

**CARACTERIZACIÓN DE LOS GRADUADOS DEL PROGRAMA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO DE LA CORPORACIÓN
UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS VICERRECTORÍA REGIONAL
ORINOQUÍA**

LAURA KATERINE FORERO VALENCIA

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
VILLAVICENCIO
2019**

**CARACTERIZACIÓN DE LOS GRADUADOS DEL PROGRAMA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO DE LA CORPORACIÓN
UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS VICERRECTORÍA REGIONAL
ORINOQUÍA**

LAURA KATERINE FORERO VALENCIA

455996

ASESOR TÉCNICO Y METODOLÓGICO

ANDREA DEL PILAR PABÓN MÉNDEZ

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
VILLAVICENCIO**

2019

Tabla de contenido

1. Introducción.....	8
2. Línea de investigación.....	10
2.1 Sub línea.....	11
3. Resumen ejecutivo.....	13
4. Planteamiento del problema	15
5. Objetivos.....	18
5.1 Objetivo general	18
5.2 Objetivos específicos.....	18
6. Justificación.....	19
7. Marco de referencia	21
7.1 Contexto	21
7.1.1 Perfil ocupacional del graduado.....	22
7.2 Marco conceptual	24
7.3 Marco teórico	28
7.4 Antecedentes	29
7.4.1 Caracterización de los graduados en el departamento del Meta y a nivel nacional....	29
7.4.2 Investigaciones realizadas en UNIMINUTO	32
8 Metodología.....	35
8.1 Muestra.....	35
8.2 Instrumento / Técnicas de recolección de información.....	36
8.3 Procedimiento.....	36
9. Análisis de los datos	37
9.1 Caracterización de graduados del programa Comunicación Social-Periodismo de UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía.....	38
9.1.1 Información sobre el primer empleo	44
9.1.2 Información laboral	47
9.1.3 Preguntas para quienes actualmente no están trabajando.....	54
9.1.4 Emprendimiento	57
9.1.5 perspectiva sobre UNIMINUTO	58
9.1.6 Análisis de la caracterización de graduados.....	60
9.2 Análisis del perfil del graduado	62
10. Conclusión	69

11. Recomendaciones	71
12. Referencias Bibliográficas.....	72
13. Anexos	75

Lista de figuras y tablas

Figura # 1	39
Figura # 2	40
Figura # 3	41
Figura # 4	41
Figura # 5	42
Figura # 6	43
Figura # 7	44
Figura # 8	44
Figura # 9	45
Figura # 10	46
Figura # 11	47
Figura # 12	47
Figura # 13	48
Figura # 14	49
Figura # 15	50
Figura # 16	51
Figura # 17	52
Figura # 18	52
Figura # 19	53
Figura # 20	54
Figura #21	55
Figura # 22	55
Figura # 23	56
Figura # 24	57
Figura # 25	57
Figura # 26	58
Figura # 27	59
Figura # 28	59
Tabla # 1	67

RESUMEN

El programa de Comunicación Social- Periodismo de la Coporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía tiene 236 graduados desde el año 2012 con la primera generación hasta el 2018.

Por medio del ejercicio profesional de los graduados se puede identificar qué impacto está teniendo el programa. El proyecto es aporte un importante para el proceso de autoevaluación que se realiza con fin de fortalecerse en términos académicos y dar cumplimiento a proyecto curricular del programa, el cual plantean que los profesionales de comunicación social-periodismos son personas con la capacidad de afrontar la realidad social desde sus diferentes ámbitos. Como resultados más relevantes dentro de la investigación en cuanto al área de comunicación social-periodismo se identificó la baja empleabilidad, los graduados se están formando para no ejercer, la experiencia laboral es el primer obstáculo para emplearse, aunque el enfoque de UNIMINUTO para el programa es comunicación para el cambio social las necesidades del mercado redirecciona a los profesionales a ejercer como comunicación organización y community manager.

ABSTRACT

The Social Communication-Journalism program of the Minuto de Dios University Co-location of the Orinoquía Regional Vice-Presidency has 236 graduates since 2012 with the first generation until 2018.

Through the professional exercise of the graduates it is possible to identify what impact the program is having. The project is an important contribution to the self-evaluation process that is carried out in order to strengthen itself in academic terms and to comply with the curricular project of the program, which states that the professionals of social communication-journalism are people with the ability to face reality social from its different areas. As the most relevant results in the investigation regarding the area of social communication-journalism, low employability was identified, graduates are being trained not to practice, work experience is the first obstacle to be used, although the UNIMINUTO approach to the program it is communication for social change, the needs of the market redirect professionals to practice communication as an organization and community manager.

1. Introducción

Este trabajo se lleva a cabo con el fin de tener un acercamiento con los graduados del programa Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía, ya que ellos tienen toda la formación académica, disciplinaria, y están ejerciendo, tienen la facultad de referirse sobre el programa y por medio de ellos se puede conocer si la institución está teniendo un impacto en la sociedad. La forma en que ejercen la profesión en la cual se han formado, tiene unos impactos sociales y es importante reconocerlos, por lo anterior las instituciones de educación superior necesitan hacer de manera frecuente procesos de seguimiento y caracterización, que les permita reconocer qué están haciendo los graduados, qué impacto tiene la universidad a través de ellos, también cómo se puede optimizar el plan de estudio según la demanda laboral.

Por esta razón se busca hacer una aproximación a los graduados de Comunicación Social-Periodismo, programa con registro SNIES 52310 resolución No. 21199 del 09 de noviembre de 2016 con vigencia de 7 años, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía, teniendo en cuenta que El Ministerio de Educación Nacional busca y da prioridad al seguimiento de graduados de las Instituciones de Educación Superior (IES).

Con el fin de identificar en qué campos laborales se encuentran los graduados de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía y apoyar a la institución en su proceso de mejoramiento, autoevaluación y alcance de la alta calidad, se desarrolló el siguiente estudio de tipo

descriptivo, en el cual se recolectó información a través de los graduados, desde el año 2012 con la primera promoción, hasta el período 2018.

Con este trabajo los futuros comunicadores podrán conocer por medio de la experiencia de los graduados cuáles son las actividades que realizan, las funciones que desarrollan, cuáles son los campos ocupacionales más frecuentes, qué perfiles profesionales están desarrollando los graduados UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía, qué área requiere profesionales en Comunicación Social-Periodismo. También, podrán identificar cuánto auge hay en la región, re direccionarse en la busca de empleo y ajustarse a las necesidades de los campos laborales.

El programa podrá identificar qué están haciendo sus graduados, en qué áreas se están desempeñando, cómo se encuentra el mercado laboral en el Meta teniendo en cuenta el lugar donde se están posicionando los mismos, por lo anterior, UNIMINUTO podrá fortalecerse por medio de proceso de autoevaluación con la información recopilada en este trabajo y crear estrategias que les brinden mejores herramientas a los futuros graduados para el mejoramiento de sí mismos como profesionales y para el mejoramiento de la universidad.

2. Línea de investigación

La línea de investigación corresponde a una apuesta curricular de las Instituciones de Educación Superior, para el caso de este proyecto la línea que corresponde al problema de investigación es: Educación, transformación social e innovación.

La educación puede propiciar la permanencia del *estatu quo* o la transformación social; puede ser conservadora o innovadora. No cabe duda de que, si se quiere un mejor ser humano y una mejor sociedad, necesitamos una mejor educación. (UNIMINUTO, 2016, p.76)

Partimos de que se quiere hacer un análisis del proceso educativo que tiene UNIMINUTO desde el programa Comunicación Social-Periodismo de la Vicerrectoría Regional Orinoquía, y como la educación que se imparte en la institución logra una transformación en los graduados y como ellos a través de la formación que recibieron llegan a tener un impacto en la sociedad.

La educación y la vida laboral de los graduados van de la mano, las herramientas obtenidas en la institución son fundamentales en los espacios profesionales, se identificará dónde están y qué impacto han tenido los graduados UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía, del programa Comunicación Social-Periodismo, qué aportes o transformaciones han hecho en las organizaciones, campos de la comunicación o si por lo contrario las ocupaciones no corresponden a su carrera.

El programa Comunicación Social – Periodismo, cuenta con sublíneas a micro-clusters, que dan respuesta disciplinar las preguntas de investigación que pueden surgir.

2.1 Sub línea

MCI 6. Comunicación y Educación: su base es la tensión entre el proyecto de escolarización de la modernidad, la crisis de las instituciones tradicionales como la familia, los partidos políticos, la iglesia y la escuela; además, asume la articulación entre formación de sujetos, construcción de sentidos y las transformaciones culturales; y, abre el debate ante los problemas de la sociedad globalizada, la irrupción de las TIC, la emergencia de otros lenguajes, el tercer entorno, la conformación de comunidades virtuales y redes, entre otros. (CIC, 2012, p.07)

En este proyecto la educación juega un papel importante, se podrá reconocer la articulación entre la educación, la formación y el campo profesional, además de obtener datos para los procesos de autoevaluación del programa de Comunicación Social-Periodismo, se hará un acercamiento entre los graduados-universidad.

MCI 5. Comunicación estratégica: concibe la comunicación como un eje estratégico para la organización social y recibe aportes que abordan la comunicación como proceso de interacción entre los miembros de una organización o entre organizaciones humanas. (CIC, 2012, p.07)

Este trabajo corresponde a la sub línea MCI 5, ya que se llevará a cabo un proceso de reconocimiento de qué están haciendo los graduados y con esto se podrán aportar datos

importantes para retroalimentar el programa. La comunicación será el eje central de esta investigación a la hora de abordar a los graduados del programa Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía y recopilar los datos sobre la vida profesional de los mismos, conocer si desde su disciplina han tenido algún impacto en la sociedad o en sus espacios laborales.

Este proyecto se encuentra adscrito al Semillero de Estudios Organizacionales - SEO, que pertenece al grupo de investigación Trabajo de Llano.

3. Resumen ejecutivo

El propósito de este proyecto es caracterizar a los graduados de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía. También, se quiere apoyar el proceso de seguimiento y autoevaluación de este programa, el cual ha dado al mundo laboral 236 graduados desde el año 2012.

Para el Programa de Comunicación Social-Periodismo es importante saber en qué se están ocupando o laborando los graduados, y por ende en qué campos laborales de la comunicación social-periodismo se encuentran, porque los graduados siguen siendo parte del sistemas educativo y son el resultado de lo que se hace, por ende son la mejor muestra para reconocer como institución qué se debe fortalecer.

En este orden ideas, se plantea este proyecto de investigación como trabajo de grado de la estudiante Laura Katerine forero Valencia, bajo las directrices de la coordinación del programa Comunicación Social-Periodismo.

Se adelantará un estudio que permita identificar las funciones que desarrollan los graduados en sus espacios laborales, y si los mismos están poniendo en práctica el perfil ocupacional establecido por UNIMINUTO, por ende, si se encuentran laborando en alguno de los campos definidos en dicho perfil: Participación, Docencia, Investigación o Medios.

Desde el Consejo Nacional de Acreditación CNA se ha establecido la relación de los egresados con el medio a través del factor 9, este hace referencia a la influencia del programa en el medio, la contribución en las necesidades locales, regionales y nacionales, y el

compromiso que ellos tienen con la institución a través de la participación en las actividades que los vincula. (CNA, 2013).

En este orden de ideas la investigación a realizar hará un acercamiento entre los graduados y la institución, además de aportar datos de ubicación, posicionamiento educativo y laboral.

Según estudios realizados por el Instituto Tecnológico de Monterrey (2005), el seguimiento estratégico y sistemático de egresados, facilita hacer una retroalimentación sobre el impacto en el medio de los diferentes programas de las universidades; igualmente, permite evaluar la satisfacción de los empleadores y de los clientes para mejorar y/o actualizar los planes de estudio de acuerdo a las necesidades del medio laboral y profesional, además de apoyar al egresado en la consecución de sus metas laborales y profesionales.

Por lo anterior, cabe resaltar que es pertinente llevar a cabo la caracterización de los graduados. Con los datos recolectados por medio de la encuesta se hará un buen aporte para el proceso de autoevaluación de la institución ya que este le permitirá al programa debatir sobre el perfil ocupacional con el que se está formando a los futuros profesionales y así determinar si se requiere un nuevo enfoque, teniendo en cuenta la demanda laboral, también dónde se están posicionando los graduados y qué impacto o transformaciones han logrado en estos lugares desde su actuar profesional.

4. Planteamiento del problema

Las Universidades o Instituciones de Educación Superior (IES) forman profesionales en distintas áreas, brindando conocimientos y herramientas para su vida laboral. Las competencias que los profesionales requieren para desempeñar su trabajo cambian constantemente, lo que obliga a las IES a preparar a sus estudiantes para afrontar dichos cambios. (Instituto Pedagógico Nacional Monterrico, 2008, p.04)

Por lo anterior, se quiere identificar qué están haciendo los graduados de Comunicación Social- Periodismo UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía, en cuál de los cuatros espacios laborales del perfil ocupacional se ubican, qué impacto están teniendo y sí su gestión propicia transformaciones sociales.

Es importante que las Instituciones de Educación Superior se mantengan en un proceso de mejoramiento, teniendo en cuenta que con los nuevos avances tecnológicos y cambios sociales surgen nuevas necesidades en los campos laborales, por esta razón es necesaria la actualización de las herramientas que se les dan a los estudiantes y futuros profesionales. Es indispensable que se les haga seguimiento a todas las instituciones y que las mismas hagan procesos de autoevaluación, para que así puedan identificar qué se les está pidiendo a los profesionales y ajustarse a esas necesidades, además que por medio del mejoramiento de la misma institución se puede alcanzar la acreditación por parte del estado.

La acreditación es el camino para el reconocimiento por parte del Estado de la calidad de las instituciones de educación superior y de programas académicos, una ocasión para comparar la formación que se imparte con la que reconoce la comunidad académica como válida y deseable. La acreditación también es un instrumento para promover y reconocer la dinámica del mejoramiento de la calidad y para precisar metas de desarrollo institucional; por consiguiente, implica la promoción de la cultura de la calidad en las instituciones y, por ende, la generación de sistemas de evaluación permanente y de mejoramiento continuo. (CNA, 2013, p 07)

Actualmente en el departamento del Meta, en la ciudad de Villavicencio se cuenta con dos programas de Comunicación Social-Periodismo, uno de estos es ofertado por la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía, UNIMINUTO VRO, la cual cuenta con registro calificado SNIES 52310 bajo la resolución No. 21199 del 09 de noviembre de 2016 con vigencia de (7) años. Es importante que el programa realice seguimiento del cumplimiento del plan de estudio y que el mismo, dé los resultados esperados según la misión institucional “Formar profesionales altamente competentes, éticamente orientados y líderes de procesos de transformación social”. (UNIMINUTO, 2016)

Partiendo de la misión de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, cabe preguntarse qué están haciendo los graduados del Programa de Comunicación Social-Periodismo Vicerrectoría Regional Orinoquía, y si están cumpliendo con la misionalidad desde su actuar. Con la caracterización de los graduados se podrá conocer qué actividades laborales están realizando, sus proyecciones, sus actividades de

emprendimiento, esto nos permite identificar el impacto del programa a través de la gestión profesional de los mismos.

Pregunta de investigación

¿Cuál es la relación que existe entre los espacios laborales de los graduados de Comunicación Social-Periodismo Vicerrectoría Regional Orinoquía y el perfil ocupacional planteado por el programa?

5. Objetivos

5.1 Objetivo general

Caracterizar a los graduados de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía, para identificar cómo se cumple el perfil ocupacional planteado para estos por el programa.

5.2 Objetivos específicos

- Analizar el perfil ocupacional del graduado establecido por el programa de Comunicación Social-Periodismo de UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía frente a la ocupación laboral actual y el desarrollo curricular
- Describir la información del primer empleo y el entorno laboral del graduado del programa de Comunicación Social-Periodismo.
- Identificar cuáles son las actividades más frecuentes de los graduados en sus espacios laborales.

6. Justificación

Los graduados del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios-Vicerrectoría Regional Orinoquía, al recibir el diploma de grado son considerados como personas capaces de cumplir con el perfil profesional y ocupacional establecido por UNIMINUTO, con la facultad de entrar al campo laboral con las suficientes herramientas para desempeñar una buena labor.

Con la caracterización de graduados, se podrá conocer en qué campos laborales se encuentran y recopilar datos para retroalimentar al programa de Comunicación Social-Periodismo de UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía.

Esta investigación es pertinente, porque le permite al programa conocer el impacto que está teniendo con los graduados e identificar qué campos se deben fortalecer en términos académicos para que los mismos tengan un mejor desempeño laboral. Además, se podrá conocer qué se está haciendo en términos de Comunicación Social y Periodismo en la región, cuáles son los campos laborales con los que se cuenta.

Este proyecto da un aporte significativo para la autoevaluación del programa, proceso interno que se lleva a cabo en la institución con el fin de fortalecer el programa de acuerdo a las necesidades del mercado y las falencias que se puedan detectar, la autoevaluación es útil para orientar el diseño de estrategias según las necesidades que en materia de formación tienen los graduados de UNIMINUTO. Es importante ese proceso por qué permite reconocer las fallas que existe y por ende tomar medidas a tiempo, hacer mejoras desde la parte

administrativa, el cuerpo docentes y los estudiantes quienes al ya ser graduados son la carta de presentación de la institución y lo que allí se hace.

7. Marco de referencia

7.1 Contexto

Villavicencio capital del Departamento del Meta, cuenta aproximadamente con 15 universidades que hacen presencia en su territorio, entre estas solamente dos ofertan la carrera de Comunicación Social-Periodismo, una de ellas es la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO la cual finalizando el año 2018 alcanzó la cifra de 236 graduados del programa en Villavicencio.

El programa de Comunicación Social- Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía espera poder formar profesionales que tengan la capacidad de ser transformadores sociales, que promuevan el pensamiento crítico, responsables, con ética profesional. Los graduados UNIMINUTO tienen la competencia de comprender los cambios sociales, políticos, económicos y culturales. (UNIMINUTO, 2016)

UNIMINUTO le apuesta al cambio social, por tal razón buscar darle al mundo personas capacitadas y ejemplares para ser una apuesta al cambio desde los diferentes espacios y campos laborales.

Un Comunicador Social- Periodista UNIMINUTO tiene la facultad de planear y gestionar procesos de investigación, gestionar proyectos de impacto social, crear estrategias de comunicación, desempeñarse en los diferentes medios como radio, televisión, prensa escrita. Con la caracterización se podrá identificar si los graduados están empleando los conocimientos adquiridos en la universidad y si cumplen con el perfil ocupacional que se plantea desde la institución. (UNIMINUTO, 2016)

7.1.1 Perfil ocupacional del graduado

Teniendo en cuenta lo planteado en el Proyecto Curricular del Programa Comunicación Social-Periodismo de UNIMINUTO (2016) el profesional que obtenga este título podrá desempeñarse en organizaciones públicas, privadas, multilaterales, solidarias o comunitarias, así como en medios de comunicación (televisión, prensa, radio, tecnologías digitales), en los ámbitos local, regional, nacional o internacional, quien trabajará siempre en la perspectiva de transformación de la sociedad. Podrá asesorar iniciativas de los colectivos sociales, comunidades o nuevas identidades, a través de procesos de interacción y comunicación.

Será gestor de iniciativas de comunicación y desarrollo, desde colectividades como instituciones educativas, organismos gubernamentales y no gubernamentales, así como de organizaciones comunitarias, las cuales, con el adecuado acompañamiento, posicionarán proyectos culturales, sociales, estéticos, educativos, ecológicos que aporten a la transformación social. (UNIMINUTO, 2016, p 19)

Específicamente, podrá desempeñarse como:

-Dinamizador de procesos comunicacionales, de interacciones e interlocuciones entre diferentes sujetos sociales, instancias y sectores.

-Productor de piezas comunicativas que utiliza los distintos medios, lenguajes, textos y formatos, e incorpora las posibilidades de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, para aportar a la formación de opinión pública.

-Docente de asignaturas relacionadas con su formación, como comunicación, redacción, géneros periodísticos, expresión verbal y escrita.

-Gestor de proyectos de comunicación, desarrollo y cambio social.

-Asesor en proyectos de comunicación educativa y realizador de piezas con enfoque pedagógico.

-Comunicador estratégico para organizaciones de carácter público y privado.

- Gestor de proyectos de desarrollo con enfoque en comunicación educativa y participación comunitaria.

-Director de noticias.

-Editor de noticias o espacios de opinión.

-Realizador de productos periodísticos, audiovisuales, sonoros, impresos o multimediales.

-Periodista en radio, televisión, medios digitales o medios impresos.

-Documentalista.

-Periodista e impulsor de medios comunitarios.

-Analista de problemas sociales contemporáneos.

-Comunicador en el sector público, con énfasis en política y cultural.

-Consultor de prácticas comunicativas con enfoque de problemas ambientales y minorías.

-Asistente de investigación.

-Redactor y editor de textos académicos, periodísticos y de la comunicación en general.

-Sistematizador de experiencias.

Podrá también desempeñarse como investigador, que:

- Indaga, comprende, y explica las prácticas sociales en las que están inmersas las organizaciones. -Explicita las interacciones de los medios masivos de comunicación con la sociedad, para evidenciar las implicaciones y afectaciones de estos en la cultura, en la educación, en lo público, en lo privado, y en las políticas públicas. (2016, p 19)

7.2 Marco conceptual

La siguiente terminología sirve de apoyo para entender y comprender mejor este proyecto de investigación.

Acreditación

En Colombia se plantea que la acreditación es un proceso voluntario de las instituciones, se espera que las mismas hagan parte de este, que es la forma en que El Ministerio de Educación les hace seguimiento y monitorea a las instituciones, como las mismas imparten la educación con el fin de que se formen buenos profesionales en estos lugares. La acreditación es el acto por el cual el estado adopta y hace público el reconocimiento que los pares académicos, hacen de la comprobación que efectúa una institución sobre la calidad de sus programas académicos, su organización, funcionamiento y el cumplimiento de su función social. Ante la sociedad el tema de acreditación le da al programa un status y confiabilidad. (Ministerio de Educación Nacional MEN, 2017)

Competencias laborales

Las competencias laborales son herramientas que se adquieren a través del ejercicio de la profesión, es donde se obtienen conocimientos, habilidades, aptitudes y actitudes necesarias para desempeñarse eficazmente en situaciones específicas de trabajo. Con el tiempo las personas adquieren la habilidad de resolver en forma autónoma y flexible los problemas que se presenten en el ejercicio de las funciones, ya que tienen la habilidad de crear estrategias que los lleven a tener un buen resultado o mejora. (MEN, 2017)

Egresado

Es una persona que ha cursado y aprobado satisfactoriamente la totalidad del plan de estudios reglamentado para un programa o carrera, y que tiene la facultad de desempeñar una buena labor en un campo de trabajo, sin aún haber recibido el título académico, pero ha adquirido los conocimientos necesarios para dar solución a las necesidades de un campo laboral. (MEN, 2017)

Graduado

Es la persona que ya ha culminado el plan de estudios establecido por el programa o carrera, ante la ley y la institución de educación superior cumple con los requisitos exigidos, y recibe el título académico. (MEN, 2017).

“Se considera que los graduados dan cuenta de la pertinencia de su formación, como fuente de evaluación, a través de indicadores de sus resultados laborales y

académicos, como son sus condiciones laborales y trayectoria académica”.

(Almonacid, Montes y Vásquez, 2009, p.103).

Los graduados son el resultado de la academia, por esta razón son la muestra indicada para un proceso de autoevaluación, y para conocer la pertinencia del programa, las necesidades y requerimientos del sector laboral, para poder intercambiar experiencia entre la universidad-graduados.

Instituciones universitarias o escuelas tecnológicas

Las Instituciones de educación superior tienen la facultad de ofrecer programas de formación en ocupaciones, programas de formación académica en profesiones o disciplinas y programas de especialización en sus respectivos campos de acción ya que cumple con todos los requisitos exigidos por la ley. (MEN, 2017)

Programas de pregrado

Son programas académicos que tienen como fin preparar a las personas para el ejercicio de una profesión o disciplina determinada, ya sea de naturaleza tecnológica o científica o en el área de las humanidades, las artes y la filosofía. Los programas de pregrado brindan conocimiento y herramientas para poner en el campo de acción de una disciplina determinada. También son programas de pregrado aquellos de naturaleza multidisciplinaria como estudios de artes liberales. (MEN, 2017)

Experiencia laboral

Son los conocimientos y habilidades adquiridas en el campo laboral o trabajos desempeñados con anterioridad, que le dan la facultad a una persona de tener más práctica y destreza, además de ser necesaria cuando se es postulante a un nuevo empleo o ascenso.

(MEN, 2017)

Autoevaluación

Es un proceso interno que hacen las Instituciones de Educación Superior con el fin de evaluar si son pertinentes los programas académicos que ofrecen. Este proceso consiste en hacer ejercicio permanente de revisión, reconocimiento, reflexión e intervención que lleva a cabo un programa académico con el objetivo de valorar el desarrollo de sus funciones sustantivas en aras de lograr la alta calidad en todos sus procesos, tomando como referentes los lineamientos propuestos por el Consejo Nacional de Acreditación. Este proceso les sirve a las instituciones para renovar su plan de estudios, según las necesidades del mercado, además de poder ofrecerle a los estudiantes la garantía de que los conocimientos que están adquiriendo van a la vanguardia de los cambios económicos, sociales, políticos, para que así puedan asumir el liderazgo y propiciar la amplia participación de la comunidad universitaria y el campo laboral. (CNA, 2013)

La terminología le aporta a este trabajo peso y valor, además de ser una herramienta para entender mejor la perspectiva y el enfoque de la investigación, los términos ya presentados, son la base de este proyecto y el conjunto de definiciones pertenecientes al campo institucional y profesional. Estos términos, también permiten conocer la diferencia

entre egresado y graduado dando claridad a contexto del proyecto y lo que se busca desde los aportes que se le quiere dar a la universidad, a los procesos de autoevaluación y acreditación, los cuales son diferentes cabe aclarar.

7.3 Marco teórico

La comunicación se plantea en este proyecto desde la ideología de la escuela Latinoamérica la cual nos dice que la comunicación responde a la realidad social, económica y política dentro de los diferentes entornos culturales y orienta al desarrollo, por lo anterior apuntamos a los fines de UNIMINUTO que busca formar profesionales capaces de entender la realidad social y lo que conlleva esta, con el fin de ayudar al desarrollo y el cambio social. (Castañeda, 2017)

La Comunicación Social-Periodismo según la perspectiva de UNIMINUTO es la carrera que forma el pensamiento crítico y reflexivo, para contribuir a una sociedad ética. La universidad proyecta esta disciplina y a los estudiantes para hacer un ejercicio que conlleve a transformaciones sociales. La Comunicación social es la actividad profesional de comunicar y poner en común para dar solución a las problemáticas de la comunidad y el Periodismo es la actividad profesional que articula estudios y conocimientos para el manejo de la información y los medios, en pro de contribuir a las problemáticas locales y regionales. (UNIMINUTO, 2016)

El programa Comunicación Social-Periodismo es un componente de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía y su sistema educativo, al ser una de las dos universidades que ofertan este programa en Villavicencio, se puede evidenciar

que la institución le apuesta a esta disciplina porque cree en las causas positivas que pueden generar los profesionales en esta área, visto desde la perspectiva de la Teoría General de Sistemas, la cual plantea que el sistema en su totalidad y sus componentes, solo pueden comprenderse como funciones del sistema total, se maneja a través del análisis y su enfoque se inclina al método científico y la realidad. Los graduados del programa son integrantes del sistema de UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía, que permite ver la efectividad del programa a través de su ejercicio profesional, ya que ellos son el resultado de la academia. (Bertoglio, 1985)

Partiendo de lo anterior, es importante caracterizar los graduados, ya que ellos son un componente de universidad, hacer un proceso de seguimiento, y que este le aporte al desarrollo de la autoevaluación de la institución. Sánchez (2010) afirma “Caracterizar es una fase descriptiva con fines de identificación, entre otros aspectos, de los componentes, acontecimientos, actores, procesos y contexto de una experiencia, un hecho o un proceso”.

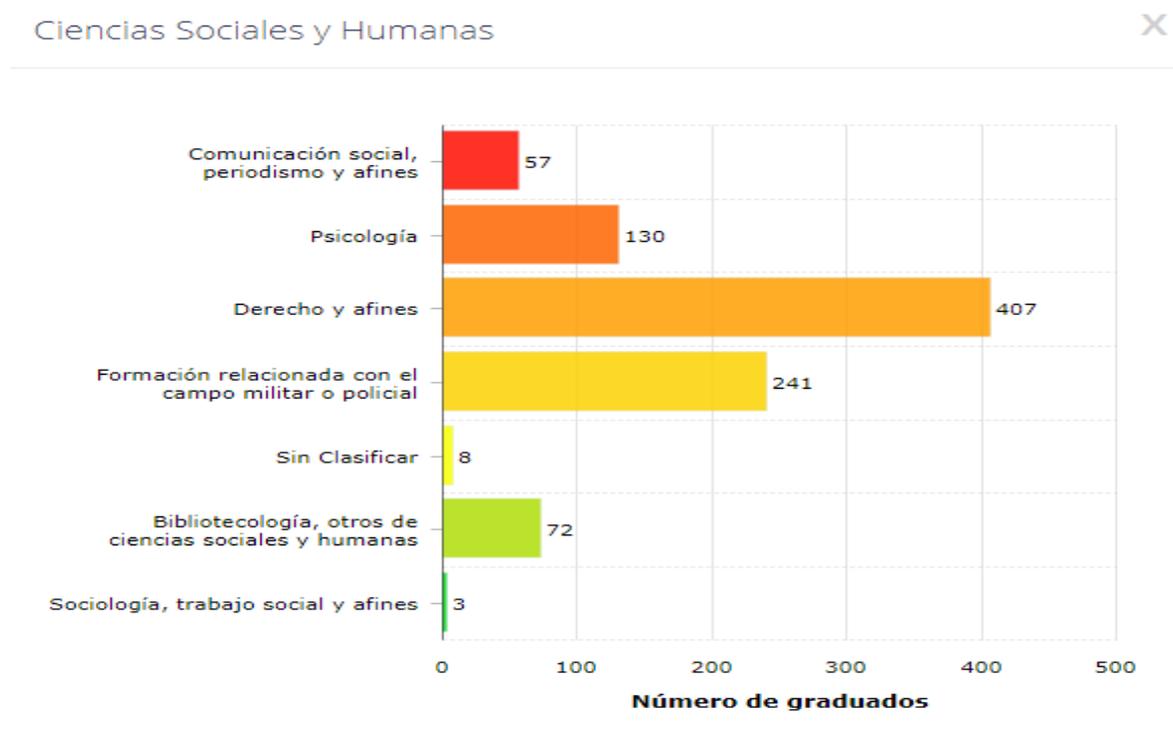
(p.1) Este proyecto busca describir e identificar en dónde se encuentran los graduados del programa Comunicación Social-Periodismo de la UNIMINUTO VRO, y si ellos están laborando en alguno de los 4 campos establecidos por en el perfil ocupacional de la universidad, o se desempeñan laboralmente en otras áreas distintas a su disciplina.

7.4 Antecedentes

7.4.1 Caracterización de los graduados en el departamento del Meta y a nivel nacional.

En el Meta desde el campo de las Ciencias Sociales y Humanas durante el año 2017 hubo 918 graduados, de los cuales 57 pertenecen al programa de Comunicación Social, Periodismo y afines, esta carrera se ubica como la segunda profesión con menos graduados.

Lo que permite establecer un interrogante sobre qué están haciendo en materia de Comunicación Social- Periodismo los graduados de UNIMINUTO VRO, si la baja empleabilidad en esta disciplina y en el Meta es la causa que esta profesión se ubique como la segunda con menos graduados dentro del campo de la Ciencias Sociales y Humanas. (MEN, 2017)



Fuente: Ministerio de Educación Nacional en el observatorio laboral, 2017- Número de graduados en el Departamento del Meta

Para el Ministerio de Educación Nacional es importante hacer seguimiento a los graduados en Colombia, desde el observatorio laboral se ha venido haciendo este ejercicio, con el fin de llevar control de cuántos graduados hay por año. Según las estadísticas, entre el año 2012 al 2017 el total de graduados en Colombia fue de 2.334.371, según las cifras solo en el año 2017 hubo 463.457 graduados, cabe aclarar que se trabajan los datos de este año

porque desde el Observatorio Laboral no se tienen las cifras actualizadas al año 2018. Con los datos anteriormente mencionados se puede decir que son altas las cifras correspondientes a las personas que han salido al campo laboral, desde el programa de Comunicación Social-Periodismo de la UNIMINUTO VRO se considera necesario conocer qué están haciendo los graduados ya que ellos son parte fundamental de la comunidad educativa de la institución. (MEN, 2017)

En Colombia, según las estadísticas por género del año 2017 cifras más actuales, el número de graduados mujeres es mayor que la de los hombres, en este año hubo 259.116 mujeres graduadas y 204.341 hombres, dato significativo que comprueba que hoy en día hay más profesionales mujeres, a la cabeza del mejoramiento y la proyección, con las capacidades de ejercer en las diferentes disciplinas. De estos graduados 219.085 fueron promovidos del sector público y 244.372 del sector privado. (MEN, 2017)

El departamento del Meta durante 2017 tuvo uno de los porcentajes más bajos según las estadísticas de graduados por año en Colombia, con 1% y 5,864 graduados en comparación a otros departamentos. Según las cifras de graduados por género hubo 3.228 mujeres graduadas y 2.636 hombres, cabe resaltar que hay más mujeres profesionales no solo en Colombia sino también en el departamento, los cuales fueron promovidos 2.637 del sector público y 3.227 del sector privado, los estudiantes se están inclinando más por la formación que se da en las instituciones privadas, teniendo en cuenta que en el departamento del Meta solo hay una universidad pública y en esta no se imparten todas las disciplinas. (MEN, 2017)

Los graduados a nivel universitario en el departamento del Meta según la disciplina, se distribuyen así: Ciencias de la Salud con 317 graduados; Matemáticas y Ciencias Naturales

50; Bellas Artes 130; Economía, Administración, Contaduría y afines 2.018; Ciencias Sociales y Humanas 918; Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y afines 1.981; Agronomía, Veterinaria y afines 258 graduados. Los estudiantes le están apostando más a las Ingenierías, a la Administración, dejando de un lado las Bellas Artes u otras carreras, se tiende a pensar que hay más campo laboral y remuneración económica para los profesionales en Administración, Contaduría y afines, tanto así que se puede llegar a un punto en que van a ver muchos profesionales en estos campos y menos empleo para los mismos. (ME, 2017)

Es considerable apostarle a todas las disciplinas, ejecutar proyectos de emprendimiento que abran espacios laborales para las nuevas generaciones de profesionales, teniendo en cuenta que hay una inclinación por ciertas carreras y por ende más profesionales en las mismas, según lo que se puede identificar en las estadísticas, también se debe tener en cuenta que el número de graduados por año en Colombia es significativo y la mayoría de personas que obtiene un título profesional esperan laborar en los campos de su disciplina..

7.4.2 Investigaciones realizadas en UNIMINUTO

Los graduados son en quienes toman vida los programas académicos, son el resultado de lo que se hace en las aulas de clase, en la reflexión, en la articulación con la comunidad educativa, con las lecturas del contexto; pues dicho estatus es la razón de ser del proceso de formación, y se espera que tengan un impacto importante en la región y en la sociedad.

Por esta razón se han venido realizando investigaciones en torno a los graduados de diferentes programas académicos, comprobando la importancia de llevar a cabo una caracterización, seguimiento, para identificar el impacto de la formación profesional.

Este proyecto de investigación se apoya en diversas investigaciones en torno al tema, como el proyecto: “Diagnóstico sobre el rol y el impacto del Comunicador Social – Periodista, graduado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios en pequeñas y medianas empresas (PYME) de Villavicencio” el cual buscaba conocer cómo se están posicionando los Comunicadores Sociales y Periodistas en las empresas de la ciudad. De esta investigación se pudo concluir que los graduados están teniendo un impacto positivo en la PYMES, esto se evidencia en el desarrollo de sus labores. También cabe resaltar que el tener un profesional en Comunicación Organizacional ayuda al crecimiento y posicionamiento de las empresas. (Rubio & Guerrero, 2017)

Este documento es un punto de partida para llevar a cabo una caracterización en el programa, sin embargo, es necesario ampliar la investigación debido a que el proyecto anteriormente mencionado, se enfoca en el objetivo del semillero COMPERFLOK, de caracterizar los comunicadores que se encuentran laborando en el subcampo organizacional, dejando por fuera a los graduados que ejercen en otras áreas o campos.

Por otra parte, teniendo en cuenta la importancia de perfilar los graduados; como antecedentes de esta investigación, también se encuentran proyectos enfocados en diferentes disciplinas. En UNIMINUTO desde el programa de Administración Financiera se llevó a cabo el proyecto “Caracterización de los graduados del programa de Administración Financiera de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Llanos,

sede Villavicencio- Meta, a junio de 2017” el cual tenía como objetivo identificar las condiciones laborales de los graduados en Administración Financiera, y permitió conocer al graduado en cuanto a su vida personal, académica y el primer empleo. Se concluyó que satisfactoriamente la mayoría de los graduados de este programa están vinculados laboralmente en áreas Administrativas y Financieras, también se pudo evidenciar la falta de proyectos de emprendimiento y se recalcó lo importante de seguir con los procesos de aprendizaje. (Daza & Sánchez, 2017)

Por otra parte, también se pueden encontrar investigaciones que no buscan identificar en dónde se encuentran los graduados, pero si analizan los perfiles de formación, tal es el caso del proyecto “Sistematización de prácticas profesionales, una reflexión sobre ¿Cuál es el rol del comunicador social en la construcción de paz territorial, teniendo en cuenta la práctica realizada en el programa Manos a la paz en la oficina PNUD Medellín-Antioquia?” este proyecto se enfocó en analizar el rol del Comunicador Social en la apuesta de construcción de paz territorial y de desarrollo, se evidenció el papel profesional que desempeñó Paula Castañeda, y como puso en práctica los conocimientos adquiridos en UNIMINUTO institución que le apunta al cambio y la transformación social. En el proceso de sistematización se concluyó que son de gran utilidad los conocimientos adquiridos en la carrera, ratificando que el enfoque de UNIMINUTO y del programa Comunicación Social-Periodismo fue de gran ayuda a la hora de trabajar en el campo social. (Castañeda, 2018)

Hacer este ejercicio permite conocer el impacto que están teniendo los graduados de cualquier carrera, cómo se están posicionando, identificar cuántos de ellos laboran en los campos de su disciplina, o si por el contrario están realizando actividades diferentes a su profesión y cuántos están desempleados.

8 Metodología

Se realizará una investigación descriptiva porque nos permite detallar tendencias de un grupo, también busca especificar propiedades y características importantes de un fenómeno. (Hernández, 2014, p. 92)

La investigación se desarrollará bajo lineamientos establecidos por el método cuantitativo, este busca la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica, es objetiva, precisa y estructurada. (Hernández 2014, p. 4)

Para dar cumplimiento al objetivo general de esta investigación que es: Caracterizar a los graduados del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía, Villavicencio-Meta; por medio de encuestas se recolectarán los datos, que después serán tabulados y pasarán por el proceso de análisis para llegar a una conclusión dando respuesta al objetivo general y específico.

8.1 Muestra

Para desarrollar esta investigación, la población es de 236 graduados del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía, de los cuales la muestra representativa es de 53 personas equivalente al 22.45% y tiene un nivel de confianza del 90 % y un margen de error del 10%.

8.2 Instrumento / Técnicas de recolección de información

Por medio del recurso de encuesta, se obtendrá información valiosa que se podrá analizar, para cumplir con el objetivo propuesto, con la formulación de las preguntas y la aplicación de la misma a los graduados, se podrá conocer en qué campos están laborando, qué estudios han realizado aparte del pregrado y si están aplicando su perfil ocupacional.

(Anexo 1)

Por otro lado, a través de una encuesta a docentes, se analizará la articulación entre el plan de estudios del programa con el ejercicio profesional de los graduados, para identificar en cuáles de las asignaturas se desarrollan más en los campos laborales por medio de los mismos. (Anexo 2)

8.3 Procedimiento

Una vez recolectada toda la información se unificarán los datos, se utilizará herramienta de tablas y figuras para hacer la respectiva tabulación y facilitar el análisis de la información. Los resultados serán presentados en porcentajes y la descripción respectiva.

9. Análisis de los datos

El enfoque descriptivo-cuantitativo permitió utilizar como herramienta de recolección de datos la encuesta, la cual fue aplicada a 53 de los graduados del programa Comunicación Social - Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía.

La encuesta fue enviada a cada uno de los graduados de manera virtual a través de la red social Facebook, ya que es el sitio común con el que cuenta el programa, y el canal de contacto más efectivo. La encuesta fue publicada en el grupo Graduados Comunicación Social Periodismo UNIMINUTO Vicerrectoría Llanos.

Se logró la participación de 53 graduados. A partir de las encuestas aplicadas, con el uso de las herramientas de estadísticas y la presentación por medio de los gráficos, que facilita la interpretación y análisis de los resultados, se da respuesta a los objetivos planeados.

Igualmente, se aplicó una encuesta a los docentes del programa, la cual fue respondida por 14 de 21 profesores, y permitió analizar la articulación que hay entre las asignaturas y el perfil ocupacional establecido por UNIMINUTO en las aulas de clase.

9.1 Caracterización de graduados del programa Comunicación Social- Periodismo de UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía

Los graduados son la muestra indicada para identificar el impacto del programa a través del desarrollo del ejercicio profesional de los mismos, por ello se llevó a cabo un muestreo de información, en el cual se pudo identificar diferentes factores, entre estos su posicionamiento, cuáles son las actividades laborales más frecuentes, e información del primer empleo, con esto dando cumplimiento a los objetivos planteados.

Satisfactoriamente se logró alcanzar la muestra que era de 53 graduados, aunque es un público objetivo con baja participación, es un reto para las instituciones de educación superior lograr mantener el contacto con sus graduados. Sin embargo, esta situación hace que los seguimientos que se puedan realizar a estos sean bastante complejos. Ahora bien, con la información proporcionada por los graduados se plantea el presente análisis y caracterización, en aras de constituir una herramienta de seguimiento y apoyo al programa.

Encuesta a graduados

Ciudad de residencia

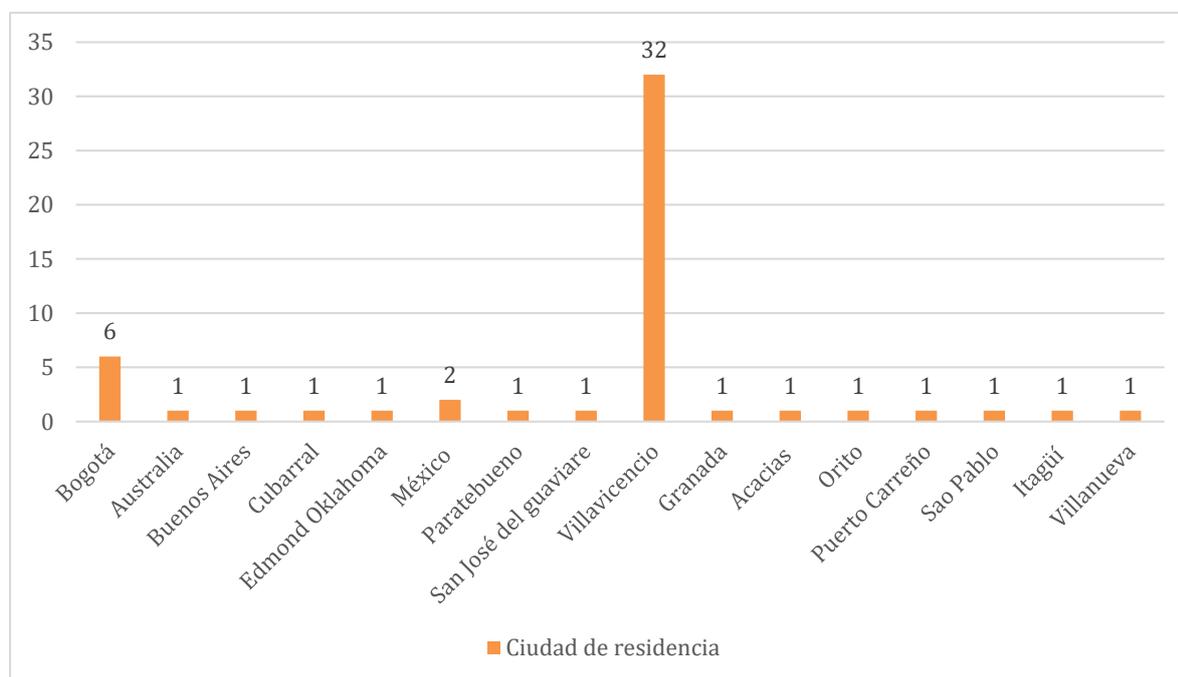


Figura # 1

Esta figura representa la ubicación de los graduados actualmente, se puede identificar que gran parte de ellos se encuentra en la ciudad de Villavicencio con un 60 % (32) uno de los porcentajes más altos, seguido del 11% (6) de los graduados que residen en Bogotá, mientras el 18% (9) de los mismos se encuentran en otras parte del país. Por otro lado se reconoció que 6 graduados del programa han logrado internacionalizándose en distintas partes del mundo como México, Estados Unidos, Brasil, Australia y Argentina. Cabe recalcar, que el tener comunicadores sociales y periodista establecidos en Villavicencio puede contribuir al crecimiento y desarrollo de esta disciplina en la ciudad, se puede apuntar a proyectos de emprendimientos, igualmente se reconoce el logro de las personas que pudieron

abrirse espacios en otros lugares, esto sirve para que el comunicador social- periodista llanero se dé a conocer, que deje huella en otros espacios y ámbitos.

Año de graduación

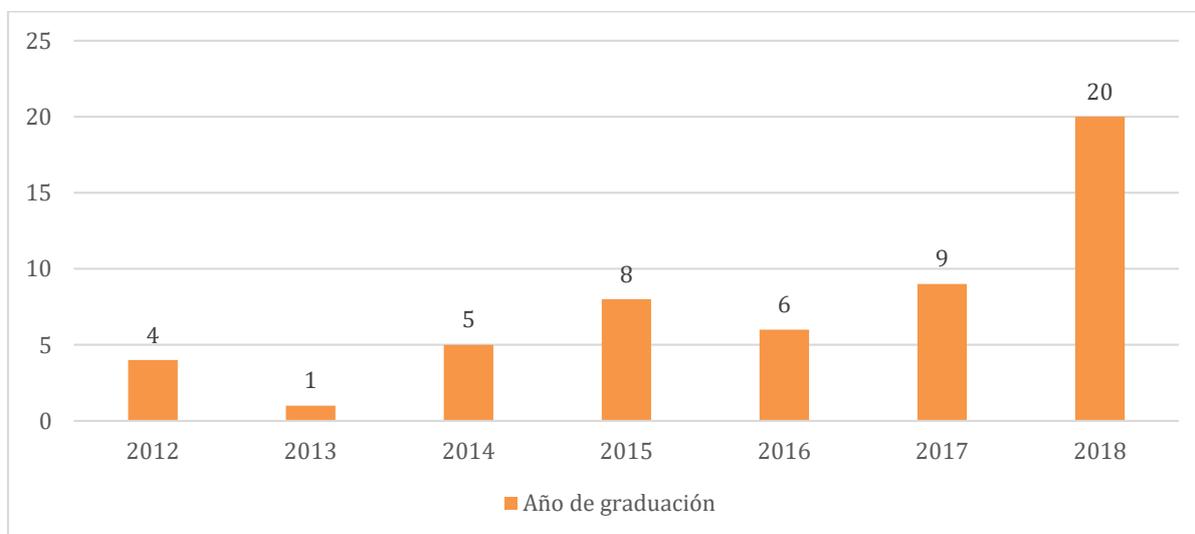


Figura # 2

Esta figura representa el número de graduados por año, se puede identificar que las primeras generaciones de graduados no tuvieron tanta participación; de los encuestados la generación con menos graduados fue la del 2013 con un 2% (1), con el pasar del tiempo UNIMINUTO VRO y el programa de Comunicación Social-Periodismo han incrementado el número de graduados lo que coincide con los indicadores de participación que se muestran en la gráfica.

Género

En esta figura se observa el número de graduados encuestados según el género, se puede identificar que el 68 % son de género femenino y el 32% del masculino, visibilizando

que desde esta disciplina existe una correspondencia con las tendencias sociales donde las personas del género femenino se inclinan más por el estudio de Ciencias Sociales. Se puede destacar el desempeño y el esfuerzo de las mujeres por querer un mejor futuro formándose académicamente y así poder hacer parte de la sociedad laboralmente.

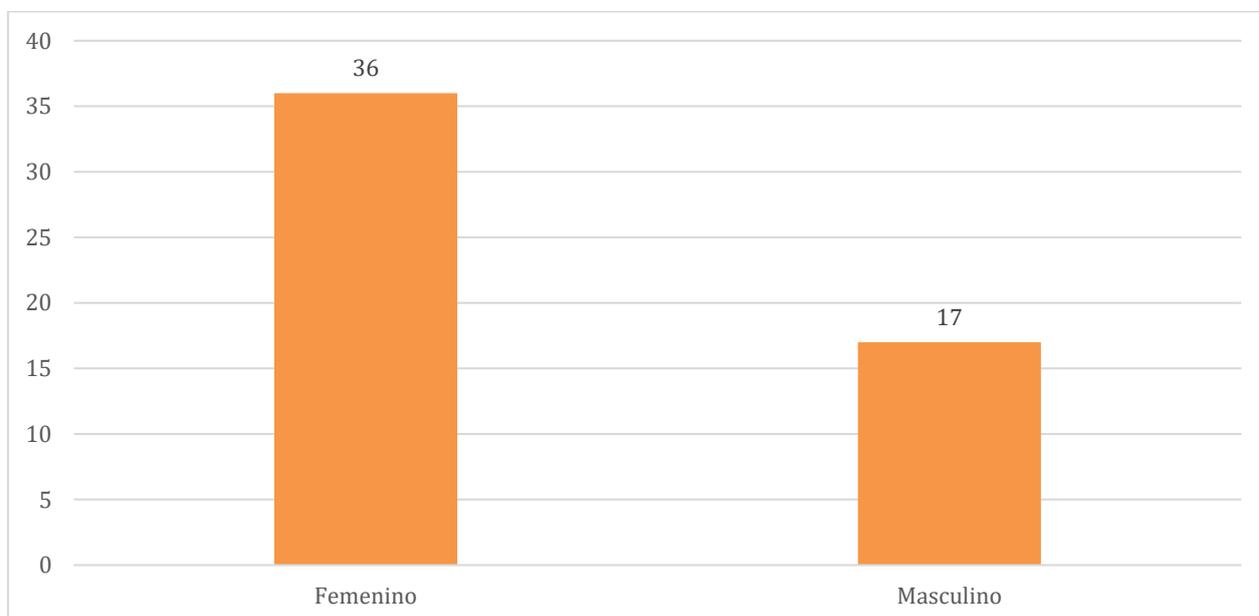


Figura # 3

¿Opción de grado?

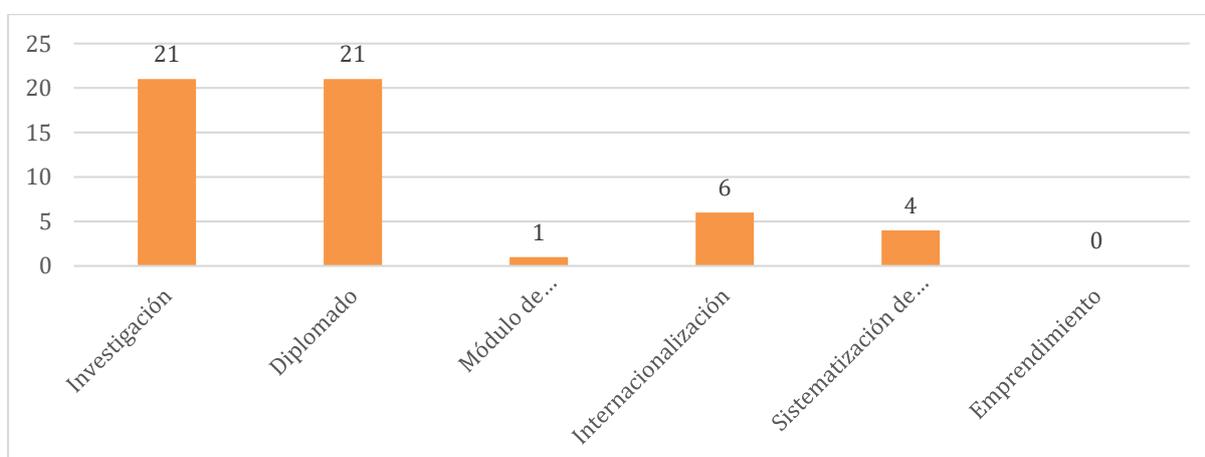


Figura # 4

Se observa que dentro de las opciones de grado establecidas en UNIMINUTO, los graduados han tenido una inclinación por realizar diplomados y proyecto de investigación, alcanzando cada uno de ellos una cifra del 40%, se identifica también que los mismos han dejado de lado la opción de emprendimiento, este resultado le da cabida al interrogante de por qué los estudiantes de UNIMINUTO VRO del programa Comunicación Social-Periodismo no le apuestan al emprendimiento, teniendo en cuenta que esta alternativa no solo es válida para graduarse, sino también sirve como herramienta laboral que les da la oportunidad de ser independientes; por otro lado desde el programa se podrían crear estrategias para fortalecer el espíritu emprendedor de los profesionales.

Espacios de Formación realizados después del pregrado

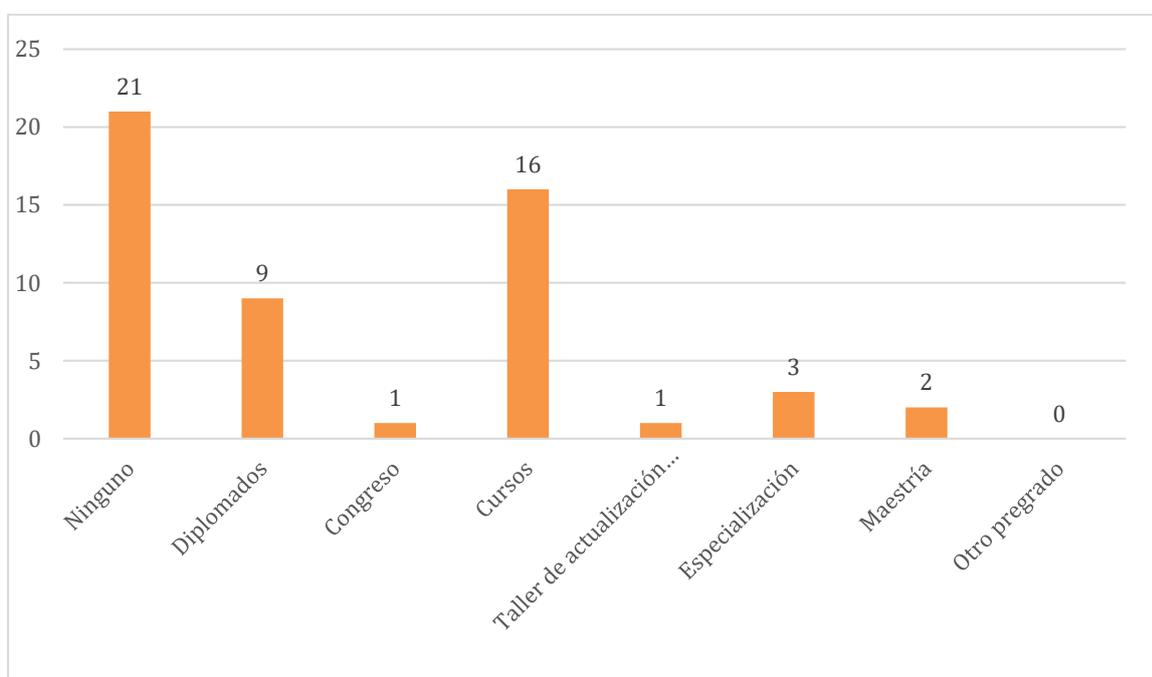


Figura # 5

Se observa que el 40% de los graduados no han seguido con su formación pos gradual y que el 30% se han inclinado por los cursos siendo esta la forma más opcionada, mientras el porcentaje de profesionales con maestría es de 4% y el de especializaciones de

6% siendo los porcentajes más bajos, estas cifras a la hora de postularse a un empleo pueden ser determinantes, ya que el sector laboral requiere de profesionales con una hoja de vida que tenga una formación académica pos gradual, cabe preguntarse por qué los graduados no se están formando, por qué no están realizando alguna una especialización o maestría.

¿Desea continuar con su formación pos gradual?

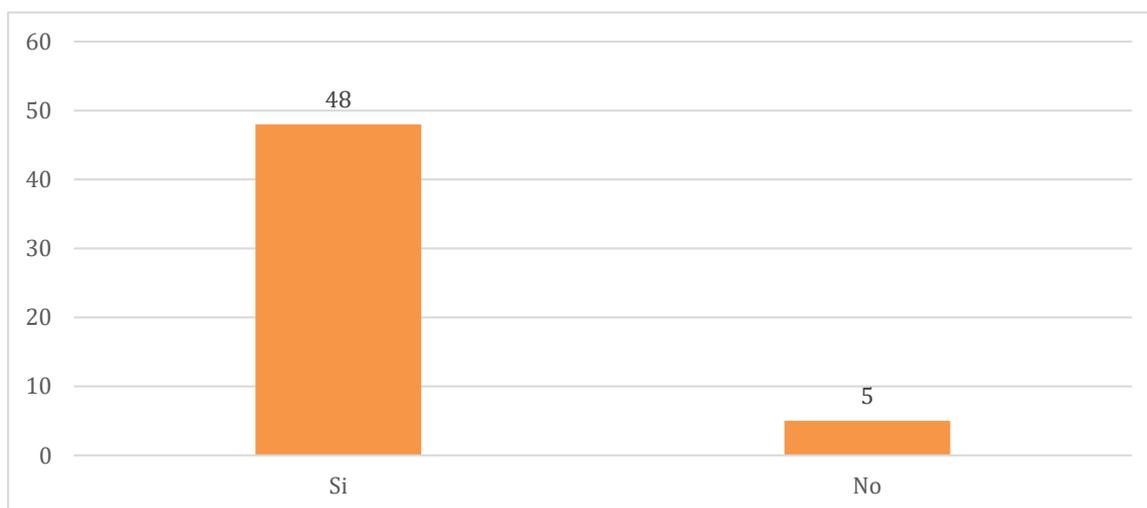


Figura # 6

Se observa que el 91% de los graduados quieren continuar con su formación pos gradual, tan solo el 9% no quieren seguir su procesos de formación, así se evidencia lo importante y necesario de continuar con los procesos de aprendizaje para el crecimiento académico y profesional de cada graduado. También se puede identificar por medio de los estudios complementarios obtenidos dentro de la investigación, que los graduados tienen una postura frente a encaminarse por la parte organizacional y de educación.

¿Ha identificado en qué universidad puede seguir su proceso de formación pos gradual?



Figura # 7

Se observa que el 62% (32) de los graduados ha identificado la institución en la cual desea seguir su proceso pos gradual, sin embargo, se aclara que los graduados no quisieron nombrar la academia que consideran adecuada y les brinda todas las herramientas para fortalecerse académica y laboralmente, por otro lado el 38% no han identificado la universidad en la que desean seguir su proceso académico.

9.1.1 Información sobre el primer empleo

¿Cómo encontró su primer empleo?

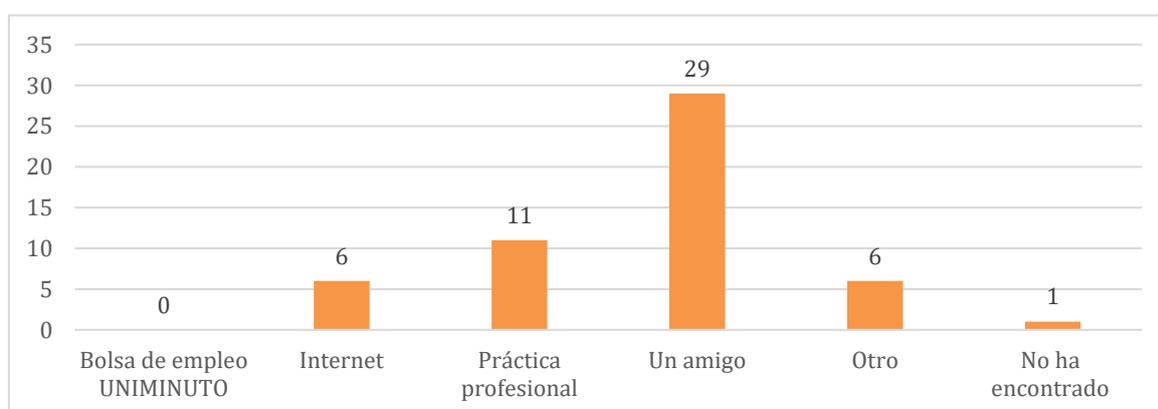


Figura # 8

La información suministrada por la figura 8 muestra que el 55% de los graduados obtuvieron su primer empleo por medio de un amigo, seguido de la práctica laboral con un 21%, y en un empate con el 11% se encuentran herramientas como internet y periódicos, otro graduado le apostó al emprendimiento personal, otro de ellos fue solicitado por un canal de televisión, según estudios complementarios el 2% (1) expone que no ha encontrado trabajo debido a que las oportunidades laborales en esta disciplina son muy difíciles. Cada uno de los graduados ha tenido una experiencia diferente, se puede identificar que la mayor parte de los encuestados tuvieron una oportunidad laboral, también que la recomendación de un amigo suele ser la manera más opcionada para tener una oportunidad laboral.

¿Cuánto tiempo tardó en conseguir empleo?

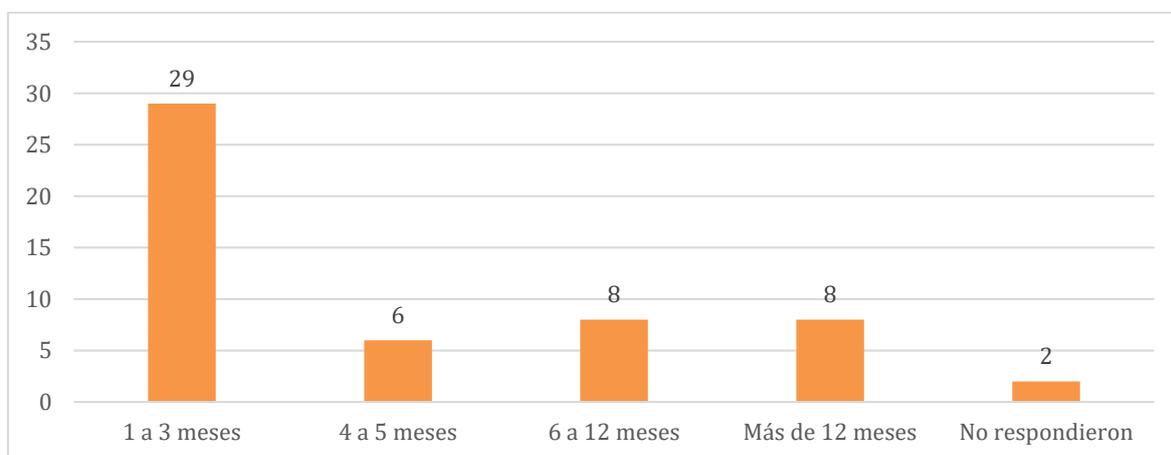


Figura # 9

Las oportunidades laborales se han convertido en un tema fundamental para los profesionales que acaban de salir de la academia ya que por medio de estas se va incrementando la experiencia, en esta figura podemos ver que la gran mayoría de los graduados del programa Comunicación Social-Periodismo de la VRO tuvieron un lapso corto para obtener empleo, el 55% tardaron de 1 a 3 meses para tener trabajo, el 11% tardaron de 4 a 5 meses, el 15% tardaron de 6 a 12 meses, por último el 15 % de los graduados tardaron

más de 12 meses en emplearse y 4% no respondieron; se puede identificar que el porcentaje de los profesionales que han tardado en conseguir empleo es muy bajo.

¿Cuántos empleos en "Periodismo" ha tenido después de terminar su formación de pregrado?

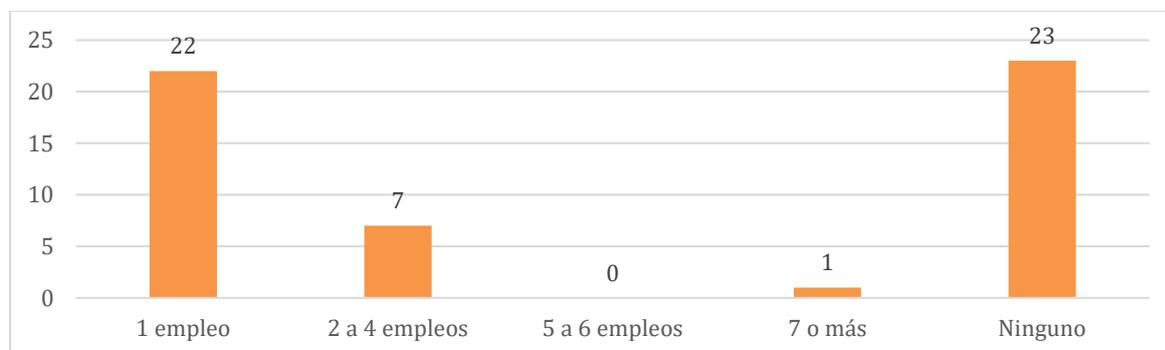


Figura # 10

En el análisis de la figura 10 se puede observar que el 43% de los graduados no ha tenido ningún empleo en periodismo y tan solo el 2% ha tenido 7 o más empleos en este campo, cabe preguntarse qué está pasando con los espacios laborales en esta área, será que los graduados no tienen afinidad con el periodismo y si esto se puede derivar a la remuneración económica. Es importante identificar el porqué de esta situación, teniendo en cuenta que la muestra incluye a los graduados desde la primera generación del 2012 hasta la del 2018, son 6 años donde el porcentaje más alto de graduados no ha tenido ningún empleo y tan solo el 42% ha tenido 1 empleo.

¿Cuántos empleos en "Comunicación Social" ha tenido después de terminar su formación de pregrado?

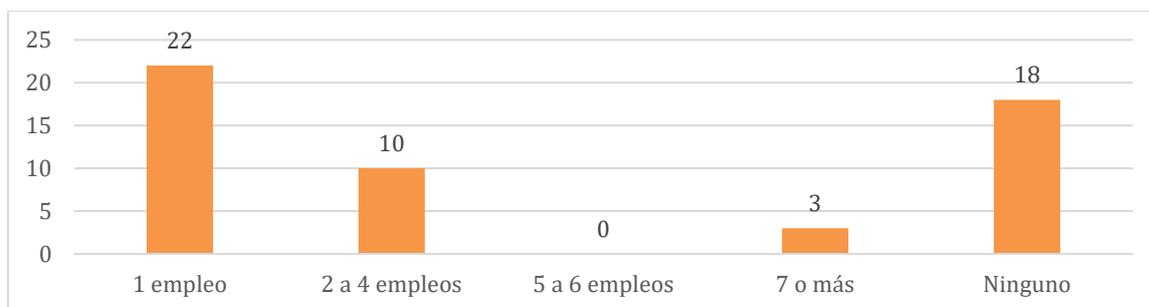


Figura # 11

En el análisis de la figura 11 se puede ver que el 42% de los graduados solo han tenido un empleo en Comunicación social, el otro 34% no han tenido ninguno empleo en esta disciplina, esto nos lleva a replantearnos dentro de la investigación qué está pasando con los espacios laborales, qué están haciendo los graduados si en un margen de 6 años que es lo que abarca la muestra, el porcentaje más alto solo ha tenido un empleo, por otro lado los graduados que han tenido 7 o más empleos corresponden tan solo a un 6%, este resultado nos puede hablar de una inestabilidad laboral y también deja la duda por qué tan solo tres personas han tenido este número de empleos.

9.1.2 Información laboral

¿Actualmente se encuentra laborando?

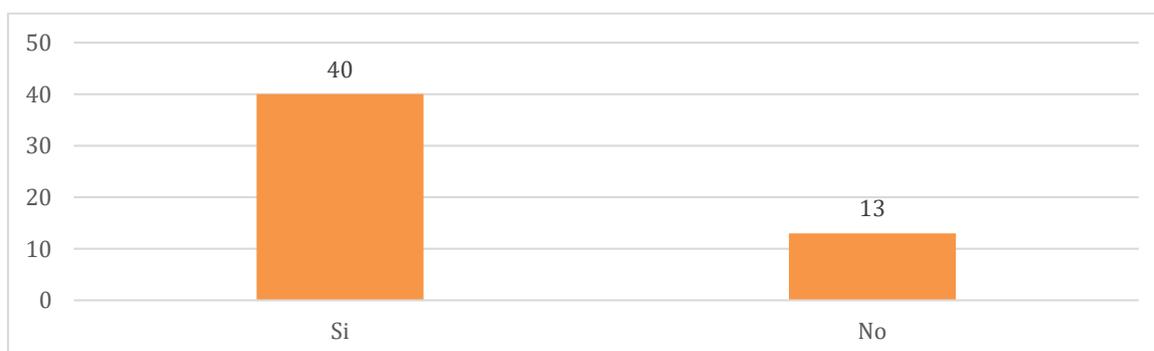


Figura # 12

Se puede observar que de los graduados encuestados el 75% se encuentran laborando actualmente y tan solo el 25% se encuentran desempleados, teniendo en cuenta los resultados del análisis realizado sobre cuántos graduados han trabajado en comunicación o periodismo los cuales son preocupantes, se siembra la duda si 84% de los graduados afirmen que están laborando, en qué se están empleando, se están graduando para no ejercer.

Por otra lado, por medio de estudios complementarios obtenidos en la investigación se identificó que algunos de los graduados se encuentran realizando labores en sectores importantes como el Concejo Municipal, Cormacarena, Consorcio vías y equipos Cubarral y fuera del país ejercen en empresas como Retail Publishing-responsables del área digital Argentina, Buenos aires; el graduado UNIMINUTO se posiciona en cargos importantes y de alta responsabilidad donde puede explotar todas las habilidades, sin embargo queda la duda sobre qué está pasando con los demás graduados, a qué se están dedicando.

¿Cuánto lleva laborando?

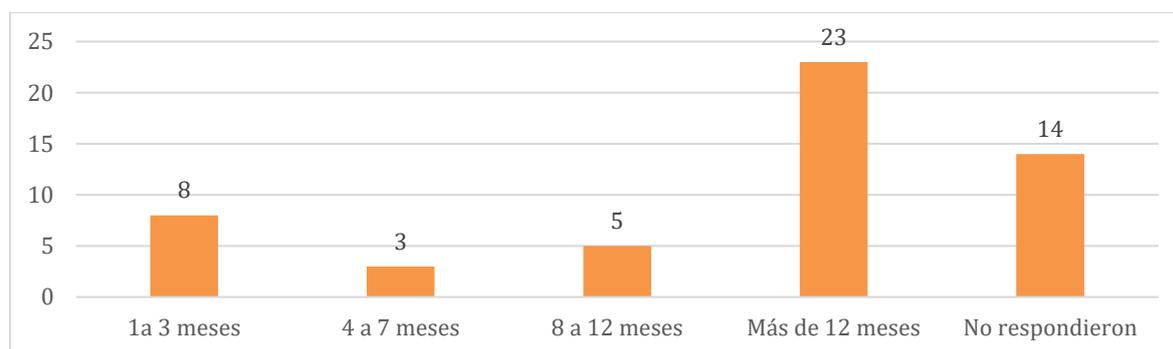


Figura # 13

La figura 13 muestra el tiempo que llevan laborando los graduados, se puede identificar que el 43% lleva más de 12 meses laborando, seguido de un 9% que llevan de 8 a 12 meses, el otro 6% de 4 a 7 meses trabajando, el 15% de 1 a 3 meses y el último 26% no

respondió. Los profesionales que llevan menos tiempo laborando hacen parte de la generación de graduados del 2017 y 2018.

**Ingresos mensuales (Expresado en salario mínimo legal vigente 2019 \$
828.116,00)**

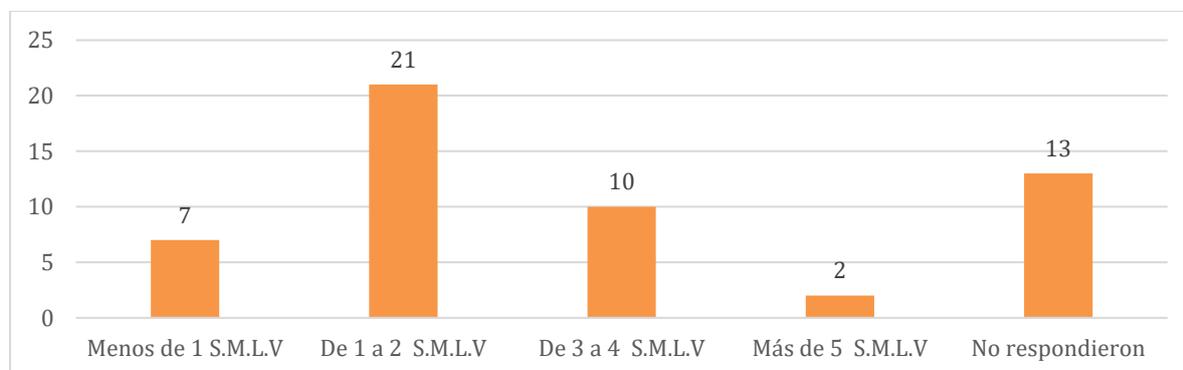


Figura # 14

La figura 14 hace referencia a la asignación salarial que reciben actualmente los profesionales en comunicación Social-Periodismo, esto permite reconocer cómo está la remuneración económica de los profesionales en esta área, allí se evidencia que el 13% devengan menos de 1 S.M.L.V, el 40% reciben de 1 a 2 S.M.L.V equivalente en \$828.116 a \$1.656.232, el 19% tiene de 3 a 4 S.M.L.V esto es alrededor de \$2.484.348 y \$3.312.464, y con asignación salarial de más de 5 S.M.L.V equivalente a \$4.14.580 el 4%. Con lo anterior se puede concluir que no es necesaria una formación pos gradual para mejorar los ingresos económicos, teniendo en cuenta que tan solo tres personas han realizado especialización y dos maestría, la gráfica muestra que 10 personas reciben entre 3 a 4 S.M.L.V, de los cuales 5 de los graduados no han realizado ninguna formación después del pregrado o solo han realizado cursos.

¿Considera que su empleo actual es acorde con su formación profesional?

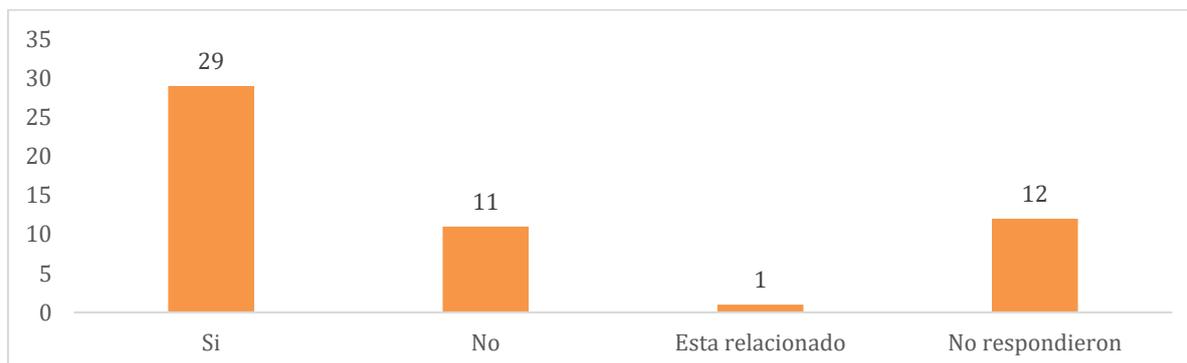


Figura # 15

Se puede observar en la figura 15 que el 55% se encuentran en empleos acordes a su formación profesional y un 2% en un empleo relacionado con su carrera, el 21% no ejercen en empleos acorde a su carrera y el 23% no respondieron. Los porcentajes arrojados por la encuesta muestran que no todos los profesionales se encuentran en empleos acordes a su profesión, en este caso el porcentaje arrojado de las personas que trabajan en su disciplina es más alto, pero igualmente queda el interrogante del por qué los demás no están ejerciendo en su profesión.

¿Seleccione de las siguientes funciones cuál o cuáles ha ejercido?

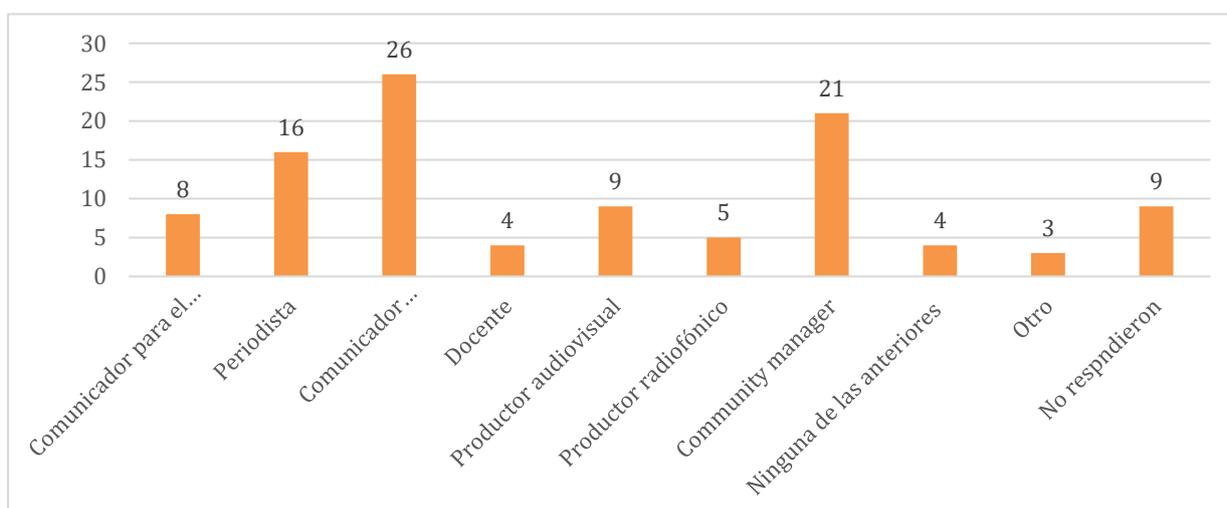


Figura # 16

El análisis de la figura 16 muestra las funciones que han ejercido los graduados del programa, acá se puede identificar que el 20% han ejercido como Community Manager, seguido de la Comunicación Organizacional con un 25%, como Periodistas 15%, las funciones anteriormente mencionadas son en las que más han ejercido los graduados, con menos auge la Producción Audiovisual con 9%, luego la Comunicación para el Cambio Social con un 8% y por último la Producción Radiofónica 5%, docencia 4%, otro 3%, ninguna de las anteriores 4% y el 9% no respondieron. De lo anterior, teniendo en cuenta que UNIMINUTO forma profesionales para el cambio social, se puede identificar que el número de graduados con este enfoque es bajo, la demanda laboral apunta a los Community Manager y los Comunicadores Organizaciones, con el crecimiento empresarial y el movimiento masivo por redes sociales, los empleadores buscan personas con habilidades direccionadas a dar cumplimiento a las nuevas necesidades corporativas y los medios virtuales, el programa podría replantear su enfoque teniendo en cuenta la demanda laboral.

¿Cuál cree usted que son las necesidades o requerimientos que tiene el mercado laboral actualmente para los Comunicadores Sociales y Periodistas?



Figura # 17

Se observa que de las 53 personas encuestadas, el 42% consideran que el mercado laboral solicita comunicadores sociales- periodistas multidisciplinario, es decir que hagan uso de programas de edición, publicidad, community manager, y todo lo que abarca comunicación organizacional, también cabe recalcar que, a los profesiones de esta disciplina se les está exigiendo tener conocimientos en diferentes áreas que no corresponden a la comunicación social y periodismo, pero si remunerándola como si fuera una sola profesión.

¿Cuál cualidad o fortaleza cree lo diferencia a usted como graduado

UNIMINUTO en su ejercicio profesional, frente a colegas de otras universidades?

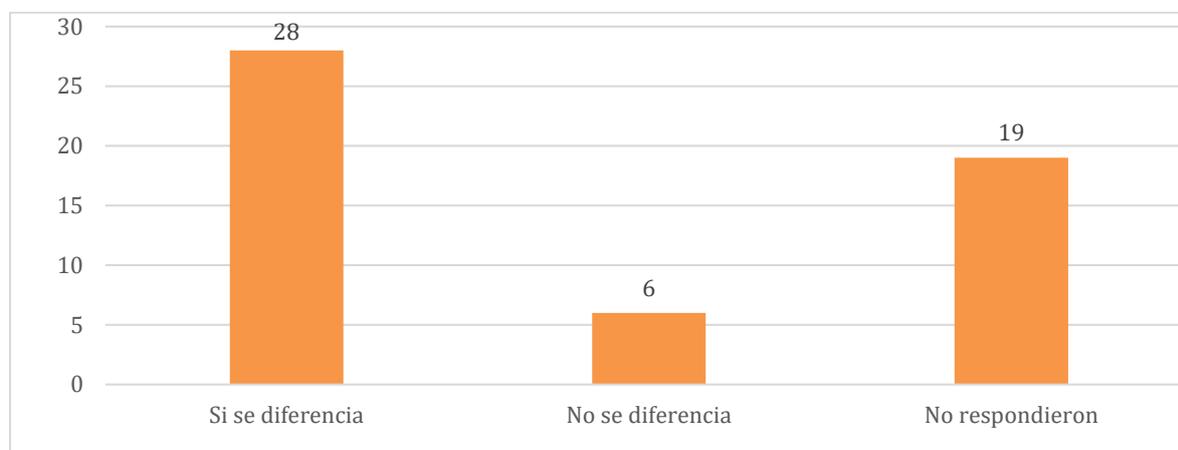


Figura # 18

Se observa que de las 53 personas encuestadas, el 53% respondieron indicando que, como profesionales del programa Comunicación Social-Periodismo de UNIMINUTO VRO, se han diferenciado de sus colegas, según los estudios complementarios recolectados en la investigación se identificó que las razones son: el sentido social, las habilidades en el periodismo digital, el graduado es innovador, disciplinado, dedicado, empático, servidor de la

comunidad, con una formación integral, por otro lado el 11 % manifiestan que no hay ninguna cualidad o fortaleza que lo diferencia de sus colegas y el 36% no respondieron, esto se puede deber a que, aún no han identificado qué los diferencia como profesionales UNIMINUTO de sus colegas.

¿Cree usted que la Región de la Orinoquía cuenta con un portafolio amplio en vacantes de empleo para los Comunicadores Sociales y Periodistas?

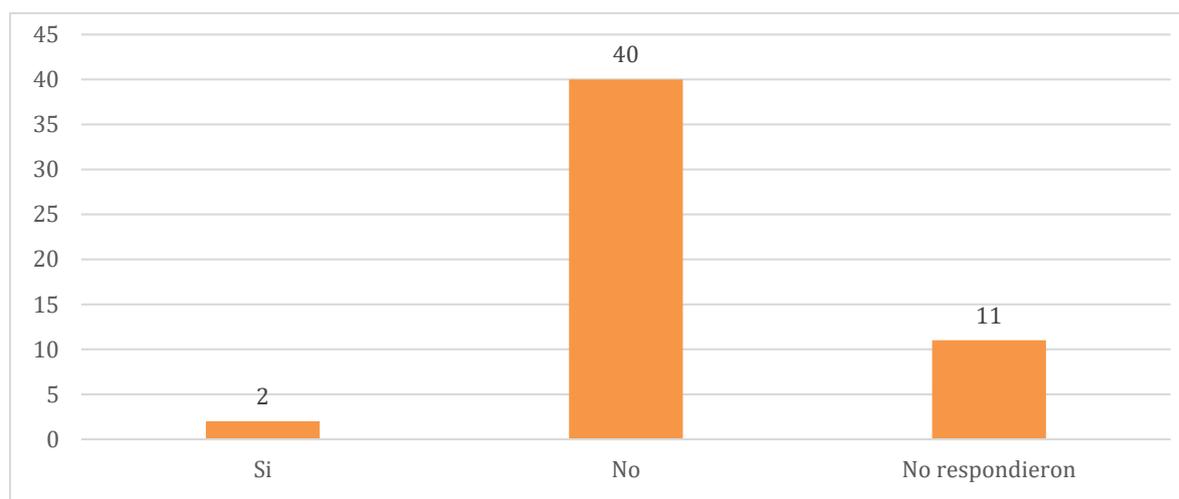


Figura # 19

En el análisis de la figura 19 se puede observar que de los 53 graduados que respondieron la pregunta el 75% consideran que la Región de la Orinoquía no cuenta con un portafolio amplio para su profesión según la información recaudada en la investigación por medio de estudios complementarios, las exigencias de los empleadores abarcan funciones que no corresponden a la comunicación social - periodismo, dificultando la empleabilidad de los graduados, además de la falta de reconocimiento y de la tarjeta profesional, esto desmerita y permite que cualquier persona se reconozca a sí mismo como profesional en esta área, haciendo más competitivo el posicionamiento laboral.

Indique las competencias en las que considera debe ser fortalecido el plan de estudio del programa, y que ha requerido para su ejercicio profesional

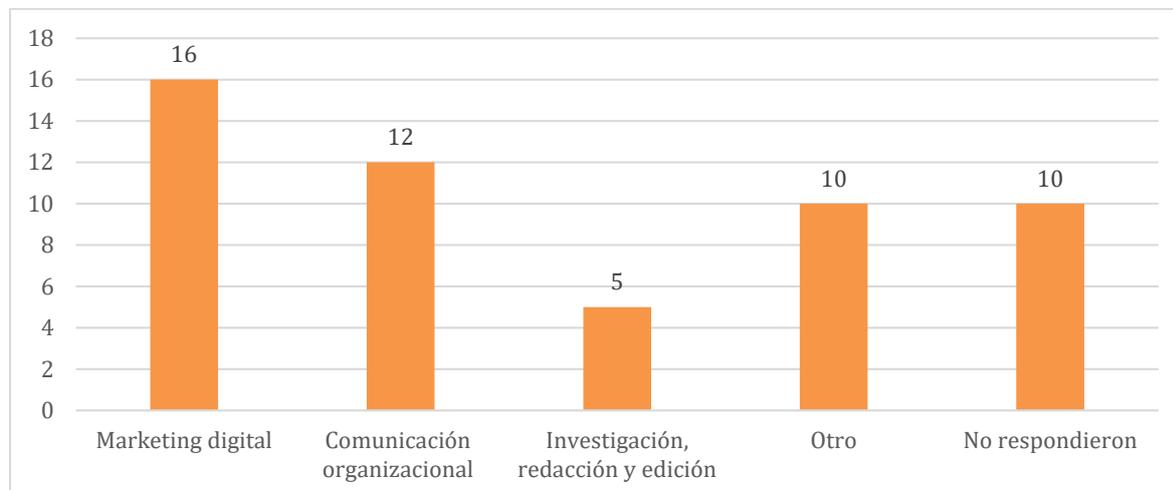


Figura # 20

Como se observa el figura 20 los graduados manifiestan que es importante fortalecer el plan de estudios del programa en las siguientes competencias, con un 30% consideran que el marketing digital debe fortalecerse en el pensum, seguido de la comunicación organizacional 23%, la investigación redacción y edición con un 19% y el otro 19% expone que se debe fortalecer la práctica de los conocimientos, e implementar las asignaturas correspondientes a la comunicación digital, la edición y mercadeo, teniendo en cuenta que estas son las nuevas exigencias del mercado laboral.

9.1.3 Preguntas para quienes actualmente no están trabajando

¿Cuánto tiempo lleva sin empleo?

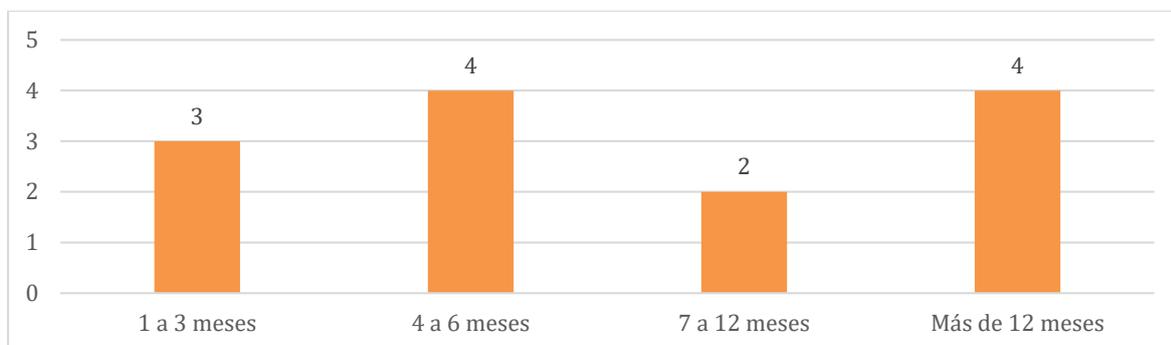


Figura #21

Se observa que de las 53 personas encuestados tan solo 13 se encuentran desempleadas, según las variables de tiempo el 23% lleva de 1 a 3 meses sin empleo, seguido de 31% que llevan de 4 a 6 meses desempleados, el 15% llevan de 7 a 12 meses y un 31% más de 12 meses sin empleo. El número de personas desempleadas actualmente es bajo, teniendo en cuenta que los mismos consideran que el portafolio de empleo en la región es insuficiente.

¿Cuánto tiempo lleva buscando empleo?

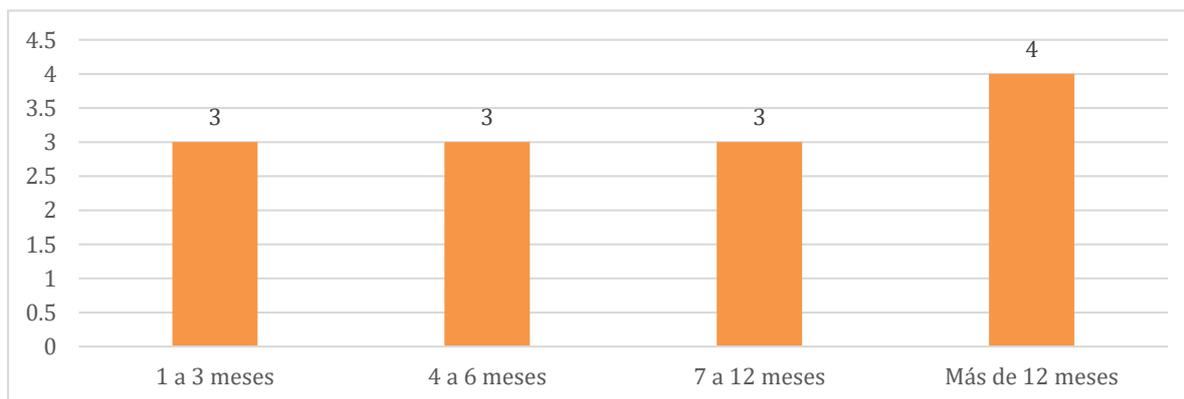


Figura # 22

Buscar empleo es la primera acción en la que normalmente se ocupa el tiempo al terminar la carrera, el 23% manifiestan que lleva de 1 a 3 meses buscando empleo, seguido de otro 23% que lleva de 4 a 6 meses, con un 23% de 7 a 12 meses, por último siendo uno de los

lapsos de tiempo más largo el 31% lleva más de 12 meses tratando de emplearse. Cabe preguntarse qué está pasando con los espacios laborales, por qué los profesionales se están tardando más de 12 meses en emplearse y si por ende el motivo se debe a los mismos graduados.

¿Cuál (es) son las causas de no estar laborando?



Figura # 23

Se puede observar que una de las principales causas de desempleo es la poca experiencia laboral con un 62% teniendo en cuenta que los graduados están saliendo con una formación académica que necesita poner en práctica, pero los empleadores consideran que no es viable contratar personas sin experiencia limitando a los nuevos profesionales y retardando los procesos laborales de cada uno de ellos, no se reconoce que aunque no tienen experiencia los graduados pueden hacer aportes importantes al sector laboral, continuando la segunda causa de desempleo es la falta de opciones labores con un 23%, seguido de cambio de país 8% y por último el 8% no se encuentra buscando empleo. Se puede identificar la principal causa de desempleo que es la falta de experiencia, acá entra el interrogante por qué los empleadores no consideran la práctica profesional como experiencias, ¿acaso la universidad debe extender el tiempo de práctica?

9.1.4 Emprendimiento

¿Tiene o ha tenido algún proyecto de emprendimiento?

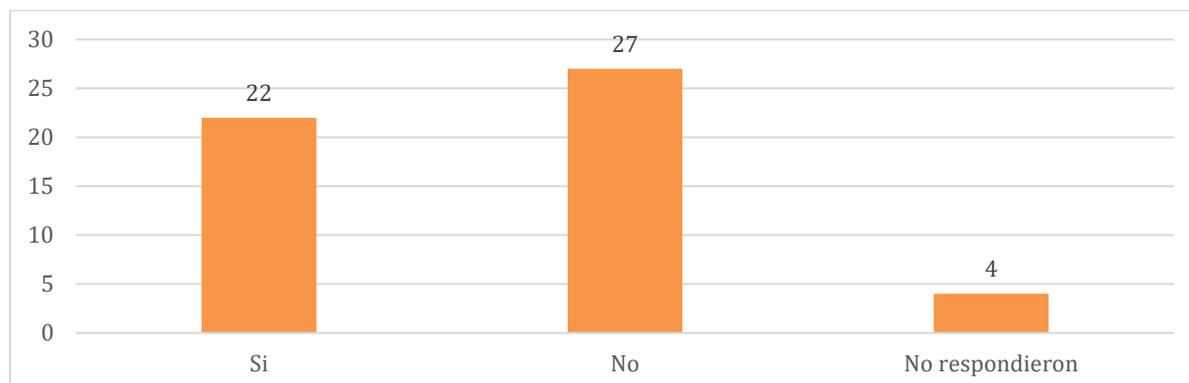


Figura # 24

Se observa que el 42% de los graduados le apuesta al emprendimiento, según los estudios complementarios dentro de la investigación entre los encuestados se encuentra el fundador de Decibeles, emisora online y prensa digital, el otro 51% no tienen ni han tenido proyectos de emprendimiento, esto se puede deber a que han encontrado en otros espacios mejores oportunidades que las que ofrece el emprendimiento, también que la responsabilidad de ser la cabeza de un proyecto es cargo exigente, el cual no todos quieren asumir.

¿Qué expectativa de emprendimiento tiene?

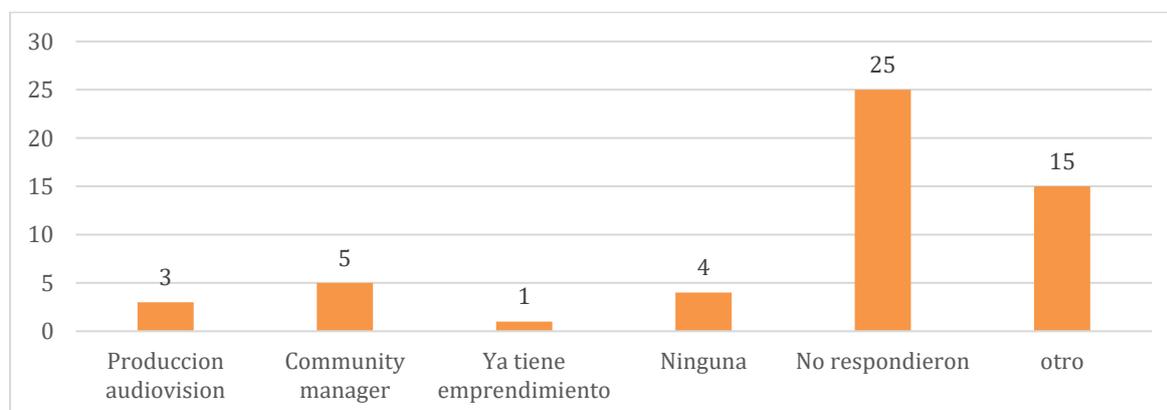


Figura # 25

Se observa que según los graduados las expectativas de emprendimiento más opcionadas son: como Community manager 9%, seguido del emprendimiento por medio de la producción audiovisual 6%, como otras opciones y según los estudios complementarios dentro de la investigación el 28% de los graduados le apuntan a crear y posicionar su propia marca, incentivar la cultura por medio de la creación de una corporación, un consultorio de comunicaciones, por otro lado el 2% tiene su propia empresa, ABC proyecciones, y tan solo el 8% no tiene ninguna expectativa de emprendimiento.

9.1.5 perspectiva sobre UNIMINUTO

¿Recomendaría a UNIMINUTO con otras personas?

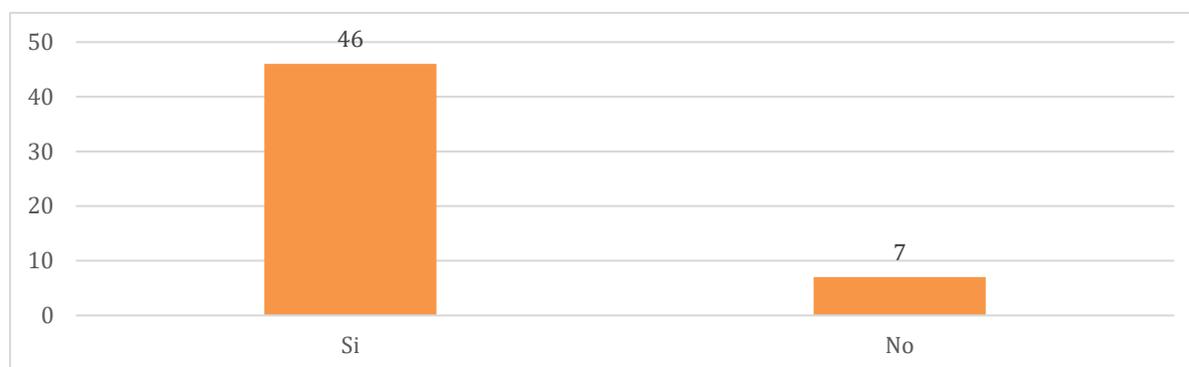


Figura # 26

En análisis de la figura 26 se puede identificar que el 87% recomienda a UNIMINUTO con otras personas y tan solo 13% no recomienda la universidad, los resultados deben ser satisfactorios para la institución al tener un porcentaje tan alto de graduados que la recomienda, esto habla del buen trabajo que se está realizando y de la buena imagen que se llevan los profesionales, además de que por medio de ellos se está visibilizando y posicionado UNIMINUTO como marca ante la sociedad.

¿Tiene usted contacto con UNIMINUTO?

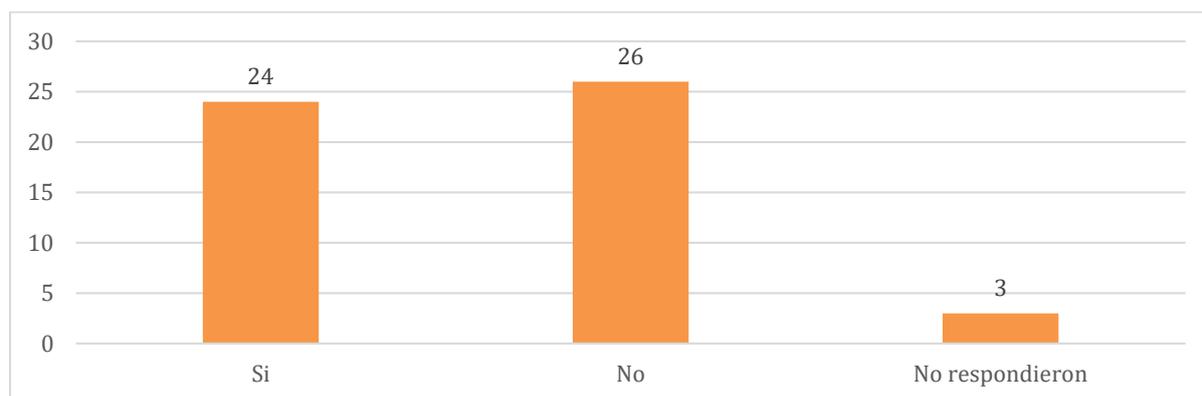


Figura # 27

Se puede identificar que la mayoría de los graduados ha perdido comunicación con UNIMINUTO, el 49% de los graduados manifiestan que no existe comunicación y el 45% aún tiene contacto con la universidad, el 6% no respondió. Es importante mantener los canales de comunicación con los graduados esto ayuda a los procesos de seguimiento y autoevaluación de la institución, además de que el graduado siempre va a hacer parte de la universidad porque va con el sello UNIMINUTO y su ejercicio habla de la universidad.

¿Ha recibido reconocimientos por su gestión profesional? Relaciónelos indicando la institución que lo ha generado.

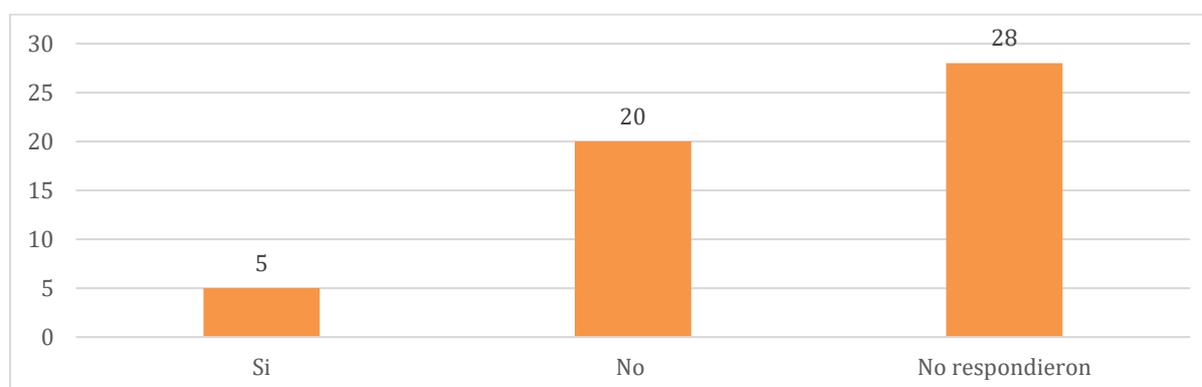


Figura # 28

Se puede observar que el 9% de los graduados ha recibido los siguientes reconocimientos por su gestión profesional Mejor trabajo en Prensa Escrita entregado por los Premios de Periodismo Ambiental de Cormacarena, y Periodista Joven Revelación entregado por los Premios Noticias de Villavicencio. Por otro lado, el 38% no ha recibido ningún reconocimiento y el 53% no respondieron. Es importante y necesario empezar a orientar a los estudiantes y graduados a participar en los diferentes concursos para el alcance del reconocimiento, teniendo en cuenta que esto se considera un logro profesional el cual le da peso a la hoja de vida y puede abrir puerta en los espacios laborales.

9.1.6 Análisis de la caracterización de graduados

Los datos obtenidos por medio de la herramienta de recolección de datos (encuesta de graduados) permitieron evidenciar que el 75% de los graduados se encuentran laborando actualmente y el 55% están en empleos acordes a su formación, ejerciendo como community manager, comunicadores organizacionales, comunicadores para el cambio social, periodistas, docentes, productores audiovisuales y radiofónicos. Además, que las actividades laborales más frecuentes de los graduados son: community manager y comunicadores organizacionales, teniendo en cuenta que el enfoque principal de UNIMINUTO planteado para el programa Comunicación Social-Periodismo es “Comunicación para cambio Social” se identificó que el ejercicio profesional de los graduados no corresponden al enfoque del programa. Los graduados deberían venderse más como comunicadores para al cambio social y por medio de su ejercicio mostrar que si es importantes un profesional en este campo teniendo en cuenta que la región de la Orinoquía ha sido golpeada por la violencia, el conflicto y el desplazamiento.

La recolección de los datos y el análisis permitió obtener información sobre el primer empleo, datos importantes para conocer cómo el mundo laboral está recibiendo a los graduados del programa, por ende, se identificó que el 55% de los graduados encontraron su primera oportunidad laboral por medio de un amigo y que el 11% de ellos fue por medio de la práctica profesional, cabe recalcar que el espacio de práctica puede ser una oportunidad para entrar al sector laboral. Por otro lado, aunque el 55% de los graduados encontraron empleo en un lapso de tiempo de 1 a 3 meses, se pudo reconocer que el 42 % solo han tenido un empleo en comunicación y el 34% no hay tenido ningún empleo en esta área, desde el periodismo el 42% solo han tenido un empleo y 43% no ha tenido ninguno. Las cifras mencionadas son preocupantes, debido a que se están formando profesionales que solo han ejercido una vez o nunca lo han hecho, esto conlleva a que su empleabilidad sea baja, además con las exigencias del mercado laboral como la experiencia y el requerimiento de conocimientos que no pertenecen a la comunicación social-periodismo, esto se ha convertido en una de las causas de la desempleo según los graduados, no obstante cabe mencionar que el no tener tarjeta profesional le quita peso a la carrera y permite que cualquier persona se autotitule como profesional.

Esta investigación se apoya en **El informe de análisis de la encuesta de seguimientos a graduados del Observatorio Laboral para la Educación del Ministerio de Educación Nacional de Colombia, los graduados del programa Comunicación Social-Periodismo periodo 2018-2**, como estudio complementario, donde se identificaron diferentes aspectos, entre estos, posicionamiento, ocupación laboral actual y si esta es acorde con su profesión siendo recién graduados. Se puede concluir que el 72% de los graduados al momento de diligenciar la encuesta se encontraban trabajando o en proceso de crear empresa, del mismo modo, el 56% indicó trabajar y un 25% se encuentra en proceso de creación de

una empresa o negocio, además de que están teniendo un impacto positivo por medio de su formación laboral. (Cárdenas, 2019)

Los resultados son favorables, teniendo en cuenta que los lapsos de tiempo que tardaron en encontrar el primer empleo son cortos, además de que su labor profesional está dejando un impacto positivo en sus lugares de trabajo así mismo se está dejando una buena imagen de UNIMINUTO, también es de destacar los proyectos de emprendimiento, igualmente es importante fortalecer estas ideas llevándolas a cabo. Por otro lado, teniendo en cuenta que la mayoría de los profesionales han encontrado su primera oportunidad laboral por a través de un amigo, es importantes que entre los profesionales de esta disciplina abran espacios laborales y así incrementar la empleabilidad

9.2 Análisis del perfil ocupacional del graduado

El Programa Comunicación Social-Periodismo de UNIMINUTO plantea competencias en el perfil ocupacional de sus graduados, las cuales se espera se desarrollen por medio de las asignaturas en el aula de clase. El programa cuenta con un plan de estudio, conformado por son 162 créditos distribuidos en 56 cursos, que al ser vistos desde la articulación con las ítems establecidos por el perfil ocupacional de UNIMINUTO se puede identificar como estas desarrollan y potencializan dichas competencias.

Encuesta de docentes del programa Comunicación social-Periodismo VRO

Ítems establecidos en el perfil ocupacional de UNIMINUTO	Asignaturas que potencian o desarrollan las competencias establecidas en el perfil ocupacional de UNIMINUTO
<p align="center">Dinamizador de procesos comunicacionales, de interacciones e interlocuciones entre diferentes sujetos sociales, instancias y sectores.</p>	Lingüística
	Fundamentos de la Comunicación Democracia y Opinión Comunicación y Participación en Medios Digitales.
	Electivas (DEMOCRACIA-HISTORIA REGIONAL Y CULTURAL) TEORÍAS 1 Y 2
	Teoría de acción colectiva
	Electiva CMD Expresión Oral, Electiva CPC Comunicación Organizacional
	Electiva CPC Comunicación organizacional
	Práctica Profesional - Periodismo Informativo - Periodismo Interpretativo
	Teoría de la Comunicación
	Producción de audiovisuales.
	Crítica y Argumentación
<p align="center">Productor de piezas comunicativas que utiliza los distintos medios, lenguajes, textos y formatos, e incorpora las posibilidades de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, para aportar a la formación de opinión pública.</p>	Semiótica
	Periodismo Digital Comunicación y Participación en Medios Digitales
	Teorías I y II
	Electiva CPC Comunicación Organizacional
	Comunicación y Participación en Medios Digitales - Periodismo Digital
	Electiva CPC Comunicación organizacional
	Fotografía digital, Producción de audiovisuales.
<p align="center">Docente de asignaturas relacionadas con su formación, como comunicación, redacción, géneros periodísticos, expresión verbal y escrita.</p>	Gramática, crítica y argumentación, análisis del discurso, talleres de refuerzo gramatical.
	Redacción Periodística -Fundamentos de la Comunicación -Periodismo Interpretativo
	Teorías I y II , electivas, fundamentos de investigación
	Electiva CMD Expresión Oral, Fundamentos de comunicación, Historia de los medios y la comunicación
	Electiva CPC Comunicación organizacional

	Redacción Periodística - Periodismo Informativo - Periodismo Interpretativo - Periodismo Digital
Gestor de proyectos de comunicación, desarrollo y cambio social	Gramática
	Comunicación y Participación en Medios Digitales Democracia y Opinión
	Historia cultural y regional , fundamentos de investigación
	Fundamentos de comunicación
	Comunicación y Participación en Medios Digitales
	Historia de la Comunicación y el Periodismo
	Fundamentos de investigación en comunicación.
	Gestión de proyectos
Asesor en proyectos de comunicación educativa y realizador de piezas con enfoque pedagógico	Semiótica, Crítica, Electiva CMD
	Lingüística
	Fundamentos de la Comunicación
	Opción de grado
	Fundamentos de comunicación
	Comunicación y Participación en Medios Digitales
	Comunicación y educación
Comunicador estratégico para organizaciones de carácter público y privado	Semiótica
	Práctica Profesional
	Teorías
	Fundamentos de comunicación, Electiva CPC
	Comunicación Organizacional
	Electiva en Comunicación y participación en medios digitales
Gestor de proyectos de desarrollo con enfoque en comunicación educativa y participación comunitaria.	Gramática
	Comunicación y Participación en Medios Digitales
	Fundamentos de investigación; opción de grado
	Comunicación, ciudadanía y convivencia
	Electiva CPC Comunicación Organizacional
	Comunicación y Participación en Medios Digitales
	Teoría de la comunicación
	Formulación y diseño de proyectos de investigación
	Fundamentos de investigación en comunicación.
Director de noticias	Lingüística
	Redacción Periodística Periodismo Digital
	Historia cultural y regional
	Periodismo Informativo - Periodismo Interpretativo - Redacción Periodística - Periodismo Digital

	Electiva en Comunicación y participación en medios digitales
	Crítica y Argumentación
Editor de noticias o espacios de opinión	Gramática
	Democracia y Opinión Redacción Periodística
	Periodismo Informativo - Periodismo Interpretativo - Redacción Periodística
	Electiva en Periodismo Ciudadano
	Gramática, Crítica y Argumentación
Realizador de productos periodísticos, audiovisuales, sonoros, impresos o multimediales.	Gramática
	Periodismo Digital
	Electivas, teorías
	Periodismo Digital
	Fotografía digital, Producción de audiovisuales.
	Semiótica
Periodista en radio, televisión, medios digitales o medios impresos.	Lingüística
	Comunicación y Participación en Medios
	Electivas, teorías, fundamentos de investigación
	Periodismo Informativo - Periodismo Interpretativo - Redacción Periodística - Periodismo Digital
	Fotografía digital, Producción de audiovisuales.
	Lenguajes radiofónicos
	Electiva CPC
Documentalista	Semiótica
	Periodismo Interpretativo
	Fotografía
	Fotografía digital, Producción de audiovisuales.
	Electivas CPC
	Crítica y Argumentación
Periodista e impulsor de medios comunitarios.	Lingüística
	Periodismo Digital
	Electivas, teorías
	Periodismo Informativo - Periodismo Interpretativo - Redacción Periodística - Periodismo Digital - Comunicación y Participación en Medios Digitales
	Electiva en Periodismo Ciudadano
	Electiva CPC
	Fotografía digital.
Analista de problemas sociales contemporáneos.	Semiótica
	Democracia y Opinión Comunicación y Participación en Medios Digitales

	<p>Historia cultural y regional, fundamentos de investigación</p> <p>Electiva en Migración y comunicación y Electiva en Grupos Vulnerables y Derechos Humanos</p> <p>Democracia y Opinión Pública</p> <p>Teoría de la Comunicación</p> <p>Género y desarrollo</p> <p>Historia del siglo XX.</p> <p>Crítica y Argumentación</p>
Comunicador en el sector público, con énfasis en política y cultural.	<p>Historia del Siglo XX</p> <p>Práctica Profesional</p> <p>Historia cultural y regional</p> <p>Teoría de acción colectiva</p> <p>Electiva Comunicación Organizacional</p> <p>Electiva CMD Expresión Oral</p> <p>Periodismo Informativo - Periodismo Interpretativo - Redacción Periodística - Periodismo Digital - Democracia y Opinión Pública</p>
Consultor de prácticas comunicativas con enfoque de problemas ambientales y minorías.	<p>Semiótica</p> <p>Democracia y Opinión Comunicación y Participación en Medios Digitales</p> <p>Electiva en Grupos Vulnerables y Derechos Humanos</p> <p>Electiva CMD Expresión Oral</p> <p>Comunicación y Participación en Medios Digitales</p> <p>Teoría de la Comunicación</p>
Asistente de investigación.	<p>Gramática</p> <p>Fundamentos de investigación</p> <p>Teoría de la Comunicación</p> <p>Formulación y diseño de proyectos de investigación /opción de grado</p> <p>Fundamentos de investigación en comunicación.</p> <p>Semiótica</p>
Indaga, comprende, y explica las prácticas sociales en las que están inmersas las organizaciones.	<p>Lingüística</p> <p>Periodismo Digital</p> <p>Teorías de acción colectiva y comunicación ciudadanía y convivencia</p> <p>Electiva CMD Expresión Oral, Fundamentos de Comunicación, Electiva CPC Comunicación Organizacional</p> <p>Comunicación y Participación en Medios Digitales</p> <p>Teoría de la Comunicación</p>

	Fundamentos de investigación en comunicación, Historia del siglo XX, Fotografía digital, Producción de audiovisuales.
	Semiótica
Explicita las interacciones de los medios masivos de comunicación con la sociedad, para evidenciar las implicaciones y afectaciones de estos en la cultura, en la educación, en lo público, en lo privado, y en las políticas públicas.	Historia del siglo XX
	Comunicación y Participación en Medios Democracia y Opinión
	Teorías I y II
	Democracia y opinión pública
	Fundamentos de Comunicación, Electiva CPC Comunicación Organizacional
	Periodismo Informativo - Periodismo Interpretativo - Redacción Periodística - Periodismo Digital - Democracia y Opinión Pública
	Teoría de la Comunicación

Tabla # 1

En la encuesta para docentes del programa Comunicación Social-Periodismo VRO se observa la articulación entre los ítems establecidos por perfil ocupacional de UNIMINUTO con las asignaturas del programa, se puede identificar que las materias que potencializan más el desarrollo de las competencias en las aulas de clase son: Periodismo digital, medios digitales, producción audiovisual y electivas afines, semiótica, fundamentos de investigación, gramática, crítica y argumentación, periodismo interpretativo, redacción periodística, teorías de la comunicación, comunicación organizacional y electivas a fines. Las asignaturas anteriormente mencionadas apuntan al cumplimiento de la mayoría de las competencias que se esperan trabajar en incorporar en los estudiantes y futuros graduados.

También se pueden identificar las asignaturas que apuntan al cumplimiento de algunas de las competencias, pero su ejercicio es menor en comparación del número de ítems establecidos y que se esperan cumplir y desarrollar en los estudiantes y próximos profesionales: lingüística, práctica profesional, gestión de proyectos, comunicación y

educación, electiva en migración y comunicación, electiva en grupos vulnerables y derechos humanos y electivas afines, democracia y opinión pública, historia del siglo XX, electiva CMD expresión oral, historia de los medios y la comunicación, teoría de acción colectiva, teorías I y II, electiva CMD expresión oral, historia cultural y regional, formulación y diseño de proyectos de investigación. Estas asignaturas apuntan al cumplimiento de algunas de las competencias, pero su ejercicio es menor en comparación del número de ítems establecidos y que se espera cumplir y desarrollar en los estudiantes y próximos profesionales.

En la articulación del perfil ocupacional frente a la ocupación laboral actual de los graduados, y desde el ejercicio profesional de los mismos se considera que se debe fortalecer en el pensum desde las áreas de marketing digital según 40 % (10) de los graduados, la comunicación organizacional según 24% (6) de los graduados, la investigación redacción y edición según 16% (4) de los profesionales. Se espera que todas las asignaturas apunten al cumplimiento y desarrollo de todas las competencias establecidas en el perfil ocupacional de UNIMINUTO, teniendo en cuenta que en el sector laboral esperan que el profesional tenga las habilidades mencionadas en dicho perfil.

10. Conclusión

En el trabajo realizado, se destacaron aportes oportunos de los cuales se obtuvieron resultados pertinentes para dar cumplimiento de los objetivos planteados, además de factores importantes para el programa de Comunicación social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía.

Teniendo claro el objetivo del proyecto de caracterizar a los graduados e identificar cómo se cumple el perfil ocupacional planteado para estos por el programa, se determinó hacer énfasis en las actividades que ejercen en espacios laborales en los que se encuentran los graduados, la información sobre el primer empleo, la articulación entre el perfil ocupacional y las asignaturas.

Como conclusiones se evidenció que las actividades laborales más frecuentes de los graduados son: Community manager y comunicadores organizacionales, teniendo en cuenta que el enfoque principal de UNIMINUTO planteado para el programa Comunicación Social-Periodismo es “Comunicación para cambio Social” se pudo identificar que los graduados no le apuestan a este enfoque porque el mercado laboral los redirecciona en otros campos. También se pudo identificar que la mayoría de los graduados quieren seguir con su formación pos gradual, aunque según las estadísticas nos es necesario realizar especialización o maestría para incrementado la remuneración salarial, esto se deduce del hecho que según los resultados de la investigación hay 5 de los graduados no han realizado ninguna formación después del pregrado o solo han realizado cursos y están devengando entre 3 a 4 S.M.L.V

También se identificó que el primer obstáculo para empezar la vida laboral es la experiencia que piden los empleadores y el requerimiento de saberes que no hacen parte de la formación del comunicador social-periodista.

Se evidencia que los graduados tienen una actitud positiva frente al emprendimiento, algunos de ellos han sido fundadores de una emisora online, tienen su propia empresa y otros quieren emprender posicionando su propia marca, creando su propia empresa y la gran mayoría desean tener proyectos enfocados a lo audiovisual.

Por último se reconoció que los graduados tienen una imagen positiva y le apuestan a UNIMINUTO como universidad, creen en la institución y la recomiendan, esto contribuye con el crecimiento institucional y el posicionamiento de la misma ante otras universidades y la sociedad, incrementado la demanda de personas que quieran adquirir los servicios brindados por UNIMINUTO.

11. Recomendaciones

A modo de recomendaciones generales, UNIMINUTO debe pensar en una formación basada en la práctica y apoyada en la teoría, donde se fortalezcan las habilidades, y por medio del ejercicio se evalúen si se está dando un proceso de aprendizaje correcto. También se debe orientar a los docentes a encaminar todas las asignaturas al cumplimiento de las competencias establecidas en el perfil ocupacional de UNIMINUTO.

Tanto los estudiantes como los graduados deberían apostarle a los proyectos de emprendimiento, fortaleciendo la profesión y abriendo más espacios laborales, desde los diferentes sub campos de la Comunicación Social-Periodismo

Para los empleadores se deben abrir espacios para los profesionales recién salidos de la academia, darles la oportunidad de mostrar sus habilidades y que ellos puedan generar aportes para el crecimiento y desarrollo de su lugar de trabajo. Si se comienza a dar la oportunidad a los graduados que aún no tienen experiencia, se puede disminuir los lapsos de tiempo de desempleo o que los mismos opten por realizar labores que no corresponden a su carrera la cual se logró alcanzar con esfuerzo y dedicación y merece ser ejercida.

12. Referencias Bibliográficas

- Almonacid, Montes y Vásquez, (2009). Un análisis factorial para evaluar la pertinencia de un programa académico desde la perspectiva de los graduados: un estudio de caso. Recuperado de la fundación Dialnet
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4024697>
- Bertoglio, (1985). Introducción a la teoría general de sistemas
[http://artemisa.unicauca.edu.co/~cardila/Introduccion__Teoria_General_Sistemas_\(Oscar_Johansen\).pdf](http://artemisa.unicauca.edu.co/~cardila/Introduccion__Teoria_General_Sistemas_(Oscar_Johansen).pdf)
- Bolívar, (1994). Autoevaluación Institucional para la Mejora Interna
<http://centroderecursos.educarchile.cl/bitstream/handle/20.500.12246/53902/A%20utoevaluaci%C3%B3n-externa.pdf?sequence=1>
- Cárdenas, (2019). Análisis de la encuesta de seguimiento a graduados del Observatorio Laboral para la Educación del Ministerio de Educación Nacional de Colombia
- Castañeda, (2017). Sistematización de prácticas profesionales, una reflexión sobre ¿Cuál es el rol del comunicador social en la construcción de paz territorial, teniendo en cuenta la práctica realizada en el programa Manos a la paz en la oficina PNUD Medellín-Antioquia?
- CIC, (2012). Centro de investigación y transferencia en comunicación para el cambio social
https://201910.aulasuniminuto.edu.co/pluginfile.php/524610/mod_resource/content/1/lineamientos%20cic.pdf
- CNA, (2006). Lineamientos para la Acreditación de Programas. Obtenido del Ministerio de Educación Nacional

https://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_Lineamiento_Acred_Prog_Pre.pdf

CNA, (2013). Sistema de Acreditación Nacional PDF

https://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_pregrado_2013.pdf

CNA. (s.f.). Portal de instituciones y programas acreditados de Colombia

<https://www.cna.gov.co/1741/article-186377.html>

Const, (1991) *Constitución Política de Colombia del 1991*.

Daza & Sánchez, (2017). Caracterización de los graduados del programa de

Administración Financiera de la Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Llanos sede Villavicencio- Meta, a junio de 2017

https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/7073/TAF_DazaDinaMaily-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández R, (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.

Instituto Pedagógico Nacional Monterrico, (2008). Estudio de Seguimiento de Egresados

ITM, (2005). Instituto Tecnológico de Monterrey

MEN, (2017). Ministerios de Educación, estadísticas del Observatorio Laboral para La Educación

<http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral/ubicacion-geografica>

Roa Várelo Alberto, (2003). Acreditación y Evaluación de la Calidad en la Educación Superior Colombiana PDF.

Rubio & Guerrero, (2017). Diagnóstico sobre el rol y el impacto del Comunicador Social – Periodista, graduado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios en pequeñas y medianas empresas (PYME) de Villavicencio

Sánchez, (2010). Definición del concepto caracterización

<https://www.ucn.edu.co/sistemainvestigacion/Documents/instrumento%20para%20caracterizar%20experiencias.pdf>

UNIMINUTO, (2016). Proyecto curricular del programa Comunicación Social-
Periodismo

13. Anexos



ANEXO # 1 CARACTERIZACIÓN DE GRADUADOS

Esta encuesta hace parte de una investigación de caracterización de Caracterización de graduados del Programa Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía, como opción de grado.

Agradezco su colaboración con el diligenciamiento del siguiente formulario, el cual permitirá apoyar los procesos de fortalecimiento y reflexión del programa, puesto que busca recoger las experiencias de los como graduados del programa.

INFORMACIÓN DEL GRADUADO

Diligencie los datos personales para la actualización de la base de datos.

Nombre completo _____

Ciudad de residencia _____

Dirección de residencia _____ Celular _____

Correo electrónico _____ Año de graduación _____

1. ¿Género?

a. Masculino _____ b. Femenino _____

2. ¿Opción de grado?

a. Investigación _____ b. Diplomado _____ c. Módulo de Especialización _____

d. Internalización _____ e. Sistematización de práctica profesional _____

f. Emprendimiento _____

3. Espacios de Formación realizado después del pregrado



- a. Ninguna ___ b. Diplomados ___ c. Congresos ___ d. Cursos ___
 e. Taller de actualización para graduados UNIMINUTO ___
 f. Especialización ___ g. Otro pregrado ___ h. otro ¿Cuál? _____

4. ¿Desea continuar con su formación pos gradual?

- a. Si ___ b. No ___ En que área _____

5. ¿Ha identificado en qué universidad puede seguir su proceso de formación pos gradual?

INFORMACIÓN SOBRE EL PRIMER EMPLEO

6. ¿Cómo encontró su primer empleo?

- a. Bolsa de empleo UNIMINUTO ___ b. Internet ___ c. Práctica profesional ___
 d. Un Amigo ___ e. Otro ___ ¿Cuál? _____

7. ¿Cuánto tiempo tardó en conseguir empleo?

- a. 1 a 2 meses ___ b. 3 a 4 meses ___ c. 5 a 6 meses ___ d. 6 a 12 meses ___
 e. Más de 12 meses ___

8. ¿Cuántos empleos en “Periodismo” ha tenido después de terminar su formación de pregrado?

- a. 1 empleo ___ b. 2 a 4 empleos ___ c. 5 a 6 empleos ___ d. 7 o más ___
 e. ninguno ___

9. ¿Cuántos empleos en “Comunicación Social” ha tenido después de terminar su formación de pregrado?



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

- a. 1 empleo ____ b. 2 a 4 empleos ____ c. 5 a 6 empleos ____ d. 7 o más ____
e. ninguno ____

INFORMACIÓN LABORAL

10. ¿Actualmente se encuentra laborando? a. Si ____ b. No ____
(Si su respuesta es negativa siga diligenciando la encuesta a partir de la pregunta 19)

Nombre de la Empresa _____
Cargo _____
Área _____ País _____
Ciudad _____

11. ¿Cuánto lleva laborando?

a. 1 a 3 meses ____ b. 3 a 4 meses ____ c. 5 a 6 meses ____ d. 6 a 12 meses ____
e. Más de 12 meses ____

12. ¿Cuenta con seguridad Social? a. Si ____ b. No ____

13. Ingresos mensuales (Expresado en salario mínimo legal vigente 2019 \$ 828.116,00)

a. Menos de 1 S.M.L.V ____ b. De 1 a 2 S.M.L.V ____ c. De 3 a 4 S.M.L.V ____
d. Más de 5 S.M.L.V ____

14. ¿Considera que su empleo actual es acorde con su formación profesional?

a. Si ____ b. No ____

¿Por qué?



15. ¿Selecciones de las siguientes funciones cual o cuales usted ha ejercido?

- a. Comunicador para el cambio social __ b. Periodista __ c. Comunicador Organizacional __
 e. Docente __ f. Productor audiovisual __ g. Productor radiofónico __
 h. Community Manager __ i. ninguno de los anteriores __
 j. Otro __ Cuál _____

16. ¿Cuál cree usted que son las necesidades o requerimientos que tiene el mercado laboral actualmente para los Comunicadores Sociales - Periodistas?

17. ¿Cuál cualidad o fortaleza cree lo diferencia a usted como graduado UNIMINUTO en su ejercicio profesional, frente a colegas de otras universidades?

18. ¿Cree usted que la Región de la Orinoquía cuenta con un portafolio amplio en vacantes de empleo para los Comunicadores Sociales y Periodistas?

- a. Si __ b. No __ ¿Por qué?

19. 19. Indique las competencias en las que considera debe ser fortalecido el plan de estudio del programa, y que ha requerido para su ejercicio profesional

Pase por favor a la pregunta 23.



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

PREGUNTAS PARA QUIENES ACTUALMENTE NO ESTÁN TRABAJANDO

20. ¿Cuánto tiempo lleva sin empleo?

- a. 1 a 2 meses ___ b. 3 a 4 meses ___ c. 5 a 6 meses ___ d. 6 a 12 meses ___
e. Más de 12 meses ___

21. ¿Cuánto tiempo lleva buscando empleo?

- a. 1 a 2 meses ___ b. 3 a 4 meses ___ c. 5 a 6 meses ___ d. 6 a 12 meses ___
e. Más de 12 meses ___

22. ¿Cuál (es) son las causas de no estar laborando?

- a. Poca experiencia laboral ___ b. Enfermedad o discapacidad ___ c. Está estudiando ___
d. No está buscando empleo actualmente ___ e. Otra ___
f. falta de opciones laborales ___

¿Cuál? _____

EMPREDIMIENTO

23. ¿Tiene o ha tenido algún proyecto de emprendimiento?

- a. Si ___ b. No ___ ¿Cuál? _____

24. ¿Qué expectativa de emprendimiento tiene?

PERSPECTIVA SOBRE UNIMINUTO

25. ¿Recomendaría a UNMINUTO con otras personas?

- a. Si ___ b. No ___ ¿Por qué?



26. ¿Tiene usted contacto con UNIMINUTO?

a. Si ____ b. No ____ ¿Por cuál medio?

27. Ha recibido reconocimientos por su gestión profesional. Relaciónelos indicando la institución que lo ha generado

Muchas gracias por su tiempo

La información que se recoge será tratada de acuerdo a las políticas de UNIMINUTO sobre uso de la información, y será empleada con fines académicos en el marco de un proyecto de investigación como opción de grado.

En cumplimiento de la ley 1581 de 2012, UNIMINUTO está comprometida con el tratamiento lícito y seguro de los datos personales de sus colaboradores y terceros, garantizando su confidencialidad. Consulte nuestra Política de Tratamiento de Información en: <http://www.uniminuto.edu/documentos-institucionales>. Los titulares en cualquier momento pueden ejercer sus derechos legalmente consagrados de conocimiento, actualización, rectificación y supresión de sus datos personales a través del portal web <http://www.uniminuto.edu/contacto> o a la siguiente dirección: Calle 81B No.72B-70 en la ciudad de Bogotá, y el teléfono 5933004 en la ciudad de Bogotá, o a nivel nacional 01800 0936670.

Si su correo no es institucional y desea ser borrado de la lista de envíos

UNIMINUTO, haga clic en el siguiente enlace

<http://soporte.uniminuto.edu/glp/plugins/formcreator/front/formdisplay.php?id=50>

porque este mensaje fue hecho específicamente para usted. En su lugar, use la página de reenvío en nuestro sistema de boletín de noticias. Para cambiar sus detalles y elegir a qué listas desea suscribirse, visite su página de preferencias personal; o puedes cancelar su suscripción por completo de todos los envíos futuros.



En cumplimiento de la ley 1581 de 2012, UNIMINUTO está comprometida con el tratamiento lícito y seguro de los datos personales de sus colaboradores y terceros, garantizando su confidencialidad. Consulte nuestra Política de Tratamiento de Información en: <http://www.uniminuto.edu/documentos-institucionales>. Los titulares en cualquier momento pueden ejercer sus derechos legalmente consagrados de conocimiento, actualización, rectificación y supresión de sus datos personales a través del portal web <http://www.uniminuto.edu/contacto> o a la siguiente dirección: Calle 81B No.72B-70 en la ciudad de Bogotá, y el teléfono 5933004 en la ciudad de Bogotá, o a nivel nacional 01800 0936670.

Si su correo no es institucional y desea ser borrado de la lista de envíos UNIMINUTO, haga clic en el siguiente enlace <http://soporte.uniminuto.edu/glp/plugins/formcreator/front/formdisplay.php?id=50> porque este mensaje fue hecho específicamente para usted. En su lugar, use la página de reenvío en nuestro sistema de boletín de noticias. Para cambiar sus detalles y elegir a qué listas desea suscribirse, visite su página de preferencias personal; o puedes cancelar su suscripción por completo de todos los envíos futuros.

**ANEXO #2 Encuesta para docentes del Programa Comunicación Social -
Periodismo de UNIMINUTO Vicerrectoría Orinoquía 2019-10**

Esta encuesta se realiza en el marco de un estudio de impacto que se está llevando a cabo sobre el Programa Comunicación social-Periodismo de la Vicerrectoría Regional Orinoquía, solicitamos lea detenidamente y responda las siguientes preguntas.

Nombre completo del docente

Perfil del Graduado UNIMINUTO

El graduado del Programa de Comunicación Social-Periodismo de UNIMINUTO podrá desempeñarse en organizaciones públicas, privadas, multilaterales, solidarias o comunitarias, así como en medios de comunicación (televisión, prensa, radio, tecnologías digitales), en los ámbitos local, regional, nacional o internacional, quien trabajará siempre en la perspectiva de transformación de la sociedad.

Podrá asesorar iniciativas de los colectivos sociales, comunidades o nuevas identidades, a través de procesos de interacción y comunicación.

Será gestor de iniciativas de comunicación y desarrollo, desde colectividades como instituciones educativas, organismos gubernamentales y no gubernamentales, así como de organizaciones comunitarias, las cuales, con el adecuado acompañamiento, posicionarán proyectos culturales, sociales, estéticos, educativos, ecológicos que aporten a la transformación social.

Tras leer el perfil del graduado CSOC UNIMINUTO VRO, relacione en cada ítem que se presenta a continuación, solamente de todas las materias que están a su cargo, la o las que se potencian o desarrollan las competencias enunciadas

Dinamizador de procesos comunicacionales, de interacciones e interlocuciones entre diferentes sujetos sociales, instancias y sectores.

Productor de piezas comunicativas que utiliza los distintos medios, lenguajes, textos y formatos, e incorpora las posibilidades de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, para aportar a la formación de opinión pública.

Docente de asignaturas relacionadas con su formación, como comunicación, redacción, géneros periodísticos, expresión verbal y escrita.

Gestor de proyectos de comunicación, desarrollo y cambio social.

Asesor en proyectos de comunicación educativa y realizador de piezas con enfoque pedagógico.

Comunicador estratégico para organizaciones de carácter público y privado.

Gestor de proyectos de desarrollo con enfoque en comunicación educativa y participación comunitaria.

Director de noticias.

Editor de noticias o espacios de opinión.

Realizador de productos periodísticos, audiovisuales, sonoros, impresos o multimediales.

Periodista en radio, televisión, medios digitales o medios impresos.

Documentalista.

Periodista e impulsor de medios comunitarios.

Analista de problemas sociales contemporáneos.

Comunicador en el sector público, con énfasis en política y cultural. |

Consultor de prácticas comunicativas con enfoque de problemas ambientales y minorías.

Asistente de investigación.

Indaga, comprende, y explica las prácticas sociales en las que están inmersas las organizaciones.

Explicita las interacciones de los medios masivos de comunicación con la sociedad, para evidenciar las implicaciones y afectaciones de estos en la cultura, en la educación, en lo público, en lo privado, y en las políticas públicas

¿Qué competencias considera usted que deben tener los graduados para ejercer y que no alcanzan a desarrollar por medio de las asignaturas?

13.1 RESUMEN ANALÍTICO ESPECIALIZADO CON FINES DE PUBLICACIÓN RAE

1. Información General	
Tipo de documento	Investigación
Acceso al documento	Corporación Universitaria Minuto de Dios
Título del documento	Caracterización de los graduados del programa Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía
Autor(es)	Laura Katerine Forero Valencia
Director	Andrea del Pilar Pabón Méndez
Palabras Claves	Caracterización, Educación, Graduados, Comunicación Social, Periodismo, Universidad.

2. Resumen

El propósito de este proyecto es caracterizar a los graduados de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía. También, se quiere apoyar el proceso de seguimiento y autoevaluación de este programa, el cual ha dado al mundo laboral 236 graduados desde el año 2012.

Para el Programa de Comunicación Social-Periodismo es importante saber en qué se están ocupando o laborando los graduados, y por ende en qué campos laborales de la comunicación social-periodismo se encuentran, por qué los graduados siguen siendo parte del sistema educativo y son el resultado de lo que se hace, por ende la mejor muestra para reconocer como institución que debe fortalecer.

En este orden de ideas, se plantea este proyecto de investigación como trabajo de grado de la estudiante Laura Katherine Forero Valencia, bajo las directrices de la coordinación del programa Comunicación Social-Periodismo.

Se adelantará un estudio que permita identificar las funciones que desarrollan los graduados en sus espacios laborales, y si los mismos están poniendo en práctica el perfil ocupacional establecido por UNIMINUTO, por ende, si se encuentran laborando en alguno de los campos definidos en dicho perfil: Participación, Docencia, Investigación o Medios.

Desde el Consejo Nacional de Acreditación se ha establecido la relación de los egresados con el medio a través del factor 9, éste hace referencia a la influencia del programa en el medio, la contribución en las necesidades locales, regionales y nacionales,

y el compromiso que ellos tienen con la institución a través de la participación en las actividades que los vincula. (CNA, 2013).

En este orden de ideas la investigación a realizar hará un acercamiento entre los graduados y la institución, además de aportar datos de ubicación, posicionamiento educativo y laboral.

Según estudios realizados por el Instituto Tecnológico de Monterrey (2005), el seguimiento estratégico y sistemático de egresados, facilita hacer una retroalimentación sobre el impacto en el medio de los diferentes programas de las universidades; igualmente, permite evaluar la satisfacción de los empleadores y de los clientes para mejorar y/o actualizar los planes de estudio de acuerdo a las necesidades del medio laboral y profesional, además de apoyar al egresado en la consecución de sus metas laborales y profesionales.

Por lo anterior, cabe resaltar que es pertinente llevar a cabo la caracterización de los graduados, con los datos recolectados por medio de la encuesta, se hará un buen aporte para el proceso de autoevaluación de la institución ya que este le permitirá identificar a la universidad cuáles son las áreas que se deben fortalecer teniendo en cuenta la demanda laboral, también donde se están posicionando los graduados y que impacto o transformaciones han logrado en estos lugares desde su actuar profesional.

3. Fuentes

- Almonacid, Montes y Vásquez, (2009). Un análisis factorial para evaluar la pertinencia de un programa académico desde la perspectiva de los graduados: un estudio de caso. Recuperado de la fundación Dialnet
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4024697>
- Bertoglio, (1985). Introducción a la teoría general de sistemas
[http://artemisa.unicauca.edu.co/~cardila/Introduccion_Teoria_General_Sistemas_\(Oscar_Johansen\).pdf](http://artemisa.unicauca.edu.co/~cardila/Introduccion_Teoria_General_Sistemas_(Oscar_Johansen).pdf)
- Bolívar, (1994). Autoevaluación Institucional para la Mejora Interna
<http://centroderecursos.educarchile.cl/bitstream/handle/20.500.12246/53902/A%20utoevaluaci%C3%B3n-externa.pdf?sequence=1>
- Cárdenas, (2019). Análisis de la encuesta de seguimiento a graduados del Observatorio Laboral para la Educación del Ministerio de Educación Nacional de Colombia
- Castañeda, (2017). Sistematización de prácticas profesionales, una reflexión sobre ¿Cuál es el rol del comunicador social en la construcción de paz territorial, teniendo en cuenta la práctica realizada en el programa Manos a la paz en la oficina PNUD Medellín-Antioquia?
- CIC, (2012). Centro de investigación y transferencia en comunicación para el cambio social
https://201910.aulasuniminuto.edu.co/pluginfile.php/524610/mod_resource/content/1/lineamientos%20cic.pdf
- CNA, (2006). Lineamientos para la Acreditación de Programas. Obtenido del Ministerio de Educación Nacional

[https://www.cna.gov.co/1741/articles-](https://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_Lineamiento_Acred_Prog_Pre.pdf)

[186359_Lineamiento_Acred_Prog_Pre.pdf](https://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_Lineamiento_Acred_Prog_Pre.pdf)

CNA, (2013). Sistema de Acreditación Nacional PDF

https://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_pregrado_2013.pdf

CNA. (s.f.). Portal de instituciones y programas acreditados de Colombia

<https://www.cna.gov.co/1741/article-186377.html>

Const, (1991) *Constitución Política de Colombia del 1991*.

Daza & Sánchez, (2017). Caracterización de los graduados del programa de

Administración Financiera de la Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Llanos sede Villavicencio- Meta, a junio de 2017

[https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/7073/TAF_DazaDina](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/7073/TAF_DazaDinaMaily-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[Maily-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/7073/TAF_DazaDinaMaily-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hernández R, (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.

Instituto Pedagógico Nacional Monterrico, (2008). Estudio de Seguimiento de

Egresados

ITM, (2005). Instituto Tecnológico de Monterrey

MEN, (2017). Ministerios de Educación, estadísticas del Observatorio Laboral para

La Educación

[http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-](http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral/ubicacion-geografica)

[laboral/ubicacion-geografica](http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral/ubicacion-geografica)

Roa Várelo Alberto, (2003). Acreditación y Evaluación de la Calidad en la Educación

Superior Colombiana PDF.

Rubio & Guerrero, (2017). Diagnóstico sobre el rol y el impacto del Comunicador

Social – Periodista, graduado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios

en pequeñas y medianas empresas (PYME) de Villavicencio

Sánchez, (2010). Definición del concepto caracterización

<https://www.ucn.edu.co/sistemainvestigacion/Documents/instrumento%20para%20caracterizar%20experiencias.pdf>

UNIMINUTO, (2016). Proyecto curricular del programa Comunicación Social-
Periodismo

4. Contenidos

- 1.Introducción
- 2.Línea de investigación
 - 2.1 Sub línea
- 3.Resumen ejecutivo
- 4.Planteamiento del problema
- 5.Objetivos
 - 5.1Objetivo general
 - 5.2 Objetivos específicos
- 6.Justificación
- 7.Marco de referencia
 - 7.1 Contexto
 - 7.1.1Perfil ocupacional de graduado
 - 7.2 Marco conceptual
 - 7.3Marco teórico
 - 7.4 Antecedentes
 - 7.4.1Caracterización de los graduados en el departamento del Meta y a nivel nacional.
 - 7.4.2 Investigaciones realizadas en UNIMINUTO
- 8.Metodología
 - 8.1Muestra
 - 8.2Instrumento/Técnicas de recolección de datos
 - 8.3Procedimiento
- 9.Análisis de los datos

9.1 Caracterización de graduados del programa Comunicación Social-Periodismo de UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía

9.1.1 Información sobre el primer empleo

9.1.2 Información laboral

9.1.3 Preguntas para quienes actualmente no están trabajando

9.1.4 Emprendimiento

9.1.5 Perspectiva sobre UNIMINUTO

9.1.6 Análisis de la caracterización de graduados

9.2 Análisis del perfil del graduado

10. Conclusión

11. Recomendaciones

12. Referencias Bibliográficas

13. Anexos

5. Metodología

Se realizará una investigación descriptiva porque nos permite detallar tendencias de un grupo, también busca especificar propiedades y características importantes de un fenómeno. (Hernández, 2014, p. 92)

La investigación se desarrollará bajo lineamientos establecidos por el método cuantitativo, este busca la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica, es objetiva, precisa y estructurada. (Hernández 2014, p. 4)

Para dar cumplimiento al objetivo general de esta investigación que es: Caracterizar a los graduados del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquía, Villavicencio-Meta; por medio de encuestas se recolectarán los datos, que después serán tabulados y pasarán por el proceso de análisis para llegar a una conclusión dando respuesta

al objetivo general y específico.

Muestra

Para desarrollar esta investigación, la población es de 236 graduados del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía, de los cuales la muestra representativa es de 53 personas equivalente al 22.45% y tiene un nivel de confianza del 90 % y un margen de error del 10%.

Instrumento/ Técnicas de recolección de datos

Por medio del recurso de encuesta, se obtendrá información valiosa que se podrá analizar, para cumplir con el objetivo propuesto, con la formulación de las preguntas y la aplicación de la misma a los graduados, se podrá conocer en qué campos están laborando, qué estudios han realizado aparte del pregrado y si están aplicando su perfil ocupacional.

(Anexo 1)

Por otro lado, a través de una encuesta a docentes, se analizará la articulación entre el plan de estudios del programa con el ejercicio profesional de los graduados, para identificar en cuáles de las asignaturas se desarrollan más en los campos laborales por medio de los mismos. (Anexo 2)

Procedimiento

Una vez recolectada toda la información se unificará los datos, se utilizará herramienta de tablas y figuras para hacer la respectiva tabulación y facilitar el análisis de

la información. Los resultados serán presentados en porcentajes y la descripción respectiva.

6. Conclusión

En el trabajo realizado, se destacaron aportes oportunos de los cuales se obtuvieron resultados pertinentes para dar cumplimiento de los objetivos planteados, además de factores importantes para el programa de Comunicación social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía.

Teniendo claro el objetivo del proyecto de caracterizar a los graduados e identificar cómo se cumple el perfil ocupacional planteado para estos por el programa, se determinó hacer énfasis en las actividades que ejercen en espacios laborales en los que se encuentran los graduados, la información sobre el primer empleo, la articulación entre el perfil ocupacional y las asignaturas.

Como conclusiones se evidenció que las actividades laborales más frecuentes de los graduados son: Community manager y comunicadores organizacionales, teniendo en cuenta que el enfoque principal de UNIMINUTO planteado para el programa Comunicación Social-Periodismo es “Comunicación para cambio Social” se pudo identificar que los graduados no le apuestan a este enfoque porque el mercado laboral los redirecciona en otros campos. También se pudo identificar que la mayoría de los graduados quieren seguir con su formación pos gradual, aunque según las estadísticas nos es necesario realizar especialización o maestría para incrementado la remuneración salarial, esto se deduce del hecho que según los resultados de la investigación hay 6 de los graduados no han realizado ninguna formación después del pregrado o solo han realizado cursos y están

devengando entre 3 a 4 S.M.L.V

También se identificó que el primer obstáculo para empezar la vida laboral es la experiencia que piden los empleadores y el requerimiento de saberes que no hacen parte de la formación del comunicador social-periodista.

Se evidencia que los graduados tienen una actitud positiva frente al emprendimiento, algunos de ellos han sido fundadores de una emisora online, tienen su propia empresa y otros quieren emprender posicionando su propia marca, creando su propia empresa y la gran mayoría desean tener proyectos enfocados a lo audiovisual.

Por último se reconoció que los graduados tienen una imagen positiva y le apuestan a UNIMINUTO como universidad, creen en la institución y la recomiendan, esto contribuye con el crecimiento institucional y el posicionamiento de la misma ante otras universidades y la sociedad, incrementado la demanda de personas que quieran adquirir los servicios brindados por UNIMINUTO.

Fecha de elaboración del resumen:	27	05	2019
--	----	----	------