



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS
CARRERA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO
2021: “Año del Bicentenario de la Independencia de Centroamérica”

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

TEMA:

“Análisis de la percepción de inserción laboral presente en los estudiantes del V Año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua del turno matutino y vespertino durante el II semestre del año lectivo 2021”

AUTOR:

Br. Cristian Martín Sánchez Mena

Tutor y Asesor Metodológico: Dr. Walter Calderón Ramírez

Managua, diciembre 2021

¡A la libertad por la Universidad!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Tema de Tesis de Seminario de Graduación para optar a título de Licenciado (a) en Comunicación Para El Desarrollo.

Análisis la percepción de inserción laboral presente en los estudiantes del V Año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua del turno matutino y vespertino durante el II semestre 2021.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

El presente trabajo investigativo se lo dedico principalmente a Dios nuestro señor por haberme otorgado la fuerza y la dicha de poder continuar este proceso profesional hasta estas instancias. A mis padres Ileana del Socorro Mena Reyes y Carlos Arturo Sánchez por su amor, por su aliento, por su atención y por su apoyo que en la medida de lo posible siempre estuvo. A mis tíos Gabriel Enrique Briceño Solís e Ivania Esther Mena Reyes por apadrinarme y brindarme su apoyo incondicional y ser fieles posibilitadores de mis estudios en esta prestigiosa universidad, dadas mis circunstancias de vivir lejos de la capital.

A mis maestros por toda su paciencia y sacrificios para brindarme el pan de la enseñanza a lo largo de toda mi carrera universitaria, en especial a mi tutor y asesor metodológico Dr. Walter Calderón por haberme brindado la posibilidad de compartirme de sus conocimientos para que hoy sea posible entregar mi tesis de seminario de graduación y de esta forma poder optar a mi título de Licenciado en Comunicación para el Desarrollo.

Agradezco humildemente a mis compañeros de clases y las demás personas que me acompañaron directa e indirectamente en este proceso formativo tan importante en mi vida y finalmente, muchas gracias a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua por recordarme siempre mis raíces y mi orgullo de servir a mi nación.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

COORDINACION CARRERA COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

"2021: Año del Bicentenario de la Independencia de Centroamérica"

Managua a 01 de Diciembre de 2021

Dra. Ledyth Massiel López Hernández
Coordinadora, Carrera Comunicación para el Desarrollo
Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas
UNAN-Managua
Su Oficina

De mi consideración,

Reciba un fraterno saludo. Por este medio, el suscrito tutor del Seminario de Graduación, "Análisis de la percepción de inserción laboral presente en los estudiantes del V Año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua del turno matutino y vespertino durante el II semestre del año lectivo 2021", elaborado por el estudiante Cristian Martín Sánchez Mena, valora que la investigación responde a las líneas de investigación de la Carrera Comunicación para el Desarrollo, aprobadas por la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas y aborda un tema de gran relevancia nacional e internacional: la inserción laboral de las nuevas generaciones de Comunicadores para el Desarrollo .

La investigación realiza valoraciones y propuestas fundamentales para el estudio de la publicidad comercial desde las teorías de comunicación y administrativas para la gestión del talento humano. El autor de la investigación aplica un estudio de naturaleza cuantitativa y ubican su escenario de acuerdo al enfoque de investigación y emprende la búsqueda de información seleccionando a los informantes idóneos para lograr responder las preguntas directrices mediante la aplicación de encuestas y entrevistas a profundidad, síntesis de información y análisis crítico de la misma, hasta llegar a dar respuesta al propósito de la investigación.

Cabe destacar que la información proporcionada por los informantes está meticulosamente descrita de manera objetiva, lo que valida el carácter de la misma. El informe de investigación se ha realizado cumpliendo con lo establecido en el Reglamento de Régimen Académico Estudiantil Modalidades de Graduación, por lo que considero que esta investigación puede ser sustentada públicamente ante el Jurado que Ud. designe, para optar al título de Licenciado en Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.

Con las muestras de mi alta estima y consideración, le saluda.

Atentamente,

Dr. Walter Calderón Ramírez
Docente-Tutor
Carrera Comunicación para el Desarrollo

RESUMEN

Hablar de inserción laboral en gran parte refiere a la búsqueda primordial e incluso vital de conseguir empleo. Sin embargo, existen muchísimas particularidades mientras esto sucede. Procesos de reclutamiento laboral viciados por afinidad económica, social, política y también familiar.

Para los egresados de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo, resulta una tarea complicada ya que comparten el mercado laboral con carreras como publicidad, relaciones públicas, diseño o periodismo entre muchas otras; esto debido a la homogeneidad de los objetivos profesionales de estas modalidades.

Además, la competencia con periodistas y comunicadores empíricos o técnicos de la comunicación, para ello resulta necesario reconocer las condiciones actuales de los conocimientos presentes en estos estudiantes para considerar su preparación para lograr su inserción en el mundo laboral.

PALABRAS CLAVES

Percepción; Inserción Laboral; Reclutamiento; Procesos de Inserción; Capital Humano; Profesionalismo; Empirísimo.

Índice

Capítulo I	9
I. INTRODUCCIÓN	9
II. ANTECEDENTES	10
III. JUSTIFICACIÓN	14
IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
V. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	16
Objetivo general:	16
Objetivos específicos:	16
Capitulo II	17
VI. MARCO TEÓRICO	17
VI.I Comunicación	17
VI.II Inserción laboral	18
VI.III Percepción	19
VI.IV Condiciones del periodismo en Nicaragua	22
VI.V Problemas consecuentes en la inserción de los comunicadores	23
VI.VI Empíricos de la Comunicación	26
VI.VII Inserción laboral por afinidad	27
VI.VIII Requisitos de inserción laboral en Nicaragua	28
Capitulo III	30
VII. DISEÑO METODOLÓGICO	30
Tipo de estudio:	30
Área de estudio:	30
Universo y Muestra:	31
V.III Técnica, Método y Herramientas para la recolección de datos:	32
Técnica:	32
Método:	32
Herramientas:	33
IX. Matriz de Operacionalización de Variables	34
X. TABULACIÓN Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS	35
Capitulo IV	60
XI. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	60

Capítulo V	62
XII. CONCLUSIONES	62
XIII. RECOMENDACIONES	63
XIV. REFERENCIAS	64
ANEXOS	66

Capítulo I

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es un análisis sobre “La percepción de inserción laboral presente en los estudiantes del V Año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua del turno matutino y vespertino durante el II semestre 2021” el cual se basará en la lectura de documentos, artículos y estudios relacionados con este tópico; identificando en ellos el concepto general, conocer los mecanismos que utilizan las instituciones, empresas y medios de comunicación para reclutar a los egresados de comunicación y posibilitar su inserción en el campo laboral.

En consecuencia, se validará la importancia del tema para los estudiantes universitarios de la carrera de Comunicación para el desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua se expondrá con cautela la base informativa y los fines del documento para ampliar los conocimientos referidos al campo laboral del comunicador contemporáneo.

Asimismo, la investigación permitirá describir los orígenes de esta grandiosa rama laboral, las definiciones claves, el estudio de los antecedentes del tópico y las problemáticas presentes en los casos y teorías analizadas minuciosamente para condensar el desarrollo de este trabajo investigativo.

II. ANTECEDENTES

Con relación a este trabajo, “La percepción de inserción de los comunicadores al mundo laboral”, existe muy poca información bibliográfica de estudios nicaragüenses con respecto a este tópico en específico. Sin embargo, actualmente se han ido tomando lugar documentos bastos y complementarios al tema que se trabaja en el presente análisis y con el apoyo de estos trabajos realizados precisamente en Nicaragua se logró recopilar artículos, informes, tesis e investigaciones que servirán de orientación hacia la búsqueda y elaboración de un nuevo material más aterrizado.

Se ha encontrado otros dos estudios realizados en países de la región, uno de ellos enfoca de carácter general a la inserción laboral de las personas, mientras el otro especifica los problemas consecuentes en la inserción de los comunicadores, se encontró un estudio local universitario, sobre el seguimiento a graduadas y graduados de la carrera de la Psicología de la UNAN-Managua, por último, se retomó un informe analítico sobre las Asimetrías económicas, laborales y sociales en Centroamérica.

En el periódico nicaragüense La Prensa, en los años 2008 y 2016 del periodista Albertho Pastrán aborda información sobre este tópico, en su primer artículo en 2008 Pastrán comenta sobre el salario de los comunicadores “En Nicaragua hay cerca de 200 noticieros de radio. Un 80 por ciento se ha constituido en microempresas periodísticas que subsisten en su gran mayoría de la publicidad estatal, por el ser el mayor anunciante. Los periodistas que laboran para esas pequeñas empresas no reciben salario, se auto pagan con anuncios, si los venden, del contrario padecen necesidades”.

En cambio, en el artículo más reciente, refiere a este tema de la siguiente manera: “Hasta la fecha casi ningún medio de comunicación paga horas extras, aunque estas se realicen y de esta forma violan su derecho laboral; otros no inscriben seguro social para no pagar aporte patronal”.

Desde luego los estándares periodísticos responden a políticas públicas y privadas de comunicación desarrollados a través de regulaciones, normativas, corregulaciones y autorregulaciones. Por esta razón es necesario conocer el fin monetario a obtener como

comunicador previo a su inserción laboral en las empresas comunicacionales, aquí aparecen las problemáticas consecuentes en la iniciación del comunicador.

En los demás estudios relacionados a este trabajo investigativo, se recopiló información referente a teorías que refuerzan las oportunidades del comunicador competente, además de algunos factores que inciden en la inserción de los comunicadores; estos documentos realizados en el extranjero exteriorizan los criterios institucionales y semejanzas de la problemática a nivel internacional.

Los comunicadores luego de ser egresados se ven en la dura tarea de conseguir empleo donde se encuentran ciertas particularidades como el compartir el mercado laboral con carreras como publicidad, relaciones públicas, diseño o periodismo entre muchas otras; esto debido a la homogeneidad de los objetivos profesionales de estas modalidades.

La teoría del capital humano refiere a la importancia del nivel educativo del individuo, puesto que ello repercute significativamente en las ganancias económicas tanto del medio como en las del comunicador; expresando que esto apuesta a mejores oportunidades frente a la inserción laboral, poniendo una gran ventaja sobre los practicantes empíricos.

En teoría el comunicador no logra aplicar la unión entre conocimiento y experiencia, lo que posibilita la aparición de la teoría credencialista que afirma: la certificación es de gran ayuda porque garantiza, habilidades, actitudes y aptitudes del comunicador consolidando su disposición y vocación al empleo teniendo aún más ventaja sobre los demás aspirantes.

Con las teorías anteriores son reflejadas las causas de la necesidad de comunicadores en las empresas comunicacionales; pero, ¿Qué consecuencias existen tras no conseguir este codiciado puesto? ¿Por qué resulta tan difícil? ¿Existirán factores que dificulten la obtención de este? Son algunas de las preguntas que se plantean tras arribar a esta parte de la investigación.

Debido a que la demanda de la inserción en los medios de comunicación disminuye gradualmente, estas otras instituciones sociales brindan nuevas oportunidades de trabajo para el futuro profesional de la comunicación, pero además le exige un gran reto a efectuar para poder ser parte de ella, cumplir la meta de sus mecanismos y no desfallecer ante sus tareas.

Ingresar a estas instituciones no es nada fácil ya que se necesita un alto nivel académico, experiencia laboral mínima de dos años y algunos certificados educativos, además es de mucha importancia el prestigio de la universidad de la cual el comunicador fue egresado.

Estas empresas gozan de un grado económico estable dando un pago cómodo y justo para el trabajador, estas retribuciones económicas son más altas que el salario que se paga como mínimo en los medios de mass-media. Un beneficio muy provechoso para el que logra ingresar.

II.1 Historia de la carrera

El perfil del comunicador es algo que va cambiando conforme avanza el tiempo se tiene que ir adaptando y puliendo conforme las nuevas tecnologías llegan a la vida del ser humano, y estos cambios a los que se tiene que ir adaptando el comunicador en su perfil profesional le permiten desempeñarse en diferentes áreas además de los medios de comunicación.

En la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua recinto ubicado en el departamento de Managua están conscientes de estos cambios a los cuales el comunicador se tiene que ir adaptando en su vida profesional y es por eso que la universidad ha ido perfeccionando el pensum de dicha carrera.

La carrera que hoy en día conocemos como Comunicación para el desarrollo ha sufrido varios perfeccionamientos que han sido requeridos para adaptar a los futuros profesionales de la comunicación que al egresar de la carrera se enfrentan a una realidad distinta conforme la tecnología avanza.

Ella como tal tuvo sus primeros comienzos en el año 1960 con la fundación de la primera escuela de periodismo de Nicaragua, que fue abierta en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua para todos aquellos bachilleres que desearan dedicarse al periodismo de forma profesional.

Después de la inauguración de dicha escuela la profesión de periodista en Nicaragua fue tomada en serio y de forma profesional. La carrera tuvo un cambio curricular y se pasó a

llamar “Filología y Comunicación”, con esta transformación el perfil profesional de los nuevos comunicadores dio un giro bastante radical con este nuevo perfil profesional los comunicadores no solamente se podían enfocar en el ámbito de la comunicación como lo son la radio, televisión y periódicos era un perfil más amplio con un enfoque más de las ciencias sociales, este perfil se mantuvo vigente durante un largo periodo de tiempo dentro de la universidad no fue hasta el año 2013 que la carrera sufrió un nuevo cambio curricular y un cambio de nombre paso de llamarse Filología y Comunicación lo que conocemos hoy en día como Comunicación Para el Desarrollo.

Con este nuevo cambio curricular el perfil profesional de los egresados no sufrió cambios significativos, sino que evoluciona para abrir más posibilidades y oportunidades laborales a los futuros profesionales de la comunicación.

Por cuanto la reestructuración del pensum y cambio de nombre de la carrera en el perfil del comunicador tuvo una nueva adaptación, esto es debido al avance apresurado que ha tenido la tecnología esto ha orillado a los nuevos comunicadores a tener que adaptar su profesión con las nuevas formas de comunicar.

La Licenciatura en Comunicación para el Desarrollo tiene como objetivo otorgar una formación general y sistemática, con el adecuado fundamento científico y humanístico en las distintas disciplinas que abarca el área de la disciplina y técnicas de la Comunicación para el Desarrollo. Los estudios profesionales de la carrera se fundamentan en las ciencias de la comunicación y tienen como finalidad proporcionar conocimientos y técnicas para desarrollar habilidades que permitan al egresado desempeñarse como experto en materias relacionadas a los medios informativos y técnicas de la comunicación en general.

III. JUSTIFICACIÓN

Se considera necesario comprender el proceso de inserción laboral del estudiante comunicador ya que es de vital interés para los estudiantes de la carrera de comunicación para el desarrollo tener conocimiento a las puertas de salida de sus estudios un concepto amplio del mundo laboral al que se enfrentarán en un futuro.

En la presente investigación abordaremos diferentes temáticas las cuales ayudaran a disminuir esas dudas que la mayoría de los estudiantes tienen al ser egresados de la carrera de comunicación para el desarrollo, dudas que por la existencia de poca información sobre los procesos de inserción laboral en las diferentes áreas donde se puede desempeñar el comunicador.

La investigación también servirá como sustento y ayuda a los estudiantes egresados de la carrera de comunicación para el desarrollo, sobre cuáles son los procesos de inserción de los medios de comunicación y algunas empresas en las cuales se pueda desarrollar bien el perfil del comunicador, como también se explicará cual es el perfil del comunicador al egresar de la carrera.

Con este proyecto los estudiantes se beneficiarán con el conocimiento de las regulaciones, las normativas, las características del periodismo nacional y las ventajas que debe poseer el comunicador contemporáneo.

En la investigación se exteriorizará la percepción que los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo prevén tras resultar egresados de la carrera.

IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cuando se habla de inserción laboral de los comunicadores, y específicamente en los estudiantes de V Año de comunicación para el desarrollo de la UNAN-Managua, podemos divagar en las percepciones concebidas por los estudiantes, perspectivas que pretenden estar explicando el panorama del mundo laboral del comunicador, pero es entonces cuando nace el cuestionamiento.

Es muy común y normal tener tan poco conocimiento acerca de todo este tema de la inserción; por ello, resulta necesario apreciar de cerca todos los detalles de este interesante tópico, a fin de inducir una percepción correcta que debe de consolidar el comunicador profesional contemporáneo. Para proyectar el modelo de búsqueda de nuestra investigación debemos buscar lo siguiente:

¿Por qué es importante la formación profesional del comunicador?

Asimismo, se plantean las siguientes preguntas que servirán para la sistematización del fenómeno a investigar:

¿Cuál es la percepción de inserción laboral presente en los estudiantes del V Año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo?

¿Cómo son los procesos de selección que tienen las instituciones, empresas o medios en Nicaragua para emplear comunicadores?

¿Cuáles son los conocimientos que tienen los estudiantes de V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo sobre los procesos de inserción laboral de comunicadores en Nicaragua?

¿Cuáles los perfiles multifase que los egresados del V Año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN – Managua deben tener para ampliar sus posibilidades de inserción laboral?

V. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general:

Analizar la percepción de inserción laboral presente en los estudiantes del V Año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua del turno matutino y vespertino durante el II semestre 2021.

Objetivos específicos:

- Indagar los conocimientos que tienen los estudiantes del V año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo del turno matutino y vespertino de la UNAN – Managua durante el II semestre 2021 a cerca de los procesos de inserción laboral de comunicadores en Nicaragua.
- Mencionar los perfiles multi-fase que los egresados del V Año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo del turno matutino y vespertino de la UNAN – Managua deben tener para ampliar sus posibilidades de inserción laboral.
- Describir el impacto e importancia de una formación profesional en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo del turno matutino y vespertino de la UNAN Managua durante el II semestre 2021 para alcanzar una inserción laboral más segura.
- Conocer los procesos de selección que tienen las instituciones, empresas o medios en Nicaragua para emplear comunicadores durante el II semestre del año 2021.

Capítulo II

VI. MARCO TEÓRICO

VI.I Comunicación

Para iniciar se debe conocer la definición de **comunicación** una palabra fundamental la cual proviene del latín “comunis” que significa “común”, y desde luego que comunicar es transmitir ideas y pensamientos poniéndolos “en común” con otro. Esto referido a un código de comunicación compartida.

La comunicación es un sistema natural del ser humano, inclusive en los animales hay una forma de comunicación, la cual ha permitido transmitir información y conllevado de esa forma el desarrollo de las especies hasta la actualidad.

Las características de la comunicación están basadas en la diversificación de un sin número de códigos que evoluciona continuamente. Sin importar que; la comunicación tiene su fundamento en un código común, “transmisión de información entre dos o más individuos” este código primordial puede ser el idioma, un cierto tipo de imágenes o la escritura lo que refuerza el circuito de la comunicación como el contexto donde interactúan el emisor y el receptor a través de los mensajes.

La comunicación es un proceso complejo en cual dos o más personas se relacionan con el fin de transmitir o interactuar sobre un tema en específico, con el paso del tiempo la comunicación se ha convertido en una herramienta indispensable para cualquier tipo de organización e incluso para la vida diaria del ser humano.

VI.II Inserción laboral

“La inserción laboral es un ámbito de desarrollo interpersonal que facilita los contactos y la incorporación a redes, a la vez que permite participar en acciones colectivas” (Weller, 2007)

Haciendo énfasis en la definición otorgada por Jünger Weller en su trabajo realizado para la Organización Internacional del Trabajo (OITCINTERFOR) demuestra que inserción es mucho más que la pertenencia a un grupo, sino que también existe la constante interacción e intercambio de contactos personales que un individuo puede tener.

La inserción laboral no radica únicamente al entorno de la inclusión de empresas, instituciones o en este caso a medios de comunicación, también es necesario incluir que la creación de empleo por cuenta propia, es otra manera de inclusión al mundo laboral a través del emprendedurismo.

Weller (2007), afirma que: “Si bien en algunas empresas se afirma que contratan a jóvenes con una buena formación, aunque no tengan experiencia, de hecho, para la inserción laboral de los jóvenes se suele plantear exigencias adicionales (de experiencia, conexiones personales, manejo de pautas culturales, esfuerzo individual y otras)”.

Sin embargo, lo que el individuo posea como valor agregado, muchas veces no es percibido por las empresas, instituciones y en este caso los medios de comunicación, en sus procesos de reclutamiento de nuevos empleados.

Asimismo, Weller (2007) explica que: “Así, a los jóvenes que buscan trabajo por primera vez se les exige educación y experiencia para ingresar al mercado laboral, pero ante la falta de experiencia, no se les da la oportunidad de adquirirla”.

La inserción laboral puede ser interpretada como el proceso de proyección final al que una persona egresada de sus estudios profesionales puede optar a realizar, siendo valorado frente a la competencia y siendo reclutado para ser empleado.

VI.III Percepción

La palabra **percepción** se enfoca la obtención de una noción, sensación e incluso sentimiento sobre algo, un tema, un pronóstico, una idea e inclusive hasta el propósito, dando respuesta al cuestionamiento.

Zandonemi (2004) afirma que: “En efecto, si un joven percibe que las oportunidades en el mercado laboral son nulas y las posibilidades de obtener empleo no dependen de su comportamiento de los resortes que están bajo su control, probablemente no realizará conductas de búsqueda y no conseguirá empleo”.

La percepción de inserción, es más que proyectar sueños o ideas, es plasmar de manera concreta el proceso de búsqueda que debe existir por parte del nuevo egresado. Es valerse de las enseñanzas, experiencias, estrategias de acuerdos, intercambio de contactos con diferentes ramas laborales para impulsar su propia competitividad como individuo.

Es necesario destacar que las inserciones no solo se dimensionan posteriormente al ser egresado, los procesos de inserciones se originan desde la educación primaria, en la cual, durante ese proceso, las aspiraciones y expectativas brindaron el propósito de concluir con dicho proceso para ser aceptado en la educación secundaria.

Asimismo, sucede con las percepciones, terminan siendo propósitos que promueven a los individuos a tomar en cuenta todos sus valores que generen ventajas para seguir avanzando en la carrera por ser el protagonista de cambio social. Zandonemi (2004).

A través de los tiempos han existido seres humanos que por diversos factores se hayan fuera de determinadas agrupaciones o de las mismísimas sociedades y comunidades en las que viven; un claro ejemplo son aquellos individuos quienes por no disponer de recursos económicos quedan fuera del acceso a la educación por lo cual se ajustan a políticas públicas para lograr su inclusión en las escuelas, universidades y los diversos espacios de formación profesional y desde luego llegado allí, hacer posible su inserción laboral.

Desde el impulso del periodismo en nuestro país, los trabajos en los medios de comunicación son representados en Nicaragua como una de las profesiones que requiere de mucha experiencia y ética. Cabe mencionar que, en el transcurso de los años, el mundo laboral de los comunicadores crece a pasos agigantados y se dificulta dimensionar los efectos que producen en una población, que necesita comunicadores con credibilidad.

Nicaragua se ha caracterizado por ser competente frente a los vecinos centroamericanos mostrando su vanguardia en esta rama laboral. Hablar de profesionales alude a un sinfín de periodista destacado quienes, por su esfuerzo y anegable entrega a su labor, culminan su gran trayectoria convirtiéndose en directores comunicacionales en las principales instituciones de comunicación del país.

Entre algunas de las críticas tenemos, la practica empírica de los periodistas que se encuentran ejecutando su labor en los medios de comunicación nacional, quienes lograron su inserción por conexiones de carácter familiar o por afinidad fraterna, pero por desconocidas razones no han iniciado ni concluido sus estudios profesionales.

La presencia de estos personajes en los medios genera controversia, celos y competencia contra los egresados de comunicación ya que al existir una gran cantidad de trabajadores en las instituciones comunicacionales disminuyen las demandas de comunicadores y con ello las oportunidades de inserción de estos profesionales.

Hoy en día en nuestro país la carrera de comunicación para el desarrollo, comunicación social y periodismo son ofertadas tan solo en algunas universidades, lo que limita la preparación de nuevos sucesores del periodismo nicaragüense.

El mundo laboral de los comunicadores gira a un entorno de medios masivos, los cuales reciben un mayor realce en el cuadro laboral, la radio y la televisión se convierten en la principal opción de trabajo de los futuros licenciados de comunicación.

En la radio se desenvuelven aquellos que demuestran la capacidad de interactuar de una manera que se ajusta a su comodidad como comunicador, ya que en esta no es necesaria la realización de mímicas, gestos, presentación física adecuada, entre algunas expresiones que son requeridas en la televisión. Por ello, el medio radial se ha convertido en la principal empresa comunicacional de inserción laboral en los últimos años.

No obstante, la televisión no se queda atrás pese a la gran mayoría de comunicadores tímidos que no adecuan su imagen para conseguir un mejor puesto en este medio masivo; se conforman con trabajos como los de reportes noticiosos o de mantenimiento a las redes sociales del canal televisivo, lo que hoy en día se ha vuelto muy popular entre los comunicadores, debido al avance exponencial de la tecnología y el impacto que esta generan para la vitalización y publicidad del medio.

El mercado laboral en bruto está constituido por una gran parte empresas que en la actualidad han comprendido que la mejor forma de alcanzar una posición favorable en el mercado es a través de las buenas acciones realizadas en la publicidad.

Entre estas instituciones podemos encontrar las organizaciones no gubernamentales (ONG), empresas de marketing y publicidad, empresas comunicacionales que brindan una amplia gama de empleos en las que el periodista también puede ejercer una labor determinada, siendo así un beneficio para la inserción de nuevos comunicadores que, aunque no estén allegados a sus elementos pueden desarrollarse con gran facilidad debido a sus habilidades profesionales y especialidades.

Cada una de estas empresas tiene una metodología distinta y fines distintos en el mercado laboral por ende exige al comunicador saber más de lo elemental es decir: no solo ser un comunicador general sino también ejercer otras especialidades profesionales que faciliten su dominio intelectual además trabajar en equipo, con la capacidad de flexibilidad y adaptación, lo que se traduce en que sean versátiles para que puedan empujar las riendas de dichas empresas mediante su interacción tanto interna como externa.

Debido a que la demanda de la inserción en los medios de comunicación disminuye gradualmente, estas otras instituciones sociales brindan nuevas oportunidades de trabajo para el futuro profesional de la comunicación, pero además le exige un gran reto a efectuar para poder ser parte de ella, cumplir la meta de sus mecanismos y no desfallecer ante sus tareas.

Ingresar a estas instituciones no es nada fácil ya que se necesita un alto nivel académico, experiencia laboral mínima de dos años y algunos certificados educativos, además es de mucha importancia el prestigio de la universidad de la cual el comunicador fue egresado.

Estas empresas gozan de un grado económico estable dando un pago cómodo y basto para el trabajador, estas retribuciones económicas son más altas que el salario que se paga como mínimo en los medios de mass-media. Un beneficio muy provechoso para el que logra ingresar.

VI.IV Condiciones del periodismo en Nicaragua

Los estándares periodísticos responden a políticas públicas y privadas de comunicación desarrollados a través de regulaciones, normativas, corregulaciones y autorregulaciones. Por esta razón es necesario conocer el fin monetario a obtener como comunicador previo a su inserción laboral en las empresas comunicacionales, aquí aparecen las problemáticas consecuentes en la iniciación del comunicador.

La violación a los derechos del trabajador es un delito que no es exteriorizado por las empresas en las instituciones comunicacionales solo algunas veces es violado. Pastrán (2016) afirma, Hasta la fecha casi ningún medio de comunicación paga horas extras, aunque estas se realicen y de esta forma violan su derecho laboral; otros no inscriben seguro social para no pagar aporte patronal.

Como futuros trabajadores del periodismo es necesario conocer las formas, normativas y los fines monetarios tanto del medio de ó institución como el de nuestro salario.

En Nicaragua hay cerca de 200 noticieros de radio. Un 80 por ciento se ha constituido en microempresas periodísticas que subsisten en su gran mayoría de la publicidad estatal, por el ser el mayor anunciante. Los periodistas que laboran para esas pequeñas empresas no reciben salario, se auto pagan con anuncios, si los venden, del contrario padecen necesidades (Pastrán, 2008)

Los comunicadores luego de ser egresados se ven en la dura tarea de conseguir empleo donde se encuentran ciertas particularidades como el compartir el mercado laboral con carreras como publicidad, relaciones públicas, diseño o periodismo entre muchas otras; esto debido a la homogeneidad de los objetivos profesionales de estas modalidades.

VI.V Problemas consecuentes en la inserción de los comunicadores

Entre otras particularidades existen la situación clara del desempleo en Nicaragua, su valoración e incluso su medición han otorgado una finalidad uniforme para aquellos menos propuestos o aquellos que no persiguen formas de resaltar sobre sus homólogos, y en este caso sus “potenciales competidores”.

Uno de los más importantes indicadores del nivel de la actividad económica es el índice del desempleo. Es fácil ver que los niveles de actividad y producción de un país están directamente asociados a los niveles de empleos. [...] Debido a un carente en la multiplicación de las producciones de un país, surge una repercusión en las tazas de empleo en básicamente la mayoría de todos los sectores laborales nacionales. Y de esta forma pobreza y desempleo se encuentran íntimamente vinculados. (STIFTUNG 2012)

Del aporte de Friedrich Ebert Stiftung, es posible considerar otro obstáculo a los que los egresados universitarios y en este universo, más específicos, los egresados de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo, porque la situación coyuntural en la que el país se encuentre, en temas políticos, económicos y sociales contrarrestan y limitan las posibilidades de encontrar o conseguir empleo.

Recabando entre estudios realizados a nivel local, propiamente en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Fue encontrada una tesis para optar a título de licenciatura en psicología por los bachilleres Raúl Ruiz Carrión, Maro José Blandón Parrales y Alberto Cesar Brione; de acuerdo al análisis los autores expresan:

“La teoría del capital humano refiere a la importancia del nivel educativo del individuo, haciendo énfasis a su grado académico que funge como constancia de su preparación profesional, haciendo apto al individuo en cuestión” (Carrión, Blandón y Brione 2014)

Allegados al contexto, esto es de gran impacto puesto que ello repercute significativamente en las ganancias económicas tanto del medio como en las del comunicador; expresando que esto apuesta a mejores oportunidades frente a la inserción laboral, poniendo una gran ventaja sobre los practicantes empíricos.

En teoría el comunicador no logra aplicar la unión entre conocimiento y experiencia, lo que posibilita la aparición de la teoría credencialista que afirma: la certificación es de gran ayuda porque garantiza, habilidades, actitudes y aptitudes del comunicador consolidando su disposición y vocación al empleo teniendo aún más ventaja sobre los demás aspirantes.

Con las teorías anteriores son reflejadas las causas de la necesidad de comunicadores en las empresas comunicacionales; pero, ¿Qué consecuencias existen tras no conseguir este codiciado puesto? ¿Por qué resulta tan difícil? ¿Existirán factores que dificulten la obtención de este? Son algunas de las preguntas que nos hacemos tras arribar a esta parte de la investigación.

Las consecuencias que pueden existir tras no conseguir un empleo en las instituciones comunicacionales o medios de comunicación, son: el no aportar a un desarrollo productivo al país, haber desperdiciado años de tiempo y dinero en estudios para ser un licenciado fracasado, entre algunas otras acepciones de mediocridad. Resulta difícil en algunas ocasiones conseguir el ansiado puesto laboral debido a la falta de entusiasmo, a la fuerza de vocación y a la incomodidad o timidez que muchas veces no es desapartada por completo de la personalidad del comunicador.

Siempre ha existido la creencia de la inserción por afinidad, las cuales alegan que los puestos más importantes son tomados por los comunicadores egresados de instituciones privadas, esto es completamente falso, porque recordamos la teoría credencialista y la del capital humano, la que en pocas palabras dice: “Es más valioso e importante, lo que se ha conseguido y que por ello debe existir igualdad”.

Tener conocimientos de la inserción laboral brinda una información veraz y contrastada sobre el empleo del titulado universitario. Permitiendo un diagnóstico claro de la situación actual en efecto a un ingreso igualitario independiente sin importar si la universidad es pública o privada.

El comunicador contara con datos claros sobre la empleabilidad de las situaciones que desean realizar, contribuyendo positivamente a un sistema más eficiente de búsqueda de trabajo. Para el comunicador contemporáneo las investigaciones acerca de la inserción le resultan muy beneficiosas consultarlas, porque a través de esta se da cuenta de las opciones y posibilidades que cuentan en el momento de buscar un empleo, el lugar o instituciones indicadas para su carácter profesional y también darse cuenta de las problemáticas y dificultades que sufre esta ardua labor en busca de la verdad el periodismo.

La inserción laboral también depende de la trayectoria de los egresados de comunicación a partir del análisis de su desempeño y desarrollo profesional.

Esta combinación de los ámbitos de desempeño y las etapas de desarrollo permiten identificar cuáles son las trayectorias profesionales que le dan un impulso a la inserción: relacionadas con su carrera, una indirectamente relacionada y otra no relacionada.

La mayoría de los egresados de comunicación se desempeñan en lo que fueron formados. Sin embargo, se encuentran en una etapa de desarrollo inicial, la cual deben recorrer los comunicadores que comienzan su aventura en el campo laboral, pero significa un estancamiento para los que ya tienen varios años trabajando.

VI.VI Empíricos de la Comunicación

En la comunicación o bien en el periodismo es muy común que siempre existan tensiones en el aire basadas en los siguientes cuestionamientos. ¿Quiénes son mejores? ¿Los que han estudiado periodismo o los que lo aprendieron por la experiencia? ¿Quiénes deben trabajar en los medios? ¿Quiénes tienen un mayor criterio? O ¿Quiénes generan más opinión? Así lo expresa (Araujo, 2019).

Araujo (2019) afirma: “La responsabilidad que tienen absolutamente todos los periodistas empíricos o profesionales es ofrecerle a su audiencia, información que los haga ciudadanos activos y partícipes de la sociedad”.

El detalle sobre qué personaje sea más digno para proyectar una noticia no es claro, no todo puede estar por dado en el mundo de la comunicación o del periodismo, hay periodistas que carecen de las teorías ambiguas que dan origen y fundamento a la responsabilidad en la información y por otro lado, un comunicador profesional que carece de la experiencia.

Guerrero (2021) detalla: “para ser periodista no se necesita haber estudiado en alguna universidad o colegio que enseñen las teorías de la comunicación, los principios básicos de los medios o las formas de redacción. Todos esos conocimientos se pueden ir aprendiendo dentro del mismo campo laboral. Hay que entender que éste “oficio” es más de pasión y talento que de aplicación”.

Se podría discutir un balanceado dilema sobre quien es más viable por reclutar, la competencia entre el periodista empírico vs el profesional, muchas veces es clave para el funcionamiento responsable de un medio de comunicación, de una institución y hasta de una empresa.

VI.VII Inserción laboral por afinidad

Otra particularidad al hablar de inserción laboral es la inserción por afinidad, ya sea por afinidad familiar, fraterna e incluso una afinidad económica. Desapartando la competencia entre los comunicadores más experimentados y los profesionales apenas egresados. Convirtiendo el proceso de incorporación por parte de los más jóvenes al mundo laboral aún más complejo.

Una tesis realizada por las estudiantes Yesenia Martínez y Marlene Medrano de la carrera de comunicación social de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León, enfoca las causas y consecuencias de la inserción laboral en los estudiantes de dicha carrera.

Retomando su argumento Martínez & Medrano (2014) explican: “Los comunicadores, que tienen la posibilidad de poseer contactos internos en los medios de comunicación, pueden beneficiarse de manera directa a la hora de la inserción laboral y sobreponerse sobre los demás aspirantes debido a la tenencia de un referente de confianza en el medio mismo”.

Sin duda alguna es una teoría muy clara que dimensiona aún más las dificultades que los nuevos egresados enfrentarán si no contasen con contacto de tan buena confianza dentro de un medio de comunicación, una empresa e incluso una institución.

“El amiguismo, como popularmente se les llama a los lazos fraternos entre seres de confianza, involucra de manera directa una inserción estrechamente parcial, donde sin importar el nivel académico o los niveles de experiencia un individuo conocido puede ser reclutado por el medio”. Martínez & Medrano (2014)

En concreto, es una coincidencia que comparten casi todas las ramas laborales existentes, y sin desprestigiar a la astuta estrategia para consolidar su incorporación al empleo deseado, los comunicadores contemporáneos deben planificar, estratificar, conocer y hacer contactos para apoyarse los unos con los otros.

Existe un fin en la convicción de informar, de compartir de manera responsable los sucesos que ocurren día a día, todos los periodistas y los comunicadores tratan de salvar su propio cuero olvidándose que ambos proyectan un mismo fin.

Sin olvidar que las proyecciones de las capacidades y habilidades que posee cada quien, los convierte en personajes indispensables, debe de ser resaltado y aprovechado por cada empresa pública o privada, comunicacional o no, es del propio comunicador plantear o proponer sus propias ventajas frente a la constante competencia.

VI.VIII Requisitos de inserción laboral en Nicaragua

En materia de respaldo jurídico, la república de Nicaragua ofrece leyes de acompañamiento tanto en el proceso de selección de nuevos empleados en las diferentes instituciones u empresas ya sean públicas o privada como el acompañamiento y observación de los trabajadores.

“El estado de Nicaragua sí cuenta con leyes, políticas públicas en pro de la juventud y su empleabilidad, pero no tienen un programa como tal para el impulso de estas. Los programas son enfocados a sectores de mayor vulnerabilidad como mujeres con o sin nivel académico. Existen proyectos como emprendimientos juveniles destinados no solamente a jóvenes profesionales sino a la juventud en general y son establecidos en un período de uno a dos años y su objetivo es desarrollar planes de negocios con ideas a la creación de negocios”. Montenegro (2016)

Las situaciones socioeconómicas en Nicaragua, son divergentes en el vaivén de las políticas internas y en algunos casos externas del país. Sin embargo, el gobierno de Nicaragua continúa estratificando medidas que solventen la inserción de los jóvenes profesionales al mundo laboral, a través del desarrollo de leyes respaldadas por la asamblea nacional.

Alcanzar la inserción laboral de los y las jóvenes que egresan año con año de las universidades es un gran desafío, Montenegro (2016) expresa: “por tal razón se proclamaron políticas con acciones pro juventud a nivel internacional a través de las naciones unidas con el fin de brindarles oportunidades para lograr el ingreso laboral, así mismo, nuestro gobierno enfrenta la necesidad de aplicar estrategias o programas, que promuevan la empleabilidad de todos los que se encuentran ofreciendo su servicios

profesionales, siendo que el empleo es la medida más beneficiosa para el crecimiento económico”.

Los jóvenes una vez que culminan su proceso de profesionalización, carecen de ofertas claras de empleo lo que conlleva a tener inestabilidad social, económica y emocional; al no contar con recursos económicos para solventar necesidades básicas e inversión profesional.

Montenegro (2016) exhorta: “El gobierno de Nicaragua respalda a los nuevos profesionales a través de leyes que promueven la integración de los mismos a través de su constitución política, tales como: Ley de promoción integral de la juventud, Ley laboral, Política nacional de empleo, Política nacional de juventud y los programas de gobierno descrito en el plan nacional de desarrollo humano”.

Capítulo III

VII. DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de estudio:

El proyecto investigativo es un estudio de carácter descriptivo de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. De la misma forma y de acuerdo con Canales, Alvarado y Pineda (1996), según el tiempo de ocurrencia de los hechos y registro de la Información, el estudio retrospectivo y según el período y secuencia del estudio es transversal.

Área de estudio:

El estudio se realizará específicamente con los estudiantes del V año de la Carrera de Comunicación Para El Desarrollo, del turno matutino y vespertino en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN-MANAGUA en el recinto universitario “Rubén Darío”.

Universo y Muestra:

El estudio se desarrollará a los estudiantes de la facultad de humanidades y ciencias jurídicas de la carrera “Comunicación Para El Desarrollo”. Esta carrera consta con cinco grados de nivel lectivo por año tanto en horario matutino como en vespertino, pero para el estudio se tomará como muestra solamente a todos los estudiantes del quinto año matutino y vespertino quienes cursan su segundo semestre del año 2021.

Se hará un muestreo de acuerdo a Tamayo Y Tamayo (1997), Muestreo Aleatorio Simple; donde se convierte en la forma más común de obtener una muestra es la selección al azar. Es decir, cada uno de los individuos de una población tiene la misma posibilidad de ser elegido. Si no se cumple este requisito, se dice que la muestra es viciada. Para tener la seguridad de que la muestra aleatoria no es viciada, debe emplearse para su constitución una tabla de números aleatorios.

V.III Técnica, Método y Herramientas para la recolección de datos:

Técnica:

La encuesta, será la técnica a efectuar para la debida recopilación de datos de la presente investigación, esto para obtención más directa de la percepción de inserción laboral que consideran los estudiantes en estudio.

Método:

El método utilizado para la recopilación de datos fue la realización de una encuesta digital que destinó un enfoque cualitativo y cuantitativo a través a través de la plataforma “SURVIO”.

Basado en el universo y la muestra se retomó un total de 31 encuestados seleccionados al azar con el fin de recabar la información que sustentará la finalidad de esta investigación, la cual se basa en reconocer los niveles de conocimientos presente en los estudiantes de la carrera de comunicación para el desarrollo a cerca de los procesos de inserción laboral que existen actualmente en Nicaragua.

Herramientas:

Las herramientas que se utilizarán para la recolección de datos de la presente investigación será la computadora para el seguimiento virtual de la encuesta en línea y para la interpretación de datos estadísticos brindados de forma automática por la plataforma SURVIO.

- ✓ Libreta
- ✓ Lapiceros
- ✓ Laptop
- ✓ Sitio Web/Plataforma digital
- ✓ Conexión a internet

IX. Matriz de Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Inserción laboral	La palabra inserción refiere a la inclusión de una cosa en otra o bien de incluir un individuo a un grupo, esta palabra tiene un uso muy frecuente a instancias del ámbito social ya que a través de ella podemos darnos cuenta de la acción de incluir a una persona a un grupo social, comunidad, sociedad.	Análisis de los artículos, documentos, informes, tesis e investigaciones para el reconocimiento de los procesos de inserción laboral existentes.	Procesos de inserción laboral.	Empleo, oportunidad de mejoramiento de calidad de vida, formación de experiencia.
Percepciones de los estudiantes del V año del turno matutino y vespertino de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Mga	Son las ideas percibidas por los estudiantes a encuestar acerca de los procesos de inserción laboral que realizan la empresas, instituciones y medios de comunicación en Niagaragua.	Encuesta a estudiantes del V año del turno matutino y vespertino la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Mga.	Recomendación de talleres interactivos de familiarización con todos los años de la carrera, proponiendo los procesos de Inserción Laboral existentes en Nicaragua.	Fortalecimiento de la nociones y percepciones presentes en los estudiantes con respecto a la inserción laboral.

Cuadro No.1 Matriz de Operacionalización de Variables

X. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Instrumento: Encuesta digital realizada en la plataforma survior.com

No. de Encuestas: 31

Objetivo de la Encuesta: La obtención de datos e información relacionados a La percepción de inserción laboral presente en los estudiantes del V año de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo de la UNAN - Managua.

Análisis de los Resultados:

En obtención de las encuestas completadas por los participantes se propuso como parte inicial una definición de datos generales de los mismos, divididos únicamente por grupos etarios y grupos por sexo.

Debido a que el procedimiento virtual especificó el uso continuo de preguntas “paso por paso”, la obtención de las primeras dos opciones, deberán ser tomadas en cuenta como la pregunta número uno y la pregunta número dos. Por consiguiente, se obtuvieron los siguientes resultados:

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 19 a 23 años	27 Estudiantes	87.1%
Entre 24 a 26 años	4 Estudiantes	12.9%
Entre 27 a más años...	0 Estudiantes	0%
Total:	31 Estudiantes	100%

Cuadro No.2 Grupo Etario de los Encuestados

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mujer	20 Estudiantes	64.5%
Hombre	11 Estudiantes	35.6%
Total:	31 Estudiantes	100%

Cuadro No.3 Grupos por sexo de los Encuestados

Pregunta No. 3

¿Cuáles son tus expectativas de Inserción Laboral?

La pregunta número 3 de la encuesta pretende exteriorizar algunas percepciones u expectativas presentes en los estudiantes acerca de la Inserción Laboral a futuro, de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

3. ¿Cuáles son tus expectativas de Inserción Laboral?

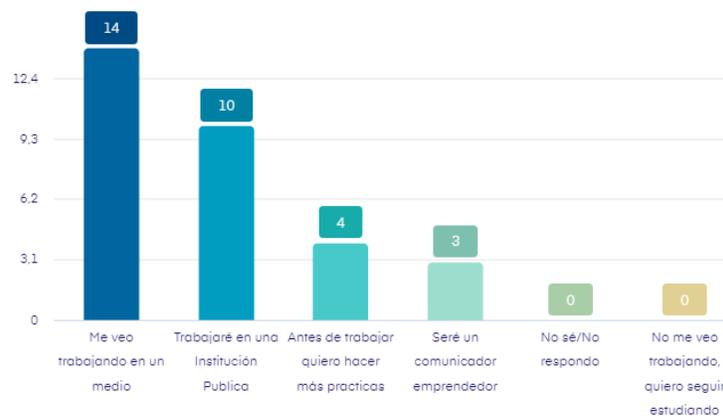


Imagen No. 1, Gráfica de valor absoluto de los encuestados

3. ¿Cuáles son tus expectativas de Inserción Laboral?

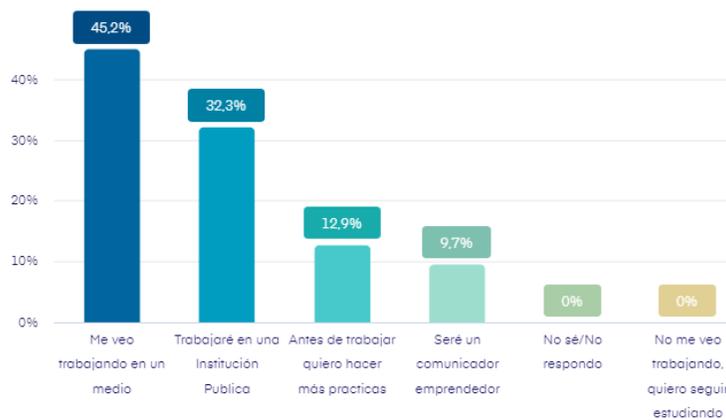


Imagen No. 2, Gráfica de valor porcentual de los encuestados

Análisis e interpretación de los resultados de la pregunta No. 3:

Las presentes gráficas exponen los resultados de la pregunta No. 3 del instrumento, dicha pregunta busca aproximar las ideas de los estudiantes y asimismo pretende direccionar el enfoque del estudio.

La gráfica presente en la imagen No. 1 expresa los valores absolutos de los encuestados mientras que, la gráfica presente en la imagen No. 2 expresa los valores porcentuales de los encuestados. Ambas gráficas deberán ser interpretadas de derecha a izquierda para concordar los valores obtenidos en la encuesta con respecto a la pregunta No. 3 del instrumento. Asimismo, deberán ser interpretadas las gráficas de las demás preguntas.

En referencia a la pregunta No. 3 del instrumento: **¿Cuáles son tus expectativas de Inserción Laboral?, dicha pregunta brindó 6 opciones a los encuestados:**

- 1. Me veo trabajando en un medio**
- 2. Trabajaré en una Institución Publica**
- 3. Seré un comunicador emprendedor**
- 4. No me veo trabajando, quiero seguir estudiando**
- 5. Antes de trabajar quiero hacer más practicas**
- 6. No Sé/No Respondo**

Las gráficas expresan los siguientes resultados:

Con respecto a la respuesta número uno “Me veo trabajando en un medio”, 14 estudiantes la seleccionaron equivalente al 45.2% de los encuestados, en la segunda opción de respuesta “Trabajaré en una institución pública” fue seleccionada por 10 estudiantes encuestados equivalente al 32.3%, 4 estudiantes seleccionaron la opción número cinco “Antes de trabajar, quiero hacer más prácticas” equivalente al 12.9% de los encuestados, la tercera opción “Seré un comunicador emprendedor” fue seleccionada por 3 estudiantes equivalente al 9.7% de los encuestados. Con respecto a la opción número cuatro y seis “No me veo trabajando, quiero seguir estudiando” y “No sé/No Respondo” no fue seleccionada por ningún estudiante por tanto son equivalente al 0% de los encuestados

Los datos obtenidos se pueden interpretar de la siguiente manera:

Poco más de tres tercios de los estudiantes del turno matutino y vespertino del quinto año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN – Managua, desean optar por la búsqueda de una inserción directa al mundo laboral tras graduarse. Esto es equivalente al 77.5% de los resultados tras seleccionar las primeras dos opciones de la pregunta No. 3 de la encuesta. Dichos estudiantes se idealizan laborando para un medio de comunicación o una institución pública.

Mientras poco menos de un tercio, espera proceder de métodos más independientes y autodidactas, ya que optan por emprender como comunicadores y realizar más prácticas previo a su búsqueda por inserción laboral. Esto es equivalente al 22.5% de los resultados tras haber seleccionado la tercera y quinta opción. Dichos estudiantes se idealizan emprendiendo de forma independiente o realizando prácticas para enriquecer su nivel de experiencia.

Ningún estudiante muestra timidez en sus idealizaciones y ningún estudiante desea seguir estudiando previo a su búsqueda de inserción al mundo laboral. Esto fue reflejado en la nula elección de la cuarta y sexta opción de la respuesta de la pregunta No. 3 de la encuesta. Por tanto, no se expresa ningún valor mayor al 0%.

Pregunta No. 4

¿Conoces cómo se realiza el proceso de selección y reclutamiento laboral en los medios, empresas e instituciones en Nicaragua?

La pregunta número 4 busca determinar el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes con respecto a los procesos de selección y reclutamiento que realizan los medios, empresas e instituciones en Nicaragua se obtuvieron los siguientes resultados:

4. ¿Conoces cómo se realiza el proceso de selección y reclutamiento laboral en los medios, empresas e instituciones en Nicaragua?

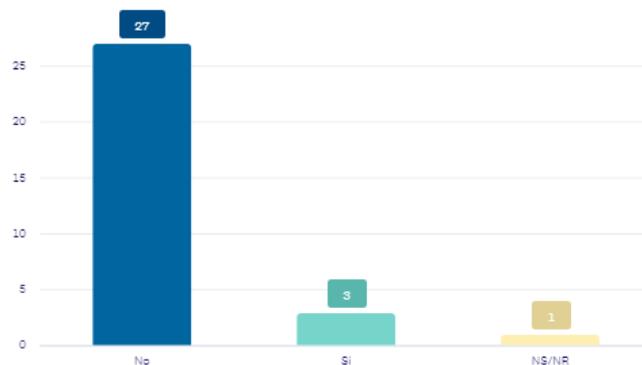


Imagen No. 3, Gráfica de valor absoluto de los encuestados

4. ¿Conoces cómo se realiza el proceso de selección y reclutamiento laboral en los medios, empresas e instituciones en Nicaragua?

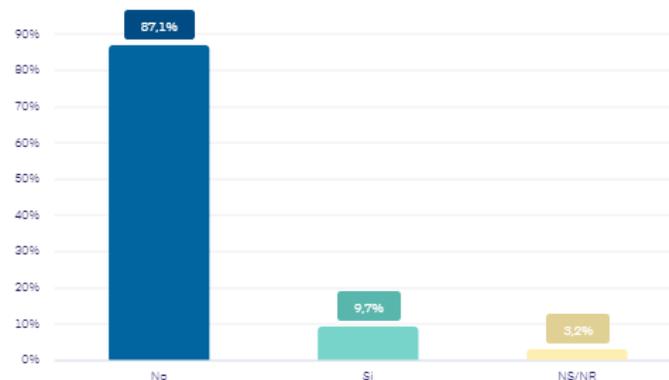


Imagen No. 4, Gráfica de valor porcentual de los encuestados

Análisis e interpretación de los resultados de la pregunta No. 4:

Las presentes gráficas exponen los resultados de la pregunta No. 4 del instrumento, dicha pregunta busca descubrir los niveles de conocimiento que tienen los estudiantes de los quintos años de la carrera de Comunicación para el Desarrollo sobre los procesos de selección y reclutamientos que realizan las empresas, medios de comunicación e instituciones en Nicaragua.

La gráfica presente en la imagen No. 3 expresa los valores absolutos de los encuestados mientras que, la gráfica presente en la imagen No. 4 expresa los valores porcentuales de los encuestados.

En referencia a la pregunta No. 4 del instrumento: **¿Conoces cómo se realiza el proceso de selección y reclutamiento laboral en los medios, empresas e instituciones en Nicaragua? dicha pregunta brindó 3 opciones lineales a los encuestados:**

- 1. Si**
- 2. No**
- 3. NS/NR**

Las gráficas expresan los siguientes resultados:

Con mayor número de selección por parte de los estudiantes se encuentra la segunda opción “No” 27 equivalente al 87.1% de los encuestados, la primera opción “Sí” fue seleccionada por 3 estudiantes equivalente al 9.7% de los encuestados. Por último, la tercera opción “NS/NR” fue seleccionada por 1 estudiante el equivalente al 3.2% restante de los encuestados.

Los datos obtenidos se pueden interpretar de la siguiente manera:

Los resultados confirman que en su gran mayoría que los estudiantes no tienen conocimiento acerca de los procesos de selección y reclutamiento que realizan las instituciones, empresas y medios de comunicación en Nicaragua. Esto es equivalente al 87.1% de los resultados tras seleccionar la segunda opción de la pregunta No. 4 de la encuesta.

Una muy pequeña sección de los resultados se muestran optimistas tras afirmar conocimiento sobre dichos procesos de selección y reclutamiento que realizan las empresas, instituciones y medios de comunicación. Esto es equivalente al 9.7% de los resultados obtenidos.

Un estudiante decidió mostrarse neutro al no reconocer si sabe o no sobre dichos procesos. Terminando en equivalencia no superior al 3.2% de los resultados totales.

Pregunta No. 5

¿Conoces el perfil profesional de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo?

La pregunta número 5 busca reconocer el perfil profesional del comunicador para el desarrollo, se obtuvieron los siguientes resultados:

5. ¿Conoces el perfil profesional de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo?

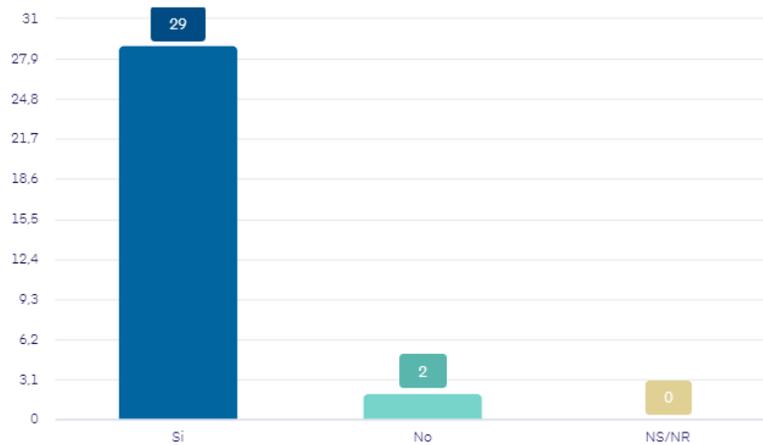


Imagen No. 5, Gráfica de valor absoluto de los encuestados

5. ¿Conoces el perfil profesional de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo?

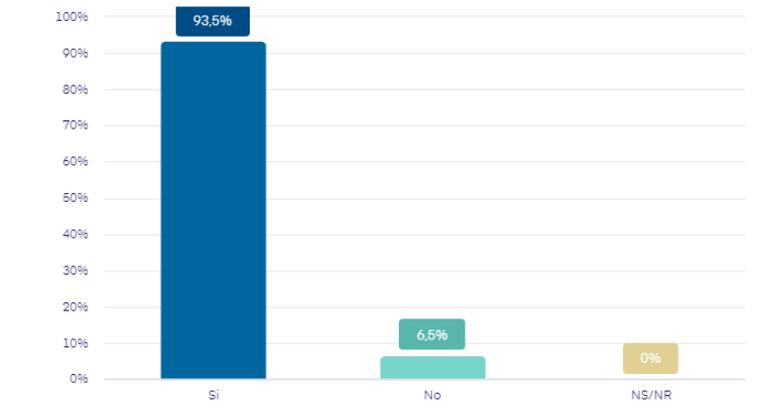


Imagen No. 6, Gráfica de valor porcentual de los encuestados

Análisis e interpretación de los resultados de la pregunta No. 5:

Las presentes gráficas exponen los resultados de la pregunta No. 5 del instrumento, dicha pregunta pretende demostrar si los estudiantes tienen conocimiento o no sobre perfil profesional de su carrera Comunicación para el Desarrollo.

La gráfica presente en la imagen No. 5 expresa los valores absolutos de los encuestados mientras que, la gráfica presente en la imagen No. 6 expresa los valores porcentuales de los encuestados.

En referencia a la pregunta No. 5 del instrumento: **¿Conoces el perfil profesional de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo?** dicha pregunta brindó 3 opciones lineales a los encuestados:

- 1. Si**
- 2. No**
- 3. NS/NR**

Las gráficas expresan los siguientes resultados:

Con relación a la primera respuesta “Sí” 29 estudiantes la seleccionaron equivalente al 93.5% de los encuestados, mientras 2 estudiantes optaron por la segunda opción “No” equivalente al 6.5% de los encuestados. No hubo selección neutra respecto a la pregunta.

Los datos obtenidos se pueden interpretar de la siguiente manera:

Los resultados expresan de manera positiva el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes del V año matutino y vespertino de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, sobre su propio perfil profesional. Esto es correspondiente al 93.5% de los resultados obtenidos.

El 6.5% restante de los resultados obtenidos expresan de forma negativa el conocimiento sobre el perfil profesional de su propia carrera.

No se obtuvieron respuestas neutras o indiferentes con respecto a la pregunta. Esto siendo equivalente al 0% de los resultados.

Pregunta No. 6**Describe la forma en que piensas salir a buscar empleo:**

La pregunta No. 6 se encuentra con la particularidad de proponer una descripción de manera personal sobre la forma que piensan los estudiantes para salir a buscar empleo tras haber resultado egresado. Por tanto, al ser una respuesta de característica libre no se presentarán gráficas.

Se obtuvieron los siguientes resultados:

Respuesta	Respuestas	RATIO
A través de las redes sociales	2	6.5%
Con conectes	1	3.2%
Llevando mis documentos a los medios de comunicación	1	3.2%
Con mi título y 1 año de experiencia	1	3.2%
Disposición y buena presentación	1	3.2%
A través de contactos	1	3.2%
Entrevistas, curriculum en línea.	1	3.2%

Cuadro No.4 Respuestas descritas por los encuestados, variables coincidentes encontradas por SURVIO.com

El orden de las presentes descripciones realizadas por los estudiantes encuestados expuestas en el cuadro anterior, expresan algunas respuestas de mayor interés por interpretar por parte del encuestando. La escala de variables fue obtenida de manera satisfactoria gracias a la ejecución automática brindada por el sitio web SURVIO.com.

Las respuestas al ser exactamente iguales, expresan aumento en el ratio relativo de la tabla. Si las respuestas son diferentes en su estructura gramatical, independientemente que contengan variables similares, no alteran el ratio relativo porcentual.

Análisis e interpretación de los resultados de la pregunta No. 6:

El presente exterioriza los resultados de la pregunta No. 6 del instrumento, dicha pregunta pretende conocer las destrezas, estrategias y procesos que idean realizar los estudiantes en su búsqueda de inserción al mundo laboral.

En referencia a la pregunta No. 6 del instrumento: **Describe la forma en que piensas salir a buscar empleo: dicha pregunta brindó a los encuestados una opción de responder libremente su opinión:**

El cuadro expresa los siguientes resultados:

En una primera parte existe una particular coincidencia de respuestas con respecto a la búsqueda de empleo “A través de las redes sociales” en el caso único de aumento de ratio del 6.5% de las respuestas obtenidas por parte de los encuestados.

Todas las respuestas presentan similitudes en el uso de variables como: “Conectes, curriculum, papeles, documentos, contactos, experiencia, conocimientos, entre algunas más”, cada una de las respuestas representan el 3.2% de los resultados obtenidos.

Los datos obtenidos se pueden interpretar de la siguiente manera:

Los resultados expresan de manera parcial en cada respuesta independiente escrita por los estudiantes encuestados, a pesar de la correlación automática realizada por “SURVIO.com”, de manera análoga se ha realizado una correlación de las variables obtenidas.

La correlación análoga expone lo siguiente:

10 respuestas de los estudiantes coinciden con las variables: Conectes y contactos

12 respuestas de los estudiantes coinciden con las variables: Curriculum, papeles, documentos.

9 respuestas de los estudiantes coinciden con las variables: experiencia, conocimientos entre algunas más.

A continuación, se presentarán una serie de imágenes que constatan las respuestas de los estudiantes encuestados, recuperadas del sitio web “SURVIOR.com” a través de capturas de pantalla.

6. Describe la forma en que piensas salir a buscar empleo:

RESPUESTA	RESPUESTAS	RATIO
A través de las redes sociales	2	6.5%
Relacionando los conocimientos teóricos y prácticos aprendidos en la carrera	1	3.2%
a través de pasantías designadas por la universidad o por mi cuenta propia.	1	3.2%
Buscaré las ofertas de trabajo que se acoplen a mi perfil como comunicador	1	3.2%
Con conectes	1	3.2%
Conectes y demostrando que puedo por mi misma	1	3.2%
Con mis documentos	1	3.2%

Imagen No. 7, respuestas escritas por los encuestados

6. Describe la forma en que piensas salir a buscar empleo:

RESPUESTA	RESPUESTAS	RATIO
Con mi título y 1 año de experiencia	1	3.2%
Contectes, llevando mis papeles	1	3.2%
Creo que de la experiencia adquirida en las prácticas partiré para formular mi propuesta de currículo el cual presentaré por competencias, habilidades, destrezas y conocimientos.	1	3.2%
Dejando papeles, conectes	1	3.2%
Dejar mi CV en los medios de comunicación	1	3.2%
Dejar papeles a los medios de comunicación, pero si tuviera conecte sería mucho mejor, porque con una recomendación directa hay más probabilidades de ser tomado en cuenta para laborar en dichos medios	1	3.2%

Imagen No. 8, respuestas escritas por los encuestados

6. Describe la forma en que piensas salir a buscar empleo:

RESPUESTA	RESPUESTAS	RATIO
Disposición y buena presentación	1	3.2%
A través de contactos.	1	3.2%
Encontrando contactos que me ayuden a insertarme	1	3.2%
Entrevistas, Curriculum, en línea	1	3.2%
Hacer mi currículum con todo lo que se requiera e ir a solicitar empleo a los diferentes medios, de otra manera buscar otro camino más independiente.	1	3.2%
Iré con mi curriculum completo.	1	3.2%
Llevando conforme mis documentos	1	3.2%
Llevando mis documentos a todos los medios nacionales y locales	1	3.2%

Imagen No. 9, respuestas escritas por los encuestados

6. Describe la forma en que piensas salir a buscar empleo:

RESPUESTA	RESPUESTAS	RATIO
Llevaré todos mis documentos que respaldan mi preparación y fiabilidad para poder optar a una plaza	1	3.2%
Llevar mi curriculum	1	3.2%
lo primordial es crear un curriculum que hable por sí solo, aunque en mi caso pues no hay ninguna experiencia en el medio mas que los pequeños aprendizajes en el aula de clase pero se que soy una joven con ganas de aprender y pues me sujetara de esa opción para que me abran las puertas de alguna institución.	1	3.2%
Pediré ayuda a gente dentro de los medios que conozco para llevar mi Documentos	1	3.2%
Por contactos de familiares	1	3.2%

Imagen No. 10, respuestas escritas por los encuestados

6. Describe la forma en que piensas salir a buscar empleo:

RESPUESTA	RESPUESTAS	RATIO
Pediré ayuda a gente dentro de los medios que conozco para llevar mi Documentos	1	3.2%
Por contactos de familiares	1	3.2%
Primera mente buscaría los correos de los medios o instituciones a los cuales quisiera aplicar para trabajar, usaría las plataformas digitales para buscar ofertas laborales.	1	3.2%
Quiero buscar todas las opciones posibles y cargos posibles, desarrollando mis destrezas y habilidades. Llevando mis reconocimientos y título además de mis recomendaciones.	1	3.2%
Entregaré mi hoja de vida y referencias adecuadas	1	3.2%
Adjuntar todo mis reconocimientos a lo largo de mi carrera para colocarlo en el currículum, ya que creo que se verá reflejado las	1	3.2%

Imagen No. 11, respuestas escritas por los encuestados

Pregunta No. 7

¿Qué crees que te aportará una mayor ventaja al solicitar empleo?

El cuestionamiento número 7 pretende plasmar la opinión teórica sobre lo que aportara mayor fuerza competitiva durante su proceso de inserción laboral en las instituciones, empresas o medios de comunicación del país, se obtuvieron los siguientes resultados:

7. ¿Qué crees que te aportará una mayor ventaja al solicitar empleo?

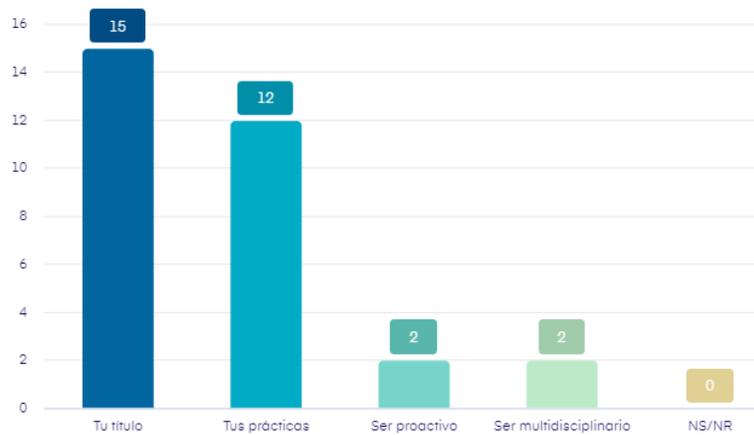


Imagen No. 12, Gráfica de valor absoluto de los encuestados

7. ¿Qué crees que te aportará una mayor ventaja al solicitar empleo?

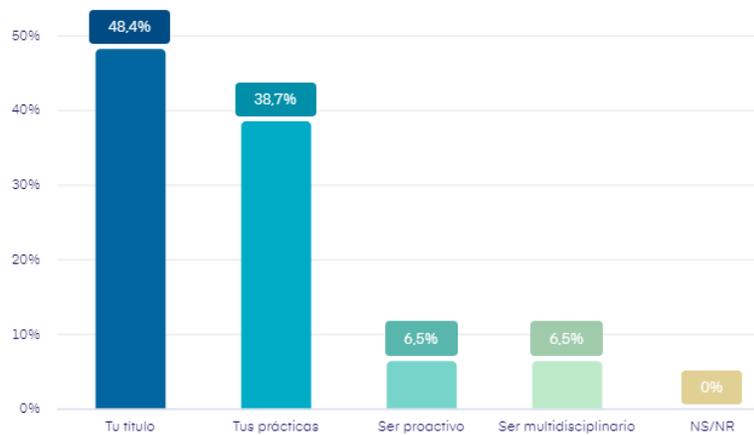


Imagen No. 13, Gráfica de valor porcentual de los encuestados

Análisis e interpretación de los resultados de la pregunta No. 7:

Las presentes gráficas exponen los resultados de la pregunta No. 7 del instrumento, dicha pregunta busca descubrir lo que a opinión de los estudiantes es lo que les aportará una mayor ventaja al enfrentarse en la dura tarea de encontrar empleo.

La gráfica presente en la imagen No. 12 expresa los valores absolutos de los encuestados mientras que, la gráfica presente en la imagen No. 13 expresa los valores porcentuales de los encuestados.

En referencia a la pregunta No. 7 del instrumento: **¿Qué crees que te aportará una mayor ventaja al solicitar empleo? dicha pregunta brindó 5 opciones lineales a los encuestados:**

- 1. Tu Título**
- 2. Tus Prácticas**
- 3. NS/NR**
- 4. Ser Proactivo**
- 5. Ser Multidisciplinario**

Las gráficas expresan los siguientes resultados:

Con respecto a la primera respuesta “Tu título” fue seleccionada por 15 estudiantes equivalente al 48.4% de los encuestados, la segunda opción de respuesta “Tus prácticas” fue seleccionada por 12 estudiantes equivalente al 38.7% de los encuestados, la opción número cuatro “Ser proactivo” tuvo dos selecciones el equivalente al 6.5% de igual forma la quinta opción obtuvo dos selecciones por parte de los estudiantes el equivalente al 6.5% restantes de los resultados obtenidos. La opción número tres “No sé/No Respondo” o “NS/NR” no fue seleccionada por ningún estudiante por tanto son equivalente al 0% de los encuestados.

Los datos obtenidos se pueden interpretar de la siguiente manera:

Casi el 50% de los estudiantes valida la importancia del título para proyectarse con mayor ventaja a la hora de salir a solicitar empleo. Esto es correspondiente al 48.4% de los resultados obtenidos. Dichos estudiantes demuestran que al tener el título pueden presentar

una mayor competitividad contra los demás aspirantes al puesto laboral, además de la importancia de constatar y certificar el nivel de preparación con el que cuenta.

Poco menos de la mitad de los estudiantes encuestados proponen que la experiencia a través de las prácticas asegurará una mayor ventaja por encima de aquellos que la carecen. Esto es equivalente al 38.6% de los resultados obtenidos. Dichos estudiantes pretenden abrirse paso con la calidad de sus experiencias sin importar si carecen o no de la certificación de egresado.

Dos pequeños grupos, prevén el ser proactivo y ser multidisciplinario como otros factores que podrían generar cierta ventaja sobre la competencia y así poder obtener la oportunidad de empleo. Esto sumado es el equivalente al 13% restante de los resultados obtenidos. Dichos estudiantes proponen el proactivismo, la determinación, la actitud y la multidisciplinaria como una oportunidad de tomar ventaja.

Ningún estudiante optó por dar una respuesta neutral. Esto fue reflejado en la nula elección de la tercera opción de la respuesta de la pregunta No. 7 de la encuesta. Por tanto, no se expresa ningún valor mayor al 0%.

Pregunta No. 8

¿En qué año te gustaría que empezaran a dar conocimiento sobre los procesos de inserción laboral?

La pregunta número 8 únicamente plantea exponer el año adecuado previsto por los estudiantes para que las nuevas generaciones estudien el tópico. Por consiguiente, se obtuvieron los siguientes resultados:

8. ¿En qué año te gustaría que empezaran a dar conocimiento sobre los procesos de inserción laboral?



Imagen No. 14, Gráfica de valor absoluto de los encuestados

8. ¿En qué año te gustaría que empezaran a dar conocimiento sobre los procesos de inserción laboral?

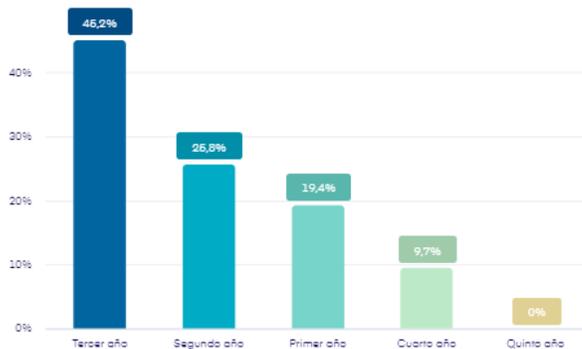


Imagen No. 15, Gráfica de valor porcentual de los encuestados

Análisis e interpretación de los resultados de la pregunta No. 8:

Las presentes gráficas exponen los resultados de la pregunta No. 8 del instrumento, dicha pregunta pretende encontrar cuál sería el año lectivo más idóneo para empezar a hablar acerca de los procesos de inserción laboral, según los estudiantes de los quintos años de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

La gráfica presente en la imagen No. 14 expresa los valores absolutos de los encuestados mientras que, la gráfica presente en la imagen No. 15 expresa los valores porcentuales de los encuestados.

En referencia a la pregunta No. 7 del instrumento: **¿En qué año te gustaría que empezaran a dar conocimiento sobre los procesos de inserción laboral? dicha pregunta brindó 5 opciones lineales a los encuestados:**

- 1. Primer año**
- 2. Segundo año**
- 3. Tercer año**
- 4. Cuarto año**
- 5. Quinto año**

Las gráficas expresan los siguientes resultados:

Con relación a la respuesta número uno “Primer año” fue seleccionada por 6 estudiantes equivalente al 9.7% de los encuestados, la segunda opción “Segundo año” fue seleccionada por 8 estudiantes equivalente al 26.8% de los encuestados, la tercera respuesta “Tercer año” fue seleccionada por 14 estudiantes equivalente al 46.2% de los encuestados, la respuesta número cuatro “Cuarto año” fue seleccionada 3 estudiantes equivalente al 9.6% de los encuestados, la quinta y última opción “Quinto año” no tuvo ni una sola selección por parte de los estudiantes, por tanto, su resultado no es mayor al 0% de los encuestados.

Los datos obtenidos se pueden interpretar de la siguiente manera:

Un poco menos de la mitad propone que en tercer año de la carrera universitaria es el momento más adecuado para hablar sobre los procesos de inserción laboral. Esto es equivalente al 46.2% de los resultados obtenidos. Dichos estudiantes proyectan un punto intermedio de la carrera universitaria para plantear mejor el reconocimiento de estos procesos de inserción laboral.

Otra gran parte de los estudiantes encuestados proponen los primeros dos años de la carrera como la instancia más idónea para enseñar los procesos de inserción laboral. Esto comprende a otro 46.2% de los resultados obtenidos. Dichos estudiantes prevén que la forma más ideal para hablar de estos procesos sea desde el principio de los cursos lectivos.

Un último grupo propone que se trate ésta temática en el penúltimo año de la carrera. Esto comprende al 9.6% restante de los resultados obtenidos. Dichos estudiantes exhortan a un compartir de enseñanzas sobre los procesos de inserción laboral en una etapa más avanzada de los futuros profesionales de la Comunicación.

Ningún estudiante está de acuerdo de recibir enseñanzas sobre los procesos de inserción laboral. Por ello, la validez de la opinión no es superior que al 0% de los resultados obtenidos.

Pregunta No. 9

¿Conocer sobre los procesos de inserción laboral ayuda a conocer tu perfil profesional?

La pregunta número 9 propone a los estudiantes estar o no de acuerdo sobre si conocer de estos procesos durante su etapa de profesionalización ayuda a entender mejor todas sus destrezas como comunicador para el desarrollo. Por consiguiente, se obtuvieron los siguientes resultados:

9. ¿Conocer sobre los procesos de inserción laboral ayuda a conocer tu perfil profesional?

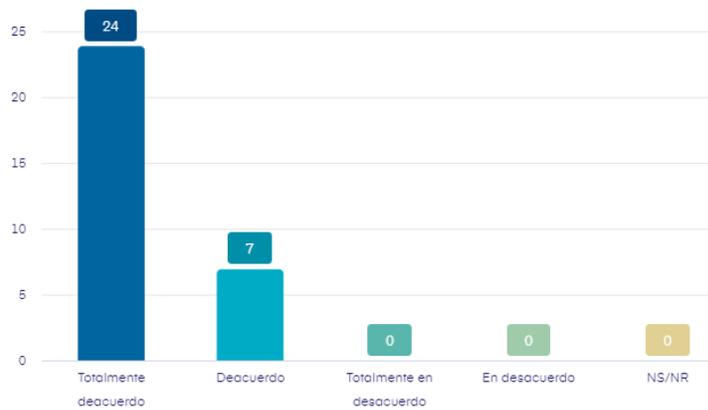


Imagen No. 16, Gráfica de valor absoluto de los encuestados

9. ¿Conocer sobre los procesos de inserción laboral ayuda a conocer tu perfil profesional?

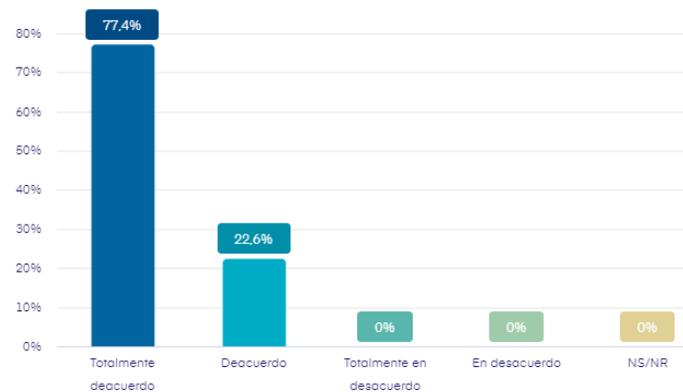


Imagen No. 17, Gráfica de valor porcentual de los encuestados

Análisis e interpretación de los resultados de la pregunta No. 9:

Las presentes gráficas exponen los resultados de la pregunta No. 9 del instrumento, dicha pregunta busca conocer la opinión de los estudiantes su postura con respecto al estudio de los procesos de inserción notando si estos, cambiarían su percepción sobre el reconocimiento del perfil.

La gráfica presente en la imagen No. 16 expresa los valores absolutos de los encuestados mientras que, la gráfica presente en la imagen No. 17 expresa los valores porcentuales de los encuestados.

En referencia a la pregunta No. 9 del instrumento: **¿Conocer sobre los procesos de inserción laboral ayuda a conocer tu perfil profesional? dicha pregunta brindó 5 opciones lineales a los encuestados:**

- 1. Totalmente de acuerdo**
- 2. De acuerdo**
- 3. NS/NR**
- 4. En desacuerdo**
- 5. Totalmente en desacuerdo**

Las gráficas expresan los siguientes resultados:

La primera opción “Totalmente de acuerdo” fue seleccionada por 24 estudiantes equivalente al 77.4% de los encuestados, la respuesta número dos “De acuerdo” fue seleccionada por 7 estudiantes equivalente al 22.6% de los encuestados. Las tercera, cuarta y quinta no fueron seleccionadas por ningún estudiante, por tanto, son equivalentes a no más del 0% de los resultados obtenidos.

Los datos obtenidos se pueden interpretar de la siguiente manera:

Más de la mitad de los estudiantes encuestados expresan que están Totalmente de acuerdo con que al conocer los procesos de inserción laboral, pueden reconocer mucho mejor su perfil profesional como comunicadores. Esto es correspondiente al 77.4% de los resultados obtenidos. Dichos estudiantes, están muy seguros de su respuesta.

Poco menos de un cuarto de los estudiantes encuestados se muestran en un nivel más discreto en aceptar la relación existente entre el conocimiento de los procesos de inserción laboral con el mejoramiento del perfil profesional. Esto es lo equivalente al 22.6% de los resultados obtenidos. Dichos estudiantes seleccionaron una opción casi neutra propuesta en la pregunta.

Ninguno de los estudiantes encuestados optó por dar una respuesta neutra o una respuesta negativa con respecto al cuestionamiento realizado. Por tanto, los valores obtenidos de estas opciones no son superiores al 0% de los resultados finales.

Pregunta No. 10

¿Crees que la carrera de comunicación para el desarrollo te ha preparado lo suficiente para enfrentarte al mundo laboral?

Por último, la pregunta número 10 busca expresar la conformidad de los estudiantes con respecto a las enseñanzas aprendidas durante su proceso de profesionalización y si estas, son suficientes para enfrentarse al mundo laboral. Por consiguiente, se obtuvieron los siguientes resultados:

10. ¿Crees que la carrera de comunicación para el desarrollo te ha preparado lo suficiente para enfrentarte al mundo laboral?

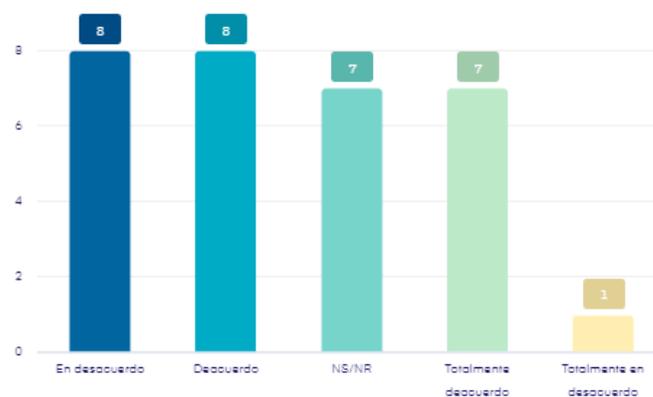


Imagen No. 18, Gráfica de valor absoluto de los encuestados

10. ¿Crees que la carrera de comunicación para el desarrollo te ha preparado lo suficiente para enfrentarte al mundo laboral?



Imagen No. 19, Gráfica de valor porcentual de los encuestados

Análisis e interpretación de los resultados de la pregunta No. 10:

Las presentes gráficas exponen los resultados de la pregunta No. 10 del instrumento, dicha pregunta pretende demostrar la postura de los estudiantes acerca de que si los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera han servido para prepararlos para enfrentarse al mundo laboral.

La gráfica presente en la imagen No. 18 expresa los valores absolutos de los encuestados mientras que, la gráfica presente en la imagen No. 19 expresa los valores porcentuales de los encuestados.

En referencia a la pregunta No. 10 del instrumento: **¿Crees que la carrera de comunicación para el desarrollo te ha preparado lo suficiente para enfrentarte al mundo laboral? dicha pregunta brindó 5 opciones lineales a los encuestados:**

- 1. Totalmente deacuerdo**
- 2. Deacuerdo**
- 3. NS/NR**
- 4. En desacuerdo**
- 5. Totalmente en desacuerdo**

Las gráficas expresan los siguientes resultados:

La respuesta número uno “Totalmente de acuerdo” fue seleccionada por 8 estudiantes equivalente al 26.8% de los encuestados, la respuesta número dos “De acuerdo” fue seleccionada por 8 estudiantes equivalente al 26.8% de los encuestados, la respuesta número tres “NS/NR” fue seleccionada por 1 estudiante equivalente al 3.2% de los encuestados, la cuarta opción “En desacuerdo” fue seleccionada por 7 estudiantes equivalente al 22.6% de los encuestados, la respuesta número cinco “Totalmente en desacuerdo” fue seleccionada por 7 estudiantes equivalente al 22.6% de los encuestados.

Los datos obtenidos se pueden interpretar de la siguiente manera:

Poco más de la mitad de los estudiantes se muestran positivos respecto a los conocimientos adquiridos a lo largo de su carrera universitaria, seleccionaron de forma segura y discreta su respuesta, confirmando que la carrera de comunicación los ha preparado para enfrentarse al mundo laboral. Esto es correspondiente al 53.6% de los resultados obtenidos. Dichos estudiantes escogieron las primeras dos respuestas propuestas en la pregunta No. 10 del instrumento.

Un segundo grupo de estudiantes, expresan de forma negativa los resultados que han tenido con respecto a sus estudios y preparaciones en la carrera de comunicación para el desarrollo, tanto que no están seguros de que si los conocimientos adquiridos a lo largo de su carrera los puedan sostener para enfrentarse al mundo laboral. Esto es correspondiente al 45.2% de los resultados obtenidos. Dichos estudiantes seleccionaron las últimas dos opciones de la pregunta.

Un estudiante se mostró neutro con relación a la pregunta decidiendo no opinar de manera positiva o negativa, reconociendo o no, sobre si cree que la carrera de comunicación para el desarrollo lo ha preparado lo suficiente para enfrentarse al mundo laboral. Esto es correspondiente a los 3.2% restantes de los resultados obtenidos. El estudiante seleccionó “No sé/No respondo”.

Capítulo IV

XI. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

El estudio “La percepción de inserción laboral presente en los estudiantes del V Año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua del turno matutino y vespertino durante el II semestre 2021”. Según sus objetivos, se indica analizar las previsualizadas percepciones que tienen los estudiantes de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo de la UNAN-Managua, para cumplir con el análisis se utilizó la técnica de la encuesta, la cual, su cuestionario busca exteriorizar esas concepciones de los estudiantes de dicha carrera con referencia a la inserción en el mundo laboral.

Para este debido análisis resulta necesario tomar en cuenta sus objetivos específicos los cuales buscan el reconocimiento de dichos procesos de inserción laboral, los conocimientos que tienen los estudiantes acerca de estos procesos, la importancia de la presencia del perfil profesional de los comunicadores en los estudiantes y la revelación del impacto a tener en cuenta al preparar a los comunicadores contemporáneos.

Las primeras preguntas de la encuesta demostraron las percepciones y reconocimientos que tienen los estudiantes, esto de acuerdo a los primeros de los objetivos específicos, la mayoría de los estudiantes se idealizan laborando tras ser egresados de la carrera de comunicación para el desarrollo y otros esperan emprender de una manera más conservadora e independiente, tienen conocimiento del perfil profesional que propone la carrera a través de su pensum universitario; sin embargo, los estudiantes no tienen conocimiento acerca de los procesos de inserción laboral que realizan las instituciones, empresas y medios de comunicación al reclutar o seleccionar a sus trabajadores.

Muchos estudiantes esperan que con la tenencia de su título lograrán ampliar sus oportunidades en la búsqueda por insertarse al mundo laboral, además de tomar la estrategia de buscar sus contactos para lograr de una manera más cómoda su inserción laboral; refiriéndose a la teoría del capital humano de (Carrión , et al , 2014).

Asimismo, los estudiantes consideran de vital importancia conocer los procesos de inserción laboral durante su formación profesional para comprender mejor su perfil como comunicadores, así como una concepción más acertada de lo que trata la inserción laboral.

Los estudiantes proponen hablar de la temática durante segundo o tercer año de su curso universitario.

Su impacto radica en que, la carrera de comunicación les ha preparado lo suficiente en los últimos años para enfrentarse al mundo laboral y así poder desarrollar todos sus conocimientos. En su gran mayoría los estudiantes se muestran en Totalmente de acuerdo con que la carrera les ha formado adecuadamente para ello; sin embargo, algunos no comparten esa misma postura por criterio propio.

El análisis comprende las realidades actuales presentes en los estudiantes del V año de la carrera de comunicación para el desarrollo de los turnos matutino y vespertino de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, Managua durante el II semestre del año lectivo 2021.

Capítulo V

XII. CONCLUSIONES

En conclusión, se consideran que todos los conocimientos, artículos, argumentos, factores y elementos compilados resultan de mucho interés para todos los estudiantes de la rama comunicacional, quienes, desde su integración a los estudios deben de estar pendientes de tener un concepto amplio del mundo laboral al que se enfrentaran en un futuro.

- 1) Conocer los procesos de inserción laboral durante su formación profesional para comprender mejor su perfil como comunicadores, así como una concepción más acertada de lo que trata la inserción laboral, Los estudiantes poseen muy poco conocimiento sobre los procesos de selección que realizan las empresas, instituciones y medios de comunicación del país.
- 2) Los estudiantes deben estar listos para ser esos personajes transformistas que proyectan al progreso del país. Recordándoles que, la única forma de lograr sus metas es con su compromiso personal, responsabilizándose y teniendo un fuerte positivismo en todas sus decisiones a lo largo de su trayectoria.
- 3) Se descarta que en los procesos de reclutamiento realizado por las empresas no se desarrolla una inserción por afinidad social, económica o familiar gracias al análisis sobre las regulaciones, normativas y características del mundo periodismo nacional. La preparación y la capacidad que tiene cada egresado de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo, debe ser tomado en cuenta durante su proceso de selección al mundo laboral, valiendo de su certificación y experiencias.
- 4) Resulta de vital importancia conocer sobre los procesos de inserción laboral, ya que con dichos conocimientos los egresados de la carrera de comunicación podrán tener una perspectiva más completa que aportará mayor responsabilidad y compromiso de preparación competitiva, para asegurar un escaño en el mundo laboral.

XIII. RECOMENDACIONES

1. A los medios de comunicación, empresas e instituciones de la República de Nicaragua, a valorar de manera justa a los estudiantes egresados que solicitan empleo.
2. A la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua a promover la enseñanza de los procesos de Inserción Laboral de esta y demás carreras.
3. A la carrera de Comunicación Para El Desarrollo que anexe una clase/taller donde se puedan ampliar estos conocimientos para preparar en estos procesos a los estudiantes.
4. A los estudiantes a involucrarse de manera comprometida con su carrera para reconocimiento y un mejor desarrollo de su perfil profesional.
5. A los estudiantes a ser autodidactas y emprendedores para abrirse caminos por si mismo sin ayudas, ni intercesiones.

XIV. REFERENCIAS

Araujo M. (2019). *“El periodista empírico vs el periodista profesional”*. Colombia obtenido de: <https://www.tvnoticias.com.co/el-periodista-empirico-vs-periodista-profesional/>

Blog Tecoloco Nicaragua. (2011). *“Trabajos de Comunicación en Nicaragua”*. Nicaragua. obtenido de: <http://www.tecoloco.com.ni/blog/trabajos-en-medios-de-comunicacion.aspx>

Carrión, Blandón y Brione (2014). Seguimiento a estudiantes de Psicología al ser egresados de la UNAN-Managua obtenido de: CEDIUM Facultad de Humanidades y CC Jurídicas.

Delgado I (2019) *“Significado de la Comunicación”* obtenido de: <https://www.significados.com/comunicacion>

Historia de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo basado de: <https://www.unan.edu.ni/facultadadhumanidadesyccjuridicas>

Martínez & Medrano (2014). *“Causas y consecuencias de la inserción laboral en los estudiantes de la carrera de Comunicación social de la UNAN-León año lectivo 2014”* Nicaragua obtenido de: <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/4071/1/227466.pdf>

Montenegro A. (2016). *“Análisis de la situación socio económica para la inserción laboral de los jóvenes profesionales”* Nicaragua obtenido de: <https://repositorio.unan.edu.ni/3636/1/17743.pdf>

Norma Z. (2004). *“La Inserción laboral de los jóvenes”*. Argentina obtenido de: <https://books.google.com.ni/definición-de-percepción>

Olavarría (2013) *“Problemas consecuentes en la inserción de los comunicadores”*. México. obtenido de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602013000100006

Pastrán (2016) "*Condiciones del periodismo en Nicaragua*". Nicaragua. obtenido de:
http://www.laprensa.com.ni/blog/pastrán82y01hsatriex_000982763

Rendón (2013) "*Teorías de Comunicación*" obtenido de:
<https://www.comunicacionteori.blogspot.com>

Revista ejemplode.com. (2013) "*Características de la Comunicación*" obtenido de:
http://www.ejemplode.com/12-clases_de_espanol/3352-caracteristicas_de_la_comunicacion.html

Stiftung (2012) "Asimetrías y desigualdades económicas en Centroamérica" Suecia.

Tamayo y Tamayo (1997) "*El proceso de la Investigación Científica*". México. obtenido de:
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Link de la Encuesta Virtual "*SURVIO.com*" enlace:
<https://www.survio.com/survey/d/U6B9Q2T5U7T8M5M5C>

Weller J. (2007). "*La inserción laboral: Características, tensiones y desafíos*". Chile obtenido de:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11192/092061082_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

“Recinto Universitario Rubén Darío”
Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas
Comunicación Para El Desarrollo

El principal objetivo de la presente encuesta es la obtención de datos e información relacionados a La percepción de inserción laboral presente en los estudiantes del V año de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo de la UNAN - Managua.

Edad:

Fecha: / /

Entre 21 a 23 años ____

Entre 24 a 26 años ____

Entre 27 a más ____

Sexo:

Hombre ____

Mujer ____

Encierra con un círculo tu respuesta:

¿Cuáles son tus expectativas de Inserción Laboral?

1. Me veo trabajando en un medio
2. Trabajaré en una Institución Pública
3. Seré un comunicador emprendedor
4. No me veo trabajando, quiero seguir estudiando
5. Antes de trabajar quiero hacer más prácticas
6. No Sé/No Respondo

¿Conoces cómo se realiza el proceso de selección y reclutamiento laboral en los medios, empresas e instituciones en Nicaragua?

1. Si
2. No
3. NS/NR

¿Conoces el perfil profesional de la carrera de Comunicación Para El Desarrollo?

1. Si
2. No
3. NS/NR

Describe la forma en que piensas salir a buscar empleo:

¿Qué crees que te aportará una mayor ventaja al solicitar empleo?

1. Tu Título
2. Tus Prácticas
3. NS/NR
4. Ser proactivo
5. Ser Multidisciplinario

¿Crees que es necesario estudiar los procesos de inserción laboral para saber más sobre el mundo en el que desarrollarás?

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. NS/NR
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

¿En qué año te gustaría que empezaran a dar conocimiento sobre los procesos de inserción laboral?

1. Primer año
2. Segundo año
3. Tercer año
4. Cuarto año
5. Quinto año

¿Conocer sobre los procesos de inserción laboral ayuda a conocer tu perfil profesional?

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. NS/NR
4. En desacuerdo

5. Totalmente en desacuerdo

¿Crees que la carrera de comunicación para el desarrollo te ha preparado lo suficiente para enfrentarte al mundo laboral?

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. NS/NR
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

¡Muchas Gracias!

