontrar un empleo según los gustos y necesidades que requiera. (p.2).

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) menciona que los jóvenes en Latinoamérica y el Caribe tienen más posibilidades de caer en un estado de desocupación que las personas adultas ya que el tiempo de espera para ingresar al mundo laboral es amplio. Además, menciona que “Según estudios, a nivel mundial uno de cada ocho jóvenes está desempleado y esta tasa de desempleo suele ser entre dos y tres veces más alta para los jóvenes que para los adultos. Por su parte, las implacables circunstancias económicas que existen en algunos lugares solo acentúan las diferencias entre quienes tienen distintos niveles de educación.” (UNESCO, 2013, p.92)

Los graduados consideran que las capacidades que permiten el acceso al mercado laboral y a mejores condiciones son las competencias sistémicas como aplicar los conocimientos a la práctica o la toma de decisiones. Asimismo, el dominio de un segundo idioma tiene ventajas relacionadas con el triunfo laboral, pero a pesar de ello algunos egresados quienes han permanecido en el extranjero han reportado ingresos más bajos. (Solé, Sánchez, Arroyo, Argila, 2018)

Por otro lado, existen varios estudios que se han enfocado en conocer el contexto social, familiar, educativo y cultural del recién egresado y sus relaciones con el acceso al mercado laboral. En cuanto al contexto socioeconómico se ha realizado un estudio de de Vries (2013) el cual analizan a más de 50 universidades universitarias latinoamericanas cuyo resultado tiene que el nivel de estudios de los padres del estudiante es un factor influyente para el éxito profesional ya que mientras mayor sea tendrá mejores cargos en el mercado laboral. Asimismo, la experiencia laboral previa a recibir el título universitario también influye en la obtención de mejores trabajos. En cuanto al género los hombres continúan recibiendo un salario más alto que las mujeres. Otro factor influyente es el tipo de universidad que han estudiado los egresados, los de las universidades privadas ganan hasta el doble de lo que

ganan las públicas, incluso las mujeres de universidades privadas ganan más que las de las universidades públicas. (Solé, Sánchez, Arroyo, Argila, 2018)

Otro estudio realizado en España analizó las notas entre los egresados y el tiempo que se tarda incorporarse en el mercado laboral y si en algún caso continúan sus estudios como el postgrados, master y doctorado. Estos resultados confirman que existe una relación positiva entre las calificaciones notables y el que los graduados continúen estudios de postgrado, etc. En cuanto al caso de la relación entre calificaciones y acceso al trabajo, se tiene mientras tienen mejores notas es más difícil la inserción laboral especialmente para titulaciones como las ciencias puras y las ciencias sociales. Solo para las carreras de las ciencias de la salud el resultado es lógico ya que quienes tienen mejores notas durante su carrera universitaria se incorporan más rápido y con mejores condiciones laborales. (de Vries, Vázquez, Ríos, 2013).

El proyecto de tesis titulado “La inserción laboral de los recién egresados universitarios en el Perú” en la PUCP menciona que la mayoría de estudiantes egresados de pregrado tienen como meta acceder al mercado laboral debido a los “efectos positivos” que tiene la educación superior sobre las oportunidades de empleo y las remuneraciones (p.35). El autor Torres señala que “...según la condición de actividad, el 93,0% (87.5% ocupados y 5.5% desempleados) de egresados universitarios forman parte de la población económicamente activa, mientras que el 7,0% se encuentra en la población económicamente inactiva. Desde el punto de vista de la ocupación, el 87,5% de egresados universitarios están en condición de ocupados y el 12,5% (7% PEI y 5.5% desempleados) en condición de desocupados” (Torres, 2019, p.35).

Según Carpio, en el Perú para insertarse al campo laboral requiere de un título para trabajar en los medios o en el campo de las comunicaciones. El título lo concede la experiencia y ser especialista lo genera el mercado donde trabaja. (p.167). Además, Carpio menciona un relato personal:

Cuando aún era estudiante de pregrado nuestros maestros nos vendieron la idea de que la universidad formaba comunicadores sociales, científicos sociales analistas de la comunicación y que adicionalmente se nos podía ofrecer un entrenamiento en algunos equipos audiovisuales pero que la universidad no estaba para formar técnicos y menos a personas que salieran en pantalla; eso formaba parte del espectáculo y la farándula. La universidad no formaba camarógrafos, editores y ni siquiera

presentadores o locutores de noticieros de televisión. La universidad estaba para formar comunicadores. Esto quiere decir que fuimos formados en base a una cultura general y humanista. Podemos entender los fenómenos sociales y comprender nuestro entorno. No han enseñado la teoría y la práctica algo elemental que el profesional requiere. (Carpio, 2015, 167)

En la década de los 80 las primeras generaciones de comunicadores profesionales en el Perú se enfrentaban por primera vez a la inserción laboral esto surgió con la apertura de los medios de comunicación. Se requería personas para editar, iluminar, sostener un micro, conducir un programa, cubrir reportajes o hacer entrevistas. Los más aventureros se lanzaron a aprender en vivo. Dentro de ello los más hábiles se quedaron trabajando delante y detrás de cámaras y terminaban haciendo una carrera. Los que fueron descartados se iban a otras áreas económicas o regresaban a sus casas. De esta manera se creó un mecanismo de entrada para “los practicantes” y a modo de prácticas preprofesionales para egresar de la universidad se solicitaba su acceso a los medios como asistentes de cámara, edición, producción, etc. Cabe resaltar que estas prácticas se las buscaba cada estudiante con sus mejores recursos y contactos, la universidad no apoyaba a buscarlos ni tenían vinculación con los medios. A partir de ello muchos quisieron estudiar dicha carrera y se generó mucha competencia en el campo laboral. Asimismo, surgieron muchas escuelas e institutos ofreciendo egresados con títulos similares a los de las universidades con formación en áreas técnicas específicas como camarógrafos, reporteros, editores, locutores, etc. (Carpio, 2015, 168)

Hoy en día la situación es similar ya que no hay gremio que proteja a los profesionales solo el colegio de periodistas que ha perdido mucho peso político ya que se hacen llamar comunicadores sociales todos los que salen en pantalla y trabajan en los medios así no tengan estudios. Para ser comunicador basta con tener voz y buena presencia o simplemente estar vinculado en un escándalo con alguien del espectáculo. En muchos casos es suficiente tener la habilidad de expresarse ya sea con la palabra hablada o escrita. No se necesita título, ni rango, ni acreditación alguna. (Carpio, 2015, p. 169)

Según Martín del Peso los graduados aprenden a desarrollar su trabajo dependiendo del nivel y del tipo de competencia adquirida en la universidad. A partir de ello realizó un estudio con 546 empleadores en Madrid-España el cual indago sobre competencias como las instrumentales, interpersonales y sistémicas. Los resultados destacaron que los egresados no se ajustan al nivel demandado por las empresas ya que en las competencias interpersonales

hay un desconcierto entre lo que espera la empresa y las habilidades del egresado mientras que las competencias sistemáticas son las que mejor se adecuan a las necesidades de los empresarios. (2013, p.70)

Esta situación ha empeorado debido a la propagación del COVID-19 el cual ha ocasionado la suspensión de escuelas y universidades. De manera que los estudiantes que están a punto de egresar se verán obligados a estudiar de modo virtual. En algunos países como en Arabia Saudita los egresados están obteniendo certificados mixtos (presencial y virtual). Sin embargo, estos certificados son percibidos por el mercado laboral como de menor calidad en comparación del tradicional el cual es presencial y se obtiene con estrategias didácticas. (El-Boghdadi, Noor, Mahmoud, 2020)

3 CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO

El presente capítulo mostrará la revisión de fuentes secundarias como libros de autores especializados en los temas a tratar los cuales se ha considerado importantes para comprender mejor el desarrollo de la siguiente investigación. Esto quiere decir que los conceptos que se presentarán serán utilizados para analizar e interpretar el propósito del tema de investigación. En primer lugar, partiremos desde el paso previo a la inserción laboral el cual es la formación profesional. Esta investigación tiene como una de sus principales categorías el diseño curricular y grado académico para la formación del futuro comunicador audiovisual. Dentro de ello analizaremos el concepto de diseño curricular. Con el fin de abordar los conceptos del perfil del ingresante, malla curricular y perfil del egresado. En segundo lugar, abordaremos el concepto de inserción laboral. Dentro de ello analizaremos el concepto de empleabilidad y el mercado laboral del comunicador audiovisual. En el cual analizaremos los conceptos de networking, currículum vitae, prácticas preprofesionales, experiencia laboral y búsqueda de trabajo. Por último, analizaremos el contexto del impacto del covid-19 en el mercado laboral y sus expectativas.

3.1 Formación profesional del egresado para lograr la inserción laboral.

La formación profesional en el siglo XXI ha enfrentado desafíos y dificultades ya que ha sido producto de entorno cambiante por la globalización. En el Perú, esta situación es una realidad en las universidades, es por ello que para insertarse en este escenario competitivo se deben plantear estrategias para superar los retos y poder mejorar la calidad de enseñanza, la investigación y tener mejores servicios. Mediante la incorporación de sistemas reconocidos de evaluación y acreditación institucional se debe de promover el mejoramiento

de la formación profesional. (Cevallos, 2014, p.5). Para poder adentrarnos a la inserción laboral se tiene que conocer sobre la formación profesional del estudiante, este concepto “puede definirse como el conjunto de actividades cuyo objetivo es proporcionar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para el ejercicio de una profesión y la consiguiente incorporación al mundo del trabajo” (López, 1997, p.2). La formación profesional del comunicador audiovisual está determinada según la malla curricular de cada universidad. La UPC tiene como finalidad que sus egresados de la carrera de comunicación audiovisual sean profesionales líderes dominando técnicas audiovisuales.

3.1.1 Diseño curricular

La definición del concepto de diseño curricular es planteada como una “propuesta teórico-práctica de las experiencias de aprendizaje básicas, diversificadas e innovadoras, que la escuela en colaboración con su entorno debe ofrecer al alumnado para que consiga el máximo desarrollo de capacidades y dominio de competencias, que le permitan integrarse satisfactoriamente en su contexto logrando una sociedad democrática y equitativa” (Casanova, 2006, p.89). Según la ley universitaria en el Perú, el Artículo 40 señala que cada universidad determina el diseño curricular de cada especialidad conforme a las necesidades que contribuyan del desarrollo del país. Se puede diseñar conforme al nivel de competencia profesional con el objetivo que al finalizar permita al alumno obtener un certificado.

3.1.1.1. Perfil del ingresante

El concepto del perfil del ingresante según Delgado es “el conjunto de características, conocimientos y actitudes que un postulante debería tener para una determinada carrera profesional. Estos perfiles son establecidos por cada centro de formación y pueden variar según estos.” (2020, p.12). Los alumnos postulantes a la UPC se informan acerca de la carrera que más les gusta y dependiendo de sus habilidades escogen la mejor para ellos.

3.1.1.2. Malla curricular

Asimismo, la malla curricular es un componente imprescindible del diseño curricular. Este tiene como concepto “es un elemento del plan de estudios y se representa en un gráfico que organiza la relación de cursos de una especialidad, situados en cada uno de los ciclos académicos, relevando sus interrelaciones” (PUCP, 2014, p. 24). La malla curricular ayuda al estudiante ingresante a darse una idea de los cursos que va a llevar en su carrera universitaria. Esta malla varía conforme a la universidad, el estudiante podría elegir el que mejor le guste y se adapte a sus expectativas.

3.1.1.3. Perfil del egresado

Además de las mallas curriculares otro elemento que el estudiante busca es saber cuál es el perfil del egresado de la carrera que elige. El perfil del egresado es un “documento público que explicita aquellas capacidades en las que los egresados serán competentes al terminar su formación académica; en ese sentido, es un compromiso de la universidad con sus estudiantes” (Dirección de Asuntos Académicos PUCP, 2012, p.1).

En el ámbito de la carrera de Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos el perfil del egresado en la UPC podrá “Gestionar un proyecto audiovisual e interactivo en las etapas de planificación, preproducción, realización y posproducción, promoción y distribución, utilizando adecuadamente la narrativa y el lenguaje audiovisual. Utilizar adecuadamente la narrativa y el lenguaje audiovisual para la generación de contenido. Dominar técnicas audiovisuales y recursos tecnológicos necesarios para la correcta visualización del contenido audiovisual en distintos medios. Dominar técnicas audiovisuales y recursos tecnológicos necesarios para la correcta visualización del contenido audiovisual en distintos medios.”

3.2 Inserción laboral.

En la actualidad existen muchos conceptos para entender que es la inserción laboral. Según José María García y Rodolfo Gutiérrez mencionan que “la inserción laboral es el término utilizado habitualmente para referirse al proceso de incorporación a la actividad económica de los individuos.” (1996). Por otro lado, Pérez Escoda menciona que es “un periodo de tiempo durante el cual el sujeto se prepara formándose o buscando activamente trabajo, incluyendo indistintamente los conceptos de proceso de inserción (en general) y proceso de transición a la vida activa (como paso de la escuela al trabajo)” (1996, p.41). Determinándolo de esta manera como un proceso de transición.

Según Carlos Huamán es “una interacción entre los elementos de la empleabilidad con los elementos de ocupabilidad. Para la empleabilidad tenemos la preparación académica, contexto social, competencias y práctica laboral y para la ocupabilidad se tienen el contexto socio económico, demanda laboral, política laboral y cambios demográficos.” (2020, p.13)

Estoy de acuerdo con la postura de los autores María García y Rodolfo (1996), Pérez Escoda (2001) y Carlos Huamán (2020) el cual la inserción laboral es el proceso de transición donde el individuo se prepara para incorporarse a un trabajo en el cual se tendrá una interacción de la empleabilidad con la ocupabilidad.

3.2.1 Empleabilidad

El término de empleabilidad es un concepto difícil de definir ya que su significado se ha cambiado constantemente. Según Belén Suarez, en un contexto general la empleabilidad es el conjunto de variables que explican la situación del empleo o desempleo de la persona. En cuanto al contexto individual este hace referencia al conjunto de competencias que una persona tiene para poder acceder al mercado laboral. (2016, p.71).

Por otro lado, en el libro de USTED S.A. define a la empleabilidad como “la capacidad de agregar valor y desarrollar las competencias requeridas para encontrar o mantener un espacio de contribución profesional, cuándo y dónde sea necesario” (Temple, 2012, p.38).

Según la Organización Internacional del Trabajo es un resultado elemental de la educación y formación de alta calidad. Las personas son más empleables si han adquirido una buena educación con un alto nivel en calificaciones, conocimientos y competencias ya que aumentan la capacidad de los trabajadores para conseguir y conservar un empleo. Además de ello, se requiere otros elementos para la creación de más empleos y de mejor calidad como un empleo sostenible. De esta manera, los trabajadores podrán trabajar en un entorno económico que promueva el crecimiento del empleo y recompense las inversiones en la formación y desarrollo de recursos humanos (2000, p. 221).

3.2.2 Mercado audiovisual

José María Benito añade que conforme pasa el tiempo se encuentran avances en la tecnología y el acceso masivo a las redes sociales. Por consiguiente, el mercado audiovisual es una industria cambiante ya que se encuentra sometido a constantes transformaciones en toda su cadena de valor. Esto incluye cambios en la manera de producir, los productos y la forma como la audiencia accede a ellos para consumirlo (2014, p.124).

En la actualidad existe un aumento de ofertas competitivas en el mercado. Así como Netflix que proporciona una gran variedad de contenidos para cualquier momento que el consumidor quiera acceder. Además, hay empresas que aún no están en el negocio de los medios, pero han logrado entrar en el mercado y han adquirido empresas de medios para mejorar su competitividad. Como consecuencia, estas fusiones y adquisiciones en la industria de los medios audiovisuales están cada vez más en el radar de la Autoridades de Competencia. (Bodewing, 2020, p.25)

3.2.2.1. Red de contactos o Networking

La red de contactos o networking es un concepto que está siendo cada vez más abordado en el ámbito del mercado laboral ya que es una manera para buscar empleo. Esto consiste en generar contactos y relaciones formales e informales con el propósito de obtener información para poder congregar con la búsqueda de trabajo. Además, podrá adentrarse en el mayor grado posible al mercado de trabajo. Por último, obtendrá más contactos para poder ampliar la red y podrá obtener más información (Muniain, 2003).

Por otro lado, el networking consiste en trabajar estratégicamente para conseguir una red de contactos ya sea de tipo personal y/o profesional. De manera que se pueda crear vínculos con personas como nuestro sector profesional. La red de contactos ayuda a resolver problemas, encontrar información importante, intercambiar conocimientos y hasta encontrar un mejor puesto de trabajo. (Alastruey, 2011).

3.2.2.2. Currículum Vitae

El Currículum Vitae (CV) es “un conjunto de datos relacionados con la situación personal, profesional y laboral de un candidato a un puesto, con el solo propósito u objetivo de transmitir información acerca de la trayectoria o vida de dicho candidato” (Muniain, 2003, p. 42). Toda persona debe de realizar un buen CV con toda su información personal, de estudios y experiencia profesional ya que es importante ser uno de los mejores durante el proceso de selección. Además, dicha carta de presentación da mucho que hablar de uno como profesional.

3.2.2.3. Prácticas preprofesionales

Las practicas preprofesionales lo desarrollan los universitarios que se encuentran mayoritariamente en los últimos ciclos de carrera. En el proceso de ello, el universitario realiza investigaciones para la organización que hace sus prácticas poniendo a prueba todo lo aprendido en la universidad. Los lugares donde realizarán dichas prácticas las dispone las empresas y generalmente no son remuneradas debido a las reglas con impacto en el ámbito laboral. Además, contribuyen a la formación del estudiante lo que le permiten adquirir experiencia en el campo laboral, desarrollar criterios profesionales y sobre toma de decisiones. Por ello, las prácticas profesionales son considerado como el conjunto de actividades realizadas por algún practicante que trabaje el algún lugar de forma temporal poniendo mucho interés en el proceso de aprendizaje y laboral (Carrera, Parreño y Ayala, 2018).

Las prácticas preprofesionales según Estévez son uno de los componentes del Plan de Estudios de la universidad ya que establece la relación entre los conocimientos adquiridos de la profesión y ponerlas en práctica. En la realización los estudiantes universitarios deberán aplicar las normas aprendidas. De esta manera, podrán contribuir de manera creativa al desarrollo y a la eficiencia de los procesos productivos y de servicios. Además, desarrollarán un autoaprendizaje en el ámbito científico-técnico y laboral ya que colaborarán con el desarrollo de hábitos de vida al adaptarse a las nuevas condiciones en el medio en que se desarrolle (2009, p. 34).

Además, las prácticas preprofesionales “...constituyen el eslabón fundamental en la relación antes mencionada y aporta a la institución educativa la guía que le permite desarrollar en los estudiantes las habilidades y conocimientos necesarios, para que en su desempeño profesional sean capaces de transformar su entorno; traducido en desarrollo económico y social” (Martínez, 2008, p. 67).

3.2.2.4. Búsqueda de trabajo

La búsqueda de trabajo según Delgado y Torres es la búsqueda de una ocupación, trabajo, oferta laboral a través de portales de empleo o bolsas de trabajo en línea. Esta herramienta la utilizan los egresados para conseguir un empleo (2020, p.18). Asimismo, también se puede buscar trabajo por medio de contactos y periódicos.

3.3 Impacto del covid-19 en el mercado laboral

Según la OIT la pandemia de la COVID-19 ha generado en América Latina y el Caribe una recesión económica el cual ha conllevado un impacto negativo sobre el mercado de trabajo. Los trabajadores se han visto afectados ya que algunos se han visto implicados en una reducción de sueldo y otros han perdido sus empleos. Esto debido a que las actividades económicas han sido sujeto de confinamiento. (p.5)

Álvarez, Labraña y Joaquín mencionan que la COVID-19 ha ocasionado una crisis sanitaria, social y económica. Asimismo, ha impacta en la educación superior y los mercados laborales como un proceso de cambio tecnológico lo que conlleva a la destrucción empleos. Como señala la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2020), “la economía mundial vive una crisis sanitaria, humana y económica sin precedentes en el último siglo y que evoluciona continuamente. Ante la pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19), las economías se cierran y paralizan, y las sociedades entran en

cuarentenas más o menos severas, medidas solo comparables a las de situaciones de guerra” (p.1).

En el contexto de la pandemia se prevé que el empleo del comercio, restaurantes, hoteles, las industrias manufactureras se encuentran entre los más afectados y el sector agropecuario se encuentra con un riesgo de pérdida temporal. CEPAL / OIT (2020). Si bien es cierto en el comercio persisten segmentos que se han mantenido como los productos de necesidad básica los cuales son alimentos, medicamentos, higiene personal. Asimismo, el trabajo por cuenta propia, en el que incluye el informal, tiende a ser el más afectado que el trabajo asalariado. Sin embargo, debido a la revocación gradual de las medidas del COVID-19 los trabajadores formales y los jóvenes nuevos entrantes al mercado laboral también son propensos a perder el empleo ocasionando la amenaza de una expansión del sector informal (Weller, 2020, p.10).

América Latina y el Caribe es la región con mayor contracción en las horas de trabajo en todo el mundo. Para entender mejor el contexto se realizó un análisis sobre la caída de horas trabajadas promedio para algunos países, entre ellas Perú (OIT, 2020). Según la OIT “Lima registró una reducción de casi la mitad del número de ocupados durante los meses del trimestre móvil de marzo-mayo del corriente año. A pesar de que la tasa de desempleo registró un alza también significativa (+6,4) en igual período, este canal parece ser de escasa relevancia en comparación a las salidas de la fuerza de trabajo.” (p.10).

La información laboral sobre el impacto del mercado laboral a inicios de la pandemia en Lima es “...entre el trimestre móvil de diciembre 2019 a febrero 2020 y el trimestre móvil febrero a abril 2020, esta tasa cayó en 17,2 puntos porcentuales.” (Weller, 2020, p.11)

3.3.1 Expectativas de covid-19 en el mercado laboral

Según la CEPAL, “la región de América Latina y el Caribe marcará una contracción de 7,7% en 2020, pero tendrá una tasa de crecimiento positiva de 3,7% en 2021, debido principalmente a un rebote estadístico que, sin embargo, no alcanzará para recuperar los niveles de actividad económica pre pandemia del coronavirus (en 2019)”

Según Claudia Ochoa, Luis Suárez, Harold Suárez, Edna Ramírez, Andrés Valderrama, Miguel Castillo, Hermes Castro y Olga Matallana en Boyacá, ubicado en Colombia, la destrucción de empleos y cierres comerciales ha generado una pérdida de capacidades adquiridas en las empresas y sus empleados. Para poder volver a la normalidad y aplanar la

curva del desempleo tomará un poco de tiempo. Por otro lado, los recién egresados tendrán salarios mucho más bajos y una estabilidad laboral diferente. Algunos que enfrenten mucho tiempo de desempleo tendrán una pérdida de capital humano y una mala impresión en su hoja de vida ante buenos empleadores. Además, mencionan que:

Analistas plantean la necesidad de reformas estructurales al mercado laboral (principalmente flexibilización de costos no salariales), jornadas laborales extendidas, incentivos a la nómina, así como el fortalecimiento de los canales públicos de oferta y demanda (servicio público de empleo), políticas de compra local y programas de empleo público para la construcción de infraestructura (que dotarían de ingresos y seguridad social a los más vulnerables). La acelerada inclusión de herramientas digitales (que no se traduce en automatización) implicará en el largo plazo la mejor formación en competencias para su uso (2020, p,8).

Por otro lado, el plan Europeo de Recuperación tiene un acuerdo sellado con el Consejo Europeo para poder recuperar la situación económica y social en la Unión Europea. Las previsiones para 2021 incorporan 14.000 millones en ayudas y préstamos europeos para España. El presupuesto europeo (2014-2020) muestra que España ha gastado el 34% de los más 56.000 millones de euros disponibles en fondos elementales. Por lo tanto, España solo podrá atraer una parte de los fondos disponibles para 2021-2027. Por otra parte, estas ayudas y préstamos dependerán de reformas que faciliten su aprovechamiento. Nos ayudarán a afrontar los desbalances económicos y sociales como el mercado laboral, educación, sistema de pensiones, transición tecnológica y energética. Según varios estudios, las reformas son imprescindibles para cerrar la brecha de productividad con los países de la Unión Europea y que se eleva a 0,2 puntos porcentuales por año. A continuación, se analizará el impacto del Plan Europeo de Recuperación sobre la economía con y sin reformas entre el año 2021 al 2027. (Ver figura 1)

En el primer escenario gracias a los fondos ayudarían a los estímulos fiscales y a la inversión pública. Sin embargo, debido a la falta de reformas traería como consecuencia inestabilidad económica y social. Además, la expansión del incremento del gasto público sería transitoria y el crecimiento potencial convergería hacia su nivel inercial el cual se estima en 1,6% anual. Como resultado se obtendría una recuperación incompleta y esto ocasionaría una precrisis en el año 2024 y una deuda pública hasta cerca del 133% en 2027.

En el segundo escenario no afectaría tanto a la economía ya que cuentan con reformas y estas ayudarían a tener una mayor estabilidad y productividad hasta el año 2027. Debido a esto, los estímulos fiscales además de ejercer un efecto transitorio también elevan el crecimiento potencial hasta el 1,9% anual. Como resultado la tasa de paro descendería hasta el 10% en 2027 y la deuda pública invertiría su tendencia financiera para posicionarse en el 124% al final del periodo. (Torres & Fernández, 2021)

4 DISEÑO METODOLÓGICO

Para esta investigación se utilizará el paradigma de tipo interpretativo. Se recurrió a esa visión ya que se busca interpretar la realidad subjetiva que se encuentran en la experiencia. (Cohen, Manion & Morrison, 2007, p.8). Además, según Creswell (2009) menciona que las personas desarrollan significados subjetivos dirigidos hacia objetos o cosas de sus propias experiencias. Asimismo, menciona que los investigadores reconocen que los antecedentes de las personas dan forma a la interpretación y de esta manera nos ayudan a la investigación ya que al fluir nos cuentan sus experiencias personales, culturales e históricas. (p.8).

La presente investigación pretende identificar nuestro objetivo principal al indagar en la experiencia de los jóvenes egresados al enfrentarse al mercado laboral. Los objetivos específicos están relacionados a las experiencias que nos puedan contar sobre sus vivencias como recién egresados al enfrentar la pandemia y las decisiones que tuvieron que tomar para buscar insertarse en el mercado laboral durante la pandemia. El paradigma de investigación es interpretativo ya que se recolectará información desde diferentes perspectivas de cada egresado y lograr profundizar en sus experiencias personales.

Por otra parte, se desarrollará un enfoque cualitativo. Según Taylor y Bogdan: “La investigación cualitativa por definición se orienta a la producción de datos descriptivos, como son las palabras y los discursos de las personas, quienes los expresan de forma hablada y escrita, además, de la conducta observable” (1986). Von Glasersfeld, añade que se debe de cuestionar sobre el conocimiento de la “realidad” de manera que se exprese los relatos y el comportamiento de cada sujeto. Respecto a ello, Edith Cueto menciona que la investigación cualitativa es una “realidad inventada” ya que “es producto de la perspectiva, de los instrumentos cognitivos y del lenguaje que permite percibir y comunicar a los sujetos, por lo que el conocer es un proceso de adaptación que organiza las experiencias de estos de un modo eficaz” (p.1). El objetivo de la investigación cualitativa es acceder a la realidad inventada teniendo el papel del observador sobre la realidad observada. Del mismo modo,

según Bedregal “este método es relevante cuando se investigan fenómenos sociales complejos que son difíciles de capturar desde la perspectiva cuantitativa, como son las perspectivas de las personas en torno a sus relaciones, creencias, hábitos y valores” (2017).

En la presente investigación se utilizará el método elegido ya que es el indicado para encontrar las experiencias en profundidad de los egresados al enfrentarse al mercado laboral. Se espera obtener datos subjetivos desde las perspectivas de los egresados.

En cuanto al diseño de estudio será de estudio de casos. González (2013) menciona que el estudio de casos es el preferible para poder identificar y describir los diferentes factores que se requieren para una investigación. Además, nos ayuda a dar un acercamiento a las teorías que se tiene sobre un estudio. En la presente investigación se analizará la experiencia del egresado al momento de la inserción laboral.

4.1 MUESTREO

Para el muestreo se investigará la situación laboral de los egresados. Dentro de ello se tiene tres dimensiones a estudiar las cuales son analizar la formación profesional del egresado, analizar la experiencia del egresado al momento de la inserción laboral y analizar la situación laboral del egresado durante la pandemia. Para ello, para la muestra se entrevistará a un aproximado de 20 egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC.

4.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.2.1 Encuestas y bola de nieve

Se utilizará las encuestas para determinar las personas con las que voy a trabajar. De esta manera, podre ir descartando a las personas que no quieren aportar o formar parte del proyecto de investigación. En esta investigación serán enviadas a un aproximado de 100 egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC. El formulario de encuestas será publicado en el grupo de Facebook “Audiovisuales UPC” con el consentimiento del administrador. También, utilizare la técnica de la bola de nieve en el cual preguntare a algunos amigos que ya han egresado si conocen a otros quienes podrían ser partícipes de mi investigación.

4.2.2 Entrevistas

Las entrevistas son muy utilizadas para las investigaciones ya que permite obtener información sobre el público objetivo determinado a un tema en específico que no ha sido explorado anteriormente. (Glesne, 2006, p. 80).

En el caso de la presente investigación, las entrevistas serán realizadas a un aproximado de 20 egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC quienes en las encuestas aceptaron participar voluntariamente de esta investigación. Asimismo, estos egresados firmaran un consentimiento informado en el cual se les explicará los objetivos, como será el procedimiento, los beneficios y riesgos de la investigación.

Por último, se procederá a realizar las entrevistas mediante videollamada para no exponer la salud de mis entrevistados y la mía ya que estamos atravesando la situación de la pandemia. A cada entrevistado les hare 16 preguntas concretas en donde analizaré sus experiencias de cómo han afrontado su situación laboral durante la pandemia. El tiempo de las entrevistas tendrán un aproximado de 30 minutos.

4.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación busca abordar la experiencia en los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC durante la pandemia al enfrentarse al mercado laboral. Asimismo, el objetivo principal es indagar en la experiencia de los jóvenes egresados al enfrentarse al mercado laboral. Se optó por trabajar con egresados específicamente de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) debido al alcance que tengo con algunos egresados y debido a que la formación es la más moderna, tecnológica y exigente.

La UPC tiene 4 campus en la ciudad de Lima los cuales cuentan con la carrera de comunicación audiovisual. En la actualidad hay alrededor de 1800 alumnos por sede. Además, la universidad cuenta con una acreditación institucional con WASC Senior College and University Commission (WSCUC) la cual es una de las acreditadora regionales de Estados Unidos más prestigiosas los cuales garantiza la calidad académica de las mejores universidades del mundo. La carrera de comunicación audiovisual contiene cursos enfocados en el contenido audiovisual con cursos prácticos. Hay aulas equipadas para los diferentes cursos de la carrera como estudios de TV, cabinas de radio, salas de postproducción, laboratorios de fotografía, aulas Acústicas y estudios de audio.

Para los objetivos específicos de la investigación, el cual es identificar las vivencias como recién egresados al enfrentar la pandemia e indagar en las decisiones para buscar insertarse en el mercado laboral durante la pandemia, se hará entrevistas a los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC. Antes de realizar estas entrevistas, se creará una guía de preguntas previamente elaborada los cuales estará, basadas en vivencias y acciones

que realizaron para encontrar trabajo en estos tiempos de pandemia. Para realizar estas entrevistas se contactará a los egresados por medio de redes sociales y llamadas. Asimismo, se publicará en el grupo de “Audiovisuales UPC” una pequeña encuesta para definir si hay más personas interesadas en compartir sus experiencias para mi investigación.

El contacto con los egresados para las entrevistas se establecerá en cuatro semanas del mes de junio. Al finalizar estas entrevistas se pasará a decodificar alrededor de dos semanas de la última entrevista. Luego de ello, la semana siguiente se pasará a segmentar las respuestas según categorías establecidas en las guías de entrevistas. Se utilizará otra semana para analizar las respuestas de cada categoría establecida. Por último, se utilizará dos semanas para redactar los resultados finales obtenidos y establecer la relación con la teoría. La última semana del semestre se redactará las conclusiones de la investigación.

4.4 CONSIDERACIONES ÉTICAS

Para las consideraciones ética se utilizará un consentimiento informado para los egresados que participen voluntariamente de dicha investigación. En este consentimiento informado habrá una pequeña explicación sobre de que trata la investigación, cual es el objetivo principal y cuál es el papel de su participación. Asimismo, cabe resaltar que la información que nos brindaran aquellos egresados se mantendrá con absoluta confidencialidad y si el participante lo permite su entrevista será grabada y posteriormente redactada. Por último, el participante deberá de leer el consentimiento informado y si está de acuerdo con ello lo podrá firmar y formar parte de la investigación. Además, el participante podrá solicitar las conclusiones de la investigación apenas se haya culminado la investigación.

5 REFERENCIAS

- Alastruey, R. (2011). El networking (edición actualizada). *Editorial UOC*.
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5utoEyY_x84C&oi=fnd&pg=PA5&dq=el+networking+consiste+en+trabajar+estrat%C3%A9gicamente+para+conseguir+una+red+de+contactos+ya+sea+de+tipo+personal+y/o+profesional.+\(Alastruey,+2011\).+&ots=VhQ2rpEzWT&sig=2CpegeSlvjHHUTXDXMI7mUMhbTM#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5utoEyY_x84C&oi=fnd&pg=PA5&dq=el+networking+consiste+en+trabajar+estrat%C3%A9gicamente+para+conseguir+una+red+de+contactos+ya+sea+de+tipo+personal+y/o+profesional.+(Alastruey,+2011).+&ots=VhQ2rpEzWT&sig=2CpegeSlvjHHUTXDXMI7mUMhbTM#v=onepage&q&f=false) [Consulta: 2 de abril de 2021]
- Becerra, M. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano. *Revista Nueva Sociedad*, 0(0), 0–14.
https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/34562/CONICET_Digital_Nro.68b891d4-d857-488b-ae0b-15bdb8d634ba_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y [Consulta: 1 de abril de 2021]
- Benito García, J. M. (2014). El nuevo escenario del mercado audiovisual: un análisis prospectivo de un sector en crecimiento. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 5(1), 123–135. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2014.5.1.09.1>. [Consulta: 6 de abril de 2021]
- Bodewig, R. (2020). *Audiovisual Media and Market Definition*. http://medien.bwv-verlag.de/9783830541936_p.pdf [Consulta: 29 de abril de 2021]
- Carpio Valdez, S. (2015). *La enseñanza de la Comunicación Audiovisual en la universidad peruana . curriculares con el perfil de egreso*.
<https://www.tdx.cat/handle/10803/381088?show=full> [Consulta: 12 de abril de 2021]
- Carrera, S., Parreño, H., & Ayala, V. (2018). EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES. *Opuntia Brava*, 9(1), 89–96.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35195/ob.v9i1.120> [Consulta: 12 de abril de 2021]
- Casanova Rodríguez, M. (2012). El diseño curricular como factor de calidad educativa. *REICE: Revista Electrónica Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio En Educación*, 10(4), 6–20.
- CEPAL. (2020). El desafío social en tiempos del COVID-19. *Informe Especial Covid-19*, 3, 1–22. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45527/5/S2000325_es.pdf [Consulta: 2 de abril de 2021]
- Checa Godoy, A. (2008). Historia de la comunicación :de la crónica a la disciplina científica. *Serie Comunicación y Cultura*, 252.
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/38644/Historia%20de%20la%20Comunicaci%C3%B3n.%20De%20la%20cr%C3%B3nica%20a%20la%20disciplina%20cient%C3%ADfica.pdf?sequence=1> [Consulta: 1 de abril de 2021]

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19. Efectos económicos y sociales. *Informe Especial Covid-19*, 1, 1–15. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/S2000264_es.pdf?sequence=4&isAllowed=y [Consulta: 1 de abril de 2021]
- DAA. (2012). Guía de perfil de egresados. *Guía Para La Elaboración Del Perfil Del Egresado De Pregrado*, 1–22. http://cdn02.pucp.education/academico/2014/06/18142051/Guia_perfil_egresados_alt_a_resolucion.pdf [Consulta: 2 de abril de 2021]
- Dauster, F., & Carter, B. G. (1960). Las revistas literarias de Hispanoamerica. Breve historia y contenido. *Hispania*, 43(2), 296. <https://doi.org/10.2307/334486> [Consulta: 1 de abril de 2021]
- Delgado De La Cruz, C., & Torres Sánchez, Y. (2020). La inserción laboral de los egresados de programas universitarios de traducción e interpretación en Lima del año 2015 a 2018. [Tesis de bachiller en Traducción e Interpretación Profesional]. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652512/Delgado%20De%20La%20CC.pdf?sequence=3&isAllowed=y> [Consulta: 6 de abril de 2021]
- Depaz Vargas, F. C., Maldonado Gómez, J., & Saavedra Egúsqiza, E. (2017). Análisis de las estrategias de empleabilidad desarrolladas por los alumnos de noveno y décimo ciclo de la Facultad de Gestión y Alta Dirección. In *Tesis.Pucp.Edu.Pe*. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13131> [Consulta: 6 de abril de 2021]
- de Vries, W., Vázquez-Cabrera, R., & Rios-Treto, D. (2013). Millonarios o malparados: ¿de qué depende el éxito de los egresados universitarios? *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 4(9), 3–20. [https://doi.org/10.1016/s2007-2872\(13\)71913-9](https://doi.org/10.1016/s2007-2872(13)71913-9) [Consulta: 29 de abril de 2021]
- Edith Cueto Urbina. (2020). “Appli. Sci. Dent.” Vol. 1 Num. 3- Diciembre 2020. *Comité Científico Applied Sciences in Dentistry*, 1. <https://ieya.uv.cl/index.php/asid/article/download/2574/2500> [Consulta: 2 de mayo de 2021]
- El-Boghdadi, H., Noor, F., & Mahmoud, M. (2021). Impact of COVID-19 Pandemic on Graduates Seeking Jobs. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 21(1), 70–76. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2020.20.12.29> [Consulta: 26 de abril de 2021]
- Falcón, P (2020). La universidad entre la crisis y la oportunidad. Buenos Aires: Universidad Nacional de Córdoba. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=aR4OEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=Cu%20A%20les+han+sido+las+vivencias+como+reci%20A%20n+egresados+de+c>

[omunicaci%C3%B3n+audiovisual+al+enfrentar+la+pandemia&ots=qtVMB8-NVE&sig=GDAkZDdOw8I6g9k3t2FAOBvoJ0M#v=onepage&q&f=false](#) [Consulta: 2 de abril de 2021]

- García-Blanco, M., & Cárdenas-Sempértegui, E. B. (2018). Job placement in higher education. The Latin American perspective. *Educacion XXI*, 21(2), 323–347. <https://doi.org/10.5944/educXXI.16209> [Consulta: 26 de abril de 2021]
- García, J. M., & Gutiérrez, R. (1996). Inserción laboral y desigualdad en el mercado de trabajo: Cuestiones teóricas. *Reis*, 75, 269–293. <https://doi.org/10.2307/40184036>
- Huamán Saavedra, C. (2020). Cursos aplicativos y la inserción laboral de ingenieros navales egresados Universidad Nacional de Ingeniería. [Tesis para obtener el Grado de Maestro en Educación con mención en Docencia Universitaria y Gestión Educativa]. Perú: Universidad San Pedro. <http://publicaciones.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/14759> [Consulta: 26 de abril de 2021]
- López, E. A. C. (1997). Formación profesional y desarrollo. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, 30, 19-30.
- Martín Del Peso, M., Rabadán Gómez, A. B., & Hernández March, J. (2013). Desajustes entre formación y empleo en el ámbito de las enseñanzas técnicas universitarias: La visión de los empleadores de la Comunidad de Madrid. *Revista de Educacion*, 360, 244–267. <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2011-360-110> [Consulta: 2 de mayo de 2021]
- Muniain, J. (2010). *COMO TE VENdes TE conTRATAN*. https://www.academia.edu/30425666/COMO_TE_VENdes_TE_conTRATAN_Técnicas_infalibles_para_encontrar_empleo [Consulta: 2 de mayo de 2021]
- Murelaga Ibarra, J., Toral Madariaga, G., & García Ureta, I. (2012). Visualización aplicada a la preparación de comunicadores audiovisuales. *Actas I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: La Laguna, Tenerife*, 10(1), 1–20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4256592> [Consulta: 2 de mayo de 2021]
- Ochoa, C., Suárez, L., Suárez, H., Ramírez, E., Valderrama, A., Castillo, M., Castro, H., & Matallana, O. (2020). *Efectos y expectativas de recuperación económica frente a la pandemia covid-19 en el departamento de Boyaca*. 1–55. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3664379 [Consulta: 29 de abril de 2021]
- OIT. (2000). *Resolución sobre el Desarrollo De Recursos Humanos*. 217–228.
- OIT. (2020). Impactos en el mercado de trabajo y los ingresos en América Latina y el Caribe. *Organizacion Internacional Del Trabajo*, 1–23. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_749659.pdf [Consulta: 29 de abril de 2021]

- PUCP. (2014). *Guía para la elaboración del plan de estudio de pregrado*. 1–52.
http://cdn02.pucp.education/academico/2014/06/20143050/guia_plan_estudios.pdf
[Consulta: 29 de abril de 2021]
- República, C. de la. (2014). Ley Universitaria N° 30220. *Ley*, 54, 1–68.
- Sánchez-leyva, J. L., Veracruzana, U., Veracruzana, U., & Veracruzana, U. (2020). *Competitividad y Situación Ocupacional de los Egresados de la Licenciatura en Administración en el sur de México*. 6, 88–115.
<https://148.216.29.54/index.php/ricca/article/view/93/120> [Consulta: 15 de mayo de 2021]
- Solé-Moro, M. L., Sánchez-Torres, J. A., Arroyo-Cañada, F. J., & Argila-Irurita, A. (2018). Los egresados universitarios y la inserción laboral: un acercamiento al panorama latinoamericano y español. *Revista CEA*, 4(8), 67–74.
<https://doi.org/10.22430/24223182.1048> [Consulta: 15 de mayo de 2021]
- Suárez Lantarón, B. (2016). Empleabilidad: análisis del concepto. *Revista de Investigación En Educación*, 1(14), 1–18.
<http://reined.webs.uvigo.es/index.php/reined/article/view/225/247> [Consulta: 15 de mayo de 2021]
- Temple, I. (2015). *Empleabilidad y marketing personal*. 1, 170–174.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602016000100011 [Consulta: 12 de mayo de 2021]
- Torres Luján, D. (2019). *La inserción laboral de los recién egresado universitarios en el Perú*.
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/14886>
- Torres, R., & Fernández, M. (2021). *Los rebrotes de la pandemia empeoran las expectativas económicas*. 1–10.
<https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2020/09/Cie278art02.pdf> [Consulta: 15 de mayo de 2021]
- UNESCO. (2013). *Los jóvenes y las competencias: Trabajar con la educación*. UNESCO
- Ventura, J. (2005). *El prácticum en los estudios pedagógicos y la inserción laboral. Nuevos enfoques ante el reto europeo*. 525. <http://hdl.handle.net/10803/2898> [Consulta: 12 de mayo de 2021]
- Weller, J. (2020). La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales. *Cepal*, 1–34.

6. ANEXOS

6.1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tema de investigación	Preguntas de investigación	Objetivos	Categorías	Marco teórico	Metodología
Experiencia en los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC durante la pandemia al enfrentarse al mercado laboral.	<p>Pregunta general:</p> <p>¿Cuál es la situación laboral de los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC durante la pandemia al enfrentarse al mercado laboral?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Indagar en la experiencia de los jóvenes egresados al enfrentarse al mercado laboral.</p>	<p>Categoría A:</p> <p>Formación profesional del egresado al enfrentar la inserción laboral.</p> <p>Subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diseño curricular -Inserción laboral <p>Categoría B:</p> <p>Experiencia del egresado al enfrentarse al mercado laboral.</p> <p>Subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Expectativas de -Formas de búsqueda -Soluciones laborales 	<p>Estado de la cuestión:</p> <p>Primer eje:</p> <p>Formación profesional del egresado para lograr la inserción laboral.</p> <p>Delgado, C y Torres, Y (2020) (De Vries, Vázquez, Ríos, 2013).</p> <p>Segundo eje:</p> <p>La dificultad de los recién egresados al acceder al mercado laboral.</p> <p>UNESCO (2013)</p> <p>Torres (2019)</p> <p>Carpio (2015)</p> <p>Del Pesto, M (2013)</p> <p>(Solé, Sánchez, Arroyo, Argila, 2018)</p>	<p>Paradigma:</p> <p>Interpretativo (Cohen, Manion & Morrison, 2007)</p> <p>Creswell (2009)</p> <p>Método:</p> <p>Cualitativo</p> <p>Taylor y Bogdan (1986)</p> <p>Von Glasersfeld</p> <p>Técnicas de producción de datos:</p> <p>Encuesta y bola de nieve</p> <p>Entrevista (Glesne, 2006)</p> <p>Estrategia operativa:</p> <p>Muestreo</p> <p>Muestra: 20 egresados de la carrera de Comunicación Audiovisual de la UPC.</p>

	Preguntas específicas: ¿Cuáles han sido las vivencias como recién egresados al enfrentar la pandemia? ¿Cuáles son sus decisiones para buscar insertarse en el mercado laboral durante la pandemia?	Objetivos específicos: Identificar las vivencias como recién egresados al enfrentar la pandemia. Indagar en las decisiones para buscar insertarse en el mercado laboral durante la pandemia.		Concepto 1: -Inserción laboral -Empleabilidad -Experiencia laboral	
--	---	---	--	--	--

Tabla 1-Matriz de consistencia

6.2. MATRIZ DE OBJETIVOS Y TÉCNICAS

Tema de investigación: Experiencia en los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC durante la pandemia al enfrentarse al mercado laboral.							
Categorías	Subcategorías	Micro categorías	Objetivo general	Objetivos específicos	Zona rica en datos	Técnica	Instrumentos
Formación profesional del egresado al enfrentar la inserción laboral.	Diseño curricular Inserción laboral	-Malla curricular -Perfil del egresado -Bolsa de trabajo -Red de contactos -Prácticas preprofesionales	Indagar en la experiencia de los jóvenes egresados al enfrentarse al mercado laboral.	Identificar las vivencias como recién egresados al enfrentar la pandemia.	Los egresados en sus experiencias.	Entrevistas	Encuesta Guía de entrevista
Experiencia del egresado al enfrentarse al mercado laboral.	Expectativas Formas de búsqueda de trabajo Soluciones laborales			Indagar en las decisiones para buscar insertarse en el mercado laboral durante la pandemia.	Los egresados en sus experiencias.	Entrevistas	Encuesta Guía de entrevista

Tabla 2- Matriz de objetivos y técnicas

6.3 GUÍA DE ENCUESTA PARA DETERMINAR LA MUESTRA

Soy Micaela De La Cruz Sotelo estudiante de noveno ciclo de la carrera de Comunicación audiovisual y estoy realizando una investigación sobre la “Experiencia en los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC durante la pandemia al enfrentarse al mercado laboral.” con el fin de indagar en la experiencia de los jóvenes egresados al enfrentarse al mercado laboral. Todos los datos requeridos serán guardados con confidencialidad.

Nombre completo:

Edad:

1. ¿Acabaste la universidad?

- a. Si
- b. No

2. ¿Eres egresado de la carrera de Comunicación audiovisual?

- a. Sí
- b. No

3. ¿En qué año egresaste o egresarás?

- a. 2020
- b. 2021
- c. Otro

4. Actualmente, ¿en cuál de las siguientes condiciones te encuentras?

- a. Practicante
- b. Contratado (dentro de la planilla)
- c. Trabajador independiente
- d. Buscando empleo
- e. Otro

5. ¿Te interesaría participar en mi proyecto de investigación?

- a. Si
- b. No

7. En caso la respuesta sea sí llena tu correo electrónico*

Fuente: Elaboración propia

6.4 GUÍA DE ENTREVISTA

Nombres:

Edad:

Sexo:

Fecha:

Profesión u Ocupación:

Buenos días/tardes/noches, mi nombre es Micaela De La Cruz Sotelo, soy estudiante de la carrera de Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), como parte de mi proyecto de investigación titulado “Experiencia en los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC durante la pandemia al enfrentarse al mercado laboral”, estoy realizando una investigación cuyo objetivo es indagar en la experiencia de los jóvenes egresados al enfrentarse al mercado laboral.

Al mismo tiempo, hago de tu conocimiento que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos de esta investigación. El tiempo de duración aproximado de la entrevista se estima en 30 minutos.

Agradezco anticipadamente tu participación y colaboración totalmente voluntaria; si deseas puedes culminarla en cualquier momento. A continuación, iniciaremos con las preguntas.

¿Aceptas ser entrevistado? Sí___ No ___

¿Aceptas ser grabado? Sí___ No ___

Preguntas:

1. ¿Qué es lo que más te gusta de tu carrera?
2. ¿Trabajas? ¿En dónde trabajas? ¿En dónde te gustaría trabajar?

Categoría A. Formación profesional del egresado al enfrentar la inserción laboral.

3. ¿Qué cursos de la malla te han aportado para conseguir trabajo?
4. ¿Te sientes preparado para insertarte al mercado laboral? ¿Por qué?
5. ¿Cómo ha sido la experiencia en la búsqueda de trabajo en tiempos de pandemia?
¿Qué tipo de complicaciones?

6. ¿Consideras que la bolsa de trabajo de tu universidad te permitió insertarte al mercado laboral más rápido? ¿Por qué?
7. Al egresar, ¿contabas con algún contacto en el ámbito de la comunicación audiovisual? Si la respuesta es sí, ¿te ayudó a encontrar una oferta laboral?
8. ¿Las prácticas preprofesionales te ayudaron a insertarse en el mercado laboral de una manera más rápida? ¿De qué manera?

Categoría B. Experiencia del egresado al enfrentarse al mercado laboral.

9. Al egresar, ¿la carrera de comunicación audiovisual cumplió con tus expectativas?
10. ¿Cuál era tu noción sobre el mercado laboral de la carrera antes de egresar?
11. ¿Tenías en mente dónde podrías trabajar al egresar?
12. ¿Antes de egresar buscabas ofertas laborales en línea? ¿Encontraste alguna que te interesase?
13. ¿Has utilizado las redes sociales para buscar una oferta laboral? ¿Por qué?
14. ¿Qué otro medio crees que es una buena opción para encontrar ofertas laborales? ¿Por qué?
15. ¿Te gustaría trabajar en otro ámbito laboral? ¿En cuál?

Finalmente...

16. ¿Qué le recomendarías a los egresados que hagan al enfrentarse a la inserción laboral?

Muchas gracias por su participación.

Fuente: Adaptado de la inserción laboral de los egresados de programas universitarios de traducción e interpretación en Lima del año 2015 a 2018.

6.5 CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA EL ADMINISTRADOR DEL GRUPO DE FACEBOOK

Mediante la presente, se le solicita su autorización para participar del Proyecto de investigación “Experiencia en los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la

UPC durante la pandemia al enfrentarse al mercado laboral.”, conducido por la profesora Lorena Alicia Best Urday perteneciente a la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

Este proyecto tiene como objetivo principal indagar en la experiencia de los jóvenes egresados al enfrentarse al mercado laboral.

Al colaborar usted con esta investigación, deberá permitir la obtención de información del grupo “Audiovisuales UPC” del cual es administrador, lo cual se realizará mediante encuestas publicadas dentro del grupo y se realizará entrevistas con las personas que se inscriban en las encuestas. Dichas publicaciones se realizarán hasta obtener una muestra considerable y será realizada en el grupo de Facebook Audiovisuales UPC, durante el periodo de Agosto – diciembre 2021.

Riesgos: No existe ningún riesgo al participar de este trabajo de investigación. Sin embargo, algunas preguntas le pueden causar incomodidad. Usted es libre de responderlas o no.

Beneficios: Se informará de manera confidencial los resultados que se obtengan de la entrevista.

Costos y compensación: No deberá pagar nada por participar en el estudio. Igualmente, no recibirá ningún incentivo económico ni de otra índole.

Confidencialidad: Todos los datos que se recojan, serán estrictamente anónimos y de carácter privados. Además, los datos entregados serán absolutamente confidenciales y sólo se usarán para los fines científicos de la investigación. El responsable de esto, en calidad de custodio de los datos, será el Investigador Responsable del proyecto, quien tomará todas las medidas necesarias para cautelar el adecuado tratamiento de los datos, el resguardo de la información registrada y la correcta custodia de estos.

Derechos del participante: Usted puede hacer todas las preguntas que desee antes de decidir si desea participar o no, las cuales responderemos gustosamente. Si, una vez que usted ha aceptado participar, luego se desanima o ya no desea continuar, puede hacerlo sin ninguna preocupación, no se realizarán comentarios, ni habrá ningún tipo de acción en su contra.

Si decide participar en el estudio, puedes retirarse de éste en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio sin daño alguno. Si tiene alguna duda adicional, por favor

pregunte a Micaela De La Cruz Sotelo al correo electrónico micaeladelacruzotelo09@gmail.com y teléfono 991749406.

Una copia de este consentimiento informado le será entregada.

Cordialmente,

Micaela De La Cruz Sotelo



Pedro Josué Palomino Chávez

Investigadora Principal

6.6 MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE PARTICIPACIÓN EN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Mediante la presente, se le solicita su autorización para participar del estudio o Proyecto de investigación “Experiencia en los egresados de la carrera de comunicación audiovisual de la UPC durante la pandemia al enfrentarse al mercado laboral.”, conducido por la profesora Lorena Alicia Best Urday perteneciente a la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

Este estudio/proyecto tiene como objetivo principal indagar en la experiencia de los jóvenes egresados al enfrentarse al mercado laboral.

Al colaborar usted con esta investigación, deberá responder preguntas sobre su experiencia durante la inserción laboral, lo cual se realizará mediante una entrevista individual y posteriormente en pequeños grupos. Dicha actividad durará aproximadamente 20 minutos y será realizada en zoom durante el tiempo que disponga.

Riesgos: No existe ningún riesgo al participar de este trabajo de investigación. Sin embargo, algunas preguntas le pueden causar incomodidad. Usted es libre de responderlas o no.

Beneficios: Se informará de manera confidencial los resultados que se obtengan de la entrevista.

Costos y compensación: No deberá pagar nada por participar en el estudio. Igualmente, no recibirá ningún incentivo económico ni de otra índole.

Confidencialidad: Todos los datos que se recojan, serán estrictamente anónimos y de carácter privados. Además, los datos entregados serán absolutamente confidenciales y sólo se usarán para los fines científicos de la investigación. El responsable de esto, en calidad de custodio de los datos, será el Investigador Responsable del proyecto, quien tomará todas las medidas

necesarias para cautelar el adecuado tratamiento de los datos, el resguardo de la información registrada y la correcta custodia de estos.

Derechos del participante: Usted puede hacer todas las preguntas que desee antes de decidir si desea participar o no, las cuales responderemos gustosamente. Si, una vez que usted ha aceptado participar, luego se desanima o ya no desea continuar, puede hacerlo sin ninguna preocupación, no se realizarán comentarios, ni habrá ningún tipo de acción en su contra.

Si decide participar en el estudio, puedes retirarse de éste en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio sin daño alguno. Si tiene alguna duda adicional, por favor pregunte a Micaela De La Cruz Sotelo al correo electrónico micaeladelacruzotelo09@gmail.com y teléfono 991749406.

Una copia de este consentimiento informado le será entregada.

Cordialmente,

Micaela De La Cruz Sotelo

Investigadora Principal

6.7 ENTREVISTA PRE-TEST

Preguntas:

1. ¿Qué es lo que más te gusta de tu carrera?

Lo que más me gusta de mi carrera es la diversidad de áreas que tiene. En lo particular me gusta mucho la dirección de fotografía.

2. ¿Trabajas? ¿En dónde trabajas? ¿En dónde te gustaría trabajar?

Estoy trabajando en Bengala producciones una productora que hace programas de entretenimiento como “Noche de patas.”

Categoría A. Formación profesional del egresado al enfrentar la inserción laboral.

3. ¿Qué cursos de la malla te han aportado para conseguir trabajo?

Es muy importante soportes tecnológicos porque es la primera etapa donde se conocen aspectos técnicos para poder tener conocimientos previos antes de trabajar. También es importante dirección de fotografía.

4. ¿Te sientes preparado para insertarte al mercado laboral? ¿Por qué?

Sí, porque siento que durante los años de la carrera he desarrollado muchas habilidades que hacen que sepa mucho sobre la carrera gracias a la universidad y a que me he ido educando independientemente.

5. ¿Cómo ha sido la experiencia en la búsqueda de trabajo en tiempos de pandemia? Si has tenido complicaciones, ¿Qué tipo de complicaciones?

Cuando llego la pandemia estaba haciendo mis prácticas, pero gracias a mi desenvolvimiento tuve la oportunidad de que me llamaran para un trabajo. En cuanto a mi trabajo como FreeLancer fue un poco complicado, pero me fui acercando a pequeñas empresas para mostrarles lo que podía hacer y poco a poco me fueron contactando.

6. ¿Consideras que la bolsa de trabajo de tu universidad te permitió insertarte al mercado laboral más rápido? ¿Por qué?

No ya que considero que ellos se basan en tus notas lo cual solo contratan a los que están en tercio superior para arriba. En mi opinión eso no necesariamente califica como un buen profesional.

7. Al egresar, ¿contabas con algún contacto en el ámbito de la comunicación audiovisual? Si la respuesta es sí, ¿te ayudó a encontrar una oferta laboral?

Sí, dentro de la universidad la profesora de dirección de fotografía me paso un contacto para desempeñarme de creador de contenidos en Cajamarca, pude ver las operaciones de una empresa y documentarlas. En cuanto a fuera de la universidad donde estuve haciendo mis practicas me contactaron.

8. ¿Las prácticas preprofesionales te ayudaron a insertarse en el mercado laboral de una manera más rápida? ¿De qué manera?

Sí porque cuando estuve realizando mis practicas conocí a muchas personas quienes veían mis capacidades. Esto hizo que me contacten y me remuneren.

Categoría B. Experiencia del egresado al enfrentarse al mercado laboral.

9. Al egresar, ¿la carrera de comunicación audiovisual cumplió con tus expectativas?

Si, ya que los cursos fueron artísticos y prácticos. También me gusto que en la universidad haya recursos con los que se pueda practicar.

10. ¿Cuál era tu noción sobre el mercado laboral de la carrera antes de egresar?

Era netamente empresarial como crear contenidos para empresas, trabajar independientemente, crear experiencias interactivas, hacer reportaje, cine, televisión.

11. ¿Tenías en mente dónde podrías trabajar al egresar?

Yo quería trabajar en canales informativos y para algunas empresas, pero termine haciendo realización para un programa de entretenimiento y videoclips.

12. ¿Antes de egresar buscabas ofertas laborales en línea? ¿Encontraste alguna que te interese?

Si, busque ofertas laborales en bumerán, pero ninguno me convencía porque se enfocaban en un comunicador en general porque por ejemplo en diseño no me desenvuelvo tan bien como lo haría uno de la carrera de diseño y preferí buscar en otros lados.

13. ¿Has utilizado las redes sociales para buscar una oferta laboral? ¿Por qué?

Si he utilizado, pero en estas épocas de la pandemia ha sido muy difícil ya que no se podía tener un contacto de manera presencial.

14. ¿Qué otro medio crees que es una buena opción para encontrar ofertas laborales? ¿Por qué?

En línea hay una página de Interbank de freelances que se llama frllea.pe porque ahí buscan a comunicadores que se especializan en diferentes ramas como creador de contenidos, etc.

15. ¿Te gustaría trabajar en otro ámbito laboral? ¿En cuál?

Si, también me gustaría trabajar en edición y producción ya que te ayuda de manera independiente crear contenido.

Finalmente...

16. ¿Qué le recomendarías a los egresados que hagan al enfrentarse a la inserción laboral?

Que investiguen bien el puesto de trabajo, que revisen bien el contrato y vean sus derechos, que vayan desarrollando más su capacidad y al momento de buscar trabajo que vayan con buen ánimo laboral y actitud.

6.8 FIGURAS

Impacto del Plan Europeo de Recuperación sobre el PIB, el paro y la deuda pública

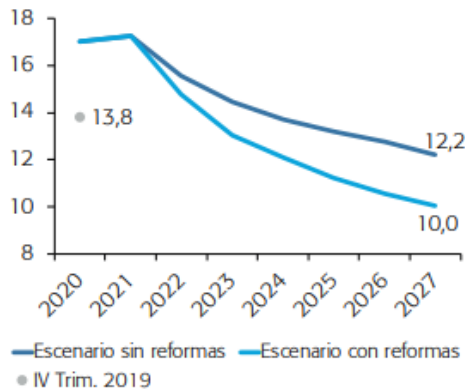
(Escenarios de Funcas para la economía española, 2021-2027)

a - Crecimiento del PIB

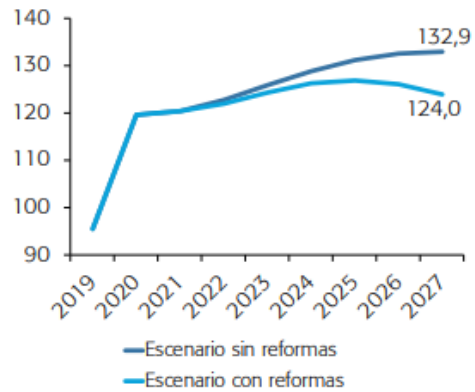
Medias anuales (en porcentaje)

	Escenario sin reformas	Escenario con reformas
2021-2023	4,5	4,9
2024-2027	1,6	1,9

b - Tasa de paro



b - Deuda de las AA.PP. en porcentaje del PIB



Fuente: Funcas.

Figura 1- Impacto del Plan Europeo de Recuperación sobre el PIB, el paro y la deuda pública