



**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**TESIS**

**Situación laboral y nivel de satisfacción de los  
egresados de Ciencias de la Comunicación de la  
Universidad Señor de Sipán.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Autora:**

**Bach. Frattelli Noel, Franca Pierina  
(Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9532-6553>)**

**Asesor:**

**Mg. Arroyo Coico, Ruperto  
(Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9269-9952>)**

**Línea de Investigación:**

**Desarrollo humano, comunicación y ciencias jurídicas para  
enfrentar los desafíos globales.**

**Sub línea de Investigación:**

**Ciudadanía y ética**

**Pimentel – Perú**

**2023**

**DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD**

Quien(es) suscribe(n) la DECLARACIÓN JURADA, soy Franca Pierina Frattelli noel del Programa de Estudios de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy autora del trabajo titulado:

**SITUACIÓN LABORAL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN.**

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán, conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación con las citas y referencias bibliográficas, respetando el derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Franca Pierina Frattelli noel	DNI: 45532265	 Firma a
-------------------------------	---------------	---

Pimentel, 6 de diciembre de 2023

## REPORTE DE SIMILITUD TURINITIN

---

NOMBRE DEL TRABAJO

**Egresados y satisfacción laboral**

AUTOR

**Franca Pierina FRATELLI NOEL**

---

RECUESTO DE PALABRAS

**10730 Words**

RECUESTO DE CARACTERES

**57738 Characters**

RECUESTO DE PÁGINAS

**56 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**297.4KB**

FECHA DE ENTREGA

**Mar 5, 2024 2:45 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Mar 5, 2024 2:46 PM GMT-5**

---

### ● **23% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 20% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 18% Base de datos de trabajos entregados

### ● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

**SITUACIÓN LABORAL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS  
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE  
SIPÁN.**

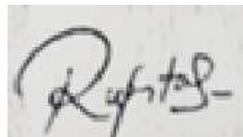
**Aprobación del jurado**



Dra. Sharon Soledad Paredes Delgado  
**Presidente del Jurado de Tesis**



Mg. Zoila Nelly Cabrejos Pita  
**Secretario del Jurado de Tesis**



Mg. Arroyo Coico, Ruperto  
**Vocal del Jurado de Tesis**

## **DEDICATORIA**

A mi querido y adorado padre Guillermo Frattelli Ruiz (+) que me brindó la oportunidad de vivir los mejores años de mi vida y llegar a ser una gran profesional. A mi madre Elizabeth Noel, por haber sido mi apoyo durante mi formación académica, sin apoyo y dedicación no hubiera logrado culminar este proceso.

A mis hijos, Franco y Piero, por su comprensión y paciencia ante tantas amanecidas, para lograr culminar esta investigación. Por el amor de ellos estoy comprometida a superarme.

## **AGREDECIMIENTO**

Al concluir el trabajo de investigación, expreso mi sincero agradecimiento y testimonio de reconocimiento a todas y cada uno de las personas que de alguna manera influyeron en el desarrollo de este trabajo:

- A los docentes y compañeros del Curso de Actualización de Tesis 2020 – II, con quienes compartí una grata experiencia a pesar de la situación que nos toco vivir debido a la pandemia por Covid 19.

- A mi asesor, Dr. Nemecio Núñez por sus valiosas orientaciones en el desarrollo de la presente investigación.

Finalmente, a todos, por su invaluable ayuda, les expreso mi cariñoso agradecimiento.

***Franca Pierina.***

## **INDICE**

DEDICATORIA .....	5
AGREDECIMIENTO .....	6
RESUMEN .....	8
ABSTRAC .....	9
I. INTRODUCCIÓN .....	11
II. MÉTODO .....	31
III. RESULTADOS .....	35
3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	35
3.2. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	58
IV. CONCLUSIONES.....	61
V. RECOMENDACIONES .....	63
REFERENCIAS.....	64
ANEXOS .....	72

## RESUMEN

La presente investigación abordó la situación en la que se encuentran muchos egresados de Ciencias de la Comunicación al no lograr insertarse rápidamente al mercado laboral, debido a factores como la crisis económica y la contratación de personal que cada día es más exigente. El estudio siguió un enfoque positivista o cuantitativo de tipo descriptivo – correlacional, con un diseño no experimental. Se aplicó como técnica mediante los instrumentos cuestionarios de “Situación laboral” y “Satisfacción laboral” aplicados a una muestra de 147 egresados. Ambos instrumentos fueron validados mediante el conducto estadístico Alfa de Cronbach. El análisis de los resultados permitió evidenciar que existe un nivel alto de desempleo ya que se observa que un gran porcentaje de los egresados (87,84%) no se encuentran laborando desde hace más de 1 año, por lo cual muchos optan por aceptar otros puestos de trabajo alejados de su profesión y en otros casos optar por trabajar de manera independiente. La correlación de variables, permitió determinar que existe una relación positiva débil entre la variable satisfacción laboral los egresados de Ciencias de la Comunicación con la dimensión desempleo. Por lo cual, se recomienda a la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación, establecer convenios con diversas organizaciones del sector público y privado, para dar la oportunidad a sus egresados de insertarse rápidamente en el mercado laboral.

**Palabras claves:** Satisfacción laboral, desempleo, salario, inserción laboral y situación laboral.

## ABSTRAC

This research dealt with the situation in which many graduates of Communication Sciences find themselves when they cannot quickly enter the labor market, due to factors such as the economic crisis and the hiring of personnel that is more demanding every day. The study followed a positivist or quantitative approach of a descriptive-correlational type, with a non-experimental design. It was applied as a technique by means of the questionnaires of "Work situation" and "Work satisfaction" applied to a sample of 147 graduates. Both instruments were validated using Cronbach's alpha statistical conduit. The analysis of the results allowed to show that there is a high level of unemployment since it is observed that a large percentage of graduates (87.84%) have not been working for more than 1 year, for which many choose to accept other jobs away from their profession and in other cases choose to work independently. The correlation of variables, allowed to determine that there is a weak positive relationship between the variable job satisfaction graduates of Communication Sciences with the unemployment dimension. Therefore, it is recommended that the Professional Academic School of Communication Sciences establish agreements with various organizations in the public and private sectors, to give its graduates the opportunity to quickly enter the labor market.

**Keywords:** Job satisfaction, unemployment, salary, job placement and employment situation.



## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las universidades tienen la responsabilidad de formar profesionales competentes, que cumplan con las competencias que requiere el mercado laboral, por lo que tienen el desafío de formar profesionales preparados que puedan encontrar un trabajo con rapidez y reciban un salario adecuado.

Sin embargo, uno de los problemas que afrontan muchos de los egresados de las diversas carreras es que al no obtener un empleo rápidamente ven como una opción cualquier tipo de trabajo, sin preocuparse realmente por prepararse y adquirir conocimientos, que les permita aspirar a un buen puesto de trabajo relacionado a su profesión (Maisterrena, 2019).

La carrera de Ciencias de la comunicación, tiene un campo laboral muy amplio, sin embargo, la contratación de personal y la crisis económica, ha traído como consecuencia altos niveles de desempleo en todo el mundo con respecto a esta profesión, lo que provoca que muchos egresados de las diversas universidades no encuentren trabajo (Sánchez, 2019).

Actualmente el mercado laboral ofrece pocas oportunidades de trabajo, por lo que es común ver a un egresado o profesional laborando como taxista o como vendedor de cualquier producto. Por lo cual, la inversión por una carrera no está siendo efectiva en su totalidad. Es por ello, que no existe relación entre el mercado laboral y la inversión que se genera en una carrera universitaria (Reyna, 2019).

Es importante precisar que cada año egresan miles de egresados de Ciencias de la Comunicación de diversas universidades, sin conseguir los resultados que muchos de ellos esperan.

La carrera de Ciencias de la comunicación, puede estar ligada al periodismo, sin embargo, esta situación está lejos de la realidad para muchos

egresados, quienes se tienen que adaptar a la poca demanda del contexto laboral actual, por lo que optan por no ejercer su profesión y realizar otras actividades que les brinden una remuneración, que muchas veces no compensa (Sánchez, 2014).

Esta realidad ha generado que muchos egresados se sientan insatisfechos con su profesión, al no contar con oportunidades para laborar. Según el Ministerio de Trabajo, existen 511,000 egresados que no ejerce su profesión, lo cual genera desempleo y el aumento de la informalidad (Burgos y López, 2016).

Es importante, que las universidades realicen un seguimiento de sus egresados, con el fin de conocer la eficiencia de las carreras y contabilizar cuantos de ellos se encuentran laborando y bajo que condiciones. Para lograr de esta manera establecer decisiones oportunas de acuerdo a los requerimientos de las empresas y poder brindar alternativas de solución, para lograr una mayor inserción de egresados en el mercado laboral y evitar que se sientan insatisfechos con la universidad y con su carrera estudiada (Rodríguez y Pérez, 2017).

En España, el 33% de jóvenes de menores de 25, no logran acceder a un empleo, estos datos fueron obtenidos de un estudio realizado por la escuela de negocios IESE a 53 grandes empresas españolas. Los resultados también evidenciaron que un 72% de las empresas entrevistadas indicaron que muchas veces no contratan egresados, porque no tienen la formación profesional que ellos requieren, por lo cual no logran cubrir ciertas vacantes (Sánchez, 2019).

Por otro lado, un Informe de Salarios de la Comunicación realizado en España, reveló que la carrera de comunicación es la más se ha visto afectado en los últimos años, debido a la crisis económica que se atraviesa en el país. Según este estudio el 50% de profesionales de la comunicación perciben un pésimo salario que corresponde a menos de 25.000 euros brutos al año. Por

lo cual, se puede afirmar que existe un gran número de comunicadores bien preparados, pero lamentablemente mal pagados (Moreno, 2013).

En México, existe un panorama poca alentador, según un estudio realizado por Manpower, el 54% de empresas mexicanas optan por no contratar egresados que recién salen de la universidad, por no tener experiencia laboral y no contar con las habilidades que el puesto requiere. Lo más preocupante es que de los 30 millones de jóvenes en dicho país, solo un 20.5% ejercen su profesión el 70% trabaja en la informalidad y un 9,5% se encuentran desempleados (Meza, 2016).

En Bolivia, se percibe una misma realidad, según un estudio realizado en este país, se determinó que un 70% de profesionales en comunicación se encuentra laborando, sin embargo, se encuentran poco satisfechos con su trabajo, debido a que perciben un mal salario que no se ajusta a sus necesidades, además la profesión no encuentra bien valorada y prevalece la informalidad (Miranda, 2020).

En Colombia, se ha registrado un gran número de Comunicadores Sociales egresados que reciben un salario mensual inferior a lo que ellos esperaban. Según un estudio realizado por la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, cerca del 34% de comunicadores recién egresados percibe un sueldo mensual inferior a los 500 dólares, a pesar que existen medios de comunicación que tienen una excelente rentabilidad. Lo más preocupante del estudio, es que muchos de ellos laboran entre 8 a 10 horas y otros entre 11 a 13 horas, por el salario mínimo (Vargas, 2011).

Sí nos situamos en el Perú, un estudio realizado por la fundación Forge Perú, identificó que un 38% de jóvenes egresados no encuentran trabajo por falta de experiencia laboral y porque no reúnen las características que requieren las empresas. Por otro lado, más del 50% trabajan en rubros que no estudiaron, por lo cual muchos de los recién egresados pueden tardar entre 3

a 6 meses para insertarse en el mercado laboral y otros incluso llevan años esperando una oportunidad (Gestión, 2018).

La situación laboral que se vive en nuestro país es bastante crítica, existen 30.000 puestos de trabajo para un promedio de 200.000 egresados que salen de la universidad cada año, por lo cual, existe un gran porcentaje de desempleo e informalidad en nuestro país. A esto se le debe sumar la alta competencia profesional que existe en el mercado, ante la poca demanda laboral (Quispitongo, 2019).

En el contexto local, el 40% de jóvenes egresados de Lambayeque no tienen trabajo, según una investigación realizada por la Dirección de Promoción de Empleo y Capacitación Laboral. Según este estudio, 100 personas al día se inscriben en el Centro de Empleo Lambayeque, de los cuales el 70% son recién egresados de las diversas universidades de la región. Sin embargo, muchos de ellos no logran tener éxitos en su búsqueda y siguen sin laborar. Esto explica en gran medida, porque existe una gran cantidad de profesionales lambayecanos que no ejercen su profesión (La Industria, 2018).

Actualmente, son cuatro universidades las que forman comunicadores sociales, en Chiclayo, entre las cuales destacan: La Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, la Universidad Señor de Sipán, la Universidad San Martín de Porres y la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Sin embargo, existe un gran número de egresados que no se encuentran laborando y otros realizan otras labores ajenas a su profesión.

Por lo cual, como comunicadora interesada en investigar la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán, se consideró necesario abordar el tema de investigación. Es por eso, que la investigación busca conocer las expectativas y satisfacción de los egresados, así como determinar si la carrera de Ciencias de la Comunicación de la USS cumple con las competencias que requieren las

empresas, sin perder de vista sus funciones como nexo entre la Universidad y la sociedad.

Ante esto nos preguntamos ¿Qué competencias desarrollan los egresados en Ciencias de la Comunicación de la USS? ¿Qué tan satisfechos se encuentran los egresados con su profesión? ¿Las empresas de Chiclayo brindan un salario adecuado a los profesionales en comunicación?

La investigación presenta los siguientes antecedentes en los diferentes contextos, los cuales son de los últimos 5 años.

Padilla (2018) investigó la inserción laboral de los egresados de Administración en Guadalajara. Se tuvo como objetivos específicos: Obtener información con respecto a la situación laboral de los egresados. Determinar el tipo de actividad a la que se dedican muchos de los egresados. Obtener el perfil que requieren las empresas de un egresado en Administración, al momento de hacer una contratación. Se siguió una metodología cualitativa de tipo descriptiva, empleando como técnica la entrevista, mediante el instrumento cuestionario de entrevista aplicado a una muestra de 17 a 25 egresados de Administración. Se concluyó que las empresas requieren egresados con conocimientos, porque les resulta más atractivo contratar a alguien con experiencia, que a un profesional al que se le tenga que capacitar por no estar a la altura del puesto de trabajo al que postula. Por otro lado, los egresados logran emplearse en puestos de trabajo que no se relacionan con su profesión, debido a que no requieren de mucha experiencia profesional, lo cual es perjudicial para su formación profesional, significando una pérdida de capital humano.

Gutiérrez, Martínez, Martínez y Zúñiga (2019) estudiaron la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación en Cartagena. Se tuvo como objetivos específicos: Conocer la situación laboral actual de los egresados de Comunicación Social; conocer el nivel de ingreso que perciben

los egresados; conocer la percepción de los egresados con respecto a su experiencia laboral. Identificar si los egresados se encuentran laborando en áreas relacionadas a la Comunicación. Se siguió una metodología mixta utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas, tales como la guía de entrevista y el cuestionario aplicados a los egresados de Comunicación. Se concluyó en que hay egresados de Comunicación que reciben entre dos a tres salarios mínimos, por lo cual muchos se sienten satisfechos con su situación laboral en la actualidad. Por otro lado, se evidenció un grupo de egresados que se encuentran actualmente desempleados y realizando otras actividades, por lo cual se encuentran insatisfechos con su carrera.

Sánchez (2019) estudió la inserción laboral de los comunicadores de la Universidad del Altiplano. Mediante el estudio se permitió identificar cuantos egresados han logrado insertarse rápidamente al mercado laboral y que dificultades encontraron durante sus entrevistas, también destacar que la obtención del título no es prioritaria al momento de postular a una empresa, debido a que requiere experiencia más que títulos profesionales. Se siguió un enfoque positivista o cuantitativo con un diseño descriptivo – no experimental, utilizando como técnica la encuesta, mediante el instrumento cuestionario aplicado a una muestra de 122 egresados. Se concluyó en que los egresados tienen que enfrentarse a una situación complicada debido a la falta de trabajo y a las pocas oportunidades que se brindan en el país. Por lo cual, los comunicadores tienen que asumir tres grandes retos: los problemas relacionados a su profesión que no les permiten insertarse en el mercado laboral, los requerimientos que establecen diversas empresas y la globalización.

Armendáriz (2019) analizó el nuevo perfil del profesional de la Comunicación y las Relaciones Públicas que requieren las empresas. La investigación tuvo como objetivos específicos: Conocer el perfil de relacionista pública que requieren las empresas; conocer cuales son las vacantes más

comunes relacionadas la carrera de Ciencias de la Comunicación; analizar la demanda de Comunicadores por áreas de trabajo; identificar las competencias y requisitos que solicitan las empresas de un Comunicador. Con una metodología cualitativa de tipo descriptivo simple – no experimental, utilizó como técnica la observación mediante el instrumento ficha de observación para estudiar el contenido de los anuncios que publican las propias empresas en comunicación para dar a conocer sus ofertas de trabajo. Se concluyó en que las empresas buscan un profesional de la Comunicación con principios éticos que tengan responsabilidad y asuman nuevos retos. Asimismo, deben redactar correctamente y ser creativos en sus contenidos, por lo cual muchos no logran ocupar las vacantes que solicitan debido a que una de la debilidad de muchos comunicadores es una mala redacción y falta de creatividad.

González (2018) realizó un estudio sobre las oportunidades laborales de los egresados de Comunicación Ecuatorianos. Tuvo como objetivos específicos: Conocer la situación laboral a la que se enfrentan los egresados de Comunicación; conocer las causas que producen el desempleo en Ecuador; analizar qué aspectos toman en cuenta las empresas durante la contratación de profesionales de la Comunicación. Establecer las áreas de trabajo en las que se pueden desempeñar los egresados de Comunicación. Se siguió una metodología mixta, empleando técnicas cualitativas y cuantitativas tales como encuestas, observaciones directas y entrevistas aplicadas a una muestra de 30 egresados. Se concluyó en que muchos de los egresados se encuentran desempleados porque no reúnen las competencias que buscan muchas empresas, además algunos trabajan sin ejercer su carrera, por lo que consideran que el mercado se encuentra muy saturado y muchas veces terminan haciendo otras actividades que no están ligadas con su profesión.

Cruz, Mena y Torrez (2010) estudiaron la relación entre la situación actual de los egresados de Comunicación Social de la USCG y el mercado laboral en Guayaquil. La investigación siguió una metodología cuantitativa de tipo

descriptivo – correlacional con un diseño no experimental, se empleó como técnica la encuesta mediante el instrumento cuestionario, el cual constó de 21 interrogantes aplicadas a 257 egresados de Comunicación. Se concluyó: Existe un porcentaje del 71% de egresados que no han obtenido su licenciatura, porque consideran que no es necesaria para obtener un buen puesto de trabajo; un 22% ha tardado más de 4 años en obtener su título debido a problemas económicos. El 90% de los egresados cuenta con un trabajo estable, sin embargo, un 82% no ejercen su carrera, debido a la falta de oportunidades de trabajo y porque les cuesta insertarse rápidamente en el mercado laboral. Por otro lado, muchos de los egresados no reciben un buen salario, aspecto que no compensa con lo invertido durante los años de estudio.

Rojas y León (2019) investigó los requerimientos que establecen las empresas periodísticas para la contratación de egresados de Periodismo en Arequipa. Se tuvo como objetivos específicos: Identificar los conocimientos previos que conocen los egresados; precisar que competencias poseen los egresados; precisar qué aspectos requieren las empresas al momento de contratar un egresado en periodismo. Se siguió un enfoque propositivo o cuantitativo, mediante un diseño descriptivo - no experimental, utilizando como técnica la encuesta, mediante el instrumento cuestionario aplicado a los jefes de empresas periodísticas de Arequipa. Se concluyó en que los egresados tienen conocimientos previos sobre radio, televisión y medios digitales. Con respecto a las competencias que tienen se evidenció que muchos de ellos tienen habilidad en el manejo de las tecnologías de la comunicación y en la redacción periodística. Finalmente, las empresas, buscan egresados que desarrollen habilidad en la producción audiovisual, manejo de cámaras y que redacten y editen correctamente textos periodísticos.

Rubio (2019) investigó el perfil de los egresados de Ciencias de la Comunicación de cinco Universidades y su acceso a puestos de trabajo en el Perú. La investigación se trazó como objetivos específicos: Analizar el plan de

estudios de la carrera de Comunicación en cada una de las universidades estudiadas; identificar el perfil de puesto que requieren las empresas; analizar el campo de trabajo para la carrera de Ciencias de la Comunicación en el Perú. Con una metodología cualitativa de tipo fenomenológico para describir y analizar los campos laborales según los programas de Comunicación, por lo cual utilizó como técnica la entrevista con su instrumento cuestionario de entrevista. Se concluyó: Al analizar el plan curricular de cada universidad se identificó que la carrera de Comunicación, tiene cuatro áreas (Periodismo, Audiovisuales, Marketing y Televisión) para que el egresado se pueda desempeñar. Por otro lado, debido a la demanda de egresados, los puestos de trabajo son cada vez menos, por lo cual no existen tantas convocatorias para Comunicadores Sociales. Las empresas requieren egresados con conocimientos en producción, televisión y que dominen una buena redacción periodística.

Asalde (2014) analizó el Perfil del egresado de ciencias de la comunicación que demandan los diarios locales de la ciudad de Chiclayo. La investigación se trazó como objetivos: 1) Analizar las características del perfil que forman y ofertan las universidades; 2) detallar las experiencias de los egresados sobre su inserción laboral en los diarios locales de Chiclayo; 3) Conocer la evaluación de los egresados, por medio de las opiniones de jefes y directores, con respecto al perfil profesional de Ciencias de la Comunicación, de las universidades donde se han formado. Con una metodología cualitativa utilizó como técnica la entrevista con su instrumento cuestionario de entrevista dirigida a 6 jefes de diarios locales en Chiclayo y 26 egresados en Comunicación. Se concluyó: Los diarios locales requieren egresados con experiencia, que tengan una buena redacción y que conozcan temas de la coyuntura actual. Por lo cual, se requiere que los egresados de Comunicación, obtengan experiencia desde los últimos ciclos para lograr que se inserten rápidamente en el mercado laboral.

Acuña & Mozombite (2013) elaboraron una propuesta para diseñar el perfil profesional de egresado de la E.A.P. de Administración de empresas, según sus competencias genéricas y específicas, que buscan las empresas en Lambayeque. La investigación se trazó como objetivos: Aprobar el perfil profesional del egresado de Administración de Empresas planteado por el proyecto Tunning con los representantes de las más importantes empresas del departamento de Lambayeque; identificar los requerimientos que exigen las principales empresas analizadas, en los profesionales de administración, sin importar la universidad de origen; determinar otras competencias que el egresado debería tener y aquellas debilidades que presentan, según el discurso de los representantes de las empresas en estudio. La investigación siguió una metodología cualitativa por lo cual se utilizó como técnica la entrevista con su instrumento cuestionario de entrevista a una muestra de 276 empresas en Chiclayo. Se concluyó: Se deben realizar cursos, que lleven al estudiante a la práctica y que lo preparen desarrollando las competencias que demandan las empresas. Todo egresado de administración de empresas debería reunir competencias que en muchos casos no aprendieron en la universidad, cultivando y desarrollando valores, que les permita ser personas de bien, comprometidos con el bienestar de la sociedad. Las empresas buscan contratar jóvenes con humildad, que estén dispuestos a entablar el diálogo y que puedan cambiar sus opiniones cuando sea pertinente, y que muestren una gran actitud.

Entre las principales teorías y conceptos la investigación se fundamenta en diferentes argumentos, los cuales se presentan a continuación:

La teoría del capital humano, fue desarrollada por Teller Lecture en los años 60, sin embargo, fueron Becker y Mincer quienes estudiaron con mayor precisión este enfoque. Los aportes de estos investigadores mencionaban que el hombre que se ha educado a base de esfuerzo y sacrificio, debe

realizar un trabajo que compense el costo de su formación profesional y le permita tener una mejor calidad de vida (Pérez y Castillo, 2016).

Por otro lado, Sanchez (2019) hace hincapié en la teoría del capital humano, indicando que el nivel educativo que logra alcanzar una persona repercuta en su situación económica, por lo que es importante que logre una buena formación profesional para lograr aspirar a buenos puestos de trabajo. Por lo tanto, la inversión en capital humano, permitirá elevar la productividad, constituyendo un bien intangible de suma importancia para la producción de bienes y servicios.

La teoría de la búsqueda de empleo, tienen diversas concepciones, sin embargo, son Peter A. Diamond, Dale T. Mortensen y Christopher A. Pissarides, quienes han aportado un gran número de investigaciones con respecto a este tema. Esta teoría pretende analizar el comportamiento de una persona durante el proceso de búsqueda de empleo. Es importante mencionar que los individuos que buscan empleo invierten tiempo y dinero en su búsqueda. Por otro lado, los empleadores también invierten tiempo en analizar el perfil de cada postulante y dinero en capacitarlos de acuerdo al puesto al que acceden. No obstante, el problema se presenta cuando tanto los postulantes como empleadores, no saben dónde buscar, debido a la falta de oportunidades en el mercado (Varela y Nava, 2015).

Según Caballero (2012) la teoría de los dos factores propuesta por Herzberg establece que la satisfacción laboral y la insatisfacción son términos totalmente distintos, pero que se encuentran presentes en diversas organizaciones. Según esta teoría existen dos necesidades relacionadas a cada trabajador. En primer lugar las necesidades higiénicas que hacen foco en el ambiente físico y emocional del trabajo y las necesidades de motivación, enfocadas al contenido mismo del trabajo.

Según el modelo de las determinantes de la satisfacción en el trabajo, propuesto por Lawler, un trabajador tiene muchas expectativas de su trabajo, por lo que siempre espera ser recompensado. Por lo tanto, si el trabajador recibe una recompensa que excede de la que se considera adecuada o si es equiparable, entonces se alcanzará un estado de satisfacción, sin embargo, si desarrolla en un sentido contrario se produce la insatisfacción. Por otro lado, es importante mencionar que para esta teoría el término “recompensa” no se refiere solo a retribución económica, puede comprender otros aspectos como ascensos, reconocimientos, comunicación con la alta dirección, etc.

La comunicación se ha convertido en un aspecto fundamental de la sociedad moderna y tiene gran importancia en el mundo. Es por eso que incluso las empresas vienen incluyendo la comunicación como una oportunidad para generar mayor rentabilidad. La comunicación es vista como una oportunidad para relacionarse con las masas, es ahí donde surgen los denominados medios de comunicación y las relaciones públicas (Rivadeneira y Montoya, 2017).

La comunicación es una disciplina de suma importancia dentro de los estudios de Ciencias Sociales, debido a la importancia que tiene su objeto de estudio para la sociedad en la actualidad. Al referirnos a las Ciencias de la Comunicación, se puede definir como un conjunto de disciplinas que abordan el estudio de la comunicación humana. Puede ser comprendida como un fenómeno ciertamente complejo, del cual se desprenden un sinnúmero de fenómenos sociales de interés (García, 2008).

La carrera de Ciencias de la Comunicación, le permite al egresado desempeñarse en diversas áreas tales como prensa, radio, televisión y marketing. Sin embargo, esta carrera enfrenta actualmente el reto de innovar y actualizar sus planes de estudios de acuerdo a las demandas del mercado, estableciendo competencias que permitan nuevos perfiles profesionales de acuerdo a lo que solicitan las empresas (Tejedor y Cervi, 2017).

Según la Universidad César Vallejo (2020) las Ciencias de la Comunicación, es una carrera profesional orientada a producir y difundir información a la gente, para lograr informar sobre diversos temas de interés público, que contribuyan con el conocimiento científico y bienestar de la sociedad.

Según Oviedo (2017) un comunicador social es aquel profesional que tiene la capacidad de transmitir sus ideas y lograr conectar con la gente. Es aquel que transmite eficiente su mensaje a las masas a través de los diversos medios de comunicación.

El Comunicador social debe estar identificado como un agente de cambio social, positivo por medio de la investigación y la planificación. Asimismo, el profesional en Ciencias de la comunicación debe ser de ayuda y orientación social, por eso, debe buscar indagar, investigar y planificar, cuando organiza, planifica y decide un proceso de construcción de medios de difusión, se encarga de diseñar un proceso de planificación de la comunicación tanto en una comunidad agrícola como realizar un diagnóstico comunicacional en una organización. (Cuenca, 1998, pág. 170)

El comunicador social es el gestor dentro del campo de la comunicación, por lo que es considerado como una fuente de información entre los medios de comunicación. Cumple un rol fundamental dentro de la sociedad y hace uso de diversas estrategias para lograr persuadir al público y lograr que su mensaje llegué correctamente (Rivadeneira y Montoya, 2017).

Según la Universidad del Norte (2020) un comunicador social por lo general se puede desempeñar en diversas áreas y puede cumplir las siguientes funciones:

- Redactores y editores de contenido para radio, medios impresos, televisión e internet, tanto convencionales como alternativos.

- Analistas en investigaciones relacionadas a la comunicación, desde diversas perspectivas.
- Realizadores y productores audiovisuales, en diversos formatos, con capacidad para desempeñarse como directores, productores, editores y equipo técnico.
- Comunicadores organizacionales, estableciendo diversas estrategias de comunicación para lograr el buen funcionamiento y relaciones en gobiernos, empresas privadas e instituciones no gubernamentales.
- Comunicadores para el desarrollo, preocupados por el bienestar de la sociedad y por los problemas que se generan en las diversas comunidades.

Con la creación de los diversos de Comunicación, ha crecido la demanda de Comunicadores Sociales en todo el mundo. El campo de acción de la comunicación suele ser algo complejo, debido a que los trabajos están cada vez más saturados ante la alta demanda de egresados. Sin embargo, casi siempre existen ciertas vacantes para campos de trabajo en comunicaciones, tales como relaciones públicas, comunicación comunitaria, comunicación organizacional, producción audiovisual, diseño e imagen, marketing y periodismo (Sánchez, 2012).

Según un estudio realizado en el Perú por el portal Ponte en Carrera, un comunicador social, puede llegar alcanzar un salario de S/2,724 soles, sin embargo, puede llegar a obtener un sueldo de hasta S/4,115 mensuales aproximadamente.

Según la Universidad Señor de Sipán (2020) un egresado en Ciencias de la Comunicación debe cumplir con el siguiente perfil:

Ejercer los distintos tipos de periodismo en las diversas plataformas informativas como: radio, televisión y medios impresos u online.

Relacionar comunicacionalmente a las instituciones, organismos y empresas con sus públicos.

Realizar investigación de mercados.

Mejorar la comunicación de los productos y servicios de las empresas.

Producir formatos culturales o de entretenimiento como programas de TV, radio, cine o streaming en diversos medios de comunicación.

Intervenir en el proceso de enseñanza en instituciones de nivel superior.

Actualmente existe un restringido mercado laboral en donde las oportunidades son cada vez menores, existe un gran número de comunicadores sociales desempleados, por lo que busca a los egresados a buscar nuevas oportunidades de generar ingresos, sacrificando su profesión por actividades que no tienen relación con su carrera. Esto se debe a que muchas veces las universidades no toman en cuenta las necesidades del mercado laboral en la formación de comunicadores (Villegas, 2019). Es necesario evaluar el vínculo establecido entre universidad - empresa.

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE) “Un egresado es aquel ciudadano o individuo que ha finalizado su proceso académico o universitario, durante un tiempo determinado”. (García, Treviño y Banda, 2019, p.56)

“Un egresado es una persona natural que ha culminado y aprobado satisfactoriamente su plan de estudios establecido por una universidad para obtener un grado académico o título profesional”. (Galviz, Zapata y Gómez, 2018)

Es importante mencionar que la educación tiene el objetivo de desarrollar capacidad y actitudes en las personas para contribuir con el desarrollo de la sociedad. Por lo tanto, la educación superior tienen un responsabilidad mayor,

que es la de formar profesionales competentes con visión al cambio y a la resolución de problemas, mediante una forma eficiente, novedosa que se ajuste a las necesidades sociales actuales en el mundo (Guerrero y Faro, 2012).

El término en latín, significa CURRÍCULO, que significa carrera, idea que contiene las diversas ideas y secuencias dentro este proceso. En el ámbito de la educación ha cambiado con el transcurrir de los años, acompañado de las innovaciones sociales, técnica y los cambios en los objetivos relacionados a la educación (Navarro Peña, 2006).

La estructura del currículo apunta a los procedimientos que se deben realizar en el proceso educativo. El currículo, está constituido por la estructura normativa, la cual se da en dos momentos: La organización curricular y su elaboración. Sin embargo, hay quienes cometen un error al elaborar un currículo educativo, ya que no detalla explícitamente la estructura que se debe de seguir. (Peñaloza, 2005, pág. 161)

Un currículo, es un recurso de gran importancia para los procesos de enseñanza – aprendizaje, es un recurso didáctico utilizado constantemente en la práctica docente, el cual es relevante y necesario en la selección de contenidos para la formación de los estudiantes (Ysunza, 2010, pág. 35).

El mercado laboral está representado en la actualidad por los trabajadores y empleadores, quienes son los que conforman la oferta y la demanda. El mercado laboral, es uno de los factores de producción en la que se elaboran los bienes y servicios; sin embargo cuando suben los salarios no siempre aumentan las ofertas de trabajo, lo cual representa uno de los problemas sociales de la economía moderna (Resico, 2015).

“Según la OIT, se puede considerar con empleo a toda persona con mayoría de edad que ejerza una actividad remunerada en una empresa formal o en un empleo independiente”. (Neffa, 2011, p.20)

La OIT define a la informalidad como aquel segmento del mercado que realizan actividades sin estar reguladas por un marco legal. Por lo general, lo comprenden aquellas personas o empleados que reciben ingresos, sin estar acogidos a un régimen laboral, por lo que no perciben beneficios laborales (Neffa, 2011). Desde otra perspectiva, el sector informal sería sinónimo de subempleo o de desempleo disfrazado.

La informalidad laboral es un fenómeno que surgió desde los años 70, el cual ha dado lugar a muchos estudios, que han permitido conocer algunos aspectos en particular de este fenómeno social. Por lo general, se consideraba un aspecto particular de aquellos países subdesarrollados, sin embargo, con el transcurrir de los años ha sufrido un aumento considerable y ha traído consigo un duro golpe para las actividades económicas en el todo mundo. La informalidad tiene su origen en el desempleo y la falta de oportunidades de trabajo (Sandoval, 2014).

Uno de los problemas que afronta actualmente la sociedad es el desempleo, debido a la falta de oportunidades de trabajo para la población, en especial para los jóvenes quienes tienen toda la predisposición de trabajar. Por lo tanto, el desempleo se puede definir como un desajuste en el mercado laboral, aludiendo a la falta de empleo y de dinero (Sánchez, 2014).

El desempleo se refiere a una persona que no tenga un trabajo ni un salario y puede estar desocupado durante un tiempo prolongando. Las personas pueden estar desempleadas por falta de oportunidades o por haber sido despedidas sin goce de haberes (Neffa, 2011).

La satisfacción laboral es el grado de conformidad que tienen los trabajadores con respecto a su entorno laboral y condiciones de trabajo. Es un factor de suma importancia para las organizaciones, debida que se relaciona con la calidad del trabajo y trato que brindan los jefes a sus colaboradores (Vera, 2020).

La satisfacción laboral es un término estudiado por diversos investigadores quienes se interesan por el estudio de las organizaciones. Existe un gran interés por estudiar la satisfacción e insatisfacción en un entorno laboral, debido a que influye directamente sobre la productividad de una empresa (Caballero, 2012).

La satisfacción laboral puede ser un estado emocional positivo que experimentan los trabajadores con relación a su entorno de trabajo, este sentimiento es alcanzado cuando se reciben recompensas por parte de la empresa, debido a que cuando se trabaja con entusiasmo y felicidad se obtienen buenos resultados (Alteco, 2020).

Según Ruiz (2019) para el estudio de la satisfacción laboral, es importante tener en cuenta las dimensiones que dependen de esta variable. Locke, las agrupó, de acuerdo a las características de cada trabajador, clasificándolas de la siguiente manera:

- **Satisfacción con el trabajo:** se refiere a las posibilidades de éxito, ascensos y reconocimiento que puede recibir un trabajador.
- **Satisfacción con el salario:** se refiere a la satisfacción de los trabajadores con el salario que reciben, para determinar si responde al trabajo que realizan y si este cumple con sus expectativas salariales.
- **Satisfacción con las promociones:** Incluye oportunidades de formación o cualquier de tipo de apoyo para una futura promoción.
- **Satisfacción con el reconocimiento:** Se refiere a los elogios y críticas que puede recibir un trabajador de acuerdo a su desempeño en el trabajo.
- **Satisfacción con los beneficios:** se refiere a los beneficios que recibe un trabajador, tales como pensiones, seguros médicos, vacaciones, primas.
- **Satisfacción con las condiciones de trabajo:** Hace referencia a las condiciones laborales bajo las que se desempeña un trabajador y las

condiciones que este percibe tales como flexibilidad de horarios, descansos y un buen clima laboral.

- **Satisfacción con los colegas de trabajo:** Se refiere al apoyo y compañerismo entre los trabajadores.
- **Satisfacción con la compañía y la dirección:** se refiere a los beneficios y salarios que reciben los trabajadores por su desempeño en la empresa.

Por otro lado, Palma (2005) menciona que la satisfacción laboral hace referencia a la disposición que tienen las personas hacia el trabajo, a partir de su experiencia en el trabajo. Clasifica esta variable en cuatro dimensiones:

- **Significación de la tarea:** Se refiere a la disposición que demuestran los trabajadores frente al lugar de trabajo, por lo general se asocia al esfuerzo, dedicación y realización.
- **Condiciones de trabajo:** se refiere a los elementos que brinda una empresa para desarrollar las actividades laborales.
- **Reconocimiento Personal y/o Social:** Se refiere al reconocimiento a los logros obtenidos de cada trabajador o a los posibles ascensos dentro de la empresa.
- **Beneficios Sociales:** Se refiere al salario e incentivos que recibe un trabajador por su buen desempeño en una organización.

Cómo pregunta nos planteamos lo siguiente: ¿Cuál es la relación entre la Situación laboral y nivel de satisfacción de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán?

La presente investigación se justifica por lo siguiente:

La investigación es relevante para los Comunicadores sociales de las diversas Escuelas Profesionales, para conocer la situación actual en función a los egresados y los grandes retos que deben asumir en el mercado laboral.

La investigación, se justifica desde la parte teórica porque permitió ampliar los conceptos en función a las principales bases de datos científicas como Scopus, Scielo y Redalyc, para lograr un precedente en el campo de las Comunicaciones.

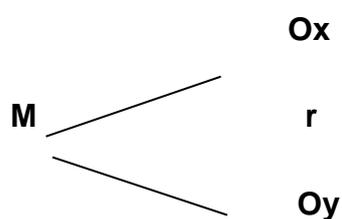
Además, se justifica metodológicamente, porque se pretende crear un nuevo instrumento de recolección de datos referente a la percepción de los egresados de Ciencias de la Comunicación sobre su actual situación laboral, el cual puede servir como referente para crear otro instrumento de medición referida a la variable de estudio.

El objetivo general consiste en identificar la relación entre la situación laboral y nivel de satisfacción de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán. Los objetivos específicos son: Identificar cuanto de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán se encuentran laborando en las diferentes áreas diferentes de la Comunicación; Identificar el nivel de ingresos de los estudiantes egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán; Identificar el nivel de desempleo de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán; Identificar el nivel de la satisfacción laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán; Identificar la relación entre la satisfacción laboral con el desempleo de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán; Identificar la relación entre la satisfacción laboral con el salario que perciben los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

## II. MATERIALES Y MÉTODOS

En cuanto al enfoque de esta investigación es cuantitativo. El estudio empleado tiene un nivel descriptivo con un diseño no experimental. También llamándole estudio de corte transversal o estudio de prevalencia.

Se utilizó el siguiente esquema:



**Dónde:**

M: Es la muestra

Ox: Situación actual de los egresados de Ciencias de la Comunicación

Oy: Satisfacción laboral

R: Relación entre variables

Con respecto a las variables de estudio se obtuvieron a situación laboral de los egresados y satisfacción laboral.

La presente investigación, tomó como población a los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS, desde el 2014 hasta el 2019 que suman un total de 247 de los cuales 172 son mujeres y 75 son hombres, los cuales se detallan a continuación:

**Tabla 1**

Total de egresados de Ciencias de la Comunicación USS 2014 – 2019

<b>Año de egreso</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>Egresados</b>	<b>Titulados</b>
2014	27	7	18	16
2015	24	16	22	18
2016	35	20	33	22
2017	43	15	36	22
2018	23	5	21	7
2019	20	12	28	4
<b>Total</b>	172	75	<b>247</b>	

**Fuente:** E.A.P. de Ciencias de la Comunicación, Pimentel – 2020.

**Tabla 2**

Muestra de egresados de Ciencias de la Comunicación USS 2014 – 2019

<b>Ciclos</b>	<b>Población</b>	<b>Afijación Proporcional</b>	<b>Estimación de proporción</b>	<b>Complemento de la proporción</b>	<b>Producto de Afijación con Propor</b>	<b>Tamaño de los estrata</b>
---------------	------------------	-------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------	---	------------------------------

						ción	tos
	$N_i$	$W_h$	$P_h$	$q_h$	$W_h P_h q_h$		$n_i$
<b>2014</b>	34	0.264615	0.5	0.5	0.066		17
<b>2015</b>	40	0.067692	0.5	0.5	0.017		28
<b>2016</b>	55	0.116923	0.5	0.5	0.029		37
<b>2017</b>	58	0.092308	0.5	0.5	0.023		40
<b>2018</b>	28	0.120000	0.5	0.5	0.030		11
<b>2019</b>	32	0.052308	0.5	0.5	0.013		14
<b>TOTA LES</b>	<b>247</b>	<b>1.0000</b>	<b>---</b>	<b>---</b>	<b>0.2500</b>		<b>147</b>
					$\sum W_h P_h q_h$		<b>Mues tra n</b>

Tamaño de la muestra:

$$n_0 = \frac{\sum W_h p_h q_h}{V} = 147$$

Tamaño de muestra óptima

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} = 147$$

Donde el valor de la Varianza V

$$V = \left( \frac{e}{Z} \right)^2$$

$$= 0.0009371$$

**e** : *error*  
*estipulado*

**Z:** *el valor de la abscisa Z en la distribución normal*

$$e = 0.06$$

$$Z = 1.96$$

La técnica utilizada fue la encuesta, que según Hernández, Fernández y Baptista (2018) es la más utilizada en las investigaciones de Ciencias Sociales. Esta técnica consiste en obtener información de un grupo de informantes, a través de una serie de interrogantes previamente formuladas y referidas a un fenómeno en particular. El instrumento utilizado fue el cuestionario para egresados de Comunicación, el cual permite diagnosticar la situación actual de los egresados, en base a las dimensiones: sector de la comunicación, informalidad y desempleo; consta de 10 ítems, mediante la escala de Likert con cinco alternativas de respuesta como son "Siempre", "Casi siempre", "A veces", "Casi nunca" y "Nunca". El Cuestionario de Satisfacción laboral SL-SPC es un instrumento aplicado en el campo organizacional, propuesto por Sonia Palma el cual permite diagnosticar la actitud del trabajador hacia su propio trabajo, consta de 27 ítems (8 para la dimensión significación de la tarea, 9 para la dimensión condiciones de trabajo, 5 para la dimensión Reconocimiento Personal y/o Social y 5 para la dimensión beneficios sociales), mediante la escala de Likert con cinco alternativas de respuesta como son Total acuerdo (TA) De acuerdo (A) Indeciso (I) En Desacuerdo (D) y Total Desacuerdo (TD).

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis de los resultados

##### 3.1.1. Fiabilidad y validez de los instrumentos aplicados

Los instrumentos de medición deben ser confiables antes de su aplicación, para medir de forma precisa y consistente. Es por ello que fueron evaluados mediante el estadístico Alfa de Cronbach para determinar que los ítems miden un mismo constructo y que estén correlacionados.

**Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad Situación laboral**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,930	12

Se puede apreciar que al analizar la confiabilidad del instrumento “Situación laboral” se obtuvo un .930 de fiabilidad, lo que indica que es confiable para su aplicación.

**Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad Satisfacción laboral**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,934	27

Se puede apreciar que al analizar la confiabilidad del instrumento “Satisfacción laboral” se obtuvo un .934 de fiabilidad, lo que indica que es confiable para su aplicación.

### 3.1.2. Caracterización de la muestra

**Tabla 5. Caracterización de los egresados en Ciencias de la Comunicación - USS.**

	n	%
<b>Sexo</b>		
Masculino	91	61,9%
Femenino	56	38,1%
<b>Edad</b>		
21	23	15,64%
22	27	18,36%
23	51	34,69%
25	31	21,10%
27	15	10,20%
<b>Situación laboral</b>		
Empleado	25	17%
Desempleado	122	83%
<b>Situación profesional</b>		
Egresado	74	50,34%
Bachiller	56	38,10%
Titulado	17	11,56%

Cuestionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020.

#### **Apreciaciones:**

La muestra está constituida por 147 egresados, siendo el 61.9% de sexo masculino y el 38.1% de sexo femenino. Los encuestados entre 21 a 23 años

conforman el 68.68%, mientras el grupo entre 25 a 27 años conforman el 31.30%. Respecto a la situación laboral, el 83% se encuentran desempleados y solo el 17% tienen un trabajo estable. Por otro lado, el 50,34% se mantienen como egresados, el 38,10% han obtenido el grado académico de Bachiller y solo un 11,56% son titulados.

### 3.1.3. Resultados de normalidad de los instrumentos

**Tabla 6. Normalidad de los instrumentos.**

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Situación laboral</b>	,118	61	,012	,949	65	,004
<b>Satisfacción laboral</b>	,123	63	,017	,947	63	,005

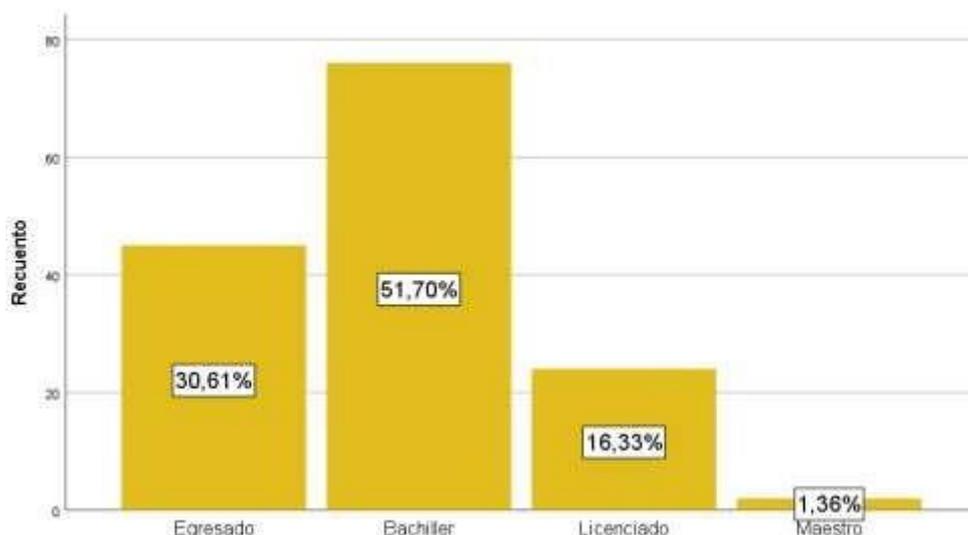
**Fuente:** Elaboración propia adaptado de programa estadístico IBM SPSS 24.

#### **Apreciaciones:**

Al aplicar la prueba de normalidad a los instrumentos se identificó que la variable situación laboral tiene un valor de 0.012 lo que nos indica que no hay normalidad ya que el resultado está por debajo de 0.05, en cuanto a la variable satisfacción laboral se tuvo 0.017 por lo cual se puede afirmar que no hay normalidad en las respuestas brindadas por los egresados, es por ello que se aplicará la Rho Spearman para la correlación de datos no paramétricos.

### 3.1.4. Resultados descriptivos del instrumento situación laboral del egresado de Ciencias de la Comunicación.

**Figura 1. Situación profesional de los egresados de Ciencias de la Comunicación.**



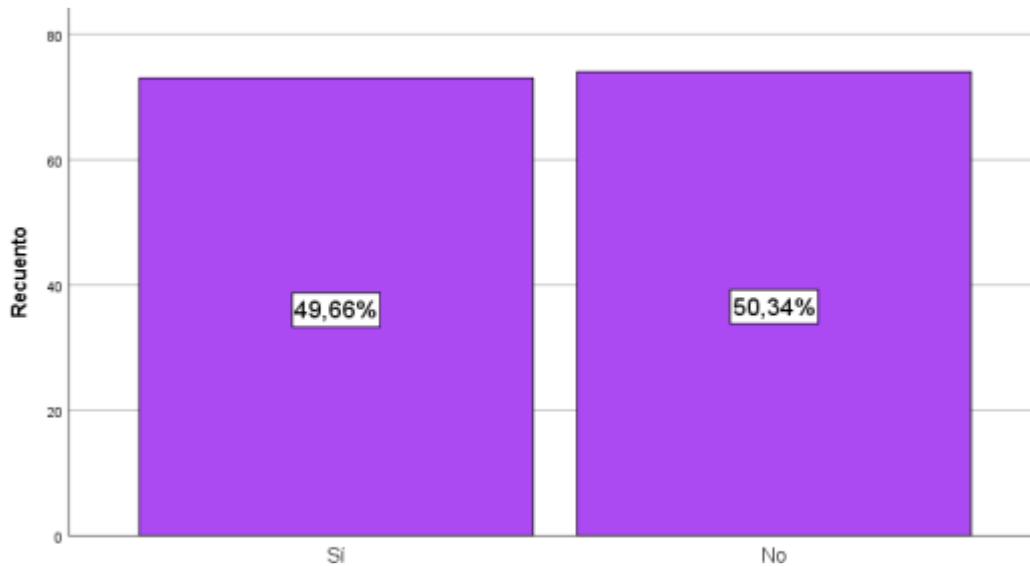
Cuestionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

#### **Interpretación:**

Sin duda, cada año se registran nuevos egresados en Ciencias de la Comunicación, una profesión, que les permite desempeñarse en diversas áreas tales como prensa, radio, televisión y marketing. No obstante, esta carrera enfrenta actualmente el reto de innovar y actualizar sus planes de estudios, por lo cual tener un título profesional se ha convertido en un requisito fundamental para obtener un empleo. Los egresados de Ciencias de la Comunicación en su mayoría han obtenido el grado de bachiller (51,70%), sin embargo, unos pocos han logrado titularse (16,33%), ya que más de la mitad se han conformado con ser egresados (30,61%) por falta de tiempo y dinero.

Por último, solo un mínimo porcentaje de ellos (1,36%) han obtenido su grado de maestros.

**Figura 2. Situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación.**



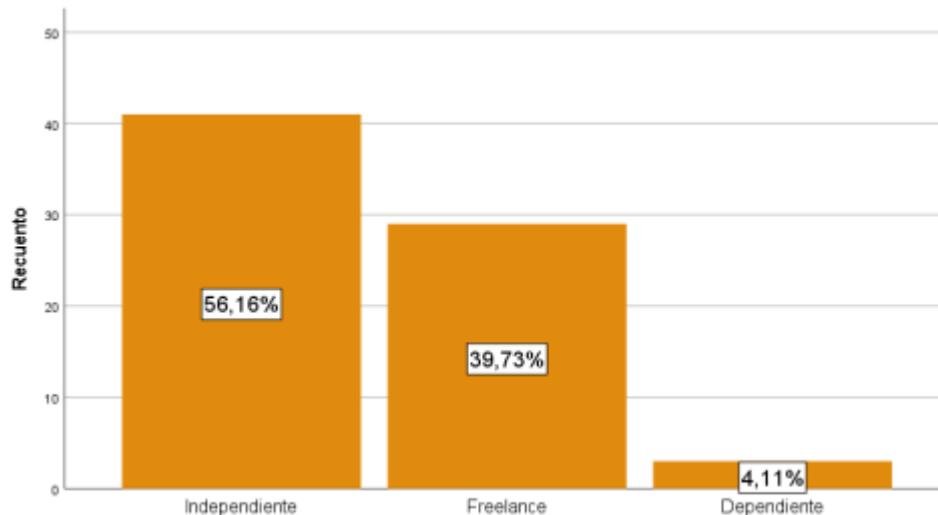
Cuestionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

El mercado laboral para los Comunicadores Sociales en el Perú, está muy saturado cada año egresan nuevos profesionales de la Comunicación. Existen muchos profesionales desempleados en nuestro país y otros terminan ocupando puestos que no están ligados a su carrera. Frente a este escenario, muchos egresados tienen pocas posibilidades de insertarse rápidamente al mercado laboral. Es por ello, que en la figura se puede apreciar que la mayor parte de los egresados encuestados no se encuentran laborando actualmente (50,34%), lo cual es preocupante, porque demuestra la poca rentabilidad de la carrera en el mercado laboral, sin embargo, existen otros egresados (49,66%)

que sí han logrado obtener un empleo, que muchas veces no esta relacionado con su profesión.

**Figura 3. Modalidad bajo la que desempeñan los egresados de Ciencias de la Comunicación.**

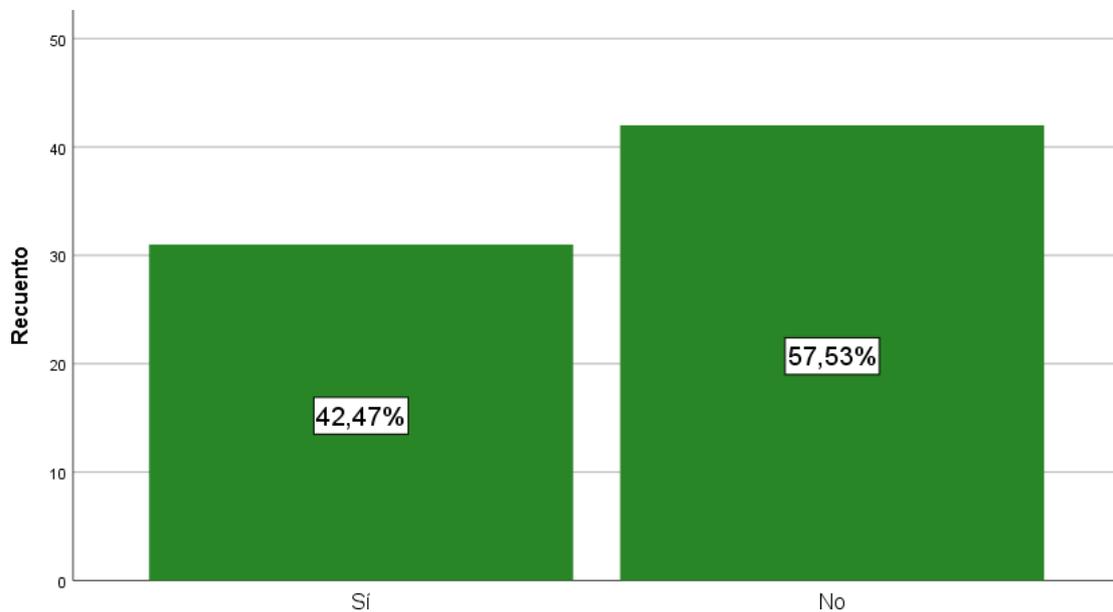


Cuestionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

#### **Interpretación:**

Debido a la falta de oportunidades, muchos profesionales se ven en la obligación de trabajar en la informalidad, lo cual los excluye del derecho de recibir un sueldo estable, CTS, gratificaciones y contar con un seguro de salud de acuerdo a ley. Son pocos los profesionales que se laboran bajo la formalidad. Este aspecto se ve reflejado en la figura 3, ya que los egresados encuestados en su mayoría (56,16%) laboran bajo la informalidad, solo un pequeño porcentaje (4,11%) están acogidos a un contrato laboral, que muchas veces no cumple con sus expectativas, pero les brinda mayores posibilidades de desarrollo profesional.

**Figura 4. Actividad laboral relacionada la carrera de Ciencias de la Comunicación.**

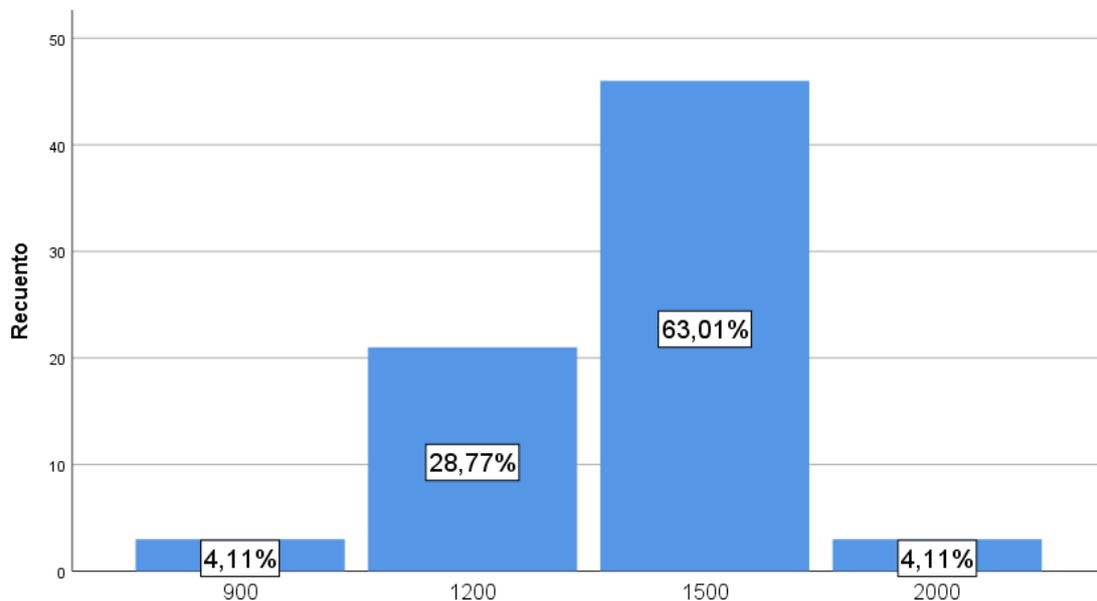


Cuestionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

La carrera de Ciencias de la comunicación, puede estar ligada a la conducción de un programa de radio o televisión, sin embargo, esta situación está lejos de la realidad para muchos egresados, quienes se tienen que adaptar a la poca demanda del contexto laboral actual, por lo que optan por no ejercer su profesión y realizar otras actividades que les brinden una remuneración, que muchas veces no compensa (Sánchez, 2019). Está problemática se ve reflejada en la figura 4 ya que los encuestados en gran medida (57,53%) no ejercen su profesión, por falta de oportunidades laborales. Por otro lado, existe un porcentaje de egresados (42,47%) que sí trabajan en áreas relacionadas a su carrera, pero perciben un sueldo que no es suficiente.

**Figura 5. Salario que perciben los egresados de Ciencias de la Comunicación.**

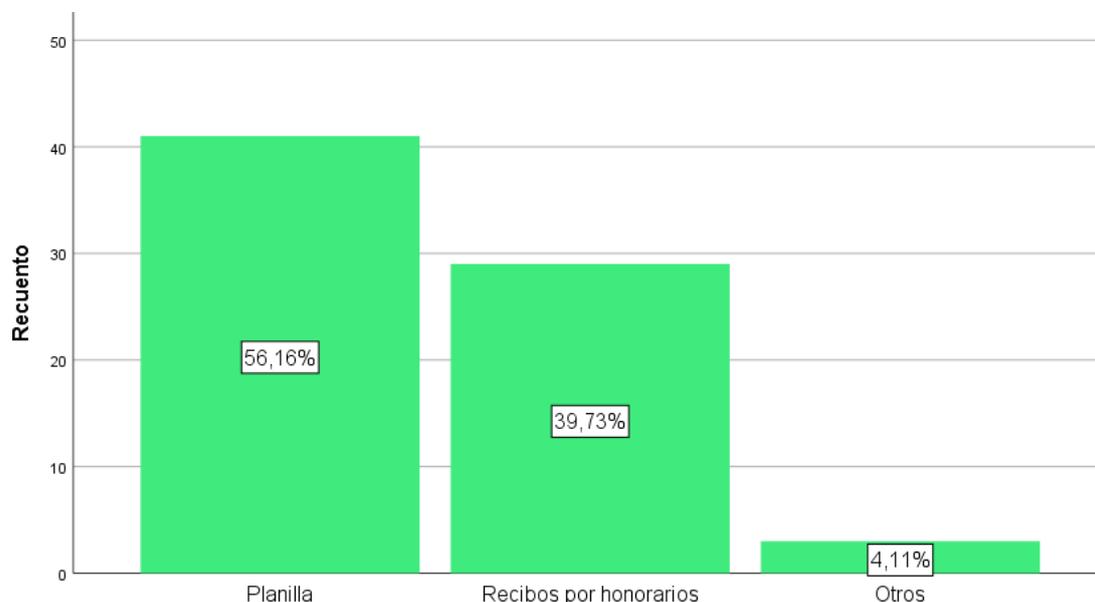


Cuestionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

Existe un número considerable de profesionales en comunicación que se encuentran laborando en el Perú, sin embargo, se encuentran poco satisfechos con su trabajo, debido a que perciben un mal salario que no se ajusta a sus necesidades, además la profesión no encuentra bien valorada y prevalece la informalidad. De acuerdo a los resultados obtenidos en la figura 5, se observa que el 63,01% de los egresados que se encuentran laborando, perciben un sueldo mensual de 1500 soles, el 28,77% indicó que perciben un aproximado de 1200 por mes y finalmente el 4,11% manifestó que perciben el sueldo básico dispuesto por el gobierno de 900, lo cual no compensa debido a que muchos tienen carga familiar y otros gastos que asumir.

**Figura 6. Categoría por la que son remunerados de los egresados.**

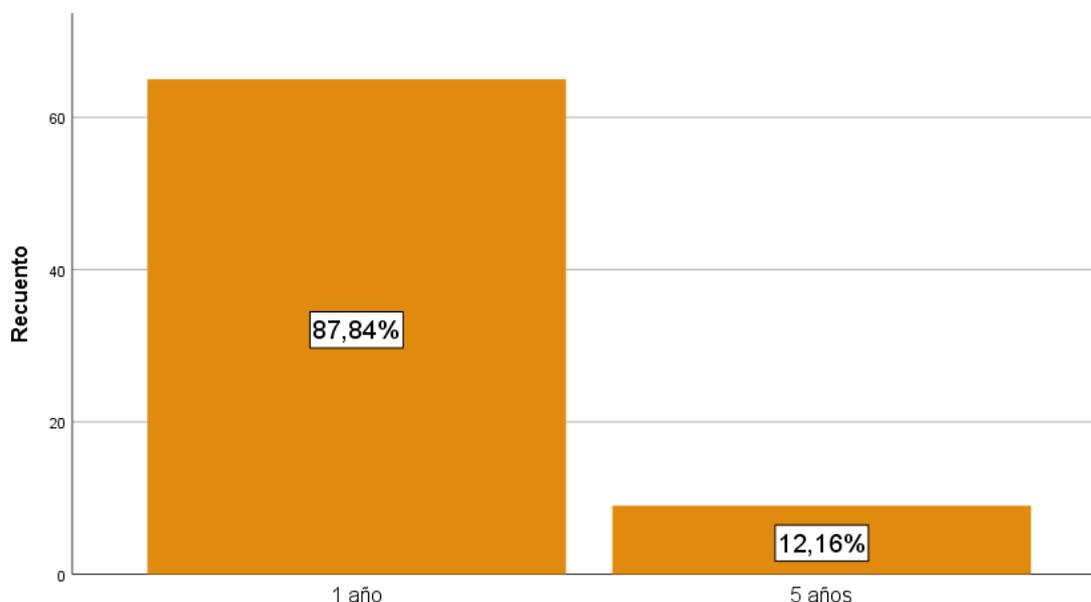


Cuestionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

### **Interpretación:**

Diversas investigaciones han demostrado que el salario influye sobre la productividad de una empresa, sin embargo, en el Perú son pocos los profesionales que se encuentran en planilla y reciben todos los beneficios de acuerdo a ley, algunos no gozan de estos beneficios y terminan trabajando bajo la informalidad. De acuerdo a los resultados obtenidos en la figura 6, se observa que el 56,16% de los egresados que se encuentran laborando, se encuentran en planilla, por lo cual están acogidos a un régimen laboral percibiendo los beneficios de ley, sin embargo, el 39,73% indicó que se les paga su sueldo mediante recibos por honorarios, excluyéndolos de cualquier tipo de beneficios.

**Figura 7. Periodo de desempleo de los egresados.**

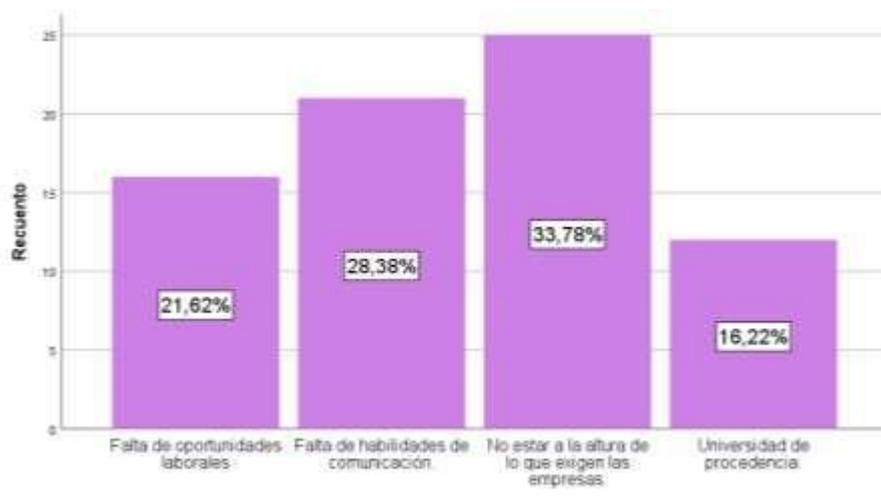


Cuestionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

Actualmente el mercado laboral ofrece pocas oportunidades de trabajo, por lo que es común ver a un egresado o profesional laborando como taxista o como vendedor de cualquier producto. Por lo cual, la inversión por una carrera no está siendo efectiva en su totalidad. Es por ello, que en la figura 8, se observa que un gran porcentaje de los egresados (87,84%) no se encuentran laborando desde hace más de 1 año, sin embargo, lo más preocupante es existe un porcentaje de egresados (12,16%) que no trabajan desde hace más de 5 años, por lo cual tienen que realizar diversas actividades alejadas de su carrera para poder sobrevivir.

**Figura 8.** Causas de desempleo de los egresados de Ciencias de la Comunicación.



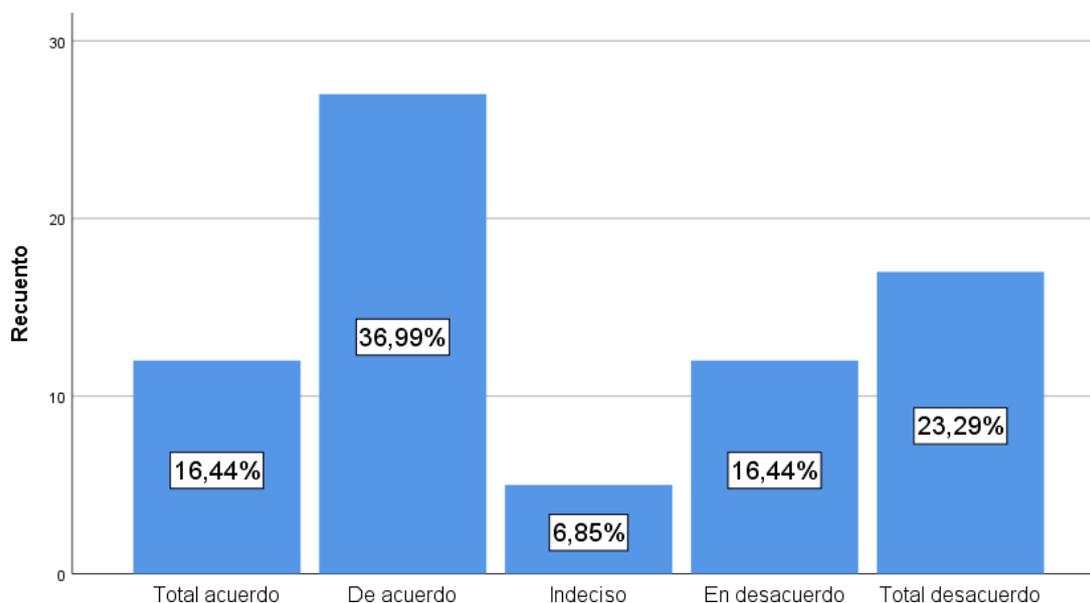
Cuestionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

#### **Interpretación:**

La carrera de Ciencias de la comunicación, tiene un campo laboral muy amplio, sin embargo, la contratación de personal y la crisis económica, ha traído como consecuencia altos niveles de desempleo en todo el mundo con respecto a esta profesión, lo que provoca que muchos egresados de las diversas universidades no encuentren trabajo. De acuerdo a los resultados obtenidos en la figura 8, se observa que el 33,78% de los egresados que no se encuentran laborando, consideran que esta situación se debe a que muchos no están a la altura de lo que exigen las empresas, el 29,38% considera que les falta desarrollar habilidades de comunicación, el 21,62% percibe que esta situación se debe a la falta de oportunidades laborales, debido a que la carrera tiene poca demanda y finalmente el 16,22% consideran que muchas veces algunas empresas optan por no contratarlos debido a su universidad de procedencia.

### 3.1.5. Resultados descriptivos del instrumento satisfacción laboral del egresado de Ciencias de la Comunicación.

**Figura 9. Nivel de satisfacción laboral de los egresados en Ciencias de la Comunicación**

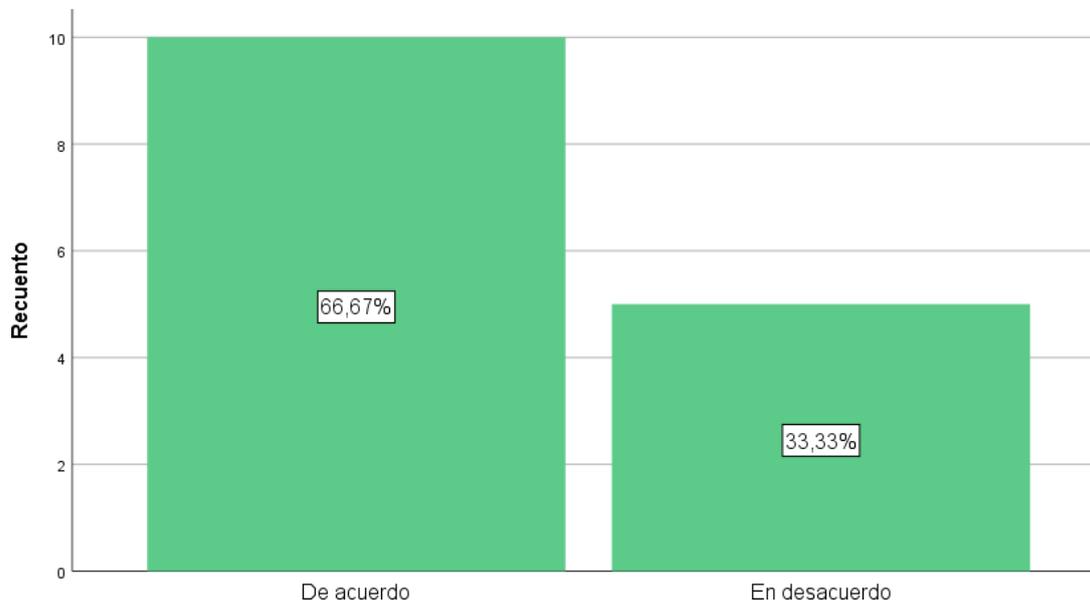


Cuestionario para medir la satisfacción laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

#### **Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la figura 9, se observa que los egresados se encuentran medianamente satisfechos con todo lo que sucede en la organización, ya que como se observa el 36,39% marcaron la alternativa "De acuerdo" y el 16,44% "Total acuerdo", sin embargo existe otro porcentaje de los encuestados que se encuentran insatisfechos ya que un 23,29" indicaron estar en "Total desacuerdo" y un 16,44% "En desacuerdo" con aspectos que se dan dentro de la empresa en la que se encuentran laborando.

**Figura 10. Sueldo que perciben los egresados.**

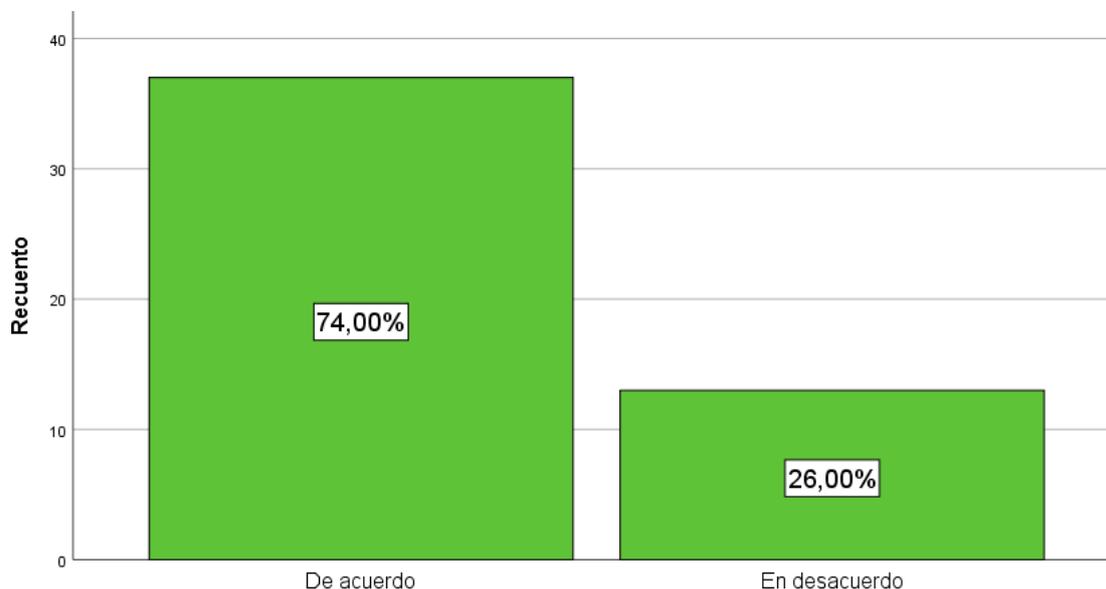


Cuestionario para medir la satisfacción laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

Es importante determinar la satisfacción de los egresados con respecto al salario que reciben, para determinar si responde al trabajo que realizan y si este cumple con sus expectativas salariales. Según la figura 10, se puede evidenciar que el 66,67% de los encuestados se encuentran de acuerdo en que el sueldo que reciben es muy bajo por la labor que realizan.

**Figura 11. Actitud en el trabajo.**

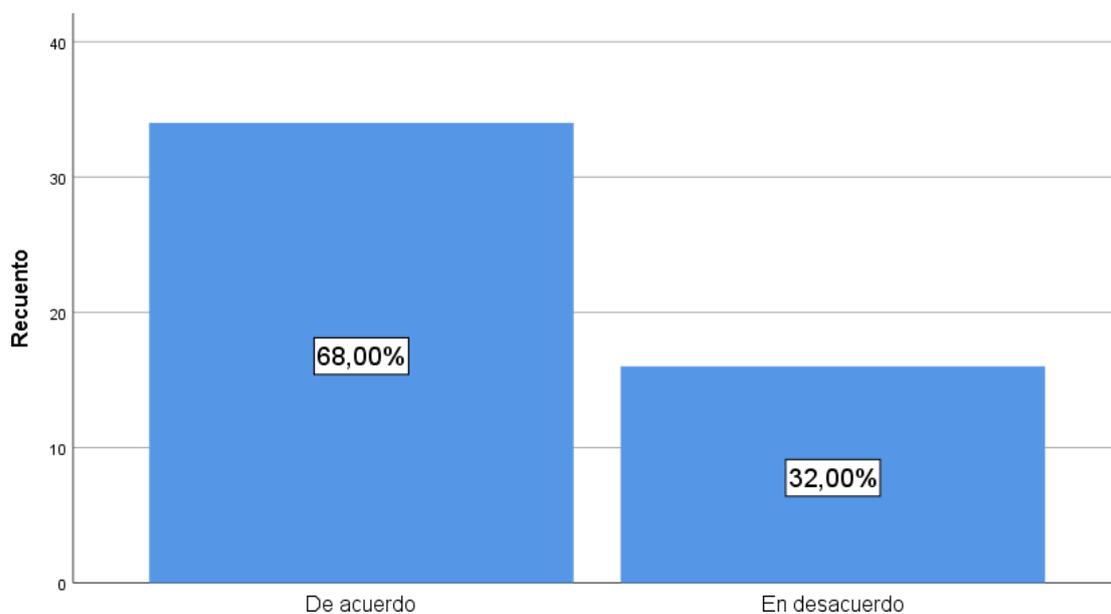


Cuestionario para medir la satisfacción laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

Es importante que las empresas comprendan que muchas veces los trabajadores asumen una actitud negativa dentro del trabajo, debido a que se sienten desmotivados y no dan lo mejor de si mismos. Es por ello que las empresas deben asumir acciones que permitan un cambio de actitud en los trabajadores. Por lo cual, en la figura 11 se puede evidenciar esta realidad, debido a que los trabajadores en gran medida se sienten mal con lo que hacen, debido a que todos están “De acuerdo” que no se sienten satisfechos en el trabajo.

**Figura 12.**

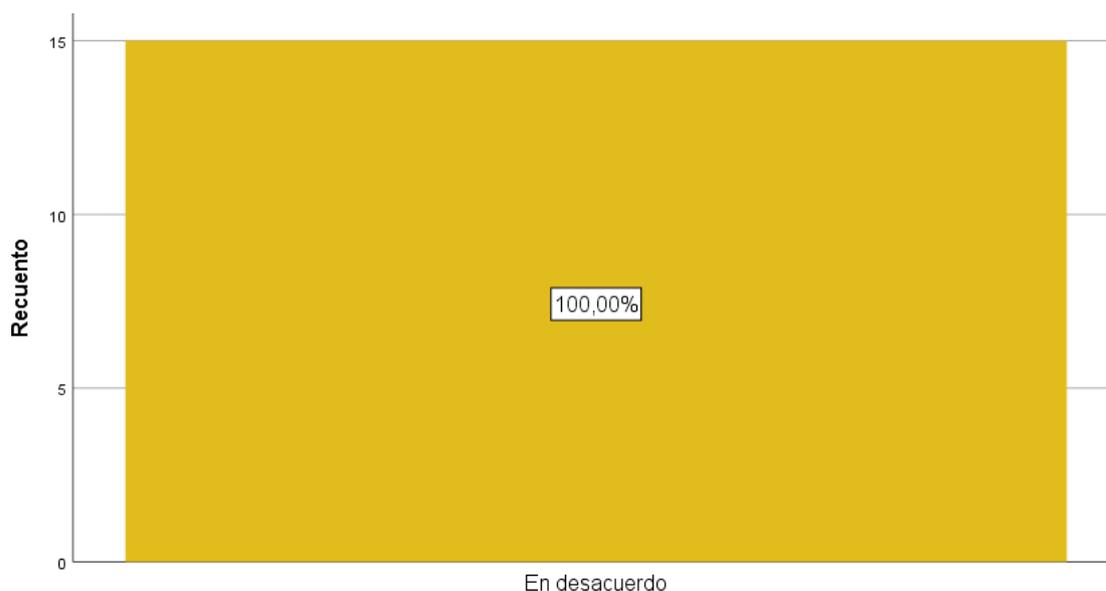


Cuestionario para medir la satisfacción laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

La insatisfacción laboral va en aumento y una de las principales causas es el mal trato que reciben algunos trabajadores por parte de sus jefes. Esto genera que algunos trabajadores experimenten una percepción negativa con relación a su entorno de trabajo, este sentimiento es alcanzado cuando se reciben malos tratos por parte de la empresa. Según la figura 12, los trabajadores en su mayoría están “De acuerdo” en que reciben un “mal trato” por parte de la empresa.

**Figura 13.**

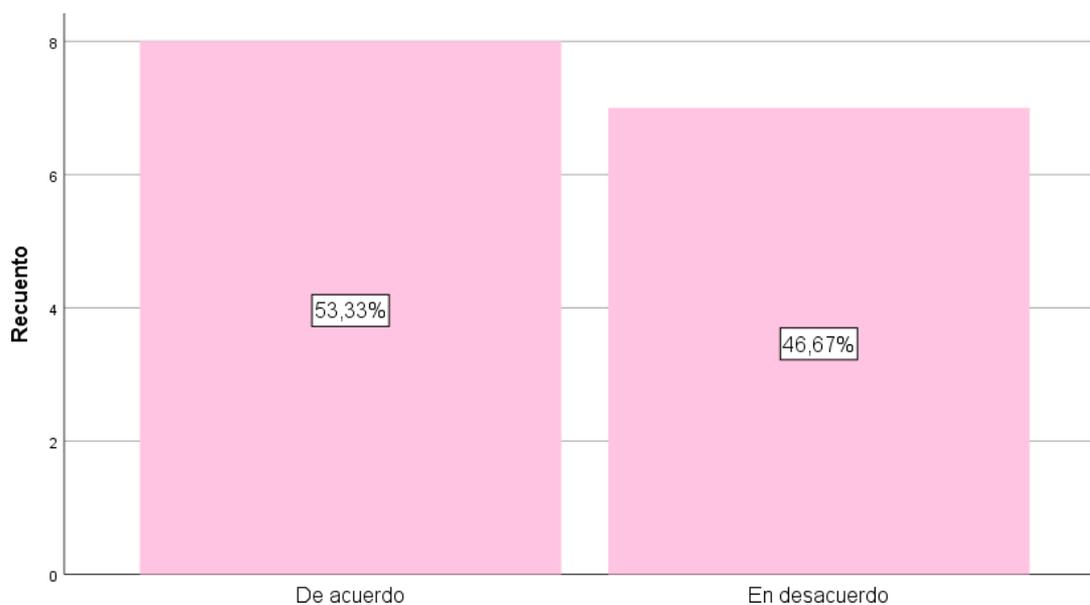


Cuestionario para medir la satisfacción laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

Las empresas por lo general brindan ciertos elementos para que los trabajadores puedan desarrollar sus actividades laborales. Sin embargo, muchas veces el ambiente de trabajo no logra ser confortable, debido a que se sienten insatisfechos con el puesto, por factores como un mal salario, pésimo clima laboral y falta de comunicación. Según la figura 13 los egresados en su totalidad, están “En desacuerdo” en que el lugar donde desarrollan su trabajo sea confortable, lo cual ha generado que muchos de ellos se sientan desmotivados y con menos de ganas de realizar bien su trabajo.

**Figura 14.**

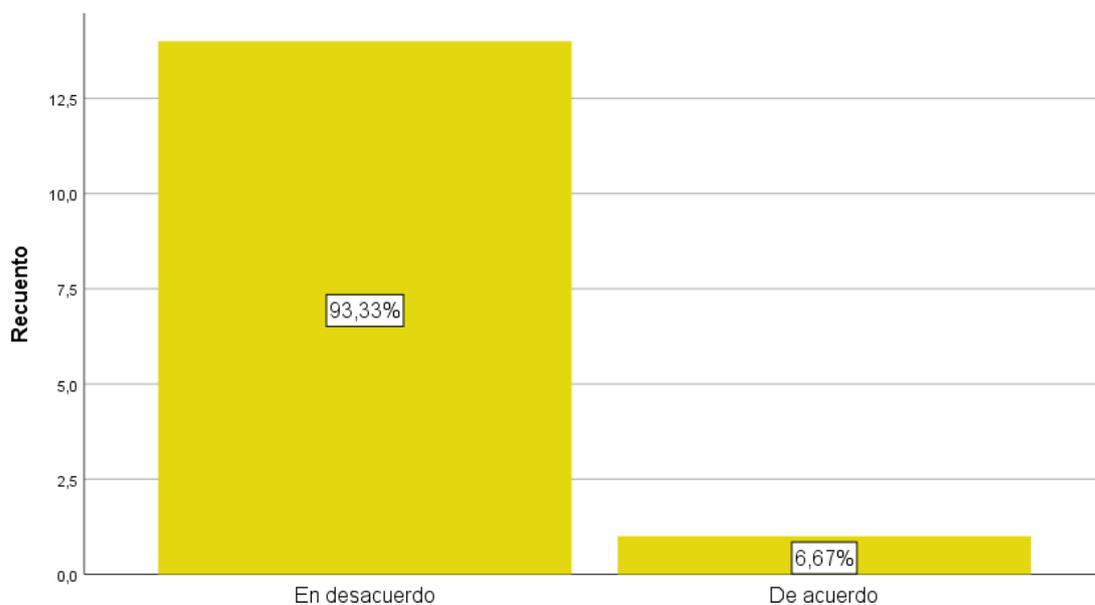


Cuestionario para medir la satisfacción laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

Los trabajadores en una empresa, por lo general suelen sentirse explotados debido a que no se valora lo suficiente su desempeño y esto puede generar que muchas veces se sientan frustrados y por ende su desempeño no será el mejor, lo cual puede afectar significativamente a la empresa. Según la figura 14, los egresados en su mayoría experimentan la sensación de que están siendo explotados en el trabajo.

**Figura 15.**

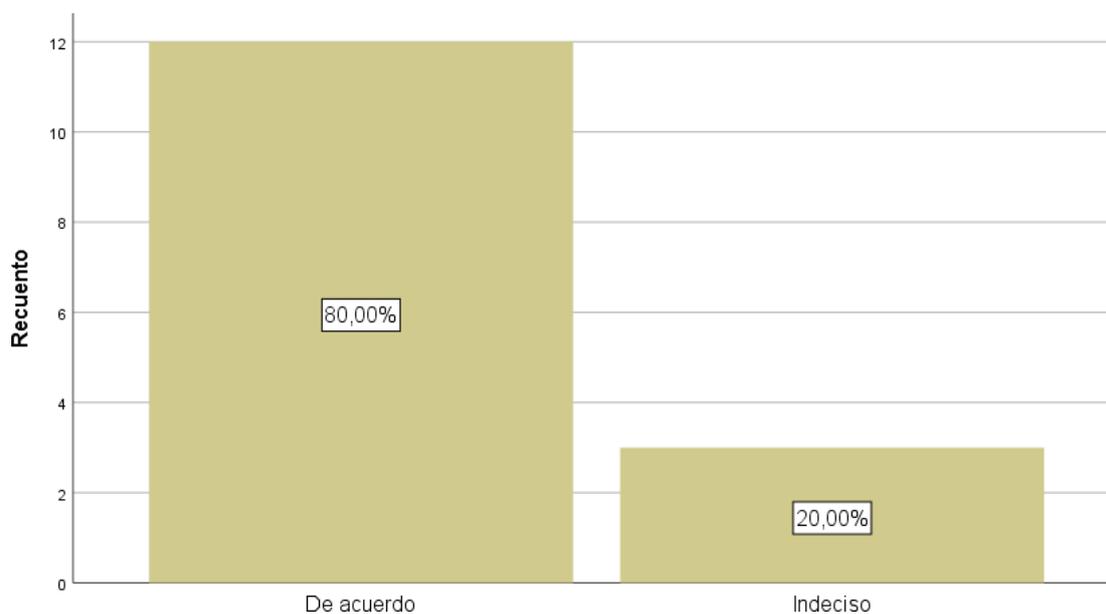


Cuestionario para medir la satisfacción laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

Muchos trabajadores no se sienten satisfechos con lo que hacen, esto se debe a que trabajan en un área que no los apasiona o en algún rubro alejado de su profesión. Esto genera que a pesar de que realicen bien su trabajo, no se sientan del todo satisfechos con los resultados obtenidos en su trabajo. Esto se evidencia en la figura 15 ya que los trabajadores en su mayoría están “En desacuerdo” en que los complace los resultados de su trabajo.

**Figura 16.**



Cuestionario para medir la satisfacción laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

**Interpretación:**

La Satisfacción con las condiciones de trabajo hace referencia a las condiciones laborales bajo las que se desempeña un trabajador y las condiciones que este percibe tales como flexibilidad de horarios, descansos y un buen clima laboral. Según la figura 16 los trabajadores en su mayoría están “De acuerdo” en que les disgusta su horario, por lo cual evidencian cierta insatisfacción.

### 3.1.6. Correlación entre variables

Tabla 7

*Relación entre la dimensión desempleo y la variable Satisfacción laboral.*

		Desempleo	Satisfacción laboral
<b>Rho de Spearman</b>	Situación laboral	1,000	,254
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)		,017
		67	67
	Satisfacción Laboral	,254	1,000
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	67	67

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Cuestionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

#### INTERPRETACIÓN

Como se observa en la tabla 4 el coeficiente de las variables planteadas es de 0.298, que significa que “existe una relación positiva débil entre la variable satisfacción laboral los egresados de Ciencias de la Comunicación con la dimensión desempleo. Esto quiere decir que, si “la satisfacción laboral de los egresados” disminuye, “el desempeño” aumentará de forma constante ya que muchos sentirán la necesidad de renunciar, pero será en menor proporción, debido a que existe una significancia de 0.017.

**Tabla 8**

**Relación entre la dimensión salario y la variable Satisfacción laboral.**

		Salario	Satisfacción laboral
	Situación laboral	1,000	,277
<b>Rho de Spearman</b>			Sig. (bilateral)
		65	,018 65
	Satisfacción Laboral	,277	1,000
		Sig. (bilateral)	65 65

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Questionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

### **INTERPRETACIÓN**

Como se observa en la tabla 4 el coeficiente de las variables planteadas es de 0.277, que significa que existe una relación positiva entre el salario que perciben los egresados de Ciencias de la Comunicación con la satisfacción laboral. Esto quiere decir que, si “el salario” aumenta, “el desempeño laboral” también aumentará de forma constante, pero será en menor proporción, debido a que existe una significancia de 0.018.

### 3.1.7. Prueba de hipótesis

Es probable que exista relación positiva entre la situación laboral y el nivel de satisfacción de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

Es probable que exista relación negativa entre la situación laboral y el nivel de satisfacción de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

**Tabla 9**

***Prueba de hipótesis entre las variables situación laboral y satisfacción laboral.***

		Situación laboral	Satisfacción laboral
	Situación laboral	1,000	,298
<b>Rho de Spearman</b>	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	68	,018 68
	Satisfacción Laboral	,298	1,000
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	68	68

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Questionario para medir la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la USS aplicado en septiembre -2020

## **INTERPRETACIÓN**

Como se observa en la tabla 6 el coeficiente de las variables planteadas es de 0.298, que significa que “existe una relación positiva débil entre la situación actual de los egresados de Ciencias de la Comunicación con la satisfacción laboral. Esto quiere decir que, si “la situación de los egresados” aumenta, “el desempeño laboral” también aumentará de forma constante, pero será en menor proporción, debido a que existe una significancia de 0.018, por lo cual se acepta la hipótesis propuesta en la tesis.

### **3.2. Discusión de los resultados**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la figura 3, se observa que los encuestados en su mayoría (50,34%) no se encuentran laborando, lo cual es preocupante, porque demuestra la poca rentabilidad de la carrera en el mercado laboral, sin embargo, existen otros egresados (49,66%) que sí han logrado insertarse rápidamente y han obtenido un puesto de trabajo. Tal como lo indica Gonzáles (2014) quien realizó un estudio sobre las oportunidades laborales de los egresados de Comunicación Ecuatorianos. En donde concluyó que muchos de los egresados se encuentran desempleados porque no reúnen las competencias que buscan muchas empresas, además algunos trabajan sin ejercer su carrera, por lo que consideran que el mercado se encuentra muy saturado y muchas veces terminan haciendo otras actividades que no están ligadas con su profesión.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la figura 5, se observa que los encuestados en su mayoría (57,53%) que se encuentran laborando, no ejercen su profesión, por falta de oportunidades laborales, sin embargo, existe un porcentaje de egresados (42,47%) que sí trabajan en áreas relacionadas a su carrera, por lo cual tienen mayores posibilidades de desarrollo profesional. Los resultados evidencian lo advertido por Padilla (2018) quien estudió la inserción al mercado laboral de los egresados de los programas de licenciaturas administrativas de Centro Universitario de Los Altos. Concluyendo en que los egresados logran emplearse en puestos de trabajo que no se relacionan con su profesión, debido a que no requieren de mucha experiencia profesional, lo cual es perjudicial para su formación profesional, significando una pérdida de capital humano.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la figura 6, se observa que el 63,01% de los egresados que se encuentran laborando, perciben un sueldo mensual de 1500 soles, el 28,77% indicó que perciben un aproximado de 1200 por mes y finalmente el 4,11% manifestó que perciben el sueldo básico

dispuesto por el gobierno de 900, lo cual no compensa debido a que muchos tienen carga familiar y otros gastos que asumir. Estos resultados coinciden con lo indicado por Gutiérrez, Martínez, Martínez y Zúñiga (2019) quienes estudiaron la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación en Cartagena. Llegando a la conclusión en que hay egresados de Comunicación que reciben entre dos a tres salarios mínimos, por lo cual muchos se sienten satisfechos con su situación laboral en la actualidad. Por otro lado, se evidenció un grupo de egresados que se encuentran actualmente desempleados y realizando otras actividades, por lo cual se encuentran insatisfechos con su carrera.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las figuras 8 y 9, se observa que el 87,84% de los egresados que no se encuentran laborando, se encuentran en situación desde hace 1 año, debido a que muchos no están a la altura de lo que exigen las empresas, otros consideran que les falta desarrollar habilidades de comunicación, y finalmente unos pocos consideran que muchas veces algunas empresas optan por no contratarlos debido a su universidad de procedencia. Los resultados evidencian lo investigado por Sánchez (2019) quien estudió la inserción laboral de los comunicadores de la Universidad del Altiplano. En donde concluyó en que los egresados tienen que enfrentarse a una situación complicada debido a la falta de trabajo y a las pocas oportunidades que se brindan en el país. Por lo cual, los comunicadores tienen que asumir tres grandes retos: los problemas relacionados a su profesión que no les permiten insertarse en el mercado laboral, los requisitos de ingreso que solicitan muchas empresas y la globalización.

Como se observa en la tabla 4 el coeficiente de las variables planteadas es de 0.298, que significa que “existe una relación positiva débil entre la variable satisfacción laboral los egresados de Ciencias de la Comunicación con la dimensión desempleo. Esto quiere decir que, si “la satisfacción laboral de los egresados” disminuye, “el desempeño” aumentará de forma constante,

pero será en menor proporción, debido a que existe una significancia de 0.017. Tal como lo advirtió Gonzáles (2014) quien realizó un estudio sobre las oportunidades laborales de los egresados de Comunicación Ecuatorianos. En donde concluyó que muchos de los egresados se encuentran desempleados porque no reúnen las competencias que buscan muchas empresas, además algunos trabajan sin ejercer su carrera, por lo que consideran que el mercado se encuentra muy saturado y muchas veces terminan haciendo otras actividades que no están ligadas con su profesión.

Como se observa en la tabla 4 el coeficiente de las variables planteadas es de 0.277, que significa que existe una relación positiva entre el salario que perciben los egresados de Ciencias de la Comunicación con la satisfacción laboral. Esto quiere decir que, si “el salario” aumenta, “el desempeño laboral” también aumentará de forma constante, pero será en menor proporción, debido a que existe una significancia de 0.018. Los resultados coinciden con lo expuesto por Cruz, Mena y Torrez (2010) quienes estudiaron la relación entre la situación actual de los egresados de Comunicación Social de la USCG y el mercado laboral en Guayaquil. Concluyendo que un 82% de los egresados no ejercen su carrera, debido a la falta de oportunidades de trabajo y porque les cuesta insertarse rápidamente en el mercado laboral. Por otro lado, muchos de los egresados no reciben un buen salario, aspecto que no compensa con lo invertido durante los años de estudio.

#### **IV. CONCLUSIONES**

Se identificó que la mayor parte de los egresados encuestados no se encuentran laborando actualmente (50,34%), sin embargo, existen otros egresados (49,66%) que sí han logrado obtener un empleo, pero muchas veces no está relacionado con su profesión.

Al identificar el nivel de ingresos de los egresados de Ciencias de la Comunicación, se identificó que la mayoría (63,01%) perciben un salario promedio de 1500 soles y otros en gran medida el sueldo básico de 900 soles, lo cual no compensa debido a que muchos tienen carga familiar y otros gastos que asumir.

Al identificar el nivel de desempleo de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad, se determinó que existe un nivel alto ya que se observa que un gran porcentaje de los egresados (87,84%) no se encuentran laborando desde hace más de 1 año, sin embargo, lo más preocupante es existe un porcentaje de egresados (12,16%) que no trabajan desde hace más de 5 años, por lo cual tienen que realizar diversas actividades alejadas de su carrera para poder sobrevivir.

Al identificar el nivel de la satisfacción laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán, se determinó que la mayor parte de ellos se encuentran medianamente satisfechos con todo lo que sucede en la organización, ya que como se observa el 36,39% marcaron la alternativa "De acuerdo" y el 16,44% "Total acuerdo", sin embargo existe otro porcentaje de los encuestados que se encuentran insatisfechos ya que un 23,29" indicaron estar en "Total desacuerdo" y un 16,44% "En desacuerdo" con aspectos que se dan dentro de la empresa en la que se encuentran laborando.

Al identificar la relación entre la satisfacción laboral con el desempleo de los egresados de Ciencias de la Comunicación, se determinó que existe una

relación positiva débil entre la variable satisfacción laboral los egresados de Ciencias de la Comunicación con la dimensión desempleo. Esto quiere decir que, si “la satisfacción laboral de los egresados” disminuye, “el desempeño” aumentará de forma constante, ya que muchos sentirán la necesidad de renunciar, pero será en menor proporción, debido a que existe una significancia de 0.017.

Al identificar la relación entre la satisfacción laboral con el salario que perciben los egresados de Ciencias de la Comunicación, se concluye en que existe una relación positiva entre el salario que perciben los egresados de Ciencias de la Comunicación con la satisfacción laboral. Esto quiere decir que, si “el salario” aumenta, “el desempeño laboral” también aumentará de forma constante.

## **V. RECOMENDACIONES**

Se recomienda a la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación, establecer convenios con diversas organizaciones del sector público y privado, para dar la oportunidad a sus egresados de insertarse rápidamente en el mercado laboral.

Se recomienda a la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación, realizar un seguimiento constante a sus egresados, al fin de evaluar sus comentarios y diseñar planes de mejora.

Se recomienda a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación realizar investigaciones enfocadas en este problema, para identificar campos de acción emergentes para la comunicación.

## REFERENCIAS

- Acuña Hernández, K. E., & Mozombite Grández, C. A. (2013). Propuesta del perfil profesional del recién egresado de administración de empresas basado en sus competencias genéricas y específicas, que requieren hoy en día las principales empresas del departamento de Lambayeque. (Tesis de pregrado). Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Alarcón Rojas, G. A., & León Cruz, N. (2019). Requerimientos Profesionales de los Egresados de Periodismo por las Empresas Periodísticas de Arequipa, 2016. (Tesis de pregrado). Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Alteco. (2020). Qué es la Satisfacción Laboral. Obtenido de <https://www.aiteco.com/satisfaccion-laboral/>
- Armendáriz, E. (2019). El nuevo perfil del profesional de la Comunicación y las Relaciones Públicas. Una visión desde la perspectiva del mercado. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, V(9), 153-178. Obtenido de <file:///C:/Users/Salavery/Downloads/Dialnet-EINuevoPerfilDelProfesionalDeLaComunicacionYLasRel-5105848.pdf>
- Asalde Rojas, A. G. (2014). Perfil del egresado de ciencias de la comunicación que demandan los diarios locales de la ciudad de Chiclayo, Lambayeque 2014. (Tesis de pregrado). Chiclayo: Universidad Señor de Sipán.
- Baena Paz, G. M. (2017). Metodología de la investigación (3a. ed.). México, D.F: Grupo Editorial Patria.

- Burgos Flores, B., & López Montes, K. (2019). La situación del mercado laboral de profesionistas. *Revista de la educación superior*, 39(156). Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-27602010000400002](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602010000400002)
- Caballero Rodríguez, K. (2012). El concepto de “satisfacción en el trabajo” y su proyección en la enseñanza. *Profesorado, revista de currículum y formación del profesorado*, 6, 1-2.
- Cornejo, M., & Salas, N. (2011). Rigor y calidad metodológicos: Un reto a la investigación. *Psicoperspectivas*, 12-34. Obtenido de <http://www.scielo.cl/pdf/psicop/v10n2/art02.pdf>
- Cruz Toral, M. d., Mena Iturralde, L. C., & Torres Reyes, M. A. (2010). Estudio de la situación actual de los egresados de Comunicación Social de la USCG y su relación con el mercado laboral. (Tesis de pregrado). Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Cuenca de Herrera, G. (1998). La enseñanza de la comunicación y el periodismo en Venezuela. Cuenca: Colección estudios.
- Galviz Buitrago, A., Zapata Aguirre, S., & Gómez Navarro, M. V. (2018). Seguimiento a egresados de la Institución Universitaria Escolme en los años 2013 – 2017. *Revista CIES*, 9(2), 250-278.
- García Ancira, C., Treviño Cubero, A., & Banda Muñoz, F. (2019). Caracterización del seguimiento de egresados universitarios. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(1). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322019000100023&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322019000100023&lng=es&nrm=iso&tlng=es)

- García Jiménez, L. (2008). Las ciencias de la comunicación a la luz de las nuevas tecnologías: retos para una disciplina en la incertidumbre. *Global Media Journal*, 5(10).
- Gestión. (2018). Forge: El 38% de jóvenes peruanos no encuentra empleo por falta de experiencia. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/forge-38-jovenes-peruanos-encuentra-falta-experiencia-225686-noticia/>
- González Gonzaga, K. (2018). Estudio de factibilidad sobre las oportunidades laborales de los egresados de la Facultad de Comunicación Social FACSO de la promoción 2011 - 2012. (Tesis de pregrado). Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Guerrero Barrios, J., & Faro Resendiz, T. (2012). Breve análisis del concepto de Educación Superior. *Alternativas en Psicología*, 2(27), 34-41. Obtenido de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/alpsi/v16n27/n27a03.pdf>
- Guerrero Dávila, G. (2015). Metodología de la investigación. México D.F.: Editorial Patria. .
- Gutiérrez Sierra, A., Martínez Pedrozo, E. L., Martínez Gutiérrez, J. E., & Zuñiga Polo, J. D. (2019). Situación laboral de los egresados del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena en el mercado laboral. (Tesis de pregrado). Cartagena: Universidad de Cartagena.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2018). Metodología de la Investigación - Sexta Edición. México: McGRAW-HILL.

- La Industria. (2018). El 40% de egresados de la universidad sin empleo. Obtenido de <https://www.laindustriadechiclayo.pe/noticia/1545153011-el-40-de-egresados-de-la-universidad-sin-empleo>
- Maisterrena González, M. (2019). Revista de Filosofía y Ciencias. La inserción laboral de los egresados del sistema universitario con perfil de investigador en México(16). doi:<https://doi.org/10.24316/prometeica.v0i16.211>
- Meza Osorio, N. (2016). Por estas razones las empresas no contratan a recién egresados. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/281922>
- Miranda Flores, M. P. (2020). La comunicación social es un trabajo apasionante pero mal pagado. Obtenido de [http://www.aquicomunicacion.umsa.bo/web/aquicomunicacion/20/-/asset\\_publisher/6dQK/content/la-comunicacion-social-es-un-trabajo-apasionante-pero-mal-pagado](http://www.aquicomunicacion.umsa.bo/web/aquicomunicacion/20/-/asset_publisher/6dQK/content/la-comunicacion-social-es-un-trabajo-apasionante-pero-mal-pagado)
- Moreno, M. (2013). Así son los salarios de los profesionales de la comunicación en España. Obtenido de <https://www.trecebits.com/2013/01/15/asi-son-los-salarios-de-los-profesionales-de-la-comunicacion-en-espana/>
- Navarro Peña, E. (2006). Currículo por competencias y modelos pedagógicos. Lima: Tarea Asociación Gráfica Educativa.
- Neffa, J. C. (2011). Actividad, empleo y desempleo: conceptos y definiciones (3a. ed.). Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Orozco, S. (2013). La educación superior: retos y perspectivas. Bogotá: Universidad de los Andes.
- Oviedo Valenzuela, C. (2017). ¿Qué es ser un comunicador? Obtenido de <https://gerens.pe/blog/que-es->

comunicador/#:~:text=Tambi%C3%A9n%20se%20lo%20define%20co  
mo,cualquier%20medio%20masivo%20de%20comunicaci%C3%B3n.

Padilla Ruezga, J. A. (2018). La inserción al mercado laboral de los egresados de los programas de licenciaturas administrativas de Centro Universitario de Los Altos. (Tesis de maestría). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Palma, S. (2005). Factores de Satisfacción Laboral. *Revista Debates*(3).

Peñaloza Ramella, W. (2010). El currículo integral. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Pérez-Fuentes, D. I., & Castillo Loaiza, J. L. (2018). Capital humano, teorías y métodos: importancia de la variable salud. *Economía, sociedad y territorio*, 16(52), 122-127. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-84212016000300651](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212016000300651)

Perez, L., Perez, R., & Seca, M. V. (2020). Metodología de la investigación científica. Ituzaingó: Maipue.

Quispitongo, V. (2019). Un estudiante recién egresado podría demorar entre 3 a 6 meses para encontrar un puesto de trabajo. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/profesionales-peruanos-empleables-ambiente-laboral-competitivo-453228-noticia/>

Resico, M. (2015). Mercado de trabajo y política laboral. Obtenido de [https://www.kas.de/c/document\\_library/get\\_file?uuid=5598713c-45f4-17c1-3af2-1ec4764307bd&groupId=252038](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=5598713c-45f4-17c1-3af2-1ec4764307bd&groupId=252038)

Reyna, J. L. (2019). Los egresados universitarios y el desempleo. Obtenido de <https://www.milenio.com/opinion/jose-luis-reyna/de-paso/los-egresados-universitarios-y-el-desempleo>

- Rivadeneira Lara, E. N., & Montoya Carrillo, T. L. (2017). Orientaciones Profesionales de los Comunicadores Sociales. *Research Journal*, 2(5), 60-87.
- RPP. (2019). ¿De qué universidades egresan los comunicadores mejor pagados? Obtenido de <https://rpp.pe/economia/economia/de-que-universidades-egresan-los-comunicadores-mejor-pagados-noticia-1187027?ref=rpp>
- Rubio García, R. B. (2019). Formación del comunicador de cinco universidades peruanas y su incidencia en el perfil del egresado y su acceso a campos laborales. (Tesis de pregrado). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Ruiz Segura, C. (2019). Nivel de satisfacción laboral en empresas públicas y privadas de la ciudad de Chillán. (Tesis de pregrado). Colombia: Universidad del Bío Bío.
- Sánchez Castañeda, A. (2014). Los jóvenes frente al empleo y desempleo: La necesaria construcción de soluciones multidimensionales. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 2(19), 133-162.
- Sánchez Olavarría, C. (2019). La inserción laboral de los comunicadores de la Universidad del Altiplano. *Revista de la educación superior*, 42(165). Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-27602013000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602013000100006)
- Sánchez Olavarría, C. (2019). Los egresados de comunicación y el mercado laboral: un estudio de trayectorias profesionales. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 5(13). Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007287214719523>

Sánchez Olayarría, C. (2012). La práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano. Un panorama de su trayectoria. *Perfiles educativos*, 34(37).

Sánchez, B. (2019). ¿Por qué las empresas no encuentran talento joven si esta es la generación mejor formada? Obtenido de [https://elpais.com/economia/2019/02/25/actualidad/1551095911\\_149819.html](https://elpais.com/economia/2019/02/25/actualidad/1551095911_149819.html)

Sandoval Betancour, G. (2014). La informalidad laboral: causas generales. *Equidad Desarrollo*(22), 9-45.

Tapia Wan, L. L. (2022). Diagnóstico de la situación laboral de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la UCV y USS de los años 2007 al 2011. (Tesis de pregrado). Pimentel: Universidad Señor de Sipán.

Tejedor Calvo, S., & Cervi, L. (2017). Análisis de los estudios de Periodismo y Comunicación en las principales universidades del mundo. Competencias, objetivos y asignaturas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1.626 a 1.647.

Universidad del Norte. (2020). ¿Qué hace un Comunicador Social y Periodista? Obtenido de <https://www.uninorte.edu.co/web/comunicacion-social-y-periodismo/perfiles>

Universidad Señor de Sipán. (2020). Currículo de Ciencias de la Comunicación. Trujillo. Obtenido de <http://www.uss.edu.pe/uss/Escuela-ciencias-comunicacion>

Varela Llamas, R., & Nava Rubio, M. Y. (2019). Determinantes de la búsqueda de empleo desde la ocupación: una estimación Logit Multinomial. *Estudios sociales*, 23(45). Obtenido de

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-45572015000100004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572015000100004)

Vargas, E. (2011). ¿Ganan mal los periodistas? Obtenido de <https://www.clasesdeperiodismo.com/2011/02/09/%C2%BFganan-mal-los-periodistas/>

Vera, R. (2020). Satisfacción laboral: factores de influencia positivos y negativos. Obtenido de <https://www.aguaeden.es/blog/satisfaccion-laboral-factores-de-influencia-positivos-y-negativos>

Villegas Taborga, S. T. (2019). Situación de la demanda laboral de comunicadores. Revista Aportes de la Comunicación y la Cultura(27). Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2306-86712019000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2306-86712019000200003&script=sci_arttext)

Ysunza Breña, M. (2010). Perfil de egreso y formación profesional: una estrategia metodológica en el diseño curricular. México: Plaza y valdéz S.A.

# **ANEXOS**

### CUESTIONARIO DE ENCUESTA

**Objetivo general:** Identificar la relación entre la situación laboral y nivel de satisfacción de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán.

**Instrucciones:**

A continuación, encontrará proposiciones sobre aspectos relacionados con las características del ambiente de trabajo que usted frecuente y su situación como egresado de Ciencias de la Comunicación. Cada una de las proposiciones tienen opciones para responder de acuerdo a lo que considere adecuado. Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (x) sólo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las preguntas. No hay respuestas buenas ni malas.

N°	ITEMS	CATEGORÍAS
<b>VARIABLE: Situación laboral de los egresados</b>		
1.	¿En qué año egresaste?	a) 2014 b) 2015 c) 2016 d) 2017 e) 2018 f) 2019
2.	¿Cuál es tu situación profesional en la actualidad?	a) Egresado b) Bachiller c) Licenciado d) Maestro e) Doctor
3.	¿Cuál es el campo de acción de tu preferencia?	a) Periodismo b) Audiovisuales c) Marketing d) Comunicación para el desarrollo e) Comunicación corporativa
4.	¿Actualmente te encuentras laborando? Si la respuesta es (Sí) contestar la pregunta 5 y 6.	a) Sí b) No

5.	¿Bajo qué modalidad te desempeñas?	a) Trabajador estable b) Freelance c) Independiente d) Negocio propio
6.	¿Tu trabajo está ligado a tu carrera? Sí tu respuesta es no responder la pregunta 7.	a) Sí b) No
7.	¿Si no trabaja en el sector de la Comunicación? Indicar en que se desempeña:	_____ _____ _____
8.	¿Cuándo obtuvo un trabajo?	a) Antes de graduarse b) Después de graduarse c) Ya tenía trabajo antes de estudiar Comunicación
9.	¿Cuál es el salario que percibes?	a) 900 b) 1200 c) 1500 d) 2000 e) 2000 a más
10.	¿Bajo qué categoría te remuneran?	a) Planilla b) Recibo por honorarios c) Otros
11.	En el caso de estar desempleado responder las siguientes interrogantes:  ¿Cuál es el periodo de tiempo en el que te encuentras desempleado?	a) 1 año b) 3 años c) 5 años d) 6 años
12.	¿Cuáles crees que son los razones por las que te encuentras desempleado?	a) Falta de oportunidades laborales. b) Falta de habilidades de comunicación. c) No estar a la altura de lo que exigen las empresas. d) Universidad de procedencia.

<b>VARIABLE: Satisfacción laboral</b>		<b>CATEGORÍAS</b>
<b>1.</b>	La distribución física del ambiente de trabajo, facilita la realización de mis labores.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
<b>2.</b>	Mi sueldo es muy bajo para la labor que realizo.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
<b>3.</b>	Siento que el trabajo que hago es justo para mi manera de ser.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
<b>4.</b>	La tarea que realizo es tan valiosa como cualquier otra.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
<b>5.</b>	Me siento mal con lo que hago.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
<b>6.</b>	Siento que recibo de parte de la empresa "maltrato".	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
<b>7.</b>	Me siento útil con la labor que realizo.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
<b>8.</b>	El ambiente donde trabajo es confortable.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
<b>9.</b>	El sueldo que tengo es bastante aceptable.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo

10.	La sensación que tengo de mi trabajo, es que me están explotando.	a) <u>Total</u> acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total</u> desacuerdo
11.	Prefiero tomar distancia con las personas con quienes trabajo.	a) <u>Total</u> acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total</u> desacuerdo
12.	Me disgusta mi horario.	a) <u>Total</u> acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total</u> desacuerdo
13.	Las tareas que realizo las percibo como algo sin importancia.	a) <u>Total</u> acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total</u> desacuerdo
14.	Llevarse bien con el jefe, beneficia la calidad del trabajo.	a) <u>Total</u> acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total</u> desacuerdo
15.	La comodidad del ambiente de trabajo es inigualable.	a) <u>Total</u> acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total</u> desacuerdo
16.	Mi trabajo me permite cubrir mis expectativas Económicas.	a) <u>Total</u> acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total</u> desacuerdo
17.	El horario de trabajo me resulta <u>incomodo</u> .	a) <u>Total</u> acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total</u> desacuerdo
18.	Me complace los resultados de mi trabajo.	a) <u>Total</u> acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total</u> desacuerdo
19.	Compartir el trabajo con otros compañeros me resulta aburrido.	a) <u>Total</u> acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso

		d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
20.	En el ambiente físico en el que laboro, me siento cómodo.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
21.	Mi trabajo me hace sentir realizado como persona.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
22.	Me gusta el trabajo que realizo	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total desacuerdo</u>
23.	Existen las comodidades para un buen desempeño de las labores diarias.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
24.	Me desagrada que limiten mi trabajo para no reconocer las horas extras.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
25.	Haciendo mi trabajo me siento bien conmigo mismo	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) Total desacuerdo
26.	Me gusta la actividad que realizo.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total desacuerdo</u>
27.	Mi jefe valora el esfuerzo que pongo en mi trabajo.	a) Total acuerdo b) De acuerdo c) Indeciso d) En desacuerdo e) <u>Total desacuerdo</u>

# CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

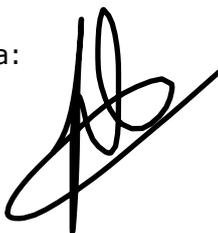
Mediante la presente, el docente de Investigación Académica de la Universidad Tecnológica del Perú, Mg. Oscar Eduardo Veliz Lluncor deja constancia de haber revisado los instrumentos cuestionario de egresados, cuestionario de satisfacción laboral, que la investigadora Franca Pierina Frattelli Noel aplicará para su trabajo de tesis **"SITUACIÓN LABORAL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN"**

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, el Mg. Oscar Veliz LLuncor garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

Chiclayo 12 de octubre del 2020

Firma:



DNI: 45841580

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, la docente de Comunicación de la Universidad César Vallejo filial Trujillo, Dra. Karinn Jaquelin Chávez Díaz deja constancia de haber revisado los instrumentos cuestionario de egresados, cuestionario de satisfacción laboral, que la investigadora Franca Pierina Frattelli Noel aplicará para su trabajo de tesis **"SITUACIÓN LABORAL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN"**

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, la Dra. Karinn Jaqueline Chávez Díaz garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

Chiclayo 02 de noviembre del 2020

Firma:



DNI: 41591066

# CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, Walter Elera Torres Comunicador Social especialista en Gestión Pública deja constancia de haber revisado los instrumentos cuestionario de egresados, cuestionario de satisfacción laboral, que la investigadora Franca Pierina Frattelli Noel aplicará para su trabajo de tesis **"SITUACIÓN LABORAL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN"**

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, el Lic. Walter Elera Torres garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.



GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE  
GERENCIA REGIONAL DE SALUD  
CALLE DEL DOCTOR MIEREGUERO - CH  
Walter Elera Torres  
ADMISION

---

DNI N° 45832616

**Variable 1:** Situación actual de los egresados de Ciencias de la Comunicación

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Técnicas/Instrumento de recolección de datos</b>
Situación laboral	Sector de la Comunicación	Año de egreso	Sí No	Encuesta/Cuestionario
		Situación profesional en la actualidad	Sí No	
		Campo de acción	Periodismo Audiovisuales Marketing Comunicación para el desarrollo Comunicación corporativa	
	Egresados laborando	Labora en alguna empresa	Sí No	

		Trabajo ligado a su carrera	Sí No	
		Régimen laboral	Trabajador estable Freelance Independiente Negocio propio	
		Forma de pago	Planilla Recibos por honorarios Otros	
		Remuneración	900 1200 1500 2000 2000 a más	

		Año en que obtuvo un trabajo	Antes de graduarse Después de graduarse Ya tenía trabajo antes de estudiar Comunicación
	Desempleo	Periodo de tiempo en el que te encuentras desempleado	1 año 3 años 5 años 6 años
		Razones por las que te encuentras desempleado	Falta de oportunidades laborales. Falta de habilidades de comunicación .

			No estar a la altura de lo que exigen las empresas.  Universidad de procedencia.	
--	--	--	--	--

**Variable 2:** Satisfacción laboral

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Técnicas/Instrumento de recolección de datos</b>
Satisfacción laboral	Significación de tarea	Esfuerzo Realización Equidad	3, 4, 7, 18, 21, 22, 25 y 26	Encuesta/Cuestionario SL-SPC
	Condiciones de Trabajo	Estructura Materiales Relación con la Autoridad	1, 8, 12, 14, 15, 17, 20, 23 y 27	

	Reconocimiento Personal y/o Social	Trato con los jefes Trato con los compañeros	6, 11, 13, 19 y 24	
	Beneficios Sociales	Remuneraciones	2, 5, 9, 10 y 16	