



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS
SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

**La experticia en comunicación digital de los nuevos comunicadores de la
Universidad Técnica de Ambato y su inserción laboral.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación.

Autor:

Martín Flores Almeida.

Tutor:

Lic. Mg. Wagner Ortega.

Ambato – Ecuador
2024

CERTIFICADO DEL TUTOR

En mi rol de tutor del Trabajo de Investigación realizado por Martín Flores Almeida, estudiante de la Carrera de Comunicación en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, con el tema: **La experticia en comunicación digital de los nuevos comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato y su inserción laboral**. Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos necesarios para ser evaluado por el Tribunal de Grado designado por el Consejo Directivo de la Facultad, a fin de llevar a cabo su estudio y calificación correspondientes.

Ambato, **16 de julio de 2023**



Lic. Mg. Wagner Ortega.

AUTORÍA DEL TRABAJO

El autor del trabajo: **La experticia en comunicación digital de los nuevos comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato y su inserción laboral.** Es responsable de los criterios emitidos, así como de los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas presentadas en el mismo.

La reproducción completa o parcial está permitida siempre y cuando se cumplan los términos de la Universidad Técnica de Ambato, se respeten mis derechos como autor y no se emplee con propósitos comerciales.

Ambato, **16 de julio de 2023**



.....
Martín Flores Almeida

C.I 1804953691

DERECHOS DE AUTOR

Otorgo permiso a la Universidad Técnica de Ambato para disponer de esta tesis o partes de la misma como material para lectura, consulta e investigación, siguiendo las directrices establecidas por la Institución. Transfiero los derechos de mi tesis para su difusión pública y autorizo su reproducción de acuerdo con las políticas de la Universidad Técnica de Ambato, siempre y cuando no tenga propósitos lucrativos y se respeten mis derechos como autor.

Ambato, **16 de julio de 2023**



.....
Martín Flores Almeida

C.I 1804953691

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el trabajo de Investigación sobre el tema: **La experticia en comunicación digital de los nuevos comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato y su inserción laboral**, presentando por el señor Martín Flores Almeida, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,

2024

Para constancia firman:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

DEDICATORIA

Querida mamá Ana María y querido papá Álvaro, Este logro no habría sido posible sin su amor incondicional, apoyo constante y sabios consejos a lo largo de mi camino académico. Con gratitud y admiración, les dedico mi tesis.

Gracias, mamá, por ser mi fuente de inspiración y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia. Tus palabras de aliento y tu amor incondicional son mi motor para alcanzar mis metas. Querido papá, tu sabiduría y ejemplo de tenacidad me impulsan a nunca renunciar a mis sueños. Tu apoyo inquebrantable y tus palabras de aliento me dan la fortaleza para superar los desafíos y seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Lic. Mg. Wagner Ortega por su apoyo incondicional a lo largo de mi trayectoria académica y la culminación de esta tesis.

A mis padres, quienes son mis pilares y fuente de inspiración, les agradezco por su amor incondicional, su dedicación y su constante aliento. Gracias por creer en mí y por brindarme las herramientas necesarias para alcanzar mis metas. Su sacrificio y esfuerzo han sido fundamentales en mi camino hacia la realización personal y profesional.

A mi hermana, quien ha sido mi cómplice y confidente, le agradezco por su apoyo constante y por ser mi fuente de alegría y motivación. A mi novia que su compañía y palabras de aliento son un bálsamo en los momentos difíciles y me dan la fuerza para seguir adelante.

A mis abuelos, tías, tíos y primos, les agradezco por su amor incondicional y por estar siempre presentes en cada etapa de mi vida. Sus palabras de aliento y muestras de cariño han sido un estímulo constante para alcanzar mis metas.

ÍNDICE

CERTIFICADO DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1. Antecedentes investigativos:.....	1
1.2 Contextualización de Términos.....	2
1.2.1 ¿Qué es la experticia?.....	2
1.2.2 La comunicación digita	2
1.2.3 La inserción en el campo laboral	4
1.3 Importancia de la comunicación digital	5
1.4 Utilidad de la comunicación digital	7

1.5 Beneficiarios	8
1.6 Valor teórico de la comunicación digital	9
1.7 Competencias profesionales en comunicación digital	10
1.8 Aprendizaje continuo	12
1.9 OBJETIVO GENERAL	18
1.10 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
CAPÍTULO II	19
METODOLOGÍA	19
2. Enfoque de la investigación	19
2.1 Modalidades básicas de la investigación.....	21
2.1.1 Investigación bibliográfico-documental.....	21
2.1.2 Investigación descriptiva.....	22
2.1.3 Investigación de campo.....	22
2.2 Población y muestra	23
2.3 Técnicas e instrumentos	23
2.4 Plan para el procesamiento de la información	24
2.5 Plan de análisis e interpretación de resultados	24
CAPÍTULO III:	26
RESULTADOS Y DISCUSIONES	26
3.1 Resultados de la encuesta aplicada	26

Pregunta 1. ¿En su formación como estudiante de la carrera de Comunicación de la UTA, le enseñaron herramientas o plataformas digitales?.....	26
Pregunta 2. ¿Has realizado pasantías o prácticas relacionadas con la comunicación digital durante tus estudios?	28
Pregunta 3. ¿Te sientes preparado/a para enfrentar los retos y demandas de la comunicación digital en el ámbito profesional?.....	30
Pregunta 4. ¿Cómo calificarías la formación recibida en comunicación digital durante tu carrera? (Escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es totalmente satisfecho).	32
Pregunta 5. ¿En qué medida sientes que la Universidad Técnica de Ambato te proporcionó oportunidades para desarrollar habilidades prácticas en comunicación digital? (Escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es totalmente satisfecho).	34
Pregunta 6. ¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como la gestión de redes sociales? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).	36
Pregunta 7. ¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como la creación de contenido multimedia? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).	38
Pregunta 8. ¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como el análisis de datos digitales? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).	40
Pregunta 9. ¿Actualmente usted se encuentra trabajando?	42

Pregunta 10. Luego de graduarse, ¿Qué tiempo le tomó para conseguir trabajo? ...	43
Pregunta 11. ¿En qué campo desarrolla su actividad laboral?	45
Pregunta 12. ¿Seleccione la principal competencia general que aplica en su actividad laboral?.....	47
Pregunta 13. ¿Qué calificación le otorgaría a la malla curricular en su formación académica?	49
Pregunta 14. ¿Seleciones la principal competencia específica que aporta en su actividad laboral?	51
Pregunta 15. Del conjunto de opciones seleccioné los factores que más han contribuido en su formación académica.....	55
CAPÍTULO IV:.....	58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
4.1 Conclusiones	58
4.2 Recomendaciones.....	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	1
ANEXOS.....	65
Anexo 2. Encuesta aplicada	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Enseñanza de plataformas digitales	26
Tabla 2 Pasantías en comunicación digital	28
Tabla 3 Preparación en comunicación digital	30
Tabla 4 Calificación de la Formación en comunicación digital.....	32
Tabla 5 Oportunidades para desarrollar habilidades prácticas en comunicación digital .	34
Tabla 6 Nivel de habilidad en gestión de redes sociales	36
Tabla 7 Nivel de habilidad en creación de contenido multimedia	38
Tabla 8 Nivel de habilidad en análisis de datos digitales.....	40
Tabla 9 Situación laboral	42
Tabla 10 Tiempo que le tomó para conseguir trabajo	43
Tabla 11 Actividad laboral.....	45
Tabla 12 Principal competencia aplicada en su actividad laboral.....	47
Tabla 13 Calificación que se le otorga a la malla curricular.....	49
Tabla 14 Principales competencias específicas que aportan en la actividad laboral	51
Tabla 15 Factores que contribuyen en la formación académica	55

RESUMEN EJECUTIVO

Tema: La experticia en comunicación digital de los nuevos comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato y su inserción laboral.

Cada año la Universidad Técnica de Ambato proporciona nuevos graduados de la Carrera de Comunicación, todos en busca del mismo objetivo iniciar su vida laboral lo más pronto posible, en un mundo cada vez más interconectado son varios los conocimientos y experticia en comunicación digital que buscan las empresas al momento de contratar. Es por esta razón que la presente investigación tiene como objetivos determinar la experticia en comunicación digital que poseen los nuevos comunicadores de la UTA para su inserción laboral, de igual manera busca evaluar el tiempo estimado que les toma a los nuevos graduados insertarse en el campo laboral al igual que analizar cuáles son las principales competencias específicas que aportan en el ámbito laboral, tanto como identificar los factores que más han contribuido en la formación académica. La metodología utilizada para la presente investigación es mixta, dado que nos ayudara a entender de manera cualitativa y cuantitativa la información recibida y procesada por parte de los nuevos graduados. Obteniendo como conclusiones que el nivel de experticia que poseen los nuevos comunicadores es medio, con una inserción laboral aproximado de menos de un año donde las competencias que más destacan es el marketing digital, producción multimedia y otras habilidades digitales.

PALABRAS CLAVE: Comunicación Digital, Experticia, Nuevos comunicadores, Inserción laboral, Campo laboral

ABSTRACT

Topic: Expertise in digital communication by the new communicators of the Technical University of Ambato and their insertion into the labor field

Every year the Technical University of Ambato provides new graduates of the communication career, all in search of the same objective to start their working life as soon as possible, in an increasingly interconnected world there are various knowledge and expertise in digital communication that seek the companies at the time of hiring. It is for this reason that the present research aims to determine the expertise in digital communication that the new UTA communicators have for their job placement, and also seeks to evaluate the estimated time it takes for new graduates to enter the labor field at the same time. as well as analyzing the main specific competencies that they provide in the workplace, as well as relating the factors that have contributed the most to academic training. The methodology used for this research is mixed, since it will help us to qualitatively and quantitatively understand the information received and processed by the new graduates. Obtaining conclusions that the level of expertise that the new communicators have is medium, with an approximate job insertion of less than a year where the skills that stand out the most are digital marketing, multimedia production and other digital skills.

KEYWORDS: Digital Communication, Expertise, New communicators, Job insertion, Labor field

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. Antecedentes investigativos:

La experticia en comunicación digital es un tema importante en el mundo laboral actual. Los nuevos comunicadores que ingresan al mercado laboral se enfrentan a una serie de desafíos que están directamente relacionados con la necesidad de contar con habilidades y conocimientos especializados en el área de la comunicación digital. Para Ferré (2011) “la historia de la comunicación es social, es de los medios, las estructuras y las tecnologías, es de largo plazo o microscópica” (p.5).

Uno de los principales problemas que enfrentan los nuevos comunicadores es la diferencia entre las habilidades que te brinda la universidad como enseñanza y las habilidades a aplicar en el mundo laboral. A menudo, los programas académicos no están actualizados con las últimas tendencias y tecnologías en el mundo de la comunicación, lo que hace que los nuevos comunicadores no estén preparados para enfrentar las demandas del mercado laboral.

Otro problema a enfrentar es la falta de experiencia laboral. Muchos de ellos tienen habilidades técnicas sólidas, pero no han tenido la oportunidad de aplicarlas en un entorno laboral real. Esto puede hacer que les resulte difícil adaptarse a las exigencias del trabajo y cumplir con las expectativas de sus empleadores.

Además, el mercado laboral de la comunicación es altamente competitivo, lo que significa que los nuevos comunicadores deben tener habilidades especializadas y conocimientos sólidos en una amplia gama de áreas, desde la producción de contenido hasta la gestión

de redes sociales. A menudo, esto requiere una inversión adicional de tiempo y recursos para adquirir habilidades y conocimientos adicionales.

1.2 Contextualización de Términos

1.2.1 ¿Qué es la experticia?

Según la asociación de academias de la lengua Española en su diccionario de americanismos nos dice que la experticia es la pericia en una actividad o campo determinados, especialmente en el lenguaje escrito, en términos de otro autor:

La experticia se entiende como la combinación de la práctica con la teoría y la autonomía como la capacidad de tomar sus propias decisiones (Jamison et al., 2014).

Esta cita establece un marco conceptual que destaca la importancia de integrar conocimientos teóricos con experiencias prácticas, subrayando la relevancia de que los profesionales no solo adquieran destrezas técnicas, sino que también desarrollen la capacidad de ejercer juicio autónomo en el complejo entorno de la comunicación digital. En este contexto, se abre la puerta a la exploración de cómo esta combinación de teoría y práctica, influye en la preparación de los comunicadores.

1.2.2 La comunicación digital

El mundo contemporáneo de la comunicación digital se caracteriza por su complejidad, impulsada por el continuo desarrollo tecnológico que configura tanto las herramientas como las prácticas comunicativas. Las nuevas formas de construcción de mensajes, la multiplicidad de medios para su transmisión, distribución y exhibición, así como las crecientes posibilidades de interacción entre lenguajes y usuarios, definen un escenario en

el cual los comunicadores deben desenvolverse con destreza y adaptabilidad menciona Arango (2013)

El presente y complejo mundo de la comunicación digital está determinado por desarrollos tecnológicos que configuran nuevas formas de construcción de los mensajes (nuevas narrativas), nuevas dinámicas para la transmisión, distribución y exhibición de esos mensajes (nuevos medios), nuevas posibilidades de relación e interacción de los lenguajes y de los medios con el usuario (nuevos usos y apropiaciones), así como nuevas comunidades de consumidores creadas según intereses particulares (nuevas audiencias), en medio de un ambiente comunicativo caracterizado por la sobreoferta de contenidos. (p.673)

En la complejidad actual de la comunicación digital, los desarrollos tecnológicos han moldeado un paisaje donde emergen nuevas narrativas, impulsando una transformación en la construcción de mensajes. La diversificación de medios redefine las dinámicas de transmisión, distribución y exhibición, mientras que las posibilidades de interacción con el usuario se multiplican, exigiendo adaptación a nuevos usos y apropiaciones creativas.

Simultáneamente, la formación de comunidades de consumidores según intereses específicos da lugar a audiencias fragmentadas. En este contexto de sobreoferta de contenidos, los comunicadores enfrentan el reto de destacarse y conectar con audiencias especializadas, requiriendo no solo conocimientos tecnológicos, sino también habilidades para la innovación y la comprensión profunda de las dinámicas cambiantes.

Este estudio se adentra en la preparación de los comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato, explorando cómo enfrentan estos desafíos y contribuyen al dinámico campo laboral de la comunicación digital.

1.2.3 La inserción en el campo laboral

Actualmente, la reducción de oportunidades laborales ha generado la necesidad de obtener niveles educativos más elevados como requisito para acceder a un trabajo, lo que ha resultado en un aumento significativo de la matrícula en instituciones de educación superior. Este fenómeno responde a la demanda de los empleadores, quienes ahora buscan candidatos con un sólido respaldo académico para adaptarse a las cambiantes exigencias del mercado laboral. La relación entre el incremento de los requisitos educativos y el crecimiento en la inscripción a instituciones de educación superior configura un escenario en el cual los aspirantes buscan adquirir una formación más avanzada con el objetivo de mantener su competitividad en un entorno laboral que, cada vez más, exige niveles educativos superiores de acuerdo con Sanchez (2013)

Actualmente, la reducción de espacios laborales ha contribuido a exigir un mayor nivel de estudios para la obtención del empleo, lo que ha provocado un incremento de la matrícula en educación superior, puesto que los empleadores requieren de un mayor nivel educativo de los solicitantes en comparación con el que se requería hace 15 años. (p.107)

El incremento en la matrícula en instituciones de educación superior, impulsado por la necesidad de alcanzar niveles educativos más elevados, no solo representa un desafío para

los aspirantes, sino también una oportunidad para fortalecer la conexión entre la teoría académica y las demandas del mundo laboral.

En este sentido, se plantea la importancia de diseñar programas educativos que no solo brinden conocimientos teóricos sólidos, sino que también fomenten el desarrollo de habilidades prácticas y la autonomía decisional, como menciona Jamison et al. (2014). Este enfoque integral no solo prepararía a los estudiantes de comunicación para cumplir con las expectativas actuales del mercado laboral, sino que también contribuiría a la formación de profesionales versátiles y adaptativos, capaces de enfrentar los desafíos cambiantes de manera efectiva.

1.3 Importancia de la comunicación digital

La experticia en comunicación digital es fundamental para los nuevos comunicadores que buscan entrar en el mundo laboral y tener éxito en su carrera. La comunicación digital es un proceso complejo que involucra una serie de habilidades y conocimientos especializados, desde la gestión de redes sociales y la creación de estrategias de comunicación efectivas. Los nuevos comunicadores que no tienen una sólida formación en herramientas digitales pueden enfrentar dificultades en la vida laboral, según Cáceres, Tusa y Tejedor (2019) afirman que

Es relevante dentro del campo de la comunicación digital el uso de programas digitales de diagramación y de edición. La aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones no se basa únicamente en conocimiento de cómo se usan, puesto que se determinan basadas en factores como la funcionalidad, la pertinencia y la actualidad. Un factor muy importante al ser

comunicador es el saber relatar historias, ya que a pesar de los grandes avances tecnológicos las inteligencias robóticas no son capaces de contar historias y transmitir el sentimiento adecuado a la audiencia,, siendo este el mayor desafío que presenta un comunicador.(p.396)

En la actualidad, la comunicación digital juega un papel clave en el éxito de cualquier organización, ya sea una empresa, una ONG o una entidad gubernamental. La comunicación efectiva es esencial para establecer relaciones positivas con los clientes, aumentar la visibilidad de la marca y mejorar la reputación de la organización. Los nuevos comunicadores que tienen una sólida formación en estas habilidades y conocimientos pueden hacer una contribución significativa al éxito de una organización.

Además, el mundo laboral de la comunicación digital es altamente competitivo Núñez, García y Abuín (2013) comentan que

Con el objetivo de reforzar las nuevas disciplinas digitales, algunas compañías han creado nuevas divisiones especializadas. Diferentes compañías han determinado direcciones generales donde se supervisa que se dé una buena integración entre las actividades online y offline. Gran parte de las agencias recalca la idea de tomar en cuenta para áreas como directores de mobile marketing, directores creativos digitales, expertos en redes sociales , entre otros a profesionales con nuevos perfiles (p.179).

Los comunicadores deben tener habilidades y conocimientos especializados en una amplia gama de áreas para tener éxito en este campo. La formación en comunicación digital puede

ayudar a desarrollar estas habilidades y conocimientos, lo que determina si el resultado en el trabajo es exitoso o un fiasco.

1.4 Utilidad de la comunicación digital

En primer lugar, la experticia en comunicación digital permite a los nuevos comunicadores desarrollar habilidades en la producción de contenido de alta calidad en diferentes plataformas. Esto implica una capacidad para utilizar lenguaje claro y coherente, adecuado al medio de comunicación, y un conocimiento profundo de las técnicas de redacción y edición necesarias para lograr una comunicación efectiva.

La velocidad de transmisión de información, destaca la capacidad de facilitar la difusión global instantánea, lo que permite a individuos de todo el mundo acceder a noticias de última hora y eventos relevantes en tiempo real. Esta rápida propagación de información no solo mejora la conciencia global, sino que también potencia la participación activa en eventos cruciales, como, campañas políticas, crisis económicas, movilizaciones sociales y catástrofes naturales menciona Pérez (2011)

La rapidez de transmisión de noticias de último momento y de mensajes a incrementado en base a las herramientas de comunicación digital, lo que a su vez conlleva una participación simultánea en eventos y una mejor difusión global. Además de que la transmisión rápida de información influye en varios aspectos como ayuda en situaciones de emergencia, reputación de personas involucradas en los medios, de quien se difunde información, o transmitir situaciones como crisis económicas de países del otro lado del mundo, fomentando la globalización.

En este contexto, se explorará cómo la aceleración de la comunicación digital y móvil moldea no solo la manera en que recibimos información, sino también cómo participamos y nos implicamos en los eventos que configuran la realidad contemporánea.

Además, la experticia en comunicación digital también es vital para la creación y gestión de una imagen positiva de marca. Los nuevos comunicadores pueden aportar ideas creativas para la formación de campañas publicitarias y estrategias de marketing eficaces, que promuevan una buena imagen de la empresa y atraigan la atención del público objetivo.

1.5 Beneficiarios

La experticia en comunicación comunicadores puede beneficiar a una amplia gama de actores en el mundo laboral, incluyendo a las empresas, los empleados y los consumidores. En primer lugar, las empresas pueden beneficiarse enormemente si los egresados conocen de las herramientas que les ayudaran a comunicar efectivamente su mensaje a su audiencia, mediante los canales adecuados, Poveda, Mora, Robayo y Vallejo (2023)

La aplicación de herramientas digitales como las tecnologías de la información y la comunicación son cada día más relevantes, esto se puede dar debido a la crisis que atravesó el mundo mediante la pandemia de COVID-19, donde gran parte del mundo tuvo la necesidad de obtener una forma de comunicarse sin necesidad de salir de su hogar. (p.410)

Los nuevos comunicadores que tienen una formación especializada pueden ayudar a las empresas a crear campañas publicitarias y estrategias de marketing digital que sean

efectivas y atractivas para el público objetivo. Esto puede mejorar la imagen de la empresa, aumentar su base de clientes y, en última instancia, generar mayores ingresos.

Además, los empleados también pueden beneficiarse gracias a los nuevos comunicadores. Que les pueden enseñar a los empleados a comunicarse de manera más efectiva entre sí y con los clientes, lo que puede mejorar la productividad y la calidad del trabajo. También pueden ayudar a los empleados a desarrollar habilidades de comunicación importantes, como la capacidad de dar y recibir retroalimentación, resolver conflictos y trabajar en equipo.

1.6 Valor teórico de la comunicación digital

El valor teórico de la comunicación digital reside en su capacidad para proporcionar un marco conceptual sólido que permite comprender y analizar las complejidades de la interacción humana en el entorno digital. A través de la teoría de la comunicación digital, se pueden explorar los fundamentos subyacentes de la creación, transmisión y recepción de mensajes en plataformas digitales.

Scolari (2013) “Si en los años ochenta la impronta de los cambios era social, hoy aparenta ser tecnológica. Puro espejismo. Si algo nos ha enseñado la comunicología latinoamericana es que tecnología, cultura y sociedad van de la mano” (p. 14), La comunicación digital no solo se trata de la utilización de herramientas tecnológicas, sino también de comprender las dinámicas sociales, culturales y psicológicas que influyen la manera de relacionarse de los individuos dentro del ciberespacio. Las teorías en este campo ofrecen perspectivas críticas sobre temas como la influencia de los medios digitales en la identidad individual, la formación de comunidades en línea, el impacto de las redes

sociales en la opinión pública y la evolución de las narrativas digitales, para acotar Scolari (2012) decía que:

Los medios masivos fueron determinados como un medio obsoleto ante los nuevos medios de comunicación, lo que conlleva a la formación de paradigmas nuevos. Este nuevo concepto determinado a fines del siglo XX en realidad llego a ser un mito, a pesar de ser un recurso utilizado de gran forma en oratorias que hablaban acerca de lo teórico, fue un concepto que pocos entendían realmente. A lo largo de estos años se utilizaron conceptos de forma abusiva como el caos, la emergencia, la complejidad o incluso memes, pero cabe mencionar que dicha época también implico que se refunden los estudios de la comunicación, e donde componentes del pasado retomaron fuerza a la par que se aplicaron nuevos conceptos, hipótesis de trabajo, análisis lo que dio paso a la formación de los paradigmas teóricos que se conocen en la actualidad. (p.339)

En última instancia, el valor teórico de la comunicación digital radica en su capacidad para contextualizar y dar significado a las complejidades de la era digital, proporcionando un marco conceptual esencial para académicos, profesionales y estudiantes de comunicación que buscan comprender y navegar eficazmente en este fascinante y dinámico campo.

1.7 Competencias profesionales en comunicación digital

En la era actual, las competencias profesionales en comunicación digital son esenciales para navegar con éxito en un entorno empresarial y social cada vez más digitalizado. Estas

competencias abarcan una gama diversa de habilidades, desde el dominio de plataformas y herramientas tecnológicas hasta la capacidad de crear estrategias efectivas de contenido.

En primer lugar, la destreza técnica se ha vuelto crucial, ya que los profesionales deben familiarizarse y adaptarse rápidamente a las últimas innovaciones en redes sociales, análisis de datos y tendencias digitales. Para Scolari (2006) “En Europa como en América Latina las carreras de comunicación se han visto desfasadas en base a la realidad, lo que se pudo dar a causa del ritmo apresurado en el que la tecnología transmite a una gran parte de las actividades sociales” (p.6)

Además, la capacidad para desarrollar y gestionar estrategias de contenido efectivas es fundamental. Esto implica comprender la audiencia objetivo, crear contenido relevante y atractivo, y utilizar analíticas para evaluar la efectividad de las campañas digitales. La agilidad y la capacidad para ajustarse a cambios rápidos en el panorama digital son también competencias clave, es por eso que Schena, Besalú y Casellas (2018) mencionan que

Las ciencias sociales relacionadas a la comunicación en el sistema universitario español se basan en carreras como comunicación audiovisual, periodismo, relaciones públicas o publicidad. Actualmente se han abierto nuevos campos como carreras en comunicación multimedia o comunicación digital como resultado de una reformulación ante los cambios y necesidades del mercado laboral que tenemos en la actualidad. (p.533)

La habilidad para comunicarse de manera efectiva en diversos formatos digitales, ya sea a través de textos, imágenes, videos o multimedia, es esencial para llegar a audiencias

cada vez más diversificadas. La comprensión profunda de la ética digital y la capacidad para gestionar la reputación en línea son aspectos críticos de la competencia en comunicación digital.

1.8 Aprendizaje continuo

La experticia es un proceso continuo de aprendizaje y mejora. La teoría del aprendizaje continuo se enfoca en la importancia de seguir aprendiendo y desarrollándose profesionalmente a lo largo de toda la carrera laboral.

Dominguez, Lucero, Zapata, Rocabado (2017) en su publicación Oportunidades y Desafíos del Comunicador según las diferentes demandas del mercado laboral nos habla de la importancia del desarrollo de habilidades interdisciplinarias para nuevos comunicadores en el área de Comunicación Corporativa, que destaca como el área con mayor demanda laboral, incluyendo Marketing, Relaciones Públicas y Publicidad, plantea un interesante punto de partida para explorar el papel de la experticia en comunicación para los nuevos comunicadores y su desempeño en el mundo laboral.

El mundo de la comunicación empresarial ha evolucionado significativamente en los últimos años, impulsado por el avance tecnológico y la creciente interconexión global. En este contexto, las organizaciones demandan profesionales altamente capacitados que no solo posean habilidades especializadas en marketing, relaciones públicas o publicidad, sino que también puedan funcionar de manera efectiva en un entorno interdisciplinario.

Bercheñi y Mariño (2021) nos habla sobre la importancia de la adaptación de las soluciones educativas mediadas por TIC a las características y necesidades del alumnado

en un entorno complejo marcado por la brecha socio-educativa y la virtualización de la educación.

La comprensión de cómo la brecha socioeducativa y la virtualización de la educación influyen en el diseño de recursos educativos mediadas por Tecnologías de la Información y Comunicación en entornos complejos.

La brecha socioeducativa hace referencia a las diferencias en el uso y acceso de las TIC y a las diferencias en los niveles de competencias digitales entre los estudiantes de comunicación. La virtualización de la educación, impulsada por factores como la pandemia de COVID-19, ha traído una mayor subordinación ante las TIC para la enseñanza y el aprendizaje. Sin embargo, no todos los comunicólogos tienen igual acceso a dispositivos y conexión a internet, lo que genera una brecha digital que afecta su participación y desempeño académico.

Irrarázbal (2021) nos brinda el aporte central de cómo la exploración aplicada de una teoría proveniente de la sociología de las ciencias puede ayudar a establecer un marco normativo para el papel de la experticia en la toma de decisiones técnicas. El rol de los nuevos comunicadores en el mundo laboral puede implicar la toma de decisiones técnicas en áreas como la estrategia de comunicación, el manejo de crisis, el análisis de datos o la implementación de tecnologías de la información. Es fundamental que estas decisiones estén fundamentadas en conocimientos especializados y en una comprensión profunda de los contextos en los que operan las organizaciones.

Pereira (2005) plantea qué la exploración de cómo la comunicación se ha convertido en un campo transdisciplinario emergente, lo que implica una mayor movilidad y producción intelectual en el contexto mundial y latinoamericano.

Explicar cómo el campo de la comunicación se ha ido alejando de la noción tradicional de ser una disciplina cerrada y ha evolucionado hacia una perspectiva transdisciplinaria. Esto significa que la comunicación se nutre y se relaciona con diferentes disciplinas, como la sociología, la psicología, la antropología, la tecnología y más, en lugar de adherirse estrictamente a límites disciplinarios específicos.

Destacar cómo esta transdisciplinariedad en la comunicación ha permitido una mayor movilidad intelectual, fomentando la interacción y el diálogo entre diferentes perspectivas y enfoques. Los nuevos comunicadores se ven beneficiados al tener la posibilidad de adquirir conocimientos de múltiples disciplinas, lo que enriquece su formación y capacidad para abordar problemas complejos.

Chamosa y Herrera (2018) nos habla sobre la reflexión y la imperiosa necesidad de reestructurar la disciplina de la Comunicación para adaptarse a los cambios tecnológico-comunicativos actuales y futuros. La contextualización histórica nos ayuda a explorar cómo la disciplina de la Comunicación se originó con enfoques político económicos, periodismo y publicidad, y cómo estos enfoques históricos han sido el fundamento de su desarrollo hasta la actualidad. Sin embargo, dada la rápida evolución tecnológica y los cambios en las formas de comunicación, se hace necesario cuestionar y replantear estos enfoques tradicionales.

Al igual que las transformaciones tecnológicas y comunicativas destacan cómo las transformaciones tecnológicas y los nuevos medios de comunicación han revolucionado la manera en que las personas se comunican y consumen información. Los nuevos comunicadores deben estar preparados para enfrentar estos cambios y comprender cómo aprovechar las herramientas tecnológicas para mejorar su desempeño laboral.

Paz y Campos (2021) la importancia y relevancia de una investigación amplia y coordinada llevada a cabo en Colombia por la Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios de Comunicación (AFACOM). Esta investigación, en la cual participaron cerca de 42 programas de Comunicación Social y Periodismo de diferentes universidades de la zona suroccidental del país, puede enriquecer significativamente el conocimiento en el área y ofrecer valiosos datos para la toma de decisiones tanto académicas como laborales.

Al haber contado con la participación de un número significativo de programas de Comunicación Social y Periodismo de diferentes universidades de la zona suroccidental de Colombia, la investigación ganará en representatividad y validez. Esto significa que los resultados obtenidos serán más confiables y podrán considerarse como un reflejo más preciso de la situación de la experticia en comunicación y su desempeño laboral en la región.

La participación de diferentes programas universitarios de comunicación en la investigación probablemente involucró una diversidad de enfoques y enriqueció el análisis desde diversas perspectivas. Esto permitirá abordar la temática de la experticia en

comunicación y el mundo laboral desde una mirada más amplia y completa, considerando las particularidades y enfoques específicos de cada programa.

Camino, E. D. (2020) la exploración de cómo los cambios en el mundo del trabajo y la reconfiguración de las relaciones laborales tienen un impacto significativo en el campo de la comunicación y en los profesionales de la comunicación, como periodistas y comunicadores.

La investigación podría analizar cómo los nuevos comunicadores deben adaptarse a las nuevas formas de organización del trabajo, como el trabajo remoto, el trabajo FreeLancer y la colaboración en proyectos transitorios. Estos cambios en la estructura laboral pueden afectar la estabilidad laboral y la forma en que los comunicadores desarrollan su experticia y se integran al mercado laboral.

Con el avance tecnológico y la preeminencia de la comunicación digital, los comunicadores deben estar preparados para trabajar en entornos cada vez más tecnológicos y digitales. La investigación podría abordar cómo estos cambios tecnológicos impactan en la experticia requerida para destacar en el ámbito laboral y cómo la capacitación en nuevas herramientas y habilidades se vuelve esencial.

Barrazuela y Gonzales (2023) menciona la exploración y análisis crítico de la concentración de la formación académica en cuatro salidas profesionales específicas de la comunicación: comunicación/comunicación social, periodismo, producción audiovisual y comunicación organizacional, con un énfasis en cómo esta situación es liderada mayoritariamente por universidades privadas.

Nos brinda la diversificación de salidas profesionales, la investigación podría resaltar la importancia de ampliar las opciones de salidas profesionales para los comunicadores, considerando que la comunicación es un campo multidisciplinario con diversas áreas de especialización. Al centrarse principalmente en estas cuatro áreas, podrían dejarse de lado otras oportunidades laborales emergentes, como la comunicación digital, el periodismo de datos, la gestión de redes sociales, entre otras.

Al igual que la brecha entre formación y demanda laboral, la concentración de la formación en ciertas áreas de la comunicación puede generar una brecha entre lo que se enseña en las universidades y lo que demanda el mercado laboral actual. La investigación podría indagar sobre cómo esta brecha afecta la capacidad de los nuevos comunicadores para encontrar empleo y para desarrollar su experticia de manera efectiva en el mundo laboral.

Zavala y Vallejo (2023) en su publicación *El rol del comunicador social frente a la sociedad del siglo XXI* menciona la exploración del rol del comunicador social en el mundo actual y cómo su adaptación a las nuevas formas de comunicación es fundamental para su éxito profesional y su contribución a la sociedad.

La investigación podría profundizar en el papel crucial que desempeña el comunicador social en la sociedad contemporánea. Como encargado de transmitir acontecimientos y noticias de forma constante, su labor de informar, educar y crear conciencia adquiere una relevancia significativa en un mundo cada vez más interconectado.

Con la evolución tecnológica y la aparición de nuevas formas de comunicación, es esencial que los comunicadores sociales se adapten a estos cambios para mantenerse

relevantes en el campo laboral. La investigación podría explorar cómo la adopción de tecnologías digitales y el dominio de las redes sociales son aspectos fundamentales para el éxito profesional en el mundo actual.

Farinango (2023) indaga sobre la exploración de la relevancia de las competencias digitales en los comunicadores organizacionales y cómo su nivel de desarrollo impacta en su desempeño laboral. La investigación podría analizar las competencias digitales específicas que son necesarias para los comunicadores organizacionales en el contexto actual. Esto podría incluir habilidades en el manejo de redes sociales, producción de contenido digital, analítica web, gestión de crisis en línea, entre otras.

En un mundo cada vez más digitalizado, la capacidad de acomodarse a las nuevas tecnologías y plataformas de comunicación es fundamental para los comunicadores organizacionales. La investigación podría destacar cómo el dominio de estas competencias digitales permite una comunicación más efectiva y una mayor interacción con las audiencias.

1.9 OBJETIVO GENERAL

- Determinar la experticia en comunicación digital que poseen los nuevos comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato para su inserción laboral.

1.10 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar el tiempo estimado que les toma a los nuevos graduados de comunicación insertarse en el campo laboral.

- Analizar cuáles son las principales competencias específicas que aportan en el ámbito laboral de los nuevos comunicadores.
- Identificar los factores que más han contribuido en la formación académica de los nuevos graduados.

-

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2. Enfoque de la investigación

La presente investigación busca analizar la relación entre la experticia en comunicación digital de los nuevos comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato con su inserción en el mundo laboral, en un entorno cada vez más globalizado y digitalizado. Para poder analizar los diferentes factores que facilitan la inserción laboral de los nuevos comunicadores usaremos una metodología mixta.

Hernández y Mendoza (2018) Los enfoques mixtos engloban una serie de procedimientos de investigación sistemáticos, basados en evidencia y críticos. La recopilación y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos forman parte del método a aplicar en donde se integra ambas herramientas y se discute simultáneamente su resultado. El objetivo es extraer inferencias a partir de toda la información recopilada con el fin de obtener una comprensión más completa del fenómeno examinado.

Por otro lado, la medición y generalización que nos brinda la metodología cuantitativa se centra en la recopilación de datos numéricos y su análisis estadístico, lo que permite medir variables de interés y realizar inferencias sobre una población más amplia, al momento de entender las necesidades de las empresas y los nuevos comunicadores. Autores como Hair, Black, Babin y Anderson (2019) afirman que la investigación cuantitativa es adecuada cuando se aspira a obtener resultados que puedan generalizarse y a establecer relaciones causales entre variables.

De igual manera, la objetividad y replicabilidad que brinda la metodología cuantitativa busca maximizar la objetividad al utilizar procedimientos estandarizados y replicables, es por eso que Creswell y Creswell (2017) Sugieren que esto posibilita a otros investigadores replicar el estudio y confirmar los resultados, lo que aporta a la validez y confiabilidad de la investigación.

Los nuevos comunicadores, al ingresar al mundo laboral, se enfrentan a diversos desafíos y oportunidades para desarrollar su experticia en comunicación digital, es por esto que se debe analizar también de forma cualitativa, al proporcionar un enfoque holístico y contextual, se puede analizar a los individuos en su entorno natural, posibilitando la

comprensión de la complejidad y los diversos factores que afectan la experiencia en comunicación digital y su conexión con el ámbito laboral. Autores como Creswell y Poth (2018) sostienen que esta metodología es particularmente pertinente al explorar asuntos sociales y culturales, dado que permite capturar las perspectivas de los participantes y su interacción con el entorno.

2.1 Modalidades básicas de la investigación

2.1.1 Investigación bibliográfico-documental

Cuando se realiza la investigación bibliográfica es importante tomar en cuenta que para Hernández, Fernández y Baptista (2016) realizar una revisión literaria, donde se debe consultar, detectar y obtener bibliografía además de otros materiales que son de utilidad ante los fines del estudio, de donde se debe extraer y recopilar información que resulte de importancia para enmarcar el problema de investigación. Esta revisión debe ser selectiva debido a que cada año se publican varios artículos en periódicos, libros, revistas académicas y diferentes materiales en varias áreas del conocimiento alrededor del mundo.

Por esta razón, para este estudio se consultaron libros publicados en diferentes plataformas académicas como son Scielo y Google académico, al igual que diferentes repositorios universitarios, tanto nacionales como internacionales, seleccionando autores de prestigio y temáticas que serán útiles al momento de realizar el sustento teórico como metodológico.

2.1.2 Investigación descriptiva

Al hablar de investigación descriptiva, menciona Hernández que (2002) busca detallar las características esenciales de un objeto de estudio específico en relación con su origen y comportamiento. En otras palabras, el investigador se dedica a explicar las semejanzas o diferencias que presenta este objeto en un contexto o situación específicos. Asimismo, los estudios descriptivos proporcionan información que puede ser beneficiosa para plantear nuevas investigaciones y desarrollar enfoques más adecuados para abordarlas, entendiendo el caso de la presente investigación que hace referencia a la comunicación digital y la experticia de los nuevos comunicadores al momento de su inserción laboral.

2.1.3 Investigación de campo

Según Spink (2007) contempla el ámbito como un espacio donde las personas pueden ser observadas en su entorno natural. Cuando el investigador está presente en este lugar recolectando datos, se encuentra en el campo. La experiencia en el campo puede implicar una prolongada convivencia y participación en la observación, o simplemente una serie de visitas, donde después el investigador analizará sus datos, evaluará su importancia teórico-científica y comunicará sus conclusiones mediante publicaciones. En esta ocasión se busca analizar los diferentes criterios que rodean la comunicación digital con respecto a la inserción laboral de los comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato que se graduaron con la malla actualizada (desde el año 2020 al 2023).

2.2 Población y muestra

Para identificar la población en una investigación, menciona Hernández, Fernández, y Baptista (2016) “Las poblaciones deben situarse claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo” (p.174). Por lo tanto, la población que corresponde a la presente investigación son los graduados en Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato desde el año 2020, fecha en la cual se actualizó la malla de la carrera de Comunicación, hasta diciembre del 2023 con un total de 275 graduados. Información que se recopiló desde la secretaría de carrera, en coordinación con el docente responsable de seguimiento a graduados, quienes facilitaron los nombres, con fechas de grado, correos electrónicos y contactos.

Una vez definida la población se procede a seleccionar la muestra según Hernández, Fernández, y Baptista (2016) “ La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto, definido en sus características al que llamamos población” (p.175)

En este caso el tamaño de la muestra seleccionada se calculó mediante una aplicación llamada QuestionPro que trabaja bajo una fórmula donde el nivel de confianza es del 95% con un margen de error del 5% y una población de 275 personas, dejando como resultado una muestra de 162 encuestados.

2.3 Técnicas e instrumentos

El análisis cualitativo se basa en organizar los datos obtenidos, transcribirlos a texto cuando resulta necesario y codificarlos. La codificación tiene dos planos o niveles. En el

primer plano, se generan unidades de significado y categorías. Mientras que, del segundo plano, emergen temas y relaciones entre significaciones. Al final se produce teoría enraizada en los datos. (Hernández, Fernández, Baptista, 2016, p.406)

Una de las técnicas aplicadas fue la encuesta y para Bautista (2014) una encuesta implica la formulación de una serie de preguntas (pudiendo ser abiertas, cerradas, semiabiertas o semicerradas) dirigidas a una población específica, con el propósito de recopilar datos o obtener información específica sobre la realidad o el problema bajo estudio.

El Software de análisis de dato utilizado fue:

El SPSS funciona mediante un grupo de elementos relacionados entre sí con un propósito determinado. Esto es lo que caracteriza al SPSS, ya que es un sistema diseñado para cumplir el propósito de aportar soluciones, mediante el análisis estadístico para el cual existe. (Pedroza, Dicovskyi, 2007, p.15)

2.4 Plan para el procesamiento de la información

Una vez realizada la encuesta se procedió a aplicar la misma mediante el uso de correo electrónico y WhatsApp. Cuando se obtuvo la muestra necesaria (162 encuestados) se pasó la información al programa SPSS-26 la cual arrojó los resultados porcentuales con gráficos que facilitó el análisis y la interpretación de datos para poder brindar sugerencias que ayuden a solucionar los diferentes problemas encontrados.

2.5 Plan de análisis e interpretación de resultados

Para el análisis e interpretación de las 15 preguntas realizadas a 164 personas de manera virtual se aplicó un análisis descriptivo con base a los resultados porcentuales que nos facilitó la herramienta de procesamiento de datos SPSS-26, siendo también supervisado por el docente tutor.

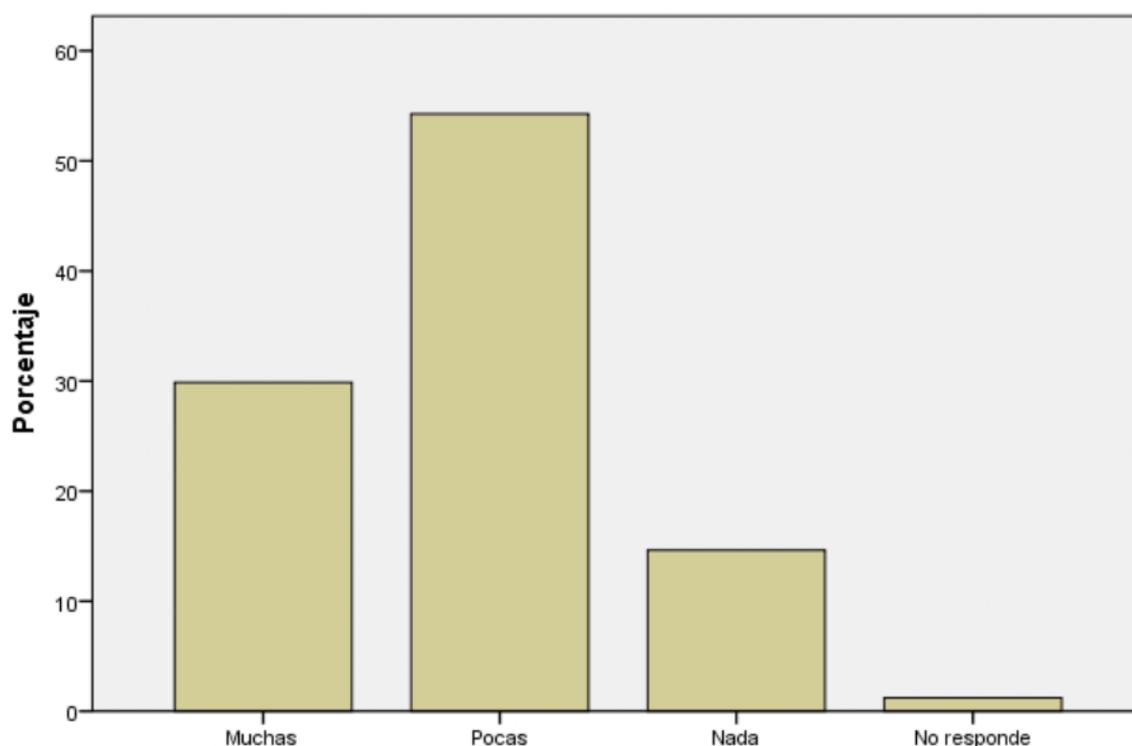
CAPÍTULO III:
RESULTADOS Y DISCUSIONES

3.1 Resultados de la encuesta aplicada

Pregunta 1. ¿En su formación como estudiante de la carrera de Comunicación de la UTA, le enseñaron herramientas o plataformas digitales?

Tabla 1 Enseñanza de plataformas digitales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muchas	49	29,9	29,9	29,9
	Pocas	89	54,3	54,3	84,1
	Nada	24	14,6	14,6	98,8
	No responde	2	1,2	1,2	100,0
	Total	164	100,0	100,0	



Nota 1: Enseñanza de plataformas digitales

Análisis

El primer ítem indaga acerca de la existencia de una enseñanza de herramientas o plataformas digitales en la formación de los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato, donde de un total de 164 personas encuestadas, la mayor parte con un 54,3 % siendo 89 personas determinan que a lo largo de la carrera existe poca enseñanza acerca del uso de plataformas digitales, y un 14,6 % de los encuestados manifiesta que no se les enseñó nada acerca del uso de plataformas digitales, esto indica que un 68,9 % de los estudiantes encuestados mantienen una respuesta negativa en cuanto a la enseñanza de herramientas o plataformas digitales siendo la mayoría en

contraste con un 29,9 % que manifiesta una enseñanza acerca de herramientas digitales a lo largo de la carrera.

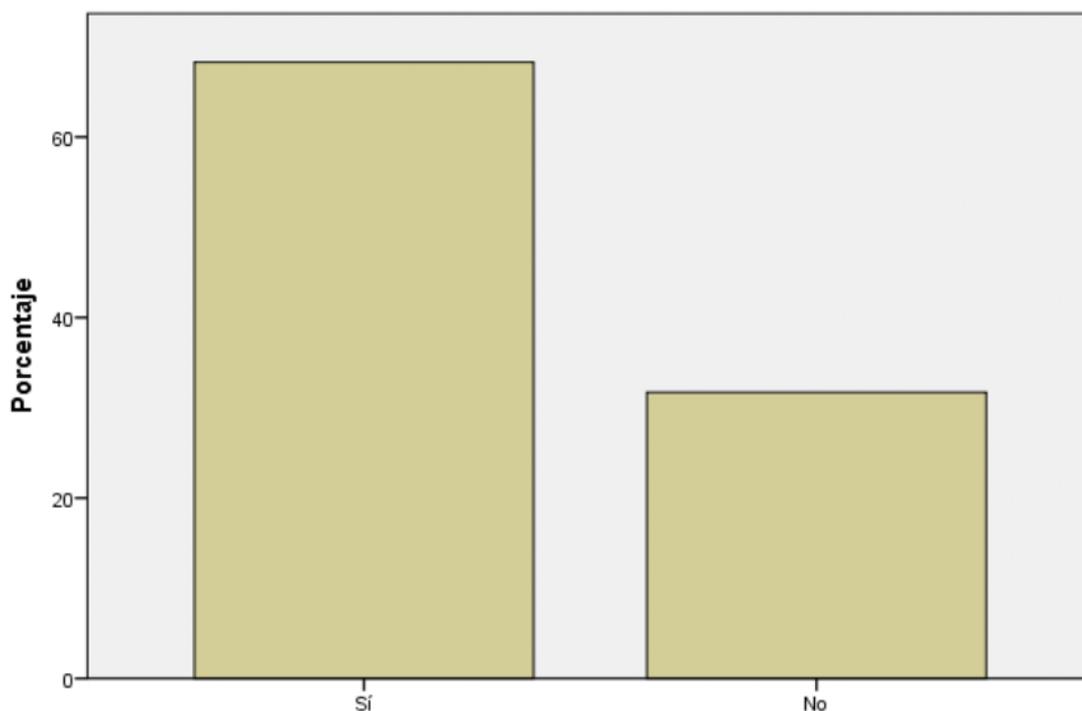
Interpretación

Como resultado a las estadísticas de la primera interrogación se determina que la mayoría de graduados dice que recibió pocas plataformas digitales a lo largo de sus 4 años de estudios de su carrera; seguido de muchas con el 29,9 %; posterior nada con 14,6 % y dos que no responden.

Pregunta 2. ¿Has realizado pasantías o prácticas relacionadas con la comunicación digital durante tus estudios?

Tabla 2 Pasantías en comunicación digital

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	112	68,3	68,3	68,3
	No	52	31,7	31,7	100,0
	Total	164	100,0	100,0	



Nota 2: Pasantías en comunicación digital

Análisis

El ítem determina que un 68,3 % de 164 encuestados (112 personas) han realizado prácticas laborales usando comunicación digital, en contraste a una minoría de 31,7 % de los encuestados (52 personas) quienes no han hecho uso de la comunicación digital en sus pasantías.

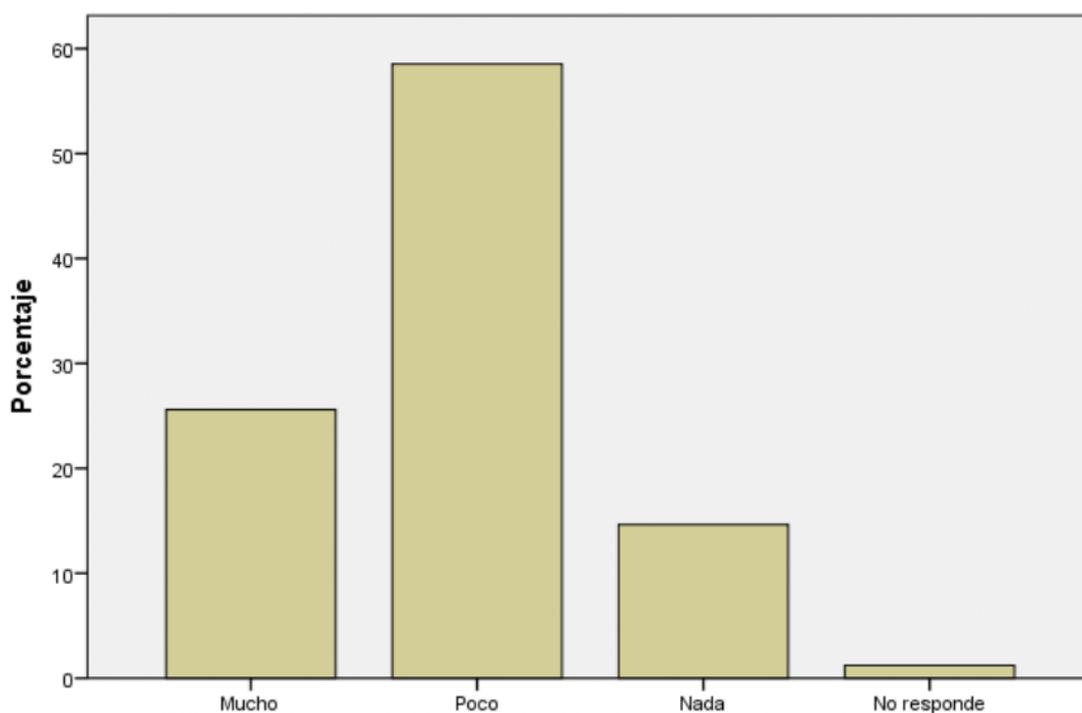
Interpretación

Los resultados nos demuestran que la comunicación digital es muy utilizada, al momento de realizar pasantías, demostrando la importancia de mejorar el conocimiento de los estudiantes de comunicación sobre este tema para una mejor preparación en el ámbito profesional.

Pregunta 3. ¿Te sientes preparado/a para enfrentar los retos y demandas de la comunicación digital en el ámbito profesional?

Tabla 3 Preparación en comunicación digital

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mucho	42	25,6	25,6	25,6
	Poco	96	58,5	58,5	84,1
	Nada	24	14,6	14,6	98,8
	No responde	2	1,2	1,2	100,0
	Total	164	100,0	100,0	



Nota 3: Preparación en comunicación digital

Análisis

Esta tabla nos indica que el 58,5 % de las personas encuestadas se sienten poco preparados para retos de comunicación digital, relacionando con el 14,6 % que no se sienten nada preparados para ejercer comunicación digital, sumando un total de 84,1 % a comparación del 25,6 % de los encuestados que indican sentirse preparados para el uso de comunicación digital.

Interpretación

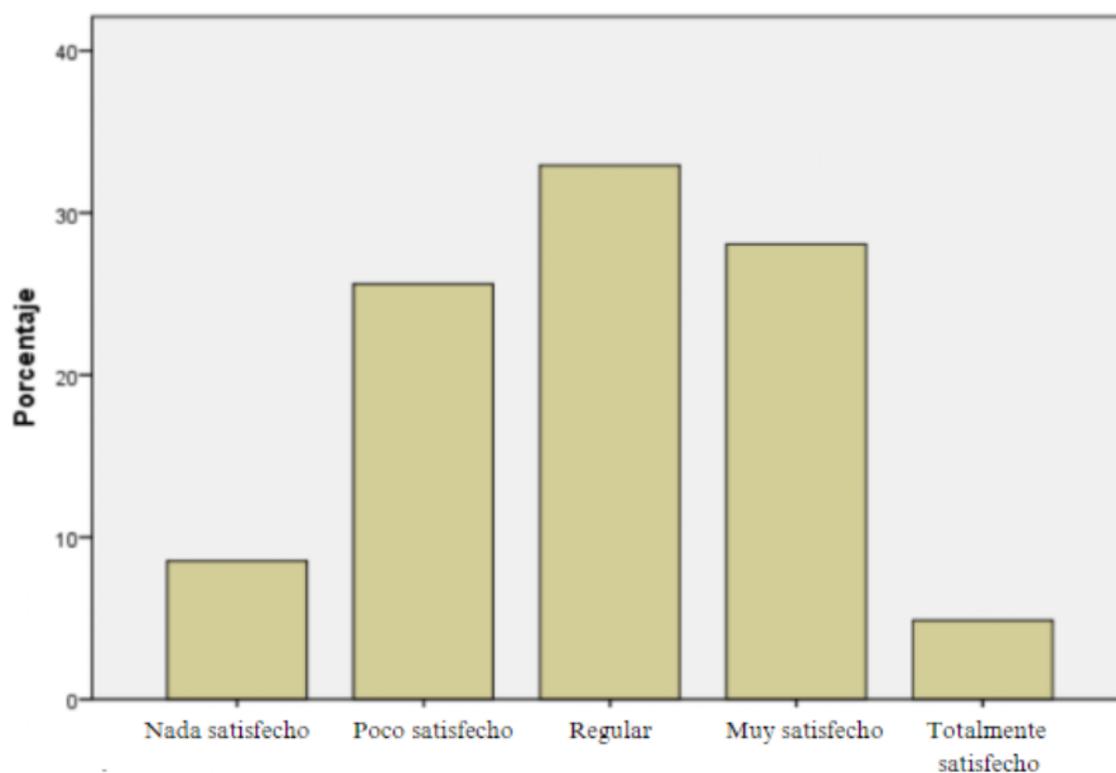
El ítem demuestra la falta de preparación por parte de los comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato para aplicar una buena comunicación digital en el ámbito profesional.

Siendo un porcentaje similar a la cantidad de personas que determinaron que recibieron poca enseñanza acerca del uso de herramientas digitales a lo largo de la carrera, reiterando la falta de preparación en cuanto a herramientas digitales.

Pregunta 4. ¿Cómo calificarías la formación recibida en comunicación digital durante tu carrera? (Escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es totalmente satisfecho).

Tabla 4 Calificación de la Formación en comunicación digital

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada satisfecho	14	8,5	8,5	8,5
	Poco satisfecho	42	25,6	25,6	34,1
	Regular	54	32,9	32,9	67,1
	Muy satisfecho	46	28,0	28,0	95,1
	Totalmente satisfecho	8	4,9	4,9	100,0
	Total	164	100,0	100,0	



Nota 4: Calificación de la Formación en comunicación digital

Análisis

En términos generales, la mayoría de los participantes calificó regular la formación en comunicación digital con el 32,9 %, mientras que el 25,8 % de las respuestas fueron poco satisfactorio y un 8,5% nada satisfactorio, por otro lado, se obtuvo un 28 % con respecto a una formación muy satisfactoria y apenas el 4,9 % piensa que su formación fue totalmente satisfactoria.

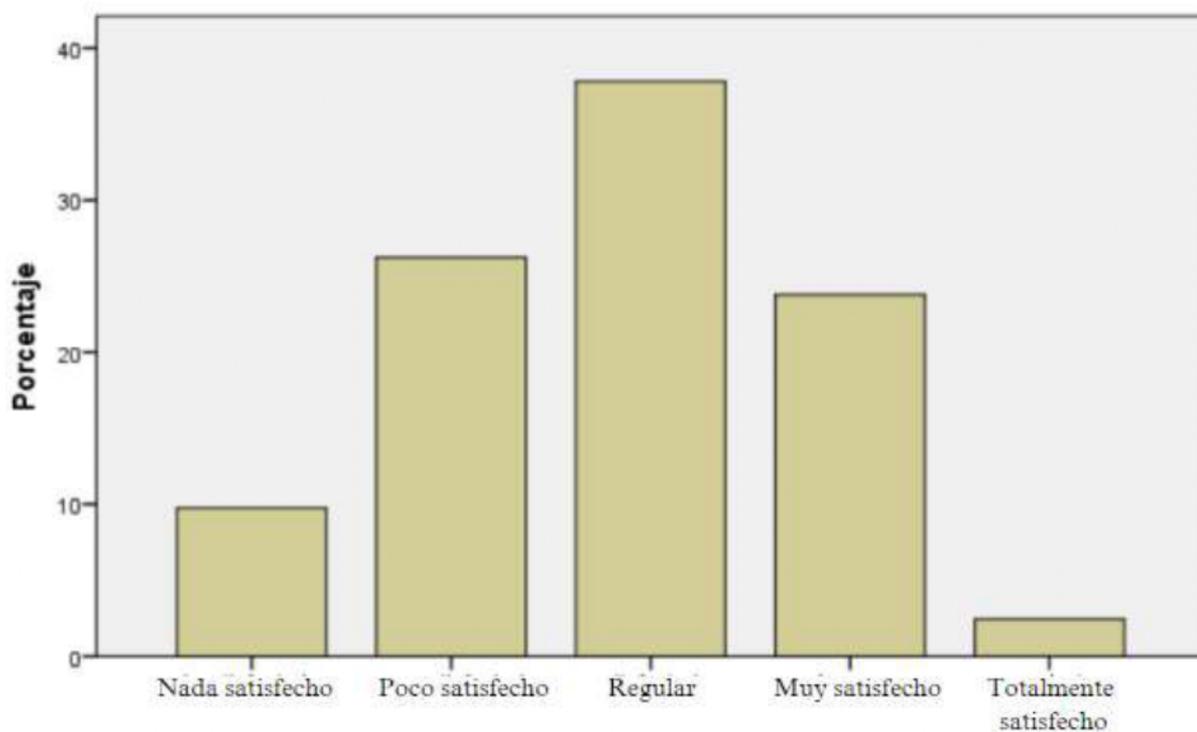
Interpretación

Con base en los resultados se puede identificar que existen diferentes aspectos que se podrían mejorar en la forma en que se imparte la formación en comunicación digital y puede haber áreas de oportunidad para mejorar la calidad del programa.

Pregunta 5. ¿En qué medida sientes que la Universidad Técnica de Ambato te proporcionó oportunidades para desarrollar habilidades prácticas en comunicación digital? (Escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es totalmente satisfecho).

Tabla 5 Oportunidades para desarrollar habilidades prácticas en comunicación digital

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Nada satisfecho	16	9,8	9,8	9,8
Poco satisfecho	43	26,2	26,2	36,0
Regular	62	37,8	37,8	73,8
Muy satisfecho	39	23,8	23,8	97,6
Totalmente satisfecho	4	2,4	2,4	100,0
Total	164	100,0	100,0	



Nota 5: Oportunidades para desarrollar habilidades prácticas en comunicación digital

Análisis

La tabla refleja que un 37,8 % cree que las oportunidades brindadas por la universidad para desarrollar habilidades prácticas en comunicación digital fueron regulares, mientras el 26,2 % de encuestados no están satisfechos con la oportunidad brindada para realizar prácticas en comunicación digital, al igual que el 9,8 % que siente poca satisfacción, dándonos un 36 % de personas insatisfechas, seguido por un 23,8 % que la valora como muy satisfactoria y un 2,4 % que la encuentra totalmente satisfactoria.

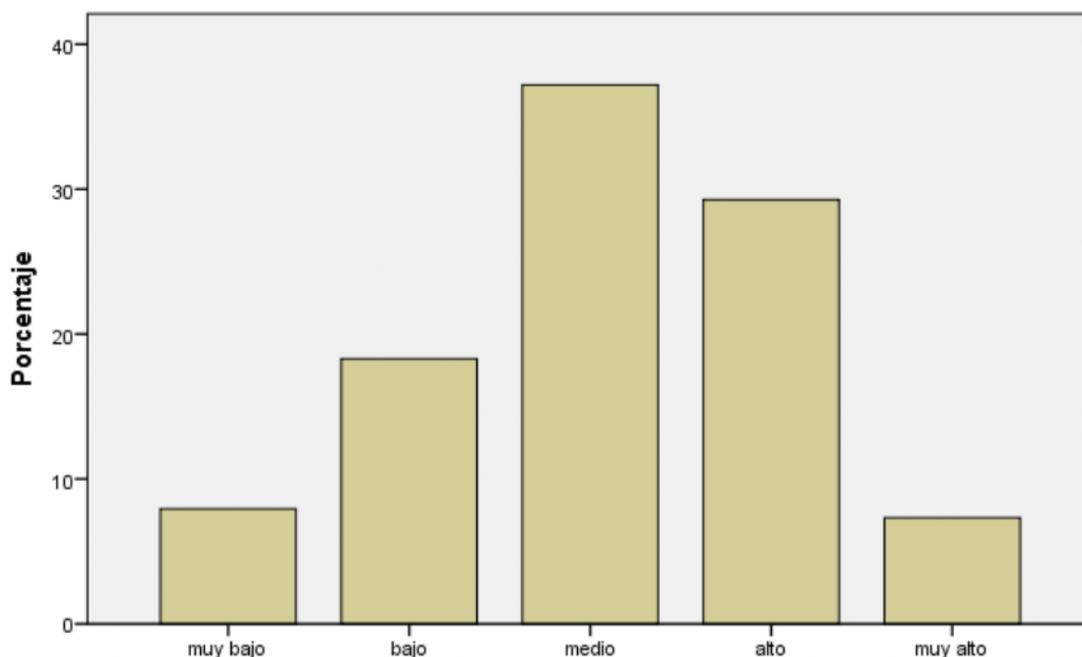
Interpretación

Los resultados obtenidos indican que se debe trabajar para mejorar e incrementar las oportunidades que se les brinda a los comunicólogos de realizar prácticas en comunicación digital.

Pregunta 6. ¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como la gestión de redes sociales? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).

Tabla 6 Nivel de habilidad en gestión de redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos muy bajo	13	7,9	7,9	7,9
bajo	30	18,3	18,3	26,2
medio	61	37,2	37,2	63,4
alto	48	29,3	29,3	92,7
muy alto	12	7,3	7,3	100,0
Total	164	100,0	100,0	



Nota 6: Nivel de habilidad en gestión de redes sociales

Análisis

La tabla presenta la autoevaluación de los encuestados sobre su nivel de habilidad en gestión de redes sociales, la mayoría un 37,2 %, se autoevalúa con un nivel medio de habilidad, seguido por un 29,3 % que la califica como alta, el 18,3 % la evalúa como baja y un 7,9 % considera su habilidad como muy baja, mientras que un 7,3 % la considera muy alta.

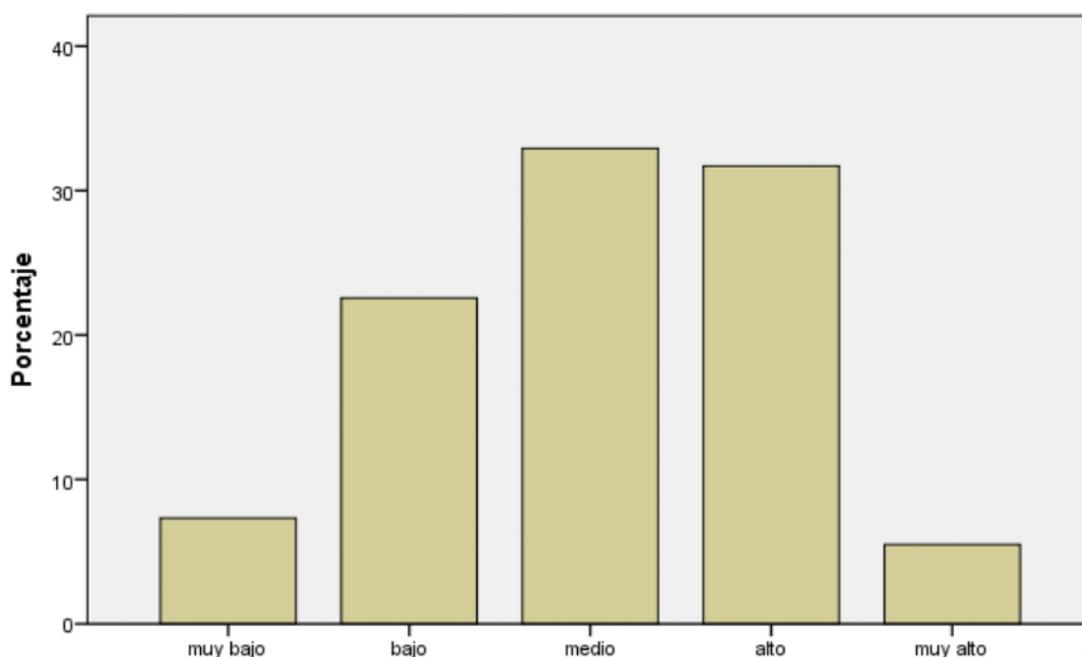
Interpretación

En conjunto, la mayoría de los encuestados se sitúa en niveles medios a altos de habilidad en la gestión de redes sociales, lo que sugiere un grado razonable de competencia en esta área entre la muestra evaluada.

Pregunta 7. ¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como la creación de contenido multimedia? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).

Tabla 7 Nivel de habilidad en creación de contenido multimedia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy bajo	12	7,3	7,3	7,3
	bajo	37	22,6	22,6	29,9
	medio	54	32,9	32,9	62,8
	alto	52	31,7	31,7	94,5
	muy alto	9	5,5	5,5	100,0
	Total	164	100,0	100,0	



Nota 7: Nivel de habilidad en creación de contenido multimedia

Análisis

En la autoevaluación de habilidades de creación de contenido multimedia, los participantes se distribuyen en diferentes niveles. Aproximadamente el 64,6 % las evalúa como medias o altas (32,9 % medias, 31,7 % altas) mientras que el 30 % de ellos considera sus habilidades como muy bajas o bajas (7,3 % muy bajas, 22,6 % bajas). Además, un 5,5 % destaca al percibir sus habilidades como muy altas.

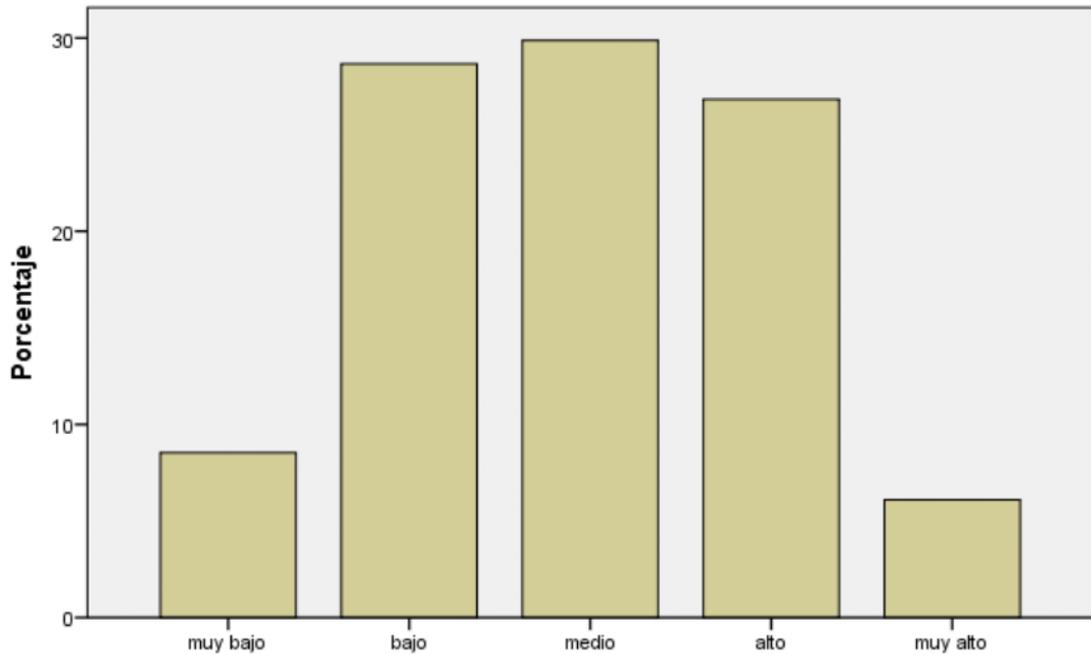
Interpretación

En general, la mayoría de los encuestados muestra un nivel de habilidad medio a alto en este aspecto de la comunicación digital, evidenciando que se ha trabajado en la creación de contenido multimedia.

Pregunta 8. ¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como el análisis de datos digitales? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).

Tabla 8 Nivel de habilidad en análisis de datos digitales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy bajo	14	8,5	8,5	8,5
	bajo	47	28,7	28,7	37,2
	medio	49	29,9	29,9	67,1
	alto	44	26,8	26,8	93,9
	muy alto	10	6,1	6,1	100,0
	Total	164	100,0	100,0	



Nota 8: Nivel de habilidad en análisis de datos digitales

Análisis

En la evaluación del nivel de habilidad en el análisis de datos digitales, obtenemos resultados muy variados, donde el 37,2 % de ellos considera sus habilidades como muy bajas o bajas (8,5 % muy bajas, 28,7 % bajas). Casi el 30 % las evalúa como nivel medio, y aproximadamente el 33 % las clasifica como altas o muy altas (26,8 % altas, 6,1 % muy altas).

Interpretación

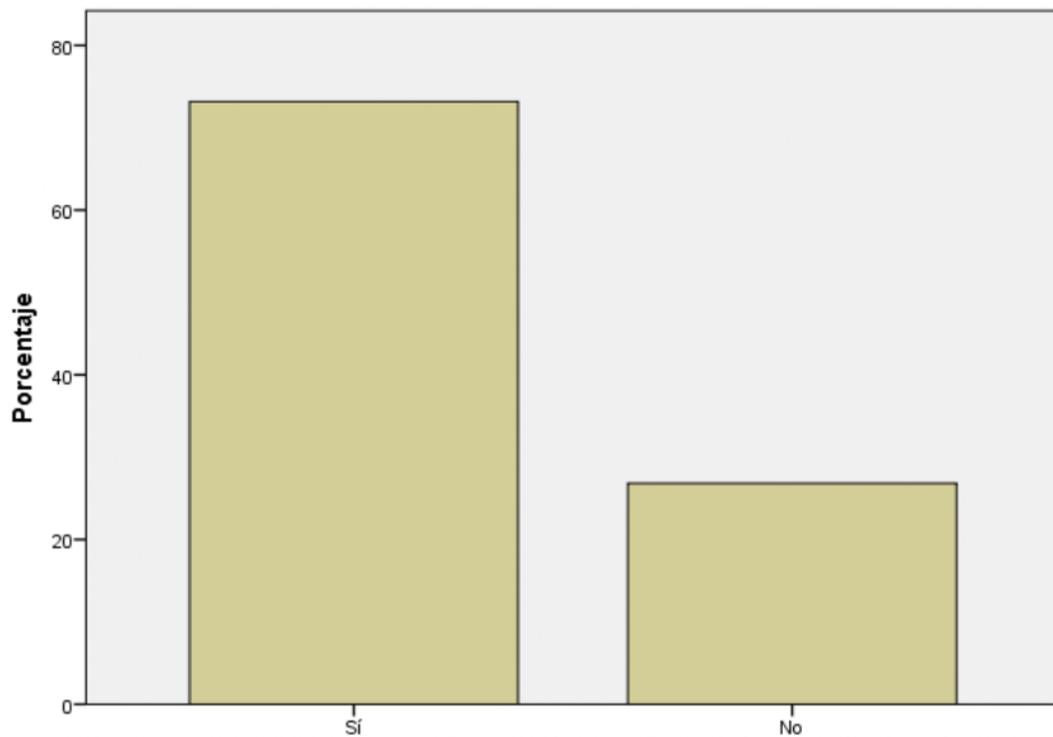
Estos resultados reflejan una disparidad en la competencia en el análisis de datos digitales, con un grupo sustancial que podría beneficiarse de esfuerzos de capacitación y desarrollo, mientras que otro segmento demuestra un dominio notable en estas habilidades. Esto subraya la importancia de estrategias educativas y de formación adaptadas para cerrar la

brecha y fomentar una mejora generalizada en las competencias de análisis de datos digitales.

Pregunta 9. ¿Actualmente usted se encuentra trabajando?

Tabla 9 Situación laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	120	73,2	73,2	73,2
	No	44	26,8	26,8	100,0
	Total	164	100,0	100,0	



Nota 9: Situación laboral

Análisis

La tabla muestra la situación laboral actual de los encuestados. De los 164 participantes, el 73,2 % indicó que actualmente se encuentra trabajando, mientras que el 26,8 % declaró que no está trabajando en el momento de la encuesta.

Interpretación

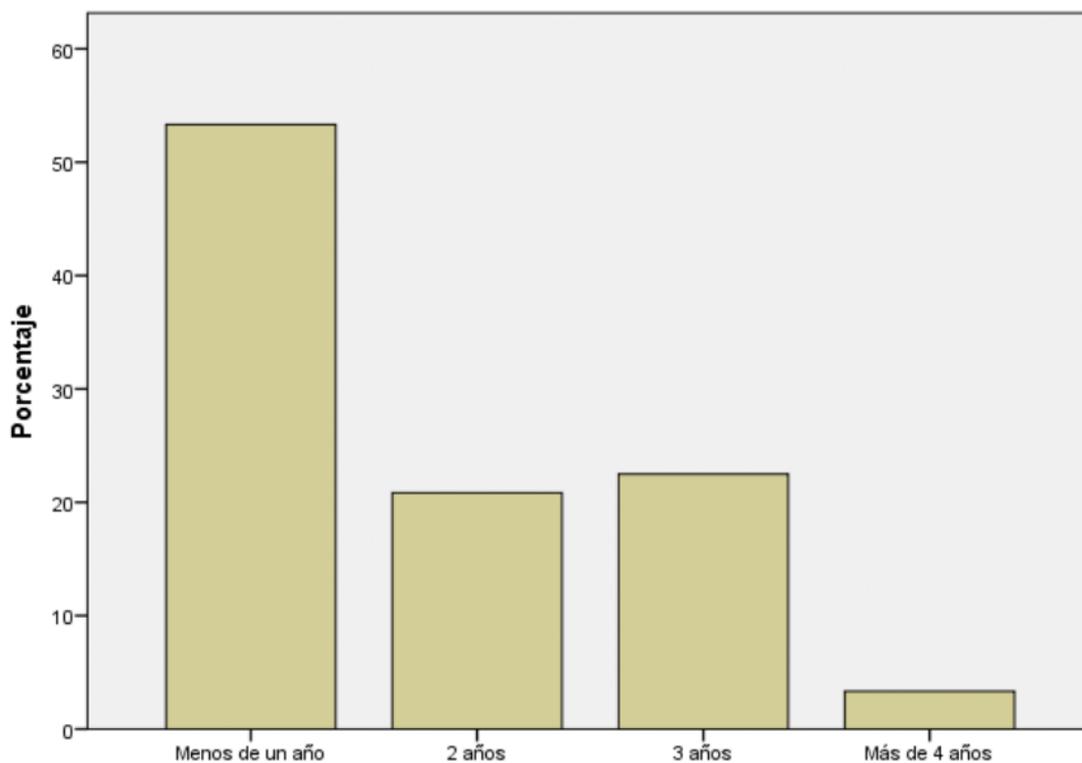
Este análisis proporciona una visión general de la distribución de la actividad laboral entre los encuestados, destacando la mayoría que se encuentra empleada en la muestra.

Pregunta 10. Luego de graduarse, ¿Qué tiempo le tomó para conseguir trabajo?

Tabla 10 Tiempo que le tomó para conseguir trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de un año	64	39,0	53,3	53,3
	2 años	25	15,2	20,8	74,2
	3 años	27	16,5	22,5	96,7
	Más de 4 años	4	2,4	3,3	100,0

	Total	120	73,2	100,0
Perdidos	Sistema	44	26,8	
Total		164	100,0	



Nota 10: Tiempo que le tomó para conseguir trabajo

Análisis

Los datos nos muestran que de los más 120 encuestados que proporcionaron datos válidos, el 53,3 % logró obtener trabajo en menos de un año. Un 20,8 % requirió dos años, mientras que un 22,5 % tardó tres años. Solo el 3,3 % indicó que les tomó más de cuatro años conseguir empleo.

Interpretación

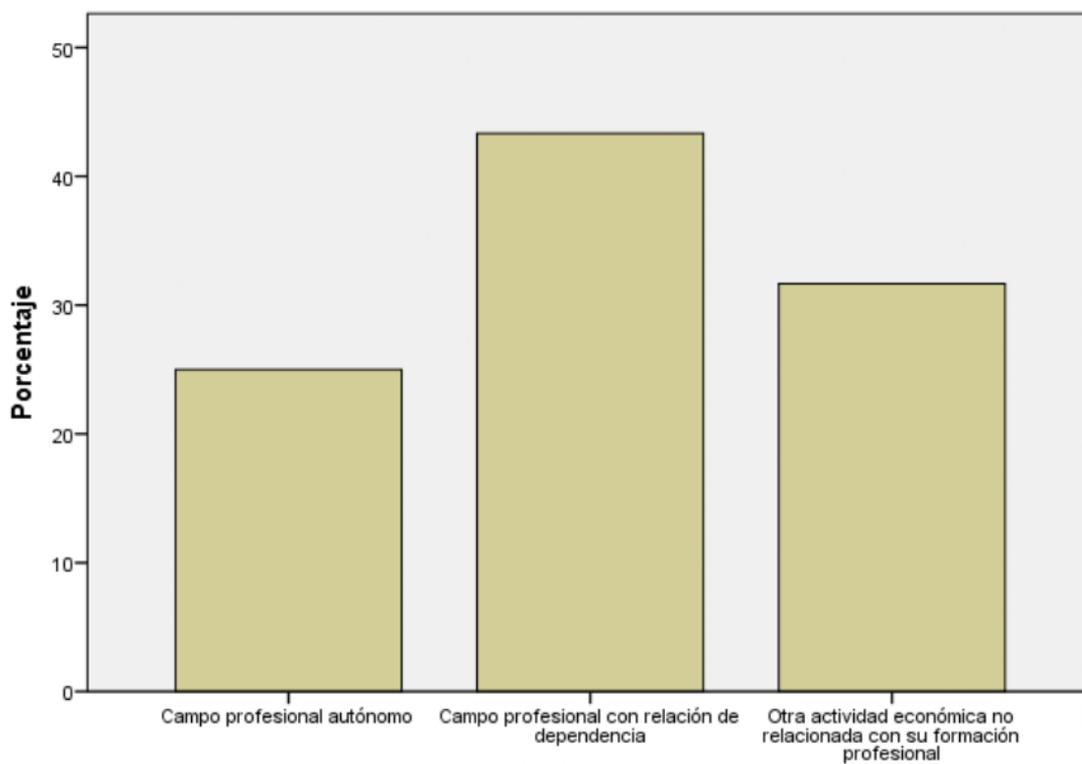
La mayoría de los encuestados encontró trabajo en el primer año después de graduarse, indicando una transición relativamente rápida al mercado laboral para un porcentaje significativo de la muestra.

Pregunta 11. ¿En qué campo desarrolla su actividad laboral?

Tabla 11 Actividad laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Campo profesional autónomo	30	18,3	25,0	25,0
	Campo profesional con relación de dependencia	52	31,7	43,3	68,3
	Otra actividad económica no	38	23,2	31,7	100,0

	relacionada con su formación profesional			
	Total	120	73,2	100,0
Perdidos	Sistema	44	26,8	
Total		164	100,0	



Nota 11: Actividad laboral

Análisis

La tabla ofrece información sobre el campo en el que los encuestados desarrollan su actividad laboral actual. De los 120 participantes que proporcionaron datos válidos, el 25 % se encuentra en el campo profesional autónomo, mientras que el 43,3 % trabaja en el campo profesional con relación de dependencia. Un 31,7 % está involucrado en otra actividad económica no relacionada con su formación profesional.

Interpretación

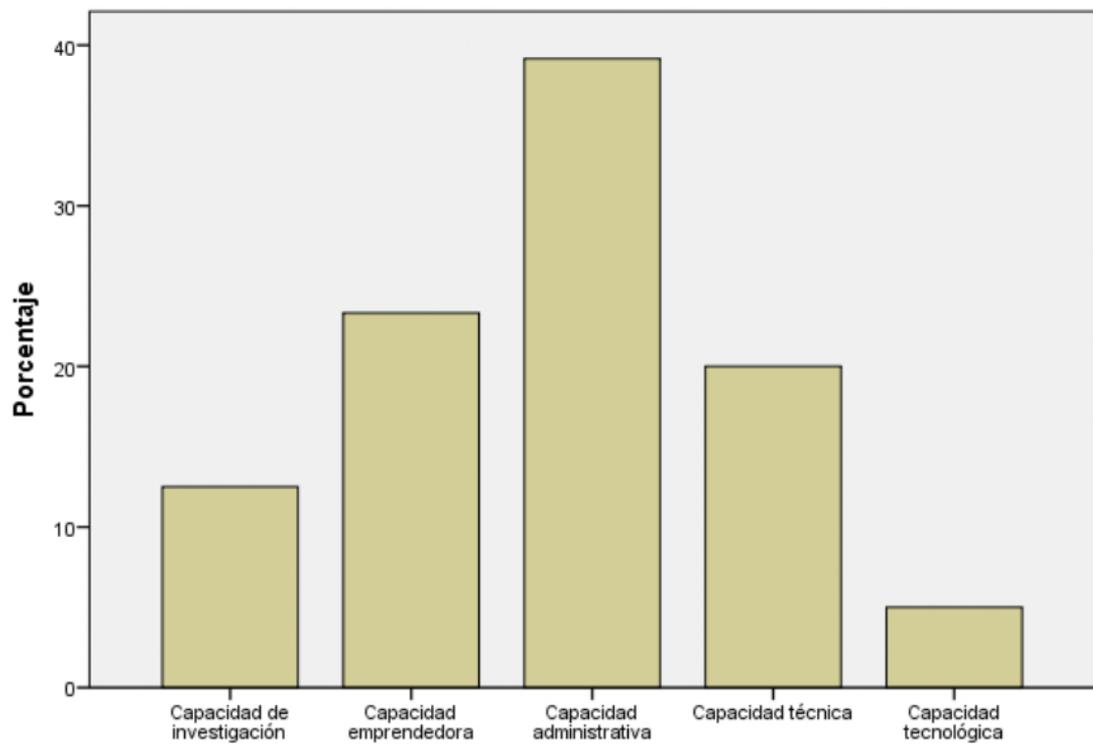
De acuerdo con los encuestados, la mayoría trabaja en campos profesionales, ya sea de manera autónoma o con relación de dependencia, pero un porcentaje significativo también está involucrado en actividades económicas no vinculadas directamente con su formación profesional.

Pregunta 12. ¿Seleccione la principal competencia general que aplica en su actividad laboral?

Tabla 12 Principal competencia aplicada en su actividad laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Capacidad de investigación	15	9,1	12,5	12,5
	Capacidad emprendedora	28	17,1	23,3	35,8

Capacidad administrativa	47	28,7	39,2	75,0
Capacidad técnica	24	14,6	20,0	95,0
Capacidad tecnológica	6	3,7	5,0	100,0
Total	120	73,2	100,0	
Perdidos Sistema	44	26,8		
Total	164	100,0		



Nota 12: Principal competencia aplicada en su actividad laboral

Análisis

Con base en la tabla de los 120 participantes que proporcionaron datos válidos, el 12,5 % seleccionó la capacidad de investigación como su principal competencia. La capacidad emprendedora fue elegida por el 23,3 %, mientras que la capacidad administrativa fue la opción para el 39,2 %. El 20 % destacó la capacidad técnica y el 5 % la capacidad tecnológica.

Interpretación

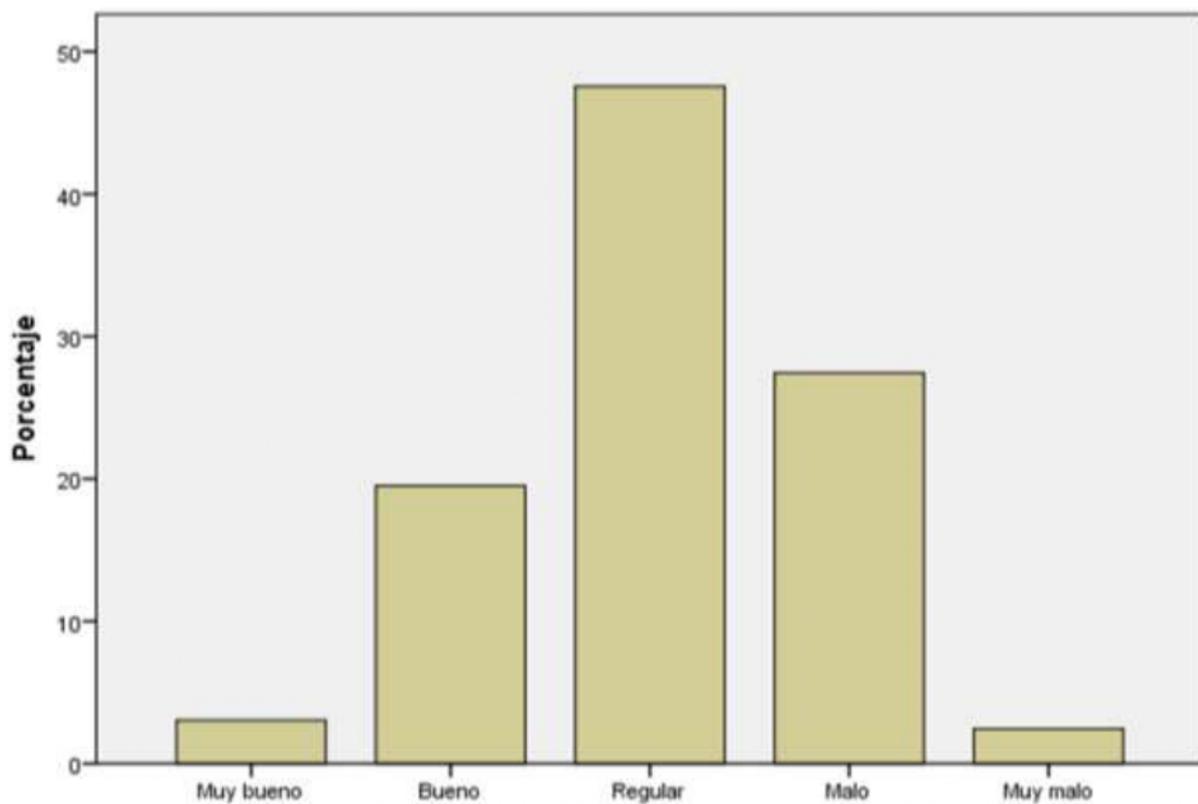
La capacidad administrativa es la competencia general más seleccionada, seguida por la capacidad emprendedora y la capacidad técnica. Este análisis refleja las diversas habilidades consideradas esenciales por los encuestados en sus respectivas actividades laborales.

Pregunta 13. ¿Qué calificación le otorgaría a la malla curricular en su formación académica?

Tabla 13 Calificación que se le otorga a la malla curricular

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bueno	5	3,0	3,0	3,0

Bueno	32	19,5	19,5	22,6
Regular	78	47,6	47,6	70,1
Malo	45	27,4	27,4	97,6
Muy malo	4	2,4	2,4	100,0
Total	164	100,0	100,0	



Nota 13: Calificación que se le otorga a la malla curricular

Análisis

La tabla refleja la evaluación de los encuestados sobre la malla curricular de su formación académica, utilizando una escala que va desde "Muy bueno" hasta "Muy Malo". De los 164 participantes, el 3 % la califica como "Muy Bueno", mientras que el 19,6 % la considera "Buena". La mayoría, un 47,6 %, la evalúa como "Regular", seguido por un 27,4 % que la clasifica como "Mala". Un 2,4 % la califica como "Muy Malo".

Interpretación

Estos resultados apuntan a la necesidad de una evaluación detallada de la malla curricular, identificando áreas específicas que requieren mejoras para abordar las inquietudes planteadas y mejorar la calidad general de la formación académica. La atención a estas evaluaciones permitirá adaptar y perfeccionar la estructura educativa para satisfacer las expectativas y necesidades de los estudiantes de comunicación de manera más efectiva.

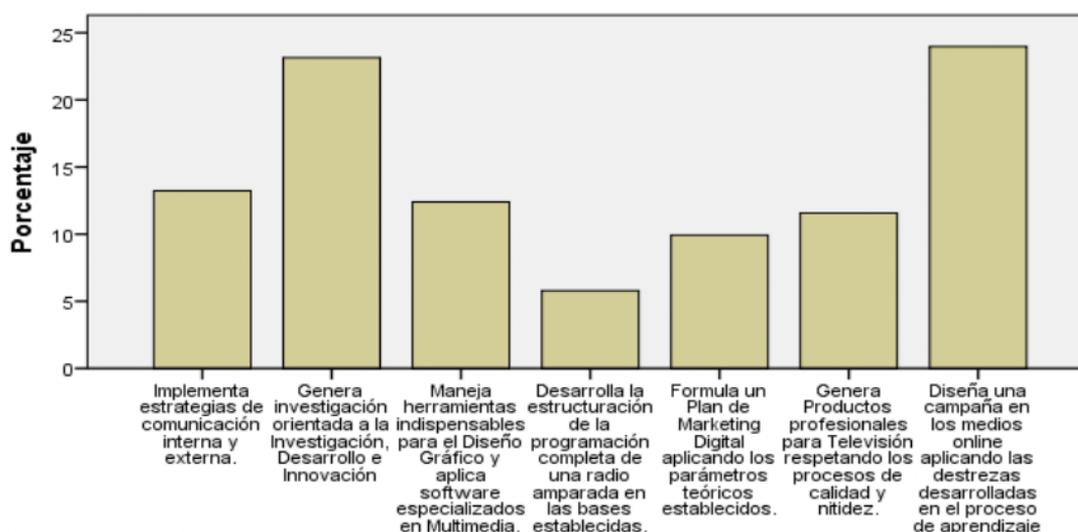
Pregunta 14. ¿Selecciones la principal competencia específica que aporta en su actividad laboral?

Tabla 14 Principales competencias específicas que aportan en la actividad laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Implementa estrategias de comunicación interna y externa.	16	9,8	13,2	13,2

<p>Genera investigación orientada a la Investigación, Desarrollo e Innovación</p>	28	17,1	23,1	36,4
<p>Maneja herramientas indispensables para el Diseño Gráfico y aplica software especializados en Multimedia.</p>	15	9,1	12,4	48,8
<p>Desarrolla la estructuración de la programación completa de una radio amparada en las bases establecidas.</p>	7	4,3	5,8	54,5
<p>Formula un Plan de Marketing Digital aplicando los</p>	12	7,3	9,9	64,5

parámetros teóricos establecidos.					
Genera	Productos	14	8,5	11,6	76,0
profesionales para Televisión respetando los procesos de calidad y nitidez.					
Diseña una campaña		29	17,7	24,0	100,0
en los medios online aplicando las destrezas desarrolladas en el proceso de aprendizaje					
Total		121	73,8	100,0	
Perdidos	Sistema	43	26,2		
Total		164	100,0		



Nota 14: Principales competencias específicas que aportan en la actividad laboral

Análisis

De los 121 participantes que proporcionaron datos válidos, la implementación de estrategias de comunicación interna y externa es destacada por el 13,2 %, mientras que un 23,1 % señala generar investigación orientada al desarrollo e innovación. El 12,4 % destaca el manejo de herramientas y software especializados en diseño gráfico y multimedia. Otras competencias incluyen desarrollar la estructuración de la programación de una radio (5,8 %), formular un plan de marketing digital (9,9 %), generar productos profesionales para televisión (11,6 %), y diseñar campañas en medios online (24 %).

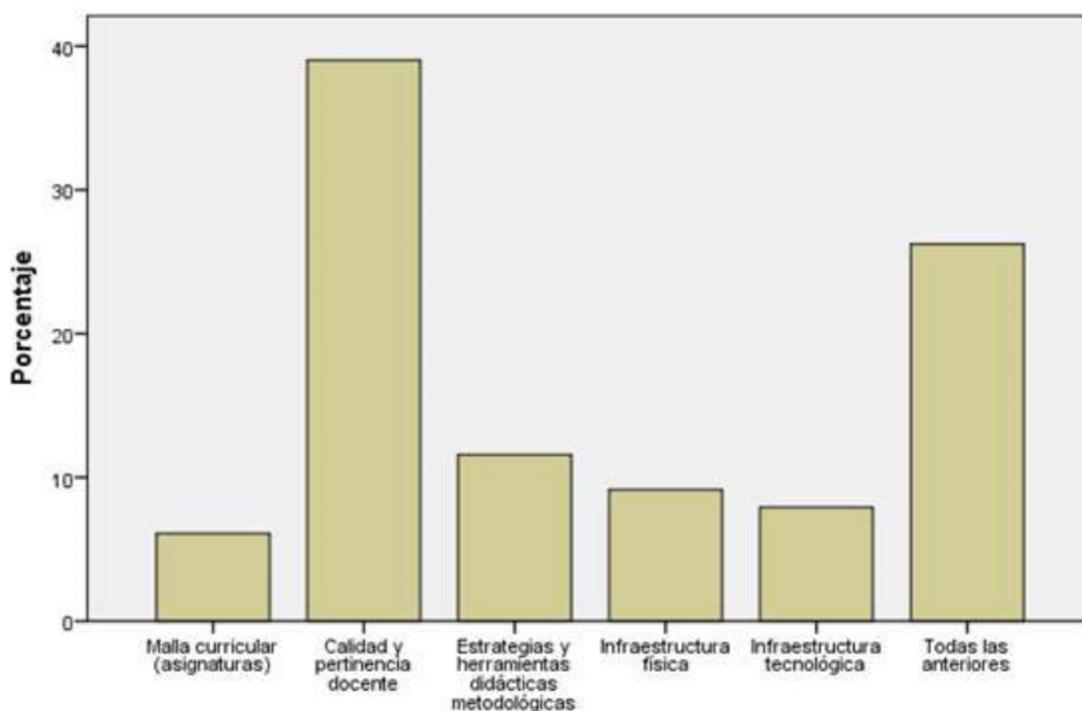
Interpretación

Esta variedad apunta hacia la necesidad de programas de formación y desarrollo que aborden múltiples aspectos del campo, preparando a los profesionales para enfrentar los desafíos complejos de la comunicación contemporánea en diversos medios y plataformas.

Pregunta 15. Del conjunto de opciones seleccioné los factores que más han contribuido en su formación académica.

Tabla 15 Factores que contribuyen en la formación académica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malla curricular (asignaturas)	9	6,1	6,1	6,1
	Calidad y pertinencia docente	23	39,0	39,0	45,1
	Estrategias y herramientas didácticas metodológicas	18	11,6	11,6	56,7
	Infraestructura física	15	9,1	9,1	65,9
	Infraestructura tecnológica	13	7,9	7,9	73,8
	Todas las anteriores	43	26,2	26,2	100,0
Total		164	100,0	100,0	



Nota 15: Factores que contribuyen en la formación académica

Análisis

La tabla refleja las percepciones de los participantes sobre los factores que contribuyen a su formación académica. La calidad y pertinencia docente emergen como elementos preeminentes, destacados por un significativo 39,0% de los encuestados, seguidos por las estrategias y herramientas didácticas metodológicas, señaladas por un 11,6%. La malla curricular (asignaturas) es mencionada por un 6,1%, mientras que la infraestructura física y tecnológica obtienen reconocimientos del 9,1% y 7,9%, respectivamente. Además, un considerable 26,2% reconoce la importancia de todos los factores mencionados anteriormente.

Interpretación

La destacada importancia otorgada a la calidad y pertinencia docente, con un considerable 39,0%, sugiere que la interacción con el cuerpo docente desempeña un papel fundamental en la experiencia educativa. El 26,2% que reconoce la importancia de todos los factores propone una comprensión holística de la complejidad de la formación académica, donde la sinergia de estos elementos contribuye a una experiencia educativa completa y enriquecedora.

CAPÍTULO IV:

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Con base a los resultados arrojados en la presente investigación, se puede concluir que:

- El nivel de experticia que poseen los nuevos comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato en el ámbito de la comunicación digital es medio, lo que nos indica que al momento de su inserción laboral no se encuentran totalmente preparados para enfrentar los retos y demandas laborales.
- La evaluación del tiempo de inserción laboral para los nuevos graduados en comunicación destaca que, si bien la mayoría encuentra empleo en menos de un año (39%), una proporción significativa (16.5%) experimenta períodos de búsqueda más prolongados, alcanzando hasta 3 años. Esta variabilidad señala la necesidad de abordar factores específicos que influyen en la rápida inserción al mercado laboral, como las competencias especializadas y las dinámicas del mercado, para adaptar estrategias educativas que mejoren la transición efectiva de los graduados a la vida profesional en comunicación.
- Con base en los resultados podemos concluir que la mayoría de los graduados poseen conocimientos medios sobre competencias específicas como la gestión de redes sociales, comunicación digital y creación de contenido multimedia que aportan en el ámbito laboral de los nuevos comunicadores.

- En términos de habilidades específicas, se identifica la necesidad de focalizar esfuerzos en mejorar las oportunidades para desarrollar habilidades prácticas, especialmente en áreas específicas como el análisis de datos digitales, para fortalecer de manera efectiva la formación académica de los nuevos graduados y prepararlos de manera más completa para enfrentar los desafíos del entorno laboral digital.

4.2 Recomendaciones

Fortalecer programas de actualización continua

- Dada la evaluación de un nivel medio de experticia en comunicación digital, se sugiere insistir en el uso de herramientas tecnológicas en todas las materias, buscando que los estudiantes realicen productos donde se evalúe la fotografía, sonido, tipo de tomas al igual que manejo de apps en toda la carrera de Comunicación, proporcionando a los graduados las habilidades necesarias para enfrentar con éxito los desafíos cambiantes del entorno digital.
- Ante la variabilidad en el tiempo de inserción laboral, se recomienda implementar estrategias específicas de apoyo, como programas de mentorías y eventos de networking. Estas iniciativas podrían acelerar la transición al mercado laboral y mejorar la adaptabilidad de los nuevos graduados a las dinámicas del sector.
- Se aconseja a la Universidad que capacite a los docentes en temas de comunicación digital, herramientas digitales como pueden ser las Inteligencias Artificiales que se están convirtiendo en las nuevas tendencias de la comunicación en todos los campos del conocimiento.

- Considerando la necesidad de mejorar oportunidades para habilidades prácticas, se propone un enfoque específico en el análisis de datos digitales. Fortalecer esta competencia esencial permitirá a los graduados abordar eficazmente las demandas crecientes en el ámbito laboral digital, asegurando una formación académica más completa y relevante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Arango-Forero, G. (2013). Comunicación digital: Una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Palabra Clave*, 16(3), 673-697.
2. Asociación de academias de la lengua Española (2010) experticia. *Diccionario de americanismos*. <https://www.asale.org/damer/experticia>
3. Barraqueta, P., Punín, M., & Gonzales, M. (2023). Cambio mediático y los nuevos retos profesionales: ¿Está la universidad ecuatoriana preparada para formar comunicadores polivalentes?. *Question/Cuestión*, 3(74), e771. <https://doi.org/10.24215/16696581e771>
4. Bautista C. N. P. (2014). *Proceso de la investigación cualitativa: epistemología, metodología y aplicaciones*. Editorial El Manual Moderno Colombia. <https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/71140>
5. Cáceres, Tusa, Tejedor (2019). La competencia digital y su importancia para el ejercicio de la comunicación organizacional en territorio. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*

6. Chamosa S, Herrera G (2018) Brecha curricular entre las Carreras de Comunicación y la demanda laboral en México Revista Cubana de Información y Comunicación Artículo original/ pp. 28-44RNPS: 2246 • ISSN: 2411-9970 • Vol. 7• Núm. 15• Ene.-Abr. 2018
7. Creswell, J.W., Creswell, J.D. (2017) Diseño de investigación: enfoques de métodos cualitativos, cuantitativos y mixtos.
8. Creswell, JW y Poth, CN (2018). Investigación cualitativa y diseño de investigación: elección entre cinco enfoques (4^a ed.). Washington DC: Publicaciones Sage.
9. Dominguez. A, Lucero. V, Zapata.J, Rocabado.W (2017) Oportunidades y Desafíos del Comunicador según las demandas del mercado laboral Recuperado de <https://gestiopolis.com/oportunidades-desafios-del-comunicador-segun-las-diferentes-demandas-del-mercado-laboral/>
10. El mundo del trabajo y la precariedad laboral de los comunicadores y periodistas. (2020). Revista De Estudio De Derecho Laboral Y Derecho Procesal Laboral | Universidad Blas Pascal, 2, 27-38. [https://doi.org/10.37767/2683-8761\(2020\)002](https://doi.org/10.37767/2683-8761(2020)002)
11. Farinango, L. . (2023). Las competencias digitales de los estudiantes de Comunicación Social en Ecuador. Revista InveCom / ISSN En línea: 2739-0063, 3(2), 1–23. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8056270>

12. Ferré, C. (2011). Historia de la Comunicación: una reflexión historiográfica. Portal de la Comunicación InCom-UAB. Recuperado de El portal de los estudios de comunicación, 2001-2011: https://www.researchgate.net/profile/Carme-FerrePavia/publication/340609377_Historia_de_la_Comunicacion_una_reflexion_historiografica/links/5e94a17ba6fdcca789153177/Historia-de-la-Comunicacionuna-reflexion-historiografica.pdf
13. Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E. y Black, W. C. (2019). Análisis de datos multivariados (8ª ed.). Inglaterra: Pearson Prentice.
14. Hernández, F. (2002). Metodología de la investigación en ciencias sociales. Universidad Abierta para Adultos (UAPA). <https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/175601>
15. Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Fernando y Baptista Lucio Pilar (2016). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill, México DF. ISBN 978-607-15-0291-9
16. Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.
17. Irrazabal Elliott, M. (2021). Periodismo, experticia y toma de decisiones técnicas. Conexión, (16), 111-132. <https://doi.org/10.18800/conexion.202102.005>

18. Jamison, A., Kolmos, A., & Egelund, J. (2014). Hybrid learning: An integrative approach to engineering education. *Journal engineering education*, 103 (2), 253-273. <https://doi.org/10.1002/jee.20041>
19. J Schena, R Besalú, C Singla Casellas (2018): “Valoraciones actualizadas de las competencias profesionales en la práctica laboral de los periodistas españoles”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 531 a 555.
20. Núñez. P, García. A, Abuín. N (2013) Profesionales digitales en publicidad y comunicación. Una aproximación a las necesidades del mercado labora. Universidad Complutense de Madrid. vol. 18, 2013, pp. 177-187
21. Paz -Ramos , P. C. ., & Campos -Achicanoy, M. I. (2021). Análisis del impacto social de la formación de Comunicadores Sociales y Periodistas de Unicomfauca: demandas, desafíos sociales y desafíos del mundo laboral. *Mundo FESC*, 11(S2), 130–142. Recuperado a partir de <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/920>
22. Pedroza Henry, Dicovskyi Luis (2007). Sistema de análisis estadísticos con SPSS Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA)
23. Pereira, José Miguel (2005) La comunicación: un campo de conocimiento en construcción Reflexiones sobre la comunicación social en Colombia Universidad del Norte Barranquilla, Colombia

24. Pérez. F (2011) Paradojas de la comunicación digital. ACEPRENSA S.A.
25. Poveda. D, Mora. J, Robayo. R, Vallejo. A (2023) Las Tic y su utilidad en la comunicación efectiva en el ámbito educativo. Polo del conocimiento
26. Red ICOD. Comunicación digital: competencias profesionales y desafíos académicos = Comunicació digital: competències professionals i reptes acadèmics. Vic: Red Iberoamericana de Comunicación Digital; 2006. 83 p.
27. Sánchez Olavarría. C (2013) La inserción laboral de los comunicadores de la Universidad del Altiplano. Universidad Autónoma de Tlaxcala. Vol. XLII (1), No. 165
28. Scolari CA. Comunicación digital: recuerdos del futuro. El Profesional de la Información. 2012; 21(4): 337-340. DOI 10.3145/epi.2012.jul.01
29. Scolari. C (2013) Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digita. Gedisa editorial
30. Spink,P. (2007) Replanteando la investigación de campo: relatos y lugares, Revista Venezolana de Sociología y Antropología, vol. 17
31. Viviana R. Bercheñi y Sonia I. Mariño (2021) Identificación de brechas digitales en estudiantes de Relaciones Laborales. Una aproximación desde la virtualidad en 2021 Departamento de Informática Facultad de Ciencias Exactas y Naturales y Agrimensura, Universidad Nacional del Nordeste

32. Zavala Palacios, O., & Vallejo López, A. B. (2023). “El rol del comunicador social frente a la sociedad del siglo XXI”. *MQRInvestigar*, 7(1), 2370–2380.
<https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.1.2023.2370-2380>

ANEXOS

Anexo 1. app para sacar la muestra.



Calculadora de muestra

Nivel de confianza: 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Limpiar

Calcular Muestra

Tamaño de Muestra:

Anexo 2. Encuesta aplicada

Encuesta sobre la Experticia en Comunicación Digital de los Nuevos Comunicadores de la Universidad Técnica de Ambato y su Inserción en el Campo Laboral.

Esta encuesta tiene como objetivo analizar la preparación y competencias en comunicación digital de los recién graduados de la Universidad Técnica de Ambato, así como evaluar su experiencia y éxito en la inserción al campo laboral. Tu participación es crucial para obtener información precisa y valiosa. Por favor, responde con sinceridad y de manera completa.

¿En su formación como estudiante de la carrera de Comunicación de la UTA, le enseñaron herramientas o plataformas digitales? *

- Muchas
- Pocas
- Nada
- No responde

¿Has realizado pasantías o prácticas relacionadas con la comunicación digital durante tus estudios? *

- Sí
- No

¿Te sientes preparado/a para enfrentar los retos y demandas de la comunicación digital en el ámbito profesional? *

- Mucho
- Poco
- Nada
- No responde

¿Cómo calificarías la formación recibida en comunicación digital durante tu carrera? (Escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es totalmente satisfecho). *

- | | | | | | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nada satisfecho | <input type="radio"/> | Totalmente satisfecho |

¿En qué medida sientes que la Universidad Técnica de Ambato te proporcionó oportunidades * para desarrollar habilidades prácticas en comunicación digital? (Escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es totalmente satisfecho).

	1	2	3	4	5	
nada satisfecho	<input type="radio"/>	totalmente satisfecho				

¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como * la gestión de redes sociales? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).

	1	2	3	4	5	
muy bajo	<input type="radio"/>	muy alto				

¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como * la creación de contenido multimedia? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).

	1	2	3	4	5	
muy bajo	<input type="radio"/>	muy alto				

¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como * el análisis de datos digitales? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).

- 1 2 3 4 5
-

¿Actualmente usted se encuentra trabajando? *

- Sí
- No

Luego de graduarse ¿Qué tiempo le tomó para conseguir trabajo?

- Menos de un año
- 2 años
- 3 años
- Más de 4 años

¿En qué campo desarrolla su actividad laboral?

- Campo profesional autónomo
- Campo profesional con relación de dependencia
- Otra actividad económica no relacionada con su formación profesional

¿Seleccione la principal competencia general que aplica en su actividad laboral?

- Capacidad de investigación
- Capacidad emprendedora
- Capacidad administrativa
- Capacidad técnica
- Capacidad tecnológica

¿Qué calificación le otorgaría a la malla curricular en su formación académica? *

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy Malo

¿Selecciones la principal competencia específica que aporta en su actividad laboral?

- Implementa estrategias de comunicación interna y externa.
- Genera investigación orientada a la I+D+I (Investigación, Desarrollo e Innovación) dentro del campo del p...
- Maneja herramientas indispensables para el Diseño Gráfico y aplica software especializados en Multime...
- Desarrolla la estructuración de la programación completa de una radio amparada en las bases y proceso...
- Formula un Plan de Marketing Digital aplicando los parámetros teóricos establecidos.
- Genera Productos profesionales para Televisión respetando los procesos de calidad y nitidez.
- Diseña una campaña en los medios online aplicando las destrezas desarrolladas en el proceso de apren...

Del conjunto de opciones seleccione los factores que más han contribuido en su formación académica *

- Malla curricular (asignaturas)
- Calidad y pertinencia docente
- Estrategias y herramientas didácticas metodológicas
- Infraestructura física
- Infraestructura tecnológica
- Todas las anteriores

Anexo 3. Tabla estadística SPSS

		¿En su formación como estudiante de la carrera de Comunicación de la UTA, le enseñaron herramientas o plataformas digitales?	¿Has realizado pasantías o prácticas relacionadas con la comunicación digital durante tus estudios?	¿Te sientes preparado/a para enfrentar los retos y demandas de la comunicación digital en el ámbito profesional?	¿Cómo calificarias la formación recibida en comunicación digital durante tu carrera? (Escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfactorio y 5 es totalmente satisfactorio).	¿En qué medida sientes que la Universidad Técnica de Ambato te proporcionó oportunidades para desarrollar habilidades prácticas en comunicación digital? (Escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfactorio y 5 es totalmente satisfactorio).	¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como la creación de contenido multimedia? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).	¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como el análisis de datos digitales? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).	¿Cómo evalúas tu nivel de habilidad en aspectos específicos de la comunicación digital, como el análisis de datos digitales? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto).	¿Actualmente usted encuentra trabajo?	¿Qué calificación le otorgaría a la malla curricular en su formación académica?	¿Seleccionó la principal competencia específica que aporta en su actividad laboral?	¿Seleccionó las principales competencias específicas que más han contribuido en su formación académica?	Del conjunto de opciones seleccionadas que más han contribuido en su formación académica		
N	Válidos	164	164	164	164	164	164	164	164	164	120	120	120	120	121	121
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	44	44	44	44	43	43
	Media	1,87	1,32	1,91	2,95	2,83	3,10	3,05	2,93	1,27	1,76	2,07	2,82	2,92	4,07	4,07
	Mediana	2,00	1,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	2,00	3,00	3,00	4,00	4,00
	Moda	2	1	2	3	3	3	3	3	1	1	2	3	3	7	6
	Mínimo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Máximo	4	2	4	5	5	5	5	5	2	4	3	5	5	7	6
	Suma	307	216	314	484	464	508	501	481	208	211	248	338	350	492	492
	Percentiles															
	25	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,25	2,00	2,00	2,00	2,00
	50	2,00	1,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	2,00	3,00	3,00	4,00	4,00
	75	2,00	2,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	3,00	3,00	3,75	3,00	6,00	6,00