

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2492>

Nivel de inserción laboral de egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano

Level of labor insertion of graduates of the School of Communication Sciences of the Campechano Institute

María Enock Sánchez Aguilar

maria.sanchez.aguilar@instcamp.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0003-7894-0094>

Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano
Campeche – México

Karina Gabriela Magaña Valencia

Valenciakarina.magana@instcamp.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-5571-3003>

Escuela de Mercadotecnia del Instituto Campechano
Campeche – México

Diana Eugenia Moguel Ruz

diana.moguel@instcamp.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-4088-6865>

Escuela de Gastronomía del Instituto Campechano
Campeche – México

Manuelita Concepción Cauich Uicab

manuelita.cauich@instcamp.edu.mx

<https://orcid.org/000-0003-0224.3113>

Escuela Normal Superior del Instituto Campechano
Campeche – México

Alejandra Margarita Pacheco Solís

alejandra.pacheco@instcamp.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0009-6703-8525>

Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano
Campeche – México

Artículo recibido: 27 de julio de 2024. Aceptado para publicación: 12 de agosto de 2024.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

El Instituto Campechano como parte de su misión formadora se orienta a ofrecer educación de excelencia a través de la calidad académica, mediante la capacitación y formación continua, del nivel medio superior, superior y de posgrado con sentido ético, humanista, inclusivo, de equidad e igualdad para la mejora y transformación social. (Plan Institucional de Desarrollo 2023-2028, (PIDE), p.27). Esta institución oferta diez licenciaturas de las cuales han surgido generaciones de egresados quienes aplican los conocimientos teóricos adquiridos durante su paso por la licenciatura para incorporarse al campo laboral afín a su formación profesional. Sin embargo, desafortunadamente un gran número de estudiantes terminan la escuela con pocas posibilidades de integrarse en el mercado laboral y en actividades relacionadas con sus estudios. Por lo anterior, el presente proyecto está enfocado a conocer el nivel de inserción laboral de los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y también se determinará si sus trabajos son afines a su perfil profesional. Es una investigación de índole cuantitativa, de carácter descriptiva y no experimental. Se aplicó una encuesta a 256 egresados

de la licenciatura en Ciencias de la comunicación. Los resultados arrojaron que el 90% de los egresados encuestados si cuentan con un empleo, sin embargo, el 56% de las áreas en donde se encuentran laborando los egresados se relacionan con el ámbito de la Comunicación. Los encuestados refirieron que ocupan trabajos como: Coordinadores y asistentes en áreas de comunicación social, reporteros, fotógrafos, conductores, locutores, entre otros más.

Palabras clave: egresados, empleabilidad, campo laboral, comunicación, titulación

Abstract

The Campechano Institute, as part of its training mission, is aimed at offering excellent education through academic quality, through training and continuous education, at the secondary, higher and postgraduate level with an ethical, humanistic, inclusive, equity and equality for social improvement and transformation. (Institutional Development Plan 2023-2028, (PIDE), p.27). This institution offers ten bachelor's degrees from which generations of graduates have emerged who apply the theoretical knowledge acquired during their degree to enter the labor field related to their professional training. However, unfortunately a large number of students finish school with little chance of integrating into the labor market and activities related to their studies. Therefore, this project is focused on knowing the level of job placement of graduates from the School of Communication Sciences and will also determine if their jobs are related to their professional profile. It is a quantitative study of a non-experimental descriptive type. A survey was applied to 256 graduates of the degree in Communication Sciences. The results showed that 90% of the graduates surveyed do have a job, however 56% of the areas where the graduates are working are related to the field of Communication. Respondents reported that they hold jobs such as: Coordinators and assistants in areas of social communication, reporters, photographers, drivers, announcers, among others.

Keywords: graduates, employability, labor field, communication, qualification

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .



Cómo citar: Sánchez Aguilar, M. E., Magaña Valencia, K. G., Moguel Ruz, D. E., Cauich Uicab, M. C., & Pacheco Solís, A. M. (2024). Nivel de inserción laboral de egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (4), 3213 – 3228. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2492>

INTRODUCCIÓN

Los estudios de seguimiento de egresados han tenido una gran relevancia en las universidades; facilitar su inserción en el ámbito laboral se presenta como uno de los principales desafíos de la educación superior. De manera constante, los estudiantes que eligen una carrera específica confían en que al concluir se les abrirán las puertas a oportunidades laborales. Sin embargo, esta expectativa no siempre se cumple debido a diversos factores, como la diferencia entre las competencias y habilidades adquiridas durante la formación y las demandadas por las empresas al momento de contratar.

Las investigaciones de graduados se establecen como un método para evaluar los resultados que se generan en la universidad y son una parte crucial en el proceso de retroalimentación de las instituciones universitarias, ya que permiten detectar las debilidades y oportunidades de mejora en la formación de los egresados para fortalecer los programas, los procesos educativos y su conexión con el mercado laboral. (Sánchez, 2014, p. 42).

El mercado laboral ha sufrido constantes cambios en su búsqueda constante por alcanzar la calidad educativa...por lo que los estudios de egresados, seguimiento de egresados y los estudios de trayectoria se convierten en una opción para lograr dicho propósito. Uno de los indicadores para medir la calidad de las Instituciones de Educación Superior (IES) es evaluar periódicamente el desempeño de sus egresados en el mercado laboral, lo que permite caracterizar la transición entre la universidad y la empresa. El análisis de los trayectos permite determinar la movilidad o el estancamiento de los egresados en cuatro aspectos: personal, académico, ocupacional y profesional... (Sánchez, 2014, p. 42).

Los estudios de seguimiento de egresados son herramientas valiosas que ofrecen una visión práctica y significativa sobre la efectividad de los programas educativos y la preparación de los estudiantes para el mundo laboral. Estos estudios permiten evaluar el impacto real de la educación superior en la vida de los graduados y en la sociedad en general.

El Programa Sectorial de Educación 2020-2024 indica que un programa educativo de calidad cuenta con una tasa elevada de titulación; una planta docente competente en dos sentidos: a) para lograr el aprendizaje de los alumnos y b) para producir conocimiento; un currículum actualizado y pertinente, y una amplia aceptación social por la sólida formación de sus egresados. (SEGOB, 2020).

Aunado a lo anterior, la pandemia ha golpeado a una economía que ya se encontraba muy inestable en todo el mundo. En las últimas cuatro décadas, casi todas las economías avanzadas se han polarizado, con una distribución del ingreso cada vez más desigual... Las economías en desarrollo lograron sacar de la pobreza a miles de millones de personas; pero en este proceso también aumentaron las desigualdades, las tensiones sociales y los desempleos. (Sandbu, 2020, p. 5).

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano, fundada en 1984 bajo el auspicio del gobernador del Estado, ingeniero Eugenio Echeverría Castellot, en el Instituto Literario de Estudios Superiores de Campeche (ILESC) como Licenciatura en Periodismo y Ciencias de la Comunicación han egresado 35 generaciones de alumnos. (Instituto Campechano, s.f.).

Es por ello que en el presente proyecto se conocerá el nivel de inserción laboral de los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano, ya que se considera relevante tener un indicador que permita medir el porcentaje de graduados que se encuentran laborando dentro de su campo profesional. La pregunta de investigación que define este proyecto es ¿Cuál es el nivel de inserción laboral de los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano?

Objetivo General

- Conocer el nivel de inserción laboral de los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano.

Objetivos específicos

- Identificar el número de egresados que están titulados y los que se encuentran en proceso de titulación.
- Investigar las áreas laborales donde se encuentran los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano.
- Relacionar si las áreas laborales donde se encuentran trabajando los egresados son afines al campo de la comunicación.

La problemática radica en que un gran número de egresados universitarios no cuentan con un empleo al concluir sus estudios, por múltiples factores, como la carencia de habilidades específicas que el mercado laboral está buscando. Actualmente la sociedad se está digitalizando y la rápida evolución de la tecnología y las demandas cambiantes de las empresas pueden ser diferentes entre lo que se enseña en las universidades y lo que las empresas necesitan.

Es muy importante desarrollar el presente estudio ya que más de una tercera parte (33.4%) de los egresados universitarios en México no tienen un empleo. Esta carencia de oportunidades de empleo y la marginación del mercado laboral, en general lo atribuyen a los requisitos de experiencia que exigen las compañías, a la escasez de puestos en su área de estudio y a las bajas remuneraciones y sueldos. (El Economista, 2022).

La situación en la que una parte de los egresados universitarios en México enfrenta dificultades para encontrar empleo representa una gran preocupación. La falta de empleo puede afectar no solo a nivel individual, sino también a la sociedad en su conjunto. Por ende, es importante revisar las estrategias de educación y formación para asegurar que estén alineadas con las necesidades del mercado laboral. Además, destaca la necesidad de políticas que fomenten la empleabilidad y la inserción laboral de los graduados.

La fase de integración laboral de los estudiantes universitarios implica el paso de la educación superior al ámbito laboral. Algunos estudiantes inician esta transición antes de completar sus estudios, ya que combinan estudio con trabajo. Para algunos alumnos, la transición laboral no llega a concluir, ya que no logran una incorporación total al mercado de trabajo acorde a su formación. En cambio, para otros, la transición hacia el entorno laboral puede no llevarse a cabo debido a la falta de oportunidades.

A continuación, se detallan los referentes teóricos del tema abordado en el proyecto.

Breve historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del I.C.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) del Instituto Campechano (IC) con 39 años de fundación, cuenta con 35 generaciones egresadas en esta rama. En sus inicios la ECC pertenecía al Instituto Literario de Estudios Superiores de Campeche (ILESC), ofertando la Licenciatura en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, se funda en 1984 bajo el auspicio del gobernador del Estado, ingeniero Eugenio Echeverría Castellot siendo coordinador de la carrera la Lic. Angélica Arreola y posteriormente, el Lic. Abel Menéndez Navarrete; posteriormente en 1986 la escuela es incorporada al Instituto Campechano por decreto del gobierno del Estado. (Instituto Campechano, s.f.).

Inserción Laboral

La inserción laboral se refiere al proceso mediante el cual las personas buscan, encuentran y mantienen empleo en el mercado laboral. Este proceso representa un reto para quienes están ingresando por primera vez al mundo laboral. Por ello es esencial tener las habilidades y la formación adecuada que permitirá aumentar las posibilidades de conseguir un empleo acorde al perfil profesional del egresado.

“En los últimos años el proceso de inserción laboral de los recién egresados de las universidades se ha convertido en un procedimiento complejo, caracterizado por mayores exigencias para el desempeño en el trabajo, mayor competitividad, requisitos, entre otros” (Rabanal, Huamán, Murga & Chaurca, 2020, p. 251).

“A los universitarios que están por terminar la carrera se les exige tener cursos complementarios en idiomas, informática, una serie de competencias, conocimientos y habilidades que conlleva a un proceso de cualificación” (Rabanal, Huamán, Murga & Chaurca, 2020, p. 251).

Seguimiento de egresados

De acuerdo con Palloroso y García (2019) los estudios de seguimiento a graduados son de gran importancia para una adecuada gestión universitaria; contribuyen a la toma de decisiones, mejoran la calidad, retroalimentan la pertinencia de los programas académicos de la Universidad, entre otras bondades.

Los estudios de seguimiento de egresados proporcionan retroalimentación valiosa sobre la calidad y la relevancia de los programas académicos. La información recopilada puede ayudar a las instituciones educativas a realizar ajustes y mejoras para satisfacer las necesidades del mercado laboral.

El programa de seguimiento a egresados es el proceso por el cual se realiza el análisis y la evolución luego de haber concluido sus estudios y comenzar su vida profesional... Los estudios de egresados son muy heterogéneos en cuanto a: la metodología utilizada, el universo que abarcan, los cortes temporales, los criterios utilizados y las instancias que intervienen en su ejecución (Palloroso y García, 2019).

Realizar este tipo de estudios ayuda a entender si los egresados están adquiriendo las habilidades y competencias necesarias para tener éxito en sus campos respectivos.

También ofrecen información valiosa a los estudiantes sobre las trayectorias profesionales de los graduados anteriores. Esto puede ayudar a los estudiantes a tomar decisiones acertadas sobre sus estudios y futuras carreras.

“En América Latina desde inicios de siglo han aumentado considerablemente los estudios de seguimiento a graduados, condicionados por una dinámica de acreditación y fortalecimiento de la estructura universitaria”. (Palloroso y García, 2019).

Estos estudios permiten evaluar el nivel de la satisfacción de los egresados. También facilitan la creación de redes entre antiguos alumnos que les ofrezcan oportunidades laborales y apoyo constante.

Por lo tanto, los estudios de seguimiento de egresados son esenciales para evaluar la eficacia de la educación superior y garantizar que las instituciones estén preparando a los estudiantes de manera adecuada, a su vez que proporcionan información que contribuye a la mejora continua de los programas académicos.

Se han identificado importantes estudios semejantes al tema a abordar, de los cuales se describen los siguientes:

Las investigadoras Eva María Pérez Castrejón y Carmen Karina Torrescano de la Peña realizaron un estudio titulado “La empleabilidad de los egresados de comunicación organizacional de la UPAEP. Una respuesta a las necesidades sociales” en el año 2019 en el Estado de Puebla, cuyo objetivo fue medir el nivel de empleabilidad de los egresados de la licenciatura en Comunicación de la línea terminal en comunicación organizacional de cinco generaciones, que abarcan del 2008 al 2016 de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP). (Pérez y Torrescano, 2019, p. 75).

“Se aplicó una metodología cuantitativa a través de la cual se diseñó un instrumento para la recolección de datos y se aplicó la encuesta a los egresados que aceptaron participar...” (Pérez y Torrescano, 2019, p. 75).

Entre los resultados se determinó que los egresados tienen una percepción de que el mercado laboral es difícil; aunque los encuestados actualmente cuentan con un trabajo en áreas diversas en las que no precisamente es comunicación organizacional... Ante las respuestas de los egresados sobre la empleabilidad, se denota que estos tienen una empleabilidad positiva al poseer las competencias que exige el mercado laboral. (Pérez, Torrescano, 2019, p. 90).

Se identificó un segundo estudio elaborado por César Sánchez Olavarría en el año 2014 en Tlaxcala, México. En este reporte de investigación se estudió la trayectoria profesional de los egresados de comunicación a partir del análisis de su desempeño y desarrollo profesional. (Sánchez, 2014, p. 40).

La investigación fue cuantitativa y la población estuvo conformada por 352 egresados de la carrera de Ciencias de la comunicación de la Universidad del Altiplano, los cuales representan diez generaciones (1994-2003). Se aplicaron 250 cuestionarios de forma individual y a través de correo electrónico, ya que fueron los egresados que se lograron contactar, durante un periodo de un año. (Sánchez, 2014, p.45). (Sánchez, 2014, p.45).

Entre los resultados obtenidos se detectaron cinco trayectorias profesionales: dos relacionadas con su carrera, una indirectamente relacionada y dos no relacionadas... La mayoría de los egresados de comunicación se desempeñan en lo que fueron formados. No obstante, se hallan en una fase de desarrollo preliminar, la cual deben transitar los comunicadores que inician su trayectoria en el ámbito laboral, pero representa un freno para aquellos que ya llevan varios años trabajando. (Sánchez, 2014, p.40).

METODOLOGÍA

La metodología del presente proyecto tendrá un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo no experimental. Es cuantitativo porque se recopilarán los datos numéricos, los cuales se obtendrán del instrumento que se aplicará a los egresados de las 35 generaciones del Instituto Campechano. El alcance será descriptivo, pues se identificará el número de egresados que están titulados, así como los que se encuentran en proceso de titulación. El diseño es no experimental, debido a que no se manipulará alguna variable durante el proceso de la investigación.

La población a estudiar son los egresados de la escuela siendo un total de 856, se trabajará con una muestra que dependerá del número de egresados que se logre contactar. También es importante destacar que anteriormente existían diversos medios de comunicación en Campeche y con el desarrollo de la pandemia han realizado su proceso de transformación a lo digital, ocasionando que

las condiciones de los empleos cambiaran de una forma radical y ello es algo que se reflejará en el estudio.

“Las técnicas de muestreo probabilísticas permiten conocer la probabilidad que cada individuo a estudio tiene de ser incluido en la muestra a través de una selección al azar...” (Otzen y Manterola, 2017, p. 228).

Se empleará una encuesta para conocer el nivel de inserción laboral de los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del I.C. La encuesta se realizará en formularios de google y será enviada a los correos de los egresados.

Para la obtención de los datos se trabajará con el programa Excel, generando gráficas que serán interpretadas y permitirán integrar los resultados del estudio.

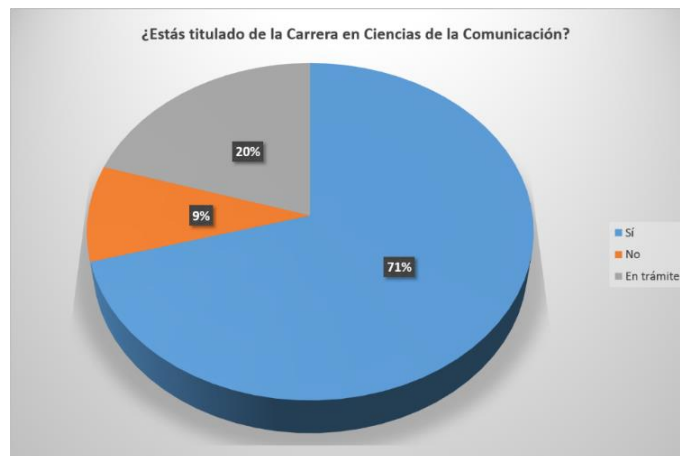
Dado que el estudio se analiza en el contexto del mercado laboral en que se desempeñan los egresados de Ciencias de la Comunicación, los resultados contribuirán a evaluar posibles alternativas de intervención para la mejora del proceso de inserción laboral de los egresados universitarios.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se describen los resultados obtenidos en la encuesta que se le aplicó a los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, que no llevó a determinar en donde se encuentran trabajando y si sus áreas laborales son afines al campo de la comunicación.

Gráfico 1

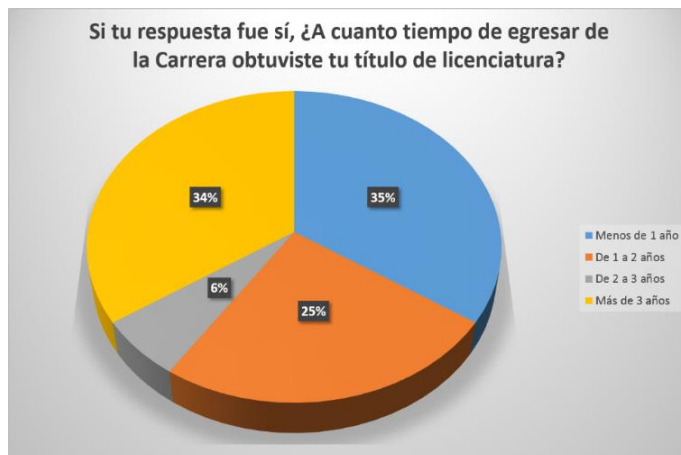
Titulación



En el gráfico 1 se puede observar que el 71% de los egresados se encuentran titulados, en comparación con el 20% de ellos que no se encuentran titulados y el 9% está en trámite de obtener este documento. Estas cifras son alentadoras pues el número de titulados es elevado, lo cual beneficia a la calidad académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Gráfico 2

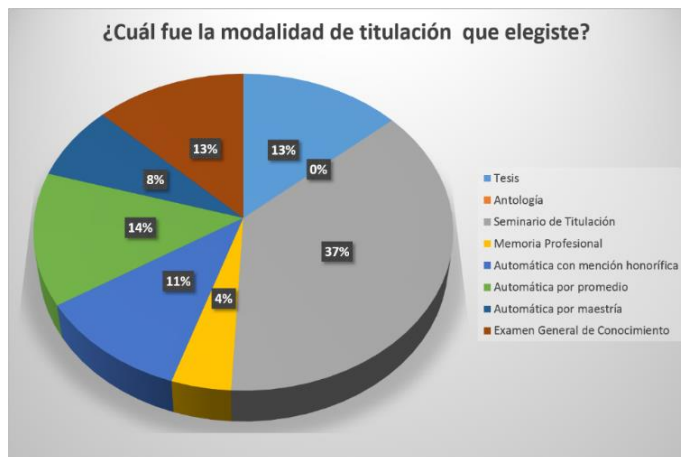
Tiempo de titulación



Se puede observar que el mayor número de egresados se han titulado en menos de un año (35%) y el 34% obtuvo su título hace más de tres años. Es importante destacar que dentro de las respuestas obtenidas se identificó que muchos egresados tardaron en realizar este trámite y los que se titularon en menos de un año, en su mayoría fue a través de la titulación automática. Lo relevante es resaltar que un gran número de egresados ya cuentan con su título profesional.

Gráfico 3

Modalidad de titulación

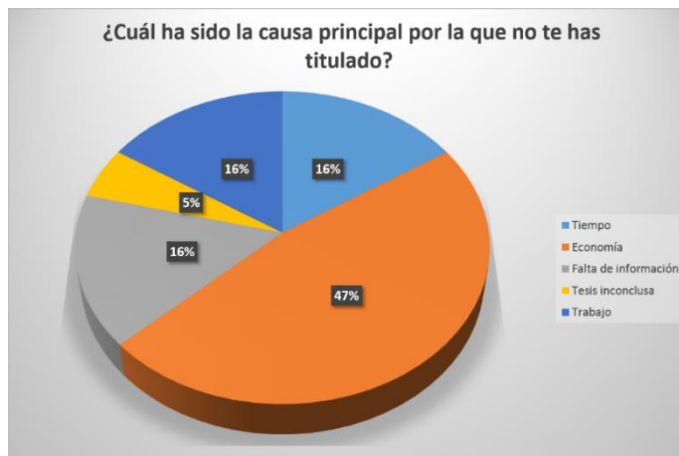


En el gráfico 3 se puede observar que la modalidad de mayor cuantía (37%) es la de titulación por seminario, la cual es una de las más innovadoras formas que fueron creadas para que los egresados puedan titularse en el menor tiempo posible. Esta modalidad permite que el egresado realice un proyecto de comunicación, el cual defiende ante los maestros asesores. También se puede observar que en un porcentaje muy bajo (4%) la modalidad menos elegida fue por Memoria Profesional; en un 8% la modalidad seleccionada fue Automática por maestría; en un 11% fue automática con mención honorífica; en 14% fue automática por promedio y en un empate de 13% los egresados seleccionaron Examen general de conocimientos y por Tesis.

Por lo anterior, desde que se diseñó el Seminario de Titulación en Línea, los egresados han optado por poner en práctica esta modalidad.

Gráfico 4

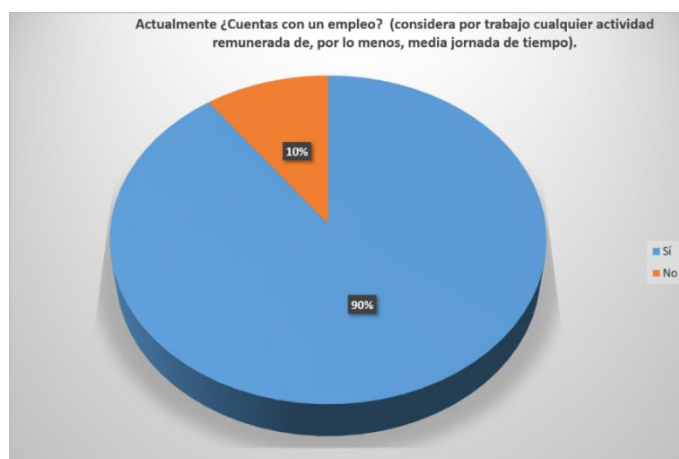
Causa principal de no estar titulado



Respecto a la pregunta acerca de la causa principal por las que no se han titulado los egresados que aún no lo han hecho, el 47% respondió que es por falta de recursos económicos, mientras que hubo una igualdad de porcentajes con un 16% en falta de tiempo, por motivos laborales y por falta de información; la menor cantidad de respuestas con el 5% fue por tesis inconclusa. La causa principal seleccionada fue por recursos económicos.

Gráfico 5

Empleo



Se les preguntó a los egresados participantes en la encuesta si cuentan con un empleo a lo que el 90% refirió que sí cuentan con un trabajo, mientras que el 10% respondió que no cuentan con un empleo, lo cual determina que la mayoría de los egresados se encuentran trabajando en diferentes áreas y empresas.

Gráfico 6

Sector de trabajo



Como se puede observar en la figura 6 el 36% de los encuestados respondió que se encuentran trabajando en una dependencia del gobierno estatal, mientras que el 31% labora en una empresa del sector privado; un 15% respondió que son empleados del gobierno federal; un 13% tienen una empresa propia. Estos resultados determinan que es en el sector privado y en instancias del gobierno del estado que mayormente trabajan los egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Figura 1

Sectores



La pregunta que hace referencia a esta figura fue abierta, solamente la respondieron los que seleccionaron la opción de "otro sector" en la pregunta anterior y se plasmaron las áreas laborales entre las cuales destacan 5: instituciones educativas, gobierno municipal, partidos políticos y sector Financiero (Bancos).

Figura 2

Puesto que desempeñan



Esta pregunta fue de tipo abierta, se les cuestionó sobre el cargo que desempeñan en su trabajo actual y en la imagen se enlistaron los 10 cargos que más se repitieron.

Gráfico 7

Salario mensual



En el gráfico 7 se les preguntó el salario mensual que perciben los egresados que están trabajando y el mayor porcentaje obtenido fue el 43% recibiendo un salario de \$5,000 a \$ 10,000 mensuales; el 24% de \$10,000 a \$20,000; el 16% menos de \$5,000; el 11 % de los egresados refirió percibir un sueldo mensual de \$20,000 a \$30,000 y el menor porcentaje recibido fue del 6% más de \$30,000.

Gráfico 8

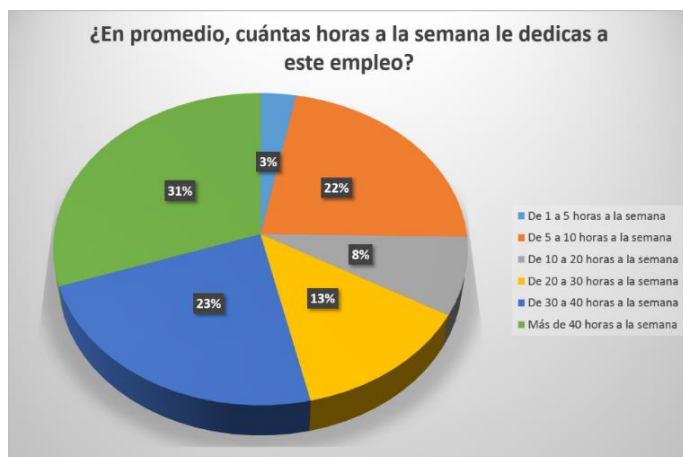
Relación de su empleo con la licenciatura en Ciencias de la Comunicación



En el presente gráfico el 56% de los egresados refirió que sus empleos se relacionan directamente con la licenciatura en Ciencias de la Comunicación siendo este un dato de suma importancia para el presente estudio, el 25% destacó que están indirectamente relacionados y el 19% refiere que no tienen relación con la licenciatura. Los resultados de esta gráfica representan un punto importante ya que hace referencia a que es la mitad del porcentaje de los egresados que participaron en la encuesta cuyos trabajos se encuentran relacionados con la licenciatura.

Gráfico 9

Promedio de horas a la semana en su empleo

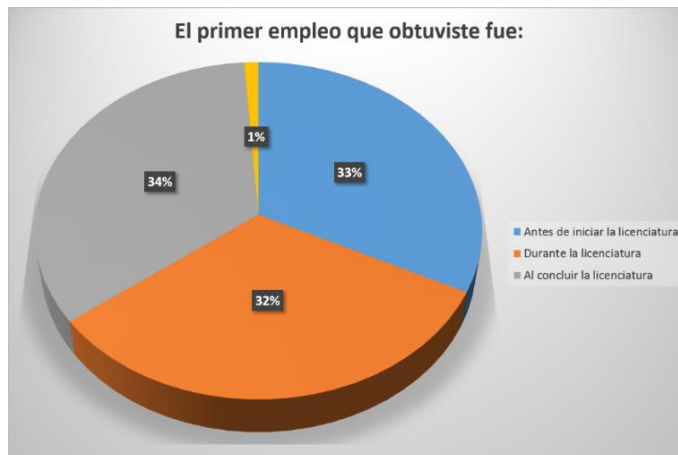


En el presente gráfico se observa las horas que los egresados dedican a su empleo destacando con un rango mayor al 31% con un total de 40 horas a la semana notando así que el tiempo que invierten es considerable, con un porcentaje del 23% señalaron que pasan de 30 a 40 horas semanales, esto nos indica que la mayoría de los egresados participantes de la encuesta trabajan aproximadamente entre 7 a 8 horas diarias que se considera lo normal en una jornada laboral, el 22% señaló que trabaja de 5 a 10 horas a la semana y el 13% de 20 a 30 horas semanales siendo el 3% el rango menor de 1 a 5

horas semanales en las que se desempeñan algunos egresados, esto nos indica que no todos cuentan con horarios fijos ni una cantidad de horas exactas en su jornada laboral.

Gráfico 10

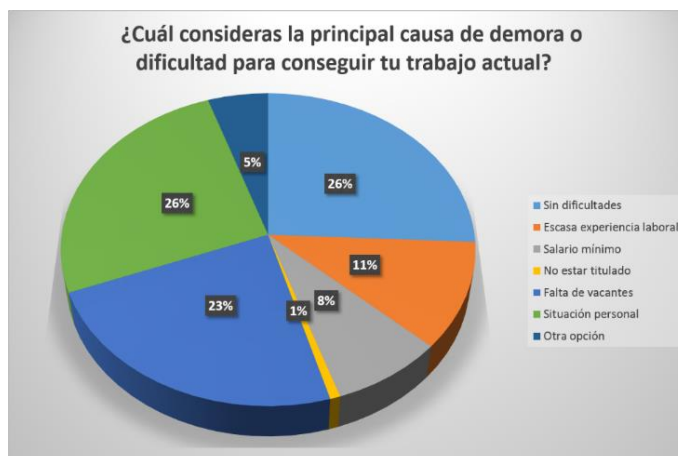
Primer empleo al concluir la licenciatura



En el presente gráfico el 34% de los egresados refirió que obtuvo su empleo hasta que concluyó la licenciatura, el 33% señaló que ya se encontraba laborando antes de iniciar la licenciatura y el 32% de los egresados indicó con un rango menor que tuvieron que trabajar mientras se encontraban estudiando la licenciatura.

Gráfico 11

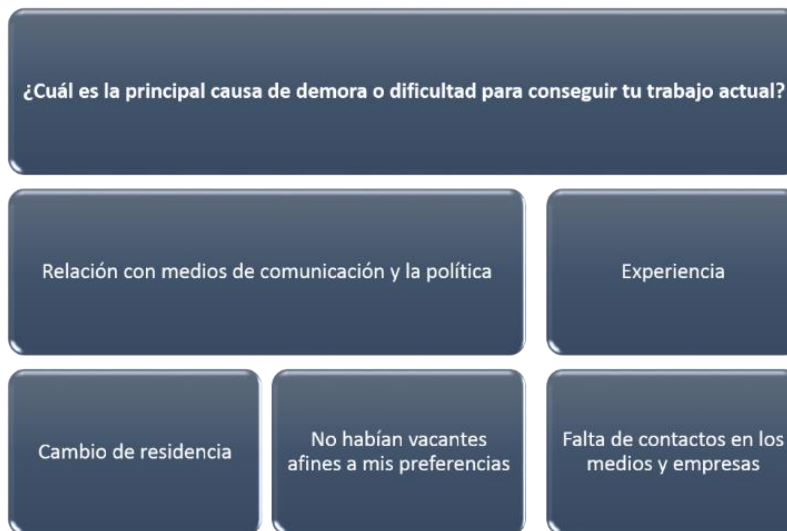
Dificultad para conseguir trabajo



En el gráfico 11 el 26% los egresados refirieron que no tuvieron problemas para encontrar empleo, con una cantidad similar el 26% indicó que por situaciones personales no pudieron encontrar el empleo que tienen actualmente, el 23% considera que no encontró empleo por falta de vacantes siendo esta una problemática actual y el 11% adjudicó que es por escasa experiencia laboral con rangos menores desde el 8% los egresados refirieron que el salario es mínimo, el 5% señaló que por otras opciones y el 1% por no estar titulados.

Figura 3

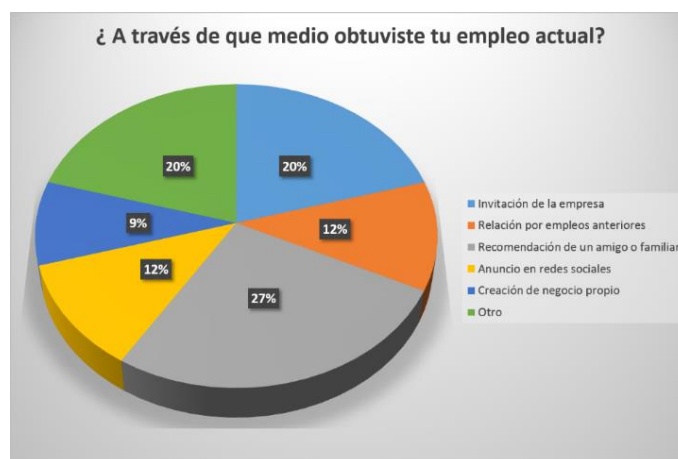
Dificultades para obtener empleo



La siguiente pregunta en la encuesta se encuentra relacionada con la presente figura, ya que fue respondida por los egresados que tuvieron otro tipo de dificultades para conseguir su empleo actual. Se obtuvieron 26 respuestas registradas y se enlistan las 5 dificultades más descritas en la encuesta, siendo la de mayor prioridad la falta de experiencia laboral como una de las dificultades principales para poder obtener el trabajo. En segundo lugar, la escasa relación con medios, empresas y en la política en general fue lo que determinó que no se pudiera obtener en un primer momento el trabajo actual. En tercer término, los egresados describieron que no había vacantes afines a sus preferencias.

Gráfico 12

Medio de obtención de empleo



Esta pregunta reveló el medio por el cual los egresados obtuvieron su actual trabajo y se eligieron de todas las opciones posibles de respuesta los siguientes porcentajes: 27% ocupó el mayor porcentaje y fue por Recomendación de un amigo o familiar; 12% fue por medio de anuncio en las redes sociales y otro 12% por relación por trabajos anteriores; 9 % detallaron tener un negocio propio; 20% fue por

invitación de la empresa y el restante 20% seleccionó otra opción y las respuestas más reiterativas fueron: por Convocatoria, por medio concurso de plaza y por realizar un proyecto para esa empresa.

CONCLUSIÓN

Los resultados arrojan que el 90% de los egresados encuestados si cuentan con un empleo, sin embargo, el 56% de las áreas en donde se encuentran laborando los egresados se relacionan con el ámbito de la Comunicación. Los encuestados refirieron que ocupan trabajos como: Coordinadores y asistentes en áreas de comunicación social, reporteros, fotógrafos, conductores, locutores, videógrafos, consultores, coordinadores de medios de comunicación, entre otros.

El 44% restante de los egresados respondieron que no trabajan en áreas afines al campo de la comunicación, siendo éstas: Áreas de recursos humanos, de Finanzas, instituciones bancarias como ejecutivos de banca, trabajos en hospitales como secretarias, asistentes, brigadistas, paramédicos, cajeros en supermercados, o bien, negocios propios como restaurantes, cocinas económicas, agencias de viajes, ventas entre otros.

Cumpliendo con los objetivos propuestos en el trabajo de investigación, se pudo obtener como resultados que más del 70% de los encuestados tienen su título de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, lo cual refleja una mayoría importante, y el 20% refirió que se encuentran en trámite de la obtención del mismo, sin embargo el porcentaje restante que aún no cuentan con el documento contestaron que se debe a tres razones principales: falta de recursos económicos, no tienen tiempo y no tienen información al respecto.

Es importante destacar que los resultados de este proyecto nos arrojan cifras alentadoras en cuanto a los egresados que se encuentran titulados, sin embargo, solamente un poco más del 50% se encuentran trabajando en áreas y empresas relacionadas con el campo de la comunicación; aún hay mucho que hacer en la escuela de ciencias de la comunicación.

REFERENCIAS

Blancas, E. K. (2018). Educación y desarrollo social. Horizonte de la Ciencia. Vol. 8. número 14. Universidad Nacional del Centro de Perú. pp. 113-121. <https://revistas.uncp.edu.pe/index.php/horizontedelaciencia/article/view/298/313>

Bonilla, C. (2019, 6 de agosto). Menos de la cuarta parte de los egresados de carreras de comunicación trabajan en su especialidad. Merca 2.0. <https://www.merca20.com/menos-de-la-cuarta-parte-de-los-egresados-de-carreras-de-comunicacion-trabajan-en-su-especialidad/>

Cardona, E. Montoya, A. (2019). Análisis de la Inserción Laboral y la Empleabilidad de los Egresados. ¿Condición de Calidad o imposición que distorsiona los sistemas de medición de calidad de la Educación Superior? Estudios de Derecho. Volumen 76. Núm. 168. Universidad de Antioquia, Colombia. pp. 273-296. <https://www.redalyc.org/journal/6479/647968597010/html/>

El Economista. (noviembre 29 de 2022). Situación laboral de los egresados universitarios en México en 2022. Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. (UPAEP). Puebla, Puebla, México, pp. 75-93. <https://www.economista.com.mx/capitalhumano/Cual-es-la-situacion-laboral-de-los-egresados-universitarios-en-Mexico-20221129-0062.html>

Instituto Campechano. (s.f.). C. de la Comunicación. Nuestra Historia. <https://cienciasdelacomunicacion.instcamp.edu.mx/>

Instituto Campechano. (s.f.). C. de la Comunicación. Programa de estudios. <https://cienciasdelacomunicacion.instcamp.edu.mx/pages/page/plan-de-estudios>

Otzen, T. Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. International Journal of Morphology. Número 35. Volumen 1. pp. 227- 232. <https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Palloroso, R. Y. García, I. (2019). "Seguimiento a graduados: importancia y principales experiencias internacionales. Análisis del tópico en la República del Ecuador". Revista Caribeña de Ciencias Sociales. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/seguiimiento-graduados-ecuador.html>

Pérez, E. M. Torrescano, C. K. (2019). La empleabilidad de los egresados de comunicación organizacional de la UPAEP. Una respuesta a las necesidades sociales. Sintaxis. Revista Científica del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. Año 1, número 2. pp. 75-94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8521804>

Plan Institucional de Desarrollo, Benemérito Instituto Campechano 2023-2028, (PIDE). <https://web.instcamp.edu.mx/files/2023/09/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20IC.pdf>

Quen, M. (2019). Seguimiento de egresados de la escuela de ciencias de la comunicación, del instituto campechano, Campeche, México. Investigación I.C. número 16. pp. 64-72. https://revistaic.instcamp.edu.mx/uploads/Ano2019No15/Ano2019No15_64_72.pdf

Rabanal, R. Huamán, C. Murga, N. Chauca, P. (2020). Desarrollo de competencias personales y sociales para la inserción laboral de egresados universitarios. Revista de Ciencias Sociales, Vol. 26, No. 2. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Págs. 250-258. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/32438/33866>

Sandbu, M. (2020). Nuevos horizontes después de la pandemia. Finanzas & Desarrollo. Fondo Monetario Internacional. pp. 1-65.
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2020/12/pdf/fd1220s.pdf>

Sánchez, C. (2014). Los egresados de comunicación y el mercado laboral: un estudio de trayectorias profesionales. Universia. Volumen V. Número 12. pp 40-54.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/ries/v5n13/v5n13a3.pdf>

SEGOB (2020). Diario Oficial de la Federación. Programa Sectorial de Educación 2020-2024.
https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596202&fecha=06/07/2020#g

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons 