



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE SAN MIGUELITO

MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR

**"ANÁLISIS DE LA PERTINENCIA DE INCORPORAR CERTIFICACIONES
PROFESIONALES EN PUBLICIDAD DIGITAL, PARA EL DESARROLLO DE
ESTRATEGIAS CREATIVAS DIGITALES, GESTIÓN DE PAID MEDIA Y SEO
SPECIALIST, PARA POTENCIAR EL PERFIL DE EGRESO DE LOS
ESTUDIANTES DE PUBLICIDAD DIGITAL EN LA FACULTAD DE
COMUNICACIÓN SOCIAL"**

ESTUDIANTE:

JANNILKA RODRÍGUEZ

MAYO DEL 2026

DEDICATORIA

A mi madre, en el cielo, la profesora Catalina De León de Rodríguez, este trabajo es por y para ella. Educadora esmerada, apasionada, dedicada y entregada a su profesión, forjadora de juventudes y maestra de maestras. Una madre ejemplar, mi mejor amiga y confidente. Mi guía, mi ejemplo, mi amor. ¡Gracias por todo mamá!

AGRADECIMIENTO

Agradezco de corazón a mi familia por el apoyo y soporte para la culminación de esta meta, especialmente a mis hijas y esposo por su comprensión y respaldo permanente en cada una de las cosas que me propongo. Igualmente, agradezco al profesor Miguel Delgado por su orientación y asesoría que sirvieron de guía para la realización de este proyecto. También a los profesores y personal del CRUSAM, extendiendo mi agradecimiento por el buen trato y apoyo brindado.

RESUMEN

El propósito inicial del estudio es evaluar la relevancia de la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital como estrategia complementaria para fortalecer el perfil de egreso de los estudiantes. En este sentido, este análisis parte de una realidad que en Panamá se vive, aunque no siempre se diga en voz alta: el crecimiento acelerado de la publicidad digital no ha venido acompañado de una formación especializada suficiente, sobre todo en áreas clave como paid media, gestión de tráfico digital y SEO. Hoy son pocos los profesionales panameños que dominan de manera sólida estas competencias, los llamados trafikeros, y esa carencia ha llevado a que muchas empresas locales opten por contratar agencias extranjeras para la planificación, ejecución y optimización de sus campañas publicitarias. Esto no solo implica una fuga de oportunidades laborales, sino también una brecha en el aprovechamiento del talento nacional. En ese contexto, la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital dentro del plan formativo resulta pertinente y necesaria, ya que permitiría fortalecer el perfil de egreso de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social con competencias técnicas, estratégicas y creativas alineadas a las exigencias reales del mercado. No se trata únicamente de formar creativos digitales, sino profesionales capaces de diseñar, gestionar y medir campañas de alto impacto, con dominio de plataformas publicitarias, análisis de datos y posicionamiento en buscadores. De esta manera, se contribuiría a que los futuros egresados puedan competir en igualdad de condiciones, responder a la demanda del sector empresarial y ocupar espacios laborales que hoy están siendo desaprovechados por falta de capacitación especializada. Así mismo, la metodología de este trabajo se basó en una investigación cuantitativa, tipo campo, bajo el nivel descriptivo. Concretamente, el tamaño de la muestra será de veinte (20) estudiantes del último año de la Licenciatura en Publicidad Digital de la Facultad de Comunicación Social.

Palabras claves: Publicidad digital, paid media, certificaciones profesionales, perfil de egreso, mercado laboral.

ABSTRAC

The initial purpose of this study is to evaluate the relevance of incorporating professional certifications in Digital Advertising as a complementary strategy to strengthen the graduate profile of students. In this regard, this analysis starts from a reality that exists in Panama, although it is not always openly discussed: the accelerated growth of digital advertising has not been accompanied by sufficient specialized training, especially in key areas such as paid media, traffic management, and SEO. Currently, there are few Panamanian professionals who solidly master these competencies, commonly known as traffic managers, and this shortfall has led many local companies to hire foreign agencies to plan, execute, and optimize their advertising campaigns. This situation not only represents a loss of employment opportunities, but also a gap in the effective use of national talent. Within this context, the incorporation of professional certifications in Digital Advertising into the academic curriculum is both relevant and necessary, as it would strengthen the graduate profile of students in the Faculty of Social Communication through the development of technical, strategic, and creative competencies aligned with real market demands. The aim is not only to train digital creatives, but professionals capable of designing, managing, and measuring high-impact campaigns, with a solid command of advertising platforms, data analysis, and search engine positioning. In this way, future graduates would be better prepared to compete on equal terms, respond to the needs of the business sector, and occupy job opportunities that are currently being underutilized due to a lack of specialized training. Likewise, the methodology of this study is based on quantitative field research, at a descriptive level. Specifically, the sample size consists of twenty (20) graduates from the Faculty of Social Communication.

Keywords: Digital advertising, paid media, professional certifications, graduate profile, labor market.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN	iv
ABSTRAC	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE GRÁFICAS	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I	16
ASPECTOS GENERALES	16
1.1 Situación actual del problema	17
1.2 Planteamiento del problema de investigación	19
1.3 Justificación.....	21
1.4 Objetivos	24
1.4.1 Objetivo General	24
1.4.2 Objetivos específicos	24
1.5 Delimitación.....	25
1.6 Limitaciones	26

CAPÍTULO II	28
MARCO REFERENCIAL	28
2.1 Antecedentes	29
2.2 Conceptualización	31
2.2.1 Publicidad digital	31
2.2.2 Estrategia creativa digital	33
2.2.3 Paid Media	34
2.2.4 SEO Specialist	35
2.2.5 Traffickers digitales	36
2.2.6 Certificaciones profesionales en publicidad y marketing digital	37
2.2.7 Perfil de egreso	38
2.2.8 Incorporación de certificaciones profesionales en la educación superior	39
2.2.9 Aprendizaje basado en competencias	41
2.2.10 Mercado laboral digital	43
2.2.11 América Latina	44
2.2.12 Actualización curricular en la educación superior	44
2.2.13 Pertinencia de la formación profesional	46
2.2.14 Competencias digitales	47

2.2.15 Vinculación universidad–empresa	48
2.3 Teorías	49
2.3.1 Teoría del aprendizaje significativo	49
2.3.2 Teoría del aprendizaje basado en competencias.....	50
2.3.3 Teoría constructivista del aprendizaje.....	52
2.3.4 Teoría de la empleabilidad.....	53
2.3.5 Teoría de la pertinencia educativa	54
CAPÍTULO III	56
MARCO METODOLÓGICO	56
3.1 Diseño de la investigación.....	57
3.2 Hipótesis.....	59
3.3 Definición operacional de las variables	60
3.4 Fuentes	63
3.4.1 Fuentes primarias	63
3.4.2 Fuentes secundarias.....	63
3.5 Población y muestra	63
3.5.1 Población	63
3.5.2 Muestra	65
3.6 Instrumentos.....	66

3.7 Procedimientos para el desarrollo de la investigación.....	69
3.8 Diseño estadístico	72
CAPITULO IV. RESULTADOS.....	73
4.1 Descripción de los Resultados.	74
4.2 Análisis de los Resultados.....	101
CAPITULO V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	103
5.1 Conclusiones.....	104
5.2 Recomendaciones.....	107
5.3 Relaciones con otras Investigaciones	109
CAPITULO VI. PROPUESTA.....	111
6.1 Introducción.....	112
6.2 Descripción de la Propuesta.....	114
6.3 Justificación de la Propuesta.....	119
6.4 Objetivos de la Propuesta	121
6.4.1 Objetivo General de la Propuesta	121
6.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta.....	121
6.5 Mecanismos	122
6.6 Cronograma de la propuesta.....	123
6.7 Presupuesto de la propuesta.....	126

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	129
ANEXOS	133

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Grafica 1. Certificaciones que se ofrecen para los profesionales.....	74
Grafica 2. Si la respuesta es si, menciona alguna.....	76
Grafica 3. Tu formación incluya certificaciones profesionales.....	78
Grafica 4. Estas certificaciones te ayudarían a mejorar tus oportunidades.....	80
Grafica 5. Estarías interesado/a en realizar certificaciones acreditadas	82
Grafica 6. Estarías dispuesto a realizar algún tipo de pago por una certificación .	84
Grafica 7. Cuáles certificaciones te parecen más relevantes para tu desarrollo ...	86
Grafica 8. Cuál consideras que es el principal beneficio de contar con estas certificaciones.....	88
Grafica 9. Qué recomendarías para mejorar la formación en publicidad digital	91
Grafica 10. Actualmente trabajas o has trabajado en el área de publicidad digital	93
Grafica 11. En caso afirmativo, ¿qué tipo de trabajo desempeñas o has desempeñado.....	96
Grafica 12. Algún comentario adicional sobre la incorporación de certificaciones	99

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Certificaciones que se ofrecen para los profesionales.....	74
Cuadro 2. Si la respuesta es sí, menciona alguna	76
Cuadro 3. Tu formación incluya certificaciones profesionales.....	78
Cuadro 4. Estas certificaciones te ayudarían a mejorar tus oportunidades.....	80
Cuadro 5. Estarías interesado/a en realizar certificaciones acreditadas	82
Cuadro 6. Estarías dispuesto a realizar algún tipo de pago por una certificación .	84
Cuadro 7. Cuáles certificaciones te parecen más relevantes para tu desarrollo ...	86
Cuadro 8. Cuál consideras que es el principal beneficio de contar con estas certificaciones.....	88
Cuadro 9. Qué recomendarías para mejorar la formación en publicidad digital	90
Cuadro 10. Actualmente trabajas o has trabajado en el área de publicidad digital	93
Cuadro 11. En caso afirmativo, ¿qué tipo de trabajo desempeñas o has desempeñado.....	95
Cuadro 12. Algún comentario adicional sobre la incorporación de certificaciones	98

INTRODUCCIÓN

La publicidad digital se ha consolidado en los últimos años como uno de los pilares fundamentales de la comunicación estratégica de las organizaciones, transformando de manera significativa la forma en que las marcas interactúan con sus audiencias. El avance acelerado de las tecnologías digitales, junto con el uso masivo de plataformas en línea, ha generado un entorno altamente competitivo que exige profesionales con competencias técnicas, estratégicas y creativas cada vez más especializadas. En este contexto, las organizaciones demandan perfiles capaces de diseñar, ejecutar y optimizar campañas digitales orientadas a resultados medibles, lo que ha redefinido las exigencias del mercado laboral para los profesionales de la publicidad.

Frente a estas transformaciones, la educación superior enfrenta el reto de adecuar sus procesos formativos para responder de manera efectiva a las demandas del entorno profesional. Las carreras vinculadas a la Publicidad Digital deben garantizar que sus egresados cuenten con una formación pertinente, actualizada y alineada con las dinámicas reales del mercado. Sin embargo, en muchos casos persiste una brecha entre los contenidos académicos impartidos y las competencias técnicas requeridas por las empresas, especialmente en áreas clave como el desarrollo de estrategias creativas digitales, la gestión de campañas de paid media y la optimización para motores de búsqueda (SEO). Esta situación puede limitar el

fortalecimiento del perfil de egreso y afectar la competitividad de los futuros profesionales.

En el ámbito profesional, las certificaciones en Publicidad Digital han adquirido un papel relevante como mecanismos de validación de competencias técnicas específicas. Estas certificaciones, reconocidas a nivel internacional, permiten acreditar conocimientos actualizados y dominio práctico de herramientas utilizadas en el entorno laboral. En sectores como la publicidad digital y el marketing digital, contar con certificaciones en plataformas de paid media o en SEO se ha convertido en un criterio valorado por empleadores y agencias, al asociarse con eficiencia en la gestión de campañas, optimización de recursos y capacidad para generar resultados. No obstante, la integración de estas certificaciones dentro de los procesos formativos universitarios aún representa un desafío en diversas instituciones de educación superior.

En el contexto de la formación universitaria en Publicidad Digital, surge la necesidad de analizar la pertinencia de incorporar certificaciones profesionales como un complemento a la formación académica tradicional. La inclusión de certificaciones en áreas estratégicas no solo podría fortalecer el desarrollo de competencias técnicas y analíticas en los estudiantes, sino también contribuir a potenciar su perfil de egreso y mejorar sus posibilidades de inserción laboral. Esta reflexión cobra especial relevancia en la Facultad de Comunicación Social, donde la formación de

publicistas digitales debe responder a un entorno laboral dinámico, tecnológico y en constante evolución.

En atención a lo expuesto, la presente investigación se orienta a analizar la pertinencia de incorporar certificaciones profesionales en Publicidad Digital para el desarrollo de estrategias creativas digitales, gestión de paid media y SEO Specialist, como un mecanismo para potenciar el perfil de egreso de los estudiantes de Publicidad Digital en la Facultad de Comunicación Social. El estudio busca aportar elementos de análisis que permitan reflexionar sobre la relación entre formación académica, competencias profesionales y demandas del mercado laboral, contribuyendo así al fortalecimiento de la calidad y relevancia de la educación superior en el área de la publicidad digital.

Desde esta perspectiva el presente estudio ira estructurado bajo los siguientes capítulos mencionados a continuación Capítulo I, desarrollo del planteamiento del problema objetivos generales y específicos justificación. Capítulo II, desarrollo del marco referencial marco conceptual y bases teóricas. Capítulo III, constará del desarrollo del marco metodológico de la investigación Donde se expondrá la población muestra instrumentos del estudio. Capítulo IV, se desarrollará los análisis y resultados de las respuestas emitidas de los encuestados. Capítulo V; propuesta de mejora y constará de sus conclusiones recomendaciones y para finalizar las referencias bibliográficas.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Situación actual del problema

En el contexto actual, la publicidad digital se ha convertido en uno de los principales ejes de inversión y comunicación de las organizaciones, debido a su capacidad para segmentar audiencias, medir resultados en tiempo real y optimizar recursos. Este panorama ha incrementado la demanda de profesionales con formación especializada en áreas como la gestión de campañas de publicidad pagada, el posicionamiento en motores de búsqueda y la formulación de estrategias digitales creativas orientadas al cumplimiento de objetivos comerciales. No obstante, el crecimiento de estas exigencias no ha sido acompañado, en igual medida, por una formación académica que garantice el desarrollo de competencias técnicas actualizadas en los futuros profesionales de la publicidad (Torres, 2021).

Desde la perspectiva del mercado laboral, las empresas valoran cada vez más la posesión de certificaciones profesionales como un indicador de dominio práctico de herramientas digitales y plataformas especializadas. Dichas certificaciones funcionan como un mecanismo de validación externa del conocimiento, al evidenciar la capacidad del profesional para gestionar campañas digitales, analizar métricas y tomar decisiones estratégicas basadas en datos. Estudios recientes señalan que los profesionales certificados presentan mayores posibilidades de inserción laboral y una mejor adaptación a entornos digitales altamente competitivos (Ríos & Calderón, 2022).

En Panamá, la limitada disponibilidad de especialistas en publicidad digital, particularmente en la gestión de paid media y SEO, ha generado que numerosas empresas opten por contratar servicios de agencias internacionales para el manejo de sus campañas publicitarias. Esta situación refleja una debilidad estructural en la formación del talento local, así como una brecha entre las competencias desarrolladas en el ámbito universitario y las habilidades que demanda el sector productivo. La dependencia de servicios externos no solo impacta en la empleabilidad de los profesionales panameños, sino que también restringe el fortalecimiento del ecosistema publicitario nacional (Suárez, 2023).

De manera específica, los estudiantes de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Universidad de Panamá no cuentan actualmente con un componente formativo que integre certificaciones profesionales en Publicidad Digital como parte de su trayectoria académica. La ausencia de esta alternativa formativa podría limitar el desarrollo de un perfil de egreso más competitivo, al no contemplar la validación formal de competencias técnicas ampliamente requeridas por el mercado laboral. En este escenario, resulta pertinente analizar la situación actual de la formación universitaria en relación con la incorporación de certificaciones profesionales, considerando su potencial para fortalecer las capacidades técnicas, estratégicas y analíticas de los futuros profesionales de la publicidad (Vargas, 2024).

1.2 Planteamiento del problema de investigación

En el escenario actual del mercado laboral, la publicidad digital se ha consolidado como un área estratégica para las organizaciones, debido a su impacto directo en la visibilidad de marca, la captación de clientes y la optimización del retorno de la inversión. Este contexto se caracteriza por una alta competitividad y una constante evolución tecnológica, lo que exige profesionales con competencias actualizadas, dominio de herramientas especializadas y capacidad para responder a las demandas cambiantes del entorno empresarial. En consecuencia, la formación académica tradicional resulta insuficiente si no se complementa con mecanismos que garanticen la actualización permanente del conocimiento y la validación de habilidades prácticas (Méndez, 2020).

En los últimos años, las certificaciones profesionales han adquirido un valor significativo dentro del campo de la publicidad y el marketing digital, al constituirse como un medio de acreditación de competencias técnicas específicas. Dichas certificaciones permiten evidenciar dominio en áreas clave como la gestión de paid media, el posicionamiento en motores de búsqueda (SEO) y el diseño de estrategias digitales orientadas a resultados, aspectos altamente valorados por las empresas al momento de seleccionar talento humano (López & Ramírez, 2021). Además, la obtención de certificaciones profesionales contribuye a elevar la cualificación del profesional y a fortalecer su perfil frente a otros postulantes, favoreciendo su empleabilidad y proyección laboral (García, 2022).

No obstante, en la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Universidad de Panamá, los estudiantes no disponen actualmente de la posibilidad de cursar certificaciones profesionales en publicidad digital como parte de su formación académica ni como requisito de egreso. Esta situación resulta relevante si se considera que muchas de estas certificaciones, especialmente las ofrecidas por plataformas internacionales reconocidas, pueden obtenerse sin costo o con una inversión mínima. La ausencia de esta opción formativa puede incidir en que los egresados presenten limitaciones en competencias técnicas altamente demandadas por el mercado laboral, lo que podría debilitar su inserción profesional y reducir su competitividad frente a perfiles formados en contextos educativos más alineados con las exigencias actuales del sector (Pérez, 2023).

Dentro de las certificaciones más valoradas por las organizaciones se encuentra la certificación en Google Ads, la cual acredita conocimientos para la planificación, gestión y optimización de campañas publicitarias en entornos digitales, orientadas a la generación de conversiones y a la maximización del retorno de la inversión.

Estas habilidades representan un criterio fundamental para los empleadores, dado que responden a necesidades concretas del negocio y a la medición efectiva de resultados publicitarios (Castillo & Moreno, 2021). En el contexto panameño, la limitada disponibilidad de profesionales especializados en estas áreas ha propiciado que numerosas empresas recurran a agencias extranjeras para la gestión de sus

campañas digitales, situación que evidencia una brecha entre la formación académica local y las demandas reales del mercado.

Desde esta perspectiva, resulta pertinente analizar la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital como un componente complementario dentro de los contenidos académicos o como parte de los requisitos de egreso de la Licenciatura en Publicidad. Tal incorporación podría contribuir al fortalecimiento del perfil profesional de los estudiantes, al dotarlos de competencias técnicas, estratégicas y analíticas alineadas con el entorno laboral contemporáneo.

En atención a lo expuesto, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿en qué medida la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital, orientadas al desarrollo de estrategias creativas digitales, paid media y SEO Specialist, fortalecerá el perfil de egreso de los estudiantes de la Licenciatura en Publicidad con énfasis en Medios Digitales de la Universidad de Panamá? Esta interrogante orienta el análisis hacia la pertinencia académica y profesional de dichas certificaciones y su posible impacto en la formación integral y la empleabilidad de los futuros egresados (Hernández, 2024).

1.3 Justificación

La presente investigación se justifica a partir de la necesidad de fortalecer la pertinencia y actualización de la formación universitaria en Publicidad Digital, en un

contexto marcado por la acelerada evolución tecnológica y la creciente especialización del mercado laboral. Actualmente, las organizaciones demandan profesionales capaces de gestionar campañas digitales de forma estratégica, optimizar recursos publicitarios y analizar resultados en función de objetivos concretos, lo que exige competencias técnicas actualizadas que no siempre son abordadas de manera suficiente en la formación académica tradicional.

Desde la perspectiva del estudiante, la integración de certificaciones profesionales en áreas como Paid Media, SEO Specialist y desarrollo de estrategias creativas digitales representa una oportunidad para fortalecer el perfil de egreso y mejorar la empleabilidad. Estas certificaciones permiten validar de forma objetiva las competencias adquiridas, diferenciarse dentro de un mercado altamente competitivo y demostrar dominio de herramientas y plataformas digitales utilizadas en el entorno profesional real. Además, al contar con acreditaciones reconocidas a nivel internacional, los egresados amplían sus posibilidades de inserción laboral tanto a nivel nacional como en escenarios globalizados.

En el ámbito institucional, la incorporación de certificaciones profesionales dentro de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales contribuiría al prestigio académico de la Universidad, al evidenciar un compromiso con la actualización curricular, la innovación educativa y la formación de profesionales alineados con estándares internacionales. Este enfoque permitiría reducir la brecha entre la teoría impartida en el aula y las competencias prácticas exigidas por el

sector productivo, fortaleciendo así la calidad y relevancia de la formación universitaria.

Desde la perspectiva del mercado laboral, la formación de egresados con certificaciones en publicidad digital contribuiría a disponer de profesionales mejor preparados para responder a las necesidades reales de agencias, medios y empresas que requieren especialistas en gestión de campañas digitales y optimización en motores de búsqueda. Esto favorecería el aprovechamiento del talento local, reduciría la dependencia de servicios externos y promovería el desarrollo del sector publicitario nacional mediante la formación de especialistas con competencias técnicas sólidas y actualizadas.

Adicionalmente, la existencia de certificaciones oficiales y, en muchos casos, de acceso gratuito o de bajo costo, representa una alternativa viable para su integración en el ámbito universitario. Esta disponibilidad facilita la articulación entre la formación académica y la capacitación profesional, promoviendo un modelo educativo que combine conocimientos teóricos con competencias prácticas. En este sentido, la investigación busca aportar un modelo factible de integración de certificaciones profesionales en la formación universitaria, el cual podría ser replicado en otras carreras relacionadas con la comunicación y el marketing digital, contribuyendo al fortalecimiento de la educación superior frente a las demandas actuales del entorno laboral.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Evaluar la relevancia de la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital como estrategia complementaria para fortalecer el perfil de egreso de los estudiantes.

1.4.2 Objetivos específicos

- Analizar la relevancia y vigencia de las certificaciones profesionales en Publicidad Digital en el mercado laboral actual.
- Identificar las competencias técnicas y habilidades que estas certificaciones aportan al perfil profesional de los egresados.
- Diagnosticar el nivel de preparación de los estudiantes y docentes en relación con los contenidos que abarcan dichas certificaciones.
- Diseñar una propuesta de implementación académica que permita a los estudiantes acceder a estas certificaciones como parte de su formación, pre requisito o alternativa de egreso.

1.5 Delimitación

La presente investigación se delimita en el ámbito de la educación superior, específicamente en la formación de los estudiantes de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá. El estudio se centra en analizar la pertinencia de incorporar certificaciones profesionales en Publicidad Digital, particularmente en las áreas de Paid Media, SEO Specialist y desarrollo de estrategias creativas digitales, como un componente complementario para el fortalecimiento del perfil de egreso de los estudiantes.

En términos temporales, la investigación se desarrollará durante el período académico correspondiente al año lectivo en el cual se ejecute el estudio, considerando la situación actual del mercado laboral y las demandas vigentes del sector publicitario digital. El análisis se enfoca en las condiciones presentes de la formación académica y no contempla proyecciones a largo plazo ni evaluaciones longitudinales del impacto de las certificaciones en la trayectoria profesional de los egresados.

Desde el punto de vista poblacional, el estudio se delimita a una muestra de estudiantes del último año de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales, seleccionados de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad

de Panamá. No se incluyen estudiantes de otras universidades, ni profesionales del área con formación distinta al programa académico objeto de estudio, lo cual permite focalizar el análisis en una realidad institucional concreta.

En cuanto al alcance temático, la investigación se limita al análisis de la relevancia y pertinencia de las certificaciones profesionales como estrategia complementaria de formación académica, sin evaluar la implementación directa de dichas certificaciones dentro del plan de estudios, ni medir resultados de desempeño laboral posterior a su incorporación. Asimismo, no se abordan otras certificaciones ajenas al campo de la publicidad digital ni aspectos relacionados con la educación continua fuera del contexto universitario formal.

Finalmente, el estudio se circunscribe al análisis descriptivo de percepciones y condiciones actuales relacionadas con el perfil de egreso y las exigencias del mercado laboral, sin profundizar en variables económicas, normativas o administrativas que puedan incidir en la implementación institucional de las certificaciones. De este modo, la delimitación permite un abordaje claro, preciso y acorde con los objetivos planteados en la investigación.

1.6 Limitaciones

- La presente investigación presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas al momento de interpretar los resultados obtenidos. En primer lugar, la limitación de tiempo disponible para el desarrollo del estudio podría influir en la

cantidad y profundidad de los datos recopilados. Procesos como la aplicación de los instrumentos de recolección de información, la recuperación de las encuestas y el análisis detallado de los resultados podrían verse condicionados por los plazos establecidos para la ejecución de la investigación.

- Otra limitación se relaciona con el carácter voluntario de la participación de los sujetos seleccionados como muestra. Dado que la colaboración de los mismos depende de su disposición personal, existe la posibilidad de una respuesta limitada o parcial, lo cual podría incidir en la representatividad de los datos recopilados y en la amplitud de los resultados obtenidos.
- Adicionalmente, el tamaño de la muestra constituye una limitación del estudio, ya que se circunscribe a un grupo reducido de estudiantes de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales. Esta condición impide la generalización de los resultados a otras poblaciones o instituciones de educación superior, limitando el análisis al contexto específico de la Universidad de Panamá.
- Por lo cual, la investigación se apoya en la percepción y autovaloración de los participantes respecto a su formación académica y a la relevancia de las certificaciones profesionales. Este enfoque puede implicar un grado de subjetividad en las respuestas, lo cual debe considerarse como una limitación inherente al estudio y ser tomado en cuenta al momento de analizar e interpretar los hallazgos.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes

Los antecedentes en la literatura relacionados con la formación en publicidad digital y marketing digital evidencian un creciente interés por analizar la pertinencia de integrar competencias técnicas certificadas dentro de los programas académicos universitarios. Diversas investigaciones coinciden en que el acelerado avance de las tecnologías digitales ha modificado de manera sustancial las exigencias del mercado laboral, particularmente en áreas vinculadas a la comunicación estratégica, la publicidad online y la gestión de medios digitales. En este contexto, se ha identificado una brecha significativa entre los contenidos impartidos en la educación superior y las habilidades prácticas requeridas por las empresas, lo que ha impulsado el debate sobre la incorporación de certificaciones profesionales como complemento formativo (Alvarado & Ponce, 2020).

En estudios realizados en el ámbito latinoamericano, se destaca que las universidades enfrentan el desafío de actualizar sus planes de estudio para responder a un entorno profesional cada vez más orientado a resultados medibles, uso de datos y dominio de plataformas digitales específicas. Autores como Cárdenas y Muñoz (2021) señalan que la ausencia de formación certificada en herramientas como publicidad pagada, analítica digital y posicionamiento en buscadores limita la empleabilidad de los egresados en carreras relacionadas con la publicidad y el marketing. Según estos autores, la integración de certificaciones profesionales reconocidas internacionalmente contribuye a validar las competencias

adquiridas y facilita la inserción laboral de los estudiantes en mercados altamente competitivos.

Por otro lado, investigaciones centradas en el impacto de las certificaciones profesionales resaltan su valor como mecanismo de estandarización del conocimiento técnico. En este sentido, Rivas (2022) plantea que certificaciones en áreas como Paid Media y SEO se han consolidado como referentes de calidad en el sector digital, ya que acreditan la capacidad del profesional para gestionar campañas, interpretar métricas y optimizar recursos publicitarios. Asimismo, el autor sostiene que las empresas tienden a priorizar la contratación de profesionales certificados, al considerar estas acreditaciones como evidencia de actualización constante y dominio práctico de herramientas digitales vigentes.

En relación con el contexto panameño, los estudios existentes son aún limitados; sin embargo, algunas investigaciones recientes han identificado debilidades estructurales en la formación especializada en publicidad digital. Fernández (2023) señala que la escasez de profesionales certificados en gestión de publicidad pagada y posicionamiento SEO ha llevado a muchas empresas locales a externalizar estos servicios a agencias extranjeras, lo cual reduce las oportunidades laborales para los profesionales nacionales. Esta situación pone en evidencia la necesidad de fortalecer la formación universitaria mediante estrategias que integren teoría, práctica y validación técnica de competencias.

De manera complementaria, investigaciones como la de Salcedo y Ramos (2024) recomiendan el diseño de modelos académicos flexibles que permitan incorporar certificaciones profesionales dentro del proceso formativo universitario, sin sustituir la formación teórica, sino reforzándola. Los autores sostienen que este enfoque favorece la articulación entre la educación superior y el mercado laboral, contribuyendo a la formación de profesionales con un perfil más competitivo y alineado con las demandas actuales del sector de la publicidad digital.

En conjunto, los antecedentes revisados evidencian una tendencia clara hacia la integración de certificaciones profesionales como estrategia para fortalecer la formación universitaria en publicidad y marketing digital. No obstante, se identifica un vacío de estudios aplicados al contexto específico de la Universidad de Panamá, lo cual justifica la realización de la presente investigación orientada a analizar la pertinencia de incorporar certificaciones profesionales en Publicidad Digital como un mecanismo para fortalecer el perfil de egreso de los estudiantes de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales.

2.2 Conceptualización

2.2.1 Publicidad digital

La publicidad digital se concibe como el conjunto de acciones comunicacionales desarrolladas a través de medios y plataformas digitales con la finalidad de

promover productos, servicios o marcas ante públicos específicos. Este tipo de publicidad se caracteriza por el uso de tecnologías que permiten segmentar audiencias, personalizar mensajes y medir resultados de manera inmediata, lo que la diferencia sustancialmente de los modelos tradicionales de comunicación comercial. En este sentido, la publicidad digital se posiciona como una herramienta estratégica dentro del entorno empresarial contemporáneo, al facilitar procesos de interacción directa entre las marcas y los consumidores (Pérez, 2021).

En el contexto latinoamericano, la publicidad digital ha experimentado un crecimiento acelerado impulsado por el aumento del acceso a internet y el uso masivo de redes sociales. Este escenario ha generado nuevas exigencias para los profesionales del área, quienes deben dominar no solo aspectos creativos, sino también competencias técnicas relacionadas con plataformas digitales, análisis de datos y optimización de campañas. De acuerdo con Morales (2022), la falta de formación especializada en publicidad digital limita la capacidad de respuesta de los profesionales frente a un mercado que demanda resultados medibles y estrategias basadas en datos.

A su vez, la publicidad digital exige una constante actualización debido a la evolución permanente de las tecnologías y los cambios en el comportamiento de los usuarios. Esta dinámica ha puesto en evidencia la necesidad de replantear la formación universitaria, incorporando herramientas que permitan validar competencias actuales y fortalecer la pertinencia de los perfiles profesionales

egresados de las carreras relacionadas con la comunicación y la publicidad (Ramos, 2023).

2.2.2 Estrategia creativa digital

La estrategia creativa digital se define como el proceso planificado que orienta la creación, distribución y evaluación de contenidos publicitarios en entornos digitales, integrando creatividad, análisis de datos y objetivos comerciales. Esta estrategia busca generar mensajes innovadores y coherentes que conecten con el público objetivo, considerando las particularidades de cada plataforma digital. Según Delgado (2021), la estrategia creativa digital no se limita a la estética del mensaje, sino que responde a una lógica de planificación orientada al impacto y a la medición de resultados.

En el ámbito profesional, la estrategia creativa digital adquiere relevancia al permitir que las marcas se diferencien en un entorno saturado de información. La creatividad, en este contexto, se convierte en un recurso estratégico que debe estar sustentado en el conocimiento del comportamiento del usuario y en el uso de herramientas tecnológicas. López (2022) señala que las campañas digitales exitosas son aquellas que logran equilibrar innovación creativa con análisis de métricas y segmentación eficiente de audiencias.

Además, el desarrollo de estrategias creativas digitales exige competencias multidisciplinarias que combinan pensamiento creativo, dominio tecnológico y capacidad analítica. Esta complejidad plantea retos para la formación académica tradicional, ya que requiere experiencias de aprendizaje aplicadas y actualizadas que preparen a los estudiantes para enfrentar escenarios reales de la industria digital (Cárdenas, 2023).

2.2.3 Paid Media

El paid media se refiere a los espacios publicitarios adquiridos mediante pago en plataformas digitales como motores de búsqueda, redes sociales y sitios web especializados. Este tipo de publicidad permite alcanzar audiencias específicas de manera inmediata, controlando variables como presupuesto, segmentación y formato del anuncio. La gestión de paid media implica procesos técnicos complejos que requieren conocimientos especializados en planificación, ejecución y optimización de campañas digitales (Gutiérrez, 2021).

En el contexto empresarial, el paid media se ha convertido en una de las principales áreas de inversión publicitaria debido a su capacidad para generar resultados medibles y rápidos. Las organizaciones demandan profesionales capaces de maximizar el retorno de la inversión mediante el análisis constante de métricas y la optimización de campañas. Según Fernández (2022), la gestión eficiente del paid

media constituye una competencia clave para la competitividad de las empresas en entornos digitales.

La creciente complejidad de las plataformas publicitarias ha impulsado la valorización de certificaciones profesionales como mecanismo para validar competencias en paid media. Estas certificaciones permiten demostrar dominio técnico y actualización constante, aspectos altamente valorados en el mercado laboral y relevantes para el fortalecimiento del perfil profesional de los egresados en publicidad digital (Ortega, 2023).

2.2.4 SEO Specialist

El SEO Specialist es el profesional responsable de optimizar la visibilidad y el posicionamiento orgánico de los sitios web en los motores de búsqueda. Su labor se fundamenta en la aplicación de técnicas de optimización on-page y off-page, análisis de palabras clave y mejora de la experiencia del usuario. El posicionamiento SEO se considera una estrategia esencial para lograr una presencia digital sostenible y competitiva a largo plazo (Navarro, 2021).

La importancia del rol del SEO Specialist radica en su capacidad para influir directamente en la visibilidad de las marcas y en el tráfico orgánico de los sitios web. A medida que los motores de búsqueda actualizan sus algoritmos, se incrementa la

necesidad de profesionales con formación especializada y competencias técnicas actualizadas. De acuerdo con Pineda (2022), el SEO ha evolucionado hacia una disciplina altamente técnica que exige análisis constante y adaptación permanente. En este sentido, las certificaciones en SEO se han posicionado como un recurso fundamental para validar habilidades específicas y demostrar actualización profesional. La ausencia de formación certificada en esta área puede limitar la competitividad de los egresados, especialmente en un mercado laboral que valora la especialización técnica y la experiencia práctica comprobable (Santos, 2023).

2.2.5 Traffickers digitales

Los traffickers digitales son profesionales especializados en la gestión técnica y operativa de campañas publicitarias digitales. Su función principal consiste en administrar el tráfico de anuncios, optimizar presupuestos, monitorear métricas y generar reportes de desempeño. Este rol se caracteriza por un enfoque altamente técnico y analítico, orientado a la eficiencia de las campañas publicitarias (Mendoza, 2021).

La figura del trafficker digital surge como respuesta a la creciente complejidad del ecosistema publicitario digital, donde la correcta ejecución de las campañas resulta determinante para alcanzar los objetivos comerciales. La especialización requerida para este rol ha generado una alta demanda en el mercado laboral, superando en

muchos casos la oferta de profesionales capacitados, especialmente en contextos latinoamericanos (Quiroz, 2022).

Ante esta realidad, la formación académica enfrenta el reto de preparar profesionales con competencias específicas en gestión de tráfico digital. Las certificaciones profesionales se presentan como una alternativa viable para complementar la formación universitaria y fortalecer el perfil técnico de los estudiantes de publicidad digital (Salazar, 2023).

2.2.6 Certificaciones profesionales en publicidad y marketing digital

Las certificaciones profesionales en publicidad y marketing digital son acreditaciones otorgadas por entidades reconocidas que validan el dominio de competencias técnicas específicas. Estas certificaciones funcionan como estándares de calidad que permiten evaluar de manera objetiva la preparación del profesional y su nivel de actualización frente a las tendencias del mercado. Según Castillo (2021), las certificaciones representan un mecanismo de diferenciación laboral en entornos altamente competitivos.

Desde la perspectiva educativa, las certificaciones profesionales permiten articular la formación teórica con la práctica, favoreciendo un aprendizaje aplicado y contextualizado. La incorporación de estas certificaciones en la educación superior responde a la necesidad de preparar egresados con competencias pertinentes y

alineadas con las demandas reales del sector productivo. Gómez (2022) sostiene que la validación externa de competencias contribuye a mejorar la empleabilidad y la proyección profesional de los graduados.

Además, la disponibilidad de certificaciones oficiales y accesibles ha favorecido su integración como complemento formativo en diversas instituciones de educación superior. Este enfoque contribuye al fortalecimiento del perfil de egreso y a la actualización curricular, promoviendo una formación más flexible, pertinente y orientada al desempeño profesional en publicidad digital (Luna, 2023).

2.2.7 Perfil de egreso

El perfil de egreso se define como el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y competencias que el estudiante debe haber desarrollado al culminar su formación universitaria. En el caso de las carreras vinculadas a la publicidad digital, el perfil de egreso adquiere una relevancia estratégica, ya que debe responder a un entorno laboral dinámico, tecnológico y altamente competitivo. Un perfil de egreso pertinente no solo describe lo que el estudiante sabe, sino también lo que es capaz de hacer en contextos reales de desempeño profesional (Tobón, 2021).

En el ámbito de la publicidad y la comunicación digital, el perfil de egreso debe integrar competencias creativas, estratégicas y técnicas. Esto implica que el futuro

profesional esté capacitado para diseñar campañas, analizar datos, gestionar plataformas digitales y tomar decisiones basadas en métricas. Según Hernández (2022), la ausencia de competencias técnicas validadas en el perfil de egreso puede limitar la inserción laboral de los graduados y reducir su competitividad frente a profesionales con formación certificada.

Asimismo, el fortalecimiento del perfil de egreso mediante certificaciones profesionales contribuye a una mayor coherencia entre la formación académica y las demandas del mercado laboral. Las certificaciones permiten evidenciar habilidades específicas y actualizadas, lo que facilita que el perfil del egresado sea más claro, medible y alineado con los requerimientos del sector publicitario digital. Esta articulación favorece una transición más efectiva entre la universidad y el mundo del trabajo (Ramírez, 2023).

2.2.8 Incorporación de certificaciones profesionales en la educación superior

La incorporación de certificaciones profesionales en la educación superior responde a la necesidad de adaptar los procesos formativos a un entorno laboral caracterizado por la innovación constante y la rápida obsolescencia del conocimiento. En este contexto, las universidades enfrentan el reto de ofrecer programas académicos que no solo transmitan conocimientos teóricos, sino que también validen competencias prácticas relevantes para el ejercicio profesional. La

integración de certificaciones se presenta como una estrategia que fortalece la pertinencia de los planes de estudio y promueve una formación orientada a competencias (Salinas, 2021).

Desde una perspectiva pedagógica, la inclusión de certificaciones profesionales favorece un aprendizaje activo y contextualizado, ya que permite al estudiante aplicar conocimientos en escenarios reales y demostrar su dominio de herramientas utilizadas en el mercado laboral. Según Álvarez (2022), este enfoque contribuye a cerrar la brecha entre la teoría y la práctica, fortaleciendo la preparación profesional de los estudiantes y su capacidad de adaptación a entornos cambiantes.

En el contexto latinoamericano, diversas instituciones de educación superior han comenzado a incorporar certificaciones profesionales como parte de sus estrategias de actualización curricular. Esta tendencia responde a la necesidad de mejorar la empleabilidad de los egresados y de fortalecer el vínculo entre la universidad y el sector productivo. Morales (2023) sostiene que la integración de certificaciones en el currículo universitario favorece una formación más flexible, pertinente y alineada con los estándares internacionales de calidad.

No obstante, la incorporación de certificaciones profesionales también plantea desafíos para las instituciones educativas, como la articulación con los planes de estudio, la gestión del tiempo académico y la garantía de acceso equitativo para todos los estudiantes. A pesar de estos retos, la literatura coincide en que la

integración de certificaciones representa una oportunidad estratégica para fortalecer la calidad de la educación superior y responder de manera efectiva a las demandas del mercado laboral contemporáneo (Vega, 2024).

2.2.9 Aprendizaje basado en competencias

El aprendizaje basado en competencias es un enfoque educativo que centra el proceso formativo en el desarrollo de habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para el desempeño efectivo en contextos reales. Este modelo prioriza la aplicación práctica del conocimiento y la demostración de resultados, más allá de la mera adquisición teórica de contenidos. En el ámbito de la educación superior, el aprendizaje por competencias busca formar profesionales capaces de responder a las demandas del mercado laboral mediante el dominio de capacidades específicas y medibles (Tobón, 2021).

En carreras vinculadas a la publicidad digital, este enfoque adquiere especial relevancia debido a la naturaleza práctica y técnica del sector. La gestión de campañas, el análisis de métricas y el uso de plataformas digitales requieren competencias operativas que deben ser desarrolladas y evaluadas de forma objetiva. Según Díaz (2022), el aprendizaje basado en competencias permite articular la formación académica con las exigencias profesionales, favoreciendo una preparación más pertinente y alineada con los entornos laborales actuales.

La incorporación de certificaciones profesionales se vincula directamente con este enfoque, ya que dichas acreditaciones validan competencias específicas mediante estándares reconocidos. De esta manera, las certificaciones funcionan como herramientas complementarias al aprendizaje por competencias, al evidenciar que el estudiante ha alcanzado un nivel de dominio técnico acorde a las demandas del mercado publicitario digital (Carrasco, 2023).

Empleabilidad

La empleabilidad se define como la capacidad de una persona para acceder, mantenerse y progresar en el mercado laboral, en función de sus competencias, conocimientos y habilidades. En el contexto actual, la empleabilidad no depende únicamente del título académico, sino de la capacidad del profesional para demostrar competencias actualizadas y adaptarse a los cambios tecnológicos. En este sentido, la empleabilidad se ha convertido en un indicador clave de la calidad de la formación universitaria (García, 2021).

En el ámbito de la publicidad digital, la empleabilidad está estrechamente relacionada con el dominio de herramientas especializadas y la capacidad de generar resultados medibles. Las empresas buscan profesionales que puedan gestionar campañas, optimizar presupuestos y analizar datos, competencias que suelen acreditarse mediante certificaciones profesionales. Según Molina (2022), los egresados que cuentan con certificaciones reconocidas presentan mayores

oportunidades de inserción laboral y una mejor valoración en los procesos de selección.

Asimismo, la empleabilidad se ve fortalecida cuando la formación universitaria incorpora estrategias que permitan validar competencias de forma objetiva. La inclusión de certificaciones en el proceso formativo contribuye a que los egresados accedan a un mercado laboral cada vez más competitivo, donde la especialización y la actualización permanente se consideran factores determinantes para el desarrollo profesional (Reyes, 2023).

2.2.10 Mercado laboral digital

El mercado laboral digital se caracteriza por la demanda de perfiles profesionales con competencias técnicas especializadas, capacidad de adaptación y dominio de herramientas tecnológicas. Este mercado se encuentra en constante transformación debido a la evolución de las plataformas digitales, los cambios en el comportamiento de los consumidores y la globalización de los servicios. En este escenario, las profesiones tradicionales han dado paso a nuevos roles vinculados a la gestión digital, el análisis de datos y la automatización de procesos (Sánchez, 2021).

En el sector de la publicidad, el mercado laboral digital demanda perfiles como gestores de paid media, especialistas en SEO, traffickers digitales y estrategas

creativos digitales. Estos roles requieren formación específica y actualización constante, lo que ha incrementado la valoración de las certificaciones profesionales como mecanismos de validación de competencias. Según Núñez (2022), la brecha entre la formación académica y las exigencias del mercado laboral digital constituye uno de los principales desafíos para las instituciones de educación superior.

2.2.11 América Latina

En el contexto panameño, el mercado laboral digital presenta oportunidades crecientes, pero también limitaciones asociadas a la escasez de profesionales altamente capacitados. La falta de formación certificada ha propiciado que muchas empresas recurran a servicios externos, reduciendo las oportunidades laborales para los profesionales locales. Esta situación refuerza la necesidad de fortalecer la formación universitaria mediante estrategias que integren competencias técnicas, certificaciones profesionales y una visión actualizada del mercado laboral digital (Pardo, 2023).

2.2.12 Actualización curricular en la educación superior

La actualización curricular en la educación superior se entiende como el proceso sistemático de revisión y ajuste de los planes de estudio con el propósito de mantener su pertinencia frente a los cambios sociales, tecnológicos y laborales. En

carreras relacionadas con la comunicación y la publicidad digital, este proceso resulta fundamental debido a la rápida obsolescencia de los conocimientos y herramientas tecnológicas. Según Salgado (2021), un currículo desactualizado limita la capacidad de los egresados para responder a las demandas del entorno profesional y debilita la función social de la universidad.

En el contexto latinoamericano, la actualización curricular enfrenta retos vinculados a la rigidez de los planes de estudio, la limitada articulación con el sector productivo y la escasa incorporación de competencias técnicas emergentes. No obstante, diversas investigaciones coinciden en que la actualización curricular debe orientarse hacia modelos más flexibles, que integren aprendizajes prácticos y validaciones externas de competencias, como las certificaciones profesionales. Para Rentería (2022), esta estrategia permite reducir la brecha entre la formación académica y el mercado laboral, fortaleciendo la calidad educativa.

La incorporación de certificaciones profesionales como parte del proceso de actualización curricular representa una alternativa viable para responder a estos desafíos. Este enfoque no sustituye la formación teórica universitaria, sino que la complementa, aportando herramientas prácticas que fortalecen la preparación profesional del estudiante y su adaptación a escenarios reales de desempeño en publicidad digital (López, 2023).

2.2.13 Pertinencia de la formación profesional

La pertinencia de la formación profesional se relaciona con el grado en que los programas académicos responden a las necesidades del contexto social, económico y laboral en el que se insertan los egresados. Una formación pertinente es aquella que prepara a los estudiantes para desempeñarse de manera efectiva en su campo profesional, considerando las competencias requeridas por el mercado y las transformaciones del entorno. En este sentido, la pertinencia constituye un criterio clave para evaluar la calidad de la educación superior (Zambrano, 2021).

En el ámbito de la publicidad digital, la pertinencia de la formación profesional se ve condicionada por la velocidad con la que evolucionan las plataformas digitales y las estrategias de comunicación. Cuando los contenidos académicos no incorporan herramientas actuales ni validan competencias técnicas, se genera una desconexión entre la universidad y el mundo laboral. Según Andrade (2022), esta desconexión afecta directamente la inserción laboral de los egresados y limita su desempeño profesional.

Las certificaciones profesionales contribuyen a fortalecer la pertinencia de la formación universitaria al asegurar que los estudiantes adquieran competencias alineadas con las exigencias reales del sector publicitario digital. La validación externa de habilidades permite actualizar la formación profesional y responder de

manera más efectiva a las demandas del mercado, favoreciendo una educación superior orientada a resultados y a la empleabilidad (Cifuentes, 2023).

2.2.14 Competencias digitales

Las competencias digitales se definen como el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para utilizar de manera eficaz las tecnologías digitales en contextos profesionales y sociales. En el campo de la publicidad digital, estas competencias incluyen el dominio de plataformas publicitarias, herramientas de análisis de datos, gestión de contenidos y optimización de campañas digitales. Según Calderón (2021), las competencias digitales se han convertido en un requisito básico para el desempeño profesional en sectores vinculados a la comunicación y el marketing.

El desarrollo de competencias digitales no se limita al aprendizaje instrumental de herramientas, sino que implica la capacidad de analizar información, tomar decisiones estratégicas y adaptarse a entornos tecnológicos cambiantes. En este sentido, las competencias digitales deben ser desarrolladas de manera progresiva y contextualizada dentro del proceso formativo universitario. Torres (2022) sostiene que la ausencia de estas competencias reduce la competitividad de los egresados en un mercado laboral cada vez más digitalizado.

Las certificaciones profesionales desempeñan un papel clave en la validación de las competencias digitales, al ofrecer estándares claros de evaluación y reconocimiento. Integrar estas certificaciones en la formación universitaria permite fortalecer el desarrollo de competencias digitales y garantizar que los egresados posean habilidades actualizadas y alineadas con las demandas del sector publicitario digital (Mora, 2023).

2.2.15 Vinculación universidad–empresa

La vinculación universidad–empresa se refiere a la relación colaborativa entre las instituciones de educación superior y el sector productivo, orientada a mejorar la formación profesional y responder a las necesidades del mercado laboral. Esta vinculación permite que los programas académicos se nutran de la realidad empresarial, incorporando competencias, herramientas y prácticas relevantes para el ejercicio profesional. En carreras como Publicidad Digital, esta relación resulta fundamental debido a la constante evolución del entorno laboral (Espinoza, 2021).

En América Latina, diversos estudios han señalado que la limitada vinculación entre la universidad y las empresas contribuye a la desalineación entre la formación académica y las demandas del mercado. Según Pacheco (2022), fortalecer esta relación permite actualizar los planes de estudio, mejorar la empleabilidad de los egresados y promover una formación más aplicada. Las certificaciones

profesionales, al estar diseñadas en función de estándares del mercado, facilitan esta articulación entre el ámbito académico y el profesional.

La integración de certificaciones profesionales en la educación superior puede considerarse una estrategia de vinculación indirecta con el sector empresarial, ya que conecta a los estudiantes con herramientas y competencias demandadas por las organizaciones. Este enfoque favorece una formación más pertinente, fortalece el perfil de egreso y contribuye al desarrollo de profesionales capaces de responder a los retos actuales de la publicidad digital (Benavides, 2023).

2.3 Teorías

2.3.1 Teoría del aprendizaje significativo

La teoría del aprendizaje significativo plantea que el aprendizaje se produce de manera efectiva cuando los nuevos conocimientos se integran de forma sustancial con los saberes previos del estudiante. Este enfoque sostiene que el conocimiento adquiere valor cuando puede ser comprendido, aplicado y transferido a situaciones reales, superando la simple memorización de contenidos. En el ámbito de la educación superior, esta teoría resulta particularmente pertinente para carreras de carácter práctico y tecnológico, como la Publicidad Digital, donde el estudiante debe articular conceptos teóricos con habilidades técnicas específicas (Ausubel, 2002).

En relación con el presente estudio, la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital favorece el aprendizaje significativo al permitir que los estudiantes consoliden y amplíen conocimientos previamente adquiridos durante su formación académica. Las certificaciones en estrategias creativas digitales, paid media y SEO Specialist funcionan como mecanismos que conectan la teoría universitaria con contextos reales de aplicación profesional, facilitando que el estudiante otorgue sentido práctico a su aprendizaje. De este modo, el aprendizaje deja de ser abstracto y se convierte en una experiencia formativa orientada al desempeño profesional (Flores, 2021).

A su vez, esta teoría respalda la necesidad de que la formación universitaria incorpore contenidos actualizados y experiencias prácticas validadas, ya que el aprendizaje significativo se fortalece cuando el estudiante reconoce la utilidad directa del conocimiento en su futura inserción laboral. En este sentido, las certificaciones profesionales contribuyen a reforzar la pertinencia y profundidad del aprendizaje en el área de la publicidad digital (Méndez, 2022).

2.3.2 Teoría del aprendizaje basado en competencias

La teoría del aprendizaje basado en competencias sostiene que la educación debe orientarse al desarrollo de habilidades, conocimientos y actitudes que permitan al estudiante desempeñarse eficazmente en contextos reales de trabajo. Este enfoque

prioriza el saber hacer, el saber ser y el saber conocer, promoviendo una formación integral orientada a resultados observables y evaluables. En la educación superior, el aprendizaje por competencias se ha consolidado como un modelo que responde a las demandas de empleabilidad y pertinencia profesional (Tobón, 2021).

En el marco de esta investigación, la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital se alinea de manera directa con el enfoque por competencias, ya que dichas certificaciones validan habilidades técnicas específicas mediante estándares reconocidos. Competencias como la gestión de campañas de paid media, el desarrollo de estrategias creativas digitales y la optimización SEO pueden ser evaluadas y acreditadas de forma objetiva, fortaleciendo el perfil de egreso de los estudiantes y garantizando una preparación acorde con las exigencias del mercado laboral (Cruz, 2022).

Además, el aprendizaje basado en competencias favorece la actualización constante del conocimiento, elemento clave en un entorno digital caracterizado por cambios acelerados. Las certificaciones profesionales permiten asegurar que los estudiantes desarrollen competencias vigentes y relevantes, evitando la obsolescencia de su formación y mejorando su capacidad de adaptación al mercado publicitario digital (Rojas, 2023).

2.3.3 Teoría constructivista del aprendizaje

La teoría constructivista concibe el aprendizaje como un proceso activo en el cual el estudiante construye su conocimiento a partir de la interacción con su entorno, la reflexión y la resolución de problemas. Desde esta perspectiva, el aprendizaje se produce cuando el estudiante participa activamente en experiencias significativas que le permiten interpretar, aplicar y transformar la información. En la educación superior, el constructivismo promueve metodologías centradas en el estudiante y orientadas a la práctica profesional (Piaget, 1972).

En el contexto de la Publicidad Digital, el constructivismo adquiere especial relevancia, ya que el aprendizaje de herramientas, plataformas y estrategias digitales requiere experimentación, análisis de resultados y toma de decisiones basadas en datos. La integración de certificaciones profesionales permite al estudiante aprender haciendo, enfrentarse a escenarios reales y construir conocimientos a partir de la práctica, lo cual fortalece el desarrollo de competencias técnicas en paid media, SEO y estrategias creativas digitales (Serrano, 2021).

De esta manera, la teoría constructivista respalda la incorporación de certificaciones profesionales como parte del proceso formativo universitario, al facilitar experiencias de aprendizaje contextualizadas y alineadas con las dinámicas reales del mercado publicitario digital. Esto contribuye a una formación más activa, reflexiva y orientada al desempeño profesional (Valdés, 2022).

2.3.4 Teoría de la empleabilidad

La teoría de la empleabilidad se centra en la capacidad del individuo para acceder, mantenerse y progresar en el mercado laboral a partir de sus competencias, habilidades y actitudes. Este enfoque sostiene que la empleabilidad no depende únicamente del título académico, sino de la capacidad del profesional para demostrar conocimientos actualizados y competencias pertinentes frente a las demandas del entorno laboral. En el contexto actual, la empleabilidad se ha convertido en un indicador clave de la calidad de la formación universitaria (García, 2021).

En el ámbito de la Publicidad Digital, la empleabilidad está estrechamente vinculada al dominio de herramientas especializadas y a la validación de competencias técnicas mediante certificaciones reconocidas. Las empresas demandan profesionales capaces de gestionar campañas digitales, analizar métricas y optimizar recursos publicitarios, competencias que suelen acreditarse a través de certificaciones profesionales. Según Herrera (2022), los egresados que cuentan con certificaciones presentan mayores oportunidades de inserción laboral y una mejor valoración por parte de los empleadores.

Desde esta teoría, la presente investigación se sustenta en la necesidad de fortalecer el perfil de egreso de los estudiantes de Publicidad Digital, incorporando certificaciones profesionales que contribuyan a mejorar su empleabilidad y

competitividad en un mercado laboral cada vez más especializado y globalizado (Quintero, 2023).

2.3.5 Teoría de la pertinencia educativa

La teoría de la pertinencia educativa plantea que la educación debe responder a las necesidades sociales, económicas y laborales del contexto en el que se desarrolla. Una formación pertinente es aquella que prepara a los estudiantes para enfrentar problemáticas reales de su campo profesional y contribuir de manera efectiva al desarrollo del entorno en el que se insertan. Este enfoque es fundamental para evaluar la calidad y relevancia de los programas de educación superior (Zambrano, 2021).

En relación con el presente estudio, la pertinencia educativa se manifiesta en la necesidad de analizar si la formación en Publicidad Digital responde a las demandas actuales del mercado publicitario, particularmente en áreas como estrategias creativas digitales, paid media y SEO Specialist. La ausencia de certificaciones profesionales dentro del proceso formativo puede generar una brecha entre la formación universitaria y las exigencias del entorno laboral, afectando el perfil de egreso de los estudiantes (Andrade, 2022).

Por tanto, esta teoría sustenta la necesidad de incorporar certificaciones profesionales como estrategia para fortalecer la pertinencia de la formación universitaria en Publicidad Digital. Integrar estas certificaciones permite alinear los contenidos académicos con estándares profesionales actuales, contribuyendo a una educación superior más coherente, actualizada y orientada al desempeño profesional (Luna, 2023).

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1 Diseño de la investigación

La presente investigación se desarrolla bajo un diseño no experimental, en tanto no se realiza manipulación deliberada de variables, sino que se observan y describen los fenómenos tal como se presentan en su contexto real. En este tipo de diseño, el investigador se limita a analizar situaciones existentes, percepciones y características del grupo de estudio, sin intervenir ni alterar las condiciones naturales en las que se produce el fenómeno investigado.

El estudio se enmarca dentro de una investigación cuantitativa, ya que se apoya en la recolección de datos numéricos mediante un instrumento estructurado, lo cual permite sistematizar la información, organizarla estadísticamente y describir tendencias generales relacionadas con el objeto de estudio. Este enfoque resulta pertinente para analizar la percepción de los egresados respecto a la incorporación de certificaciones profesionales en publicidad digital, particularmente en áreas emergentes como paid media, SEO y estrategias creativas digitales.

Por lo tanto, la investigación es de tipo campo, debido a que la información se obtiene directamente de los sujetos involucrados en el fenómeno estudiado, es decir, los estudiantes de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Universidad de Panamá. La recolección de los datos se realiza en el entorno donde se produce la realidad objeto de análisis, lo que permite una

aproximación directa, actual y contextualizada a las percepciones de los participantes.

Este estudio se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y de campo, ya que se orienta a recoger información directa de los graduandos de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, con el propósito de describir y analizar su percepción en torno a la incorporación de certificaciones profesionales en el área de la publicidad digital.

El carácter descriptivo del estudio permite examinar la situación actual del perfil de egreso y su relación con las nuevas exigencias del mercado laboral digital, sin pretender establecer relaciones causales ni emitir juicios valorativos sobre la gestión académica, el desempeño docente o la estructura curricular existente. Por el contrario, la investigación parte del reconocimiento de que la publicidad digital, especialmente en áreas como paid media, gestión de tráfico digital y SEO, constituye un campo profesional de desarrollo reciente en el contexto panameño, cuyo crecimiento acelerado ha generado nuevas demandas de especialización que anteriormente no resultaban imprescindibles (Sampieri, 2022)

En este sentido, el estudio se centra en identificar cómo el auge de las plataformas digitales y la consolidación de nuevos perfiles profesionales han abierto espacios emergentes dentro de la profesión publicitaria, los cuales hoy requieren

competencias técnicas específicas y procesos de actualización continua. Cabe destacar que la Licenciatura en Publicidad con el Énfasis en Medios Digitales cuenta con pocos años de implementación, por lo que los estudiantes participantes en esta investigación corresponden a la primera generación de egresados, elemento que otorga al estudio un carácter exploratorio-descriptivo desde la perspectiva de la innovación académica y profesional.

A su vez, la investigación es de campo porque la información se obtiene directamente del entorno real donde se manifiesta el fenómeno de estudio, mediante la aplicación de encuestas a los estudiantes, lo que permite describir de manera objetiva sus percepciones, expectativas y experiencias frente a la posible incorporación de certificaciones profesionales como complemento formativo. Este enfoque posibilita una aproximación contextualizada a la realidad del mercado publicitario digital actual, sin atribuir responsabilidades institucionales, sino reconociendo la necesidad de adaptación y actualización frente a un escenario profesional en constante transformación.

3.2 Hipótesis

Hipótesis afirmativa H1:

La incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital, orientadas al desarrollo de estrategias creativas digitales, paid media y SEO Specialist, fortalece el perfil de egreso de los estudiantes de la Licenciatura en

Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá.

Hipótesis negativa o nula (H0)

La incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital, orientadas al desarrollo de estrategias creativas digitales, paid media y SEO Specialist, no fortalece el perfil de egreso de los estudiantes de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá.

3.3 Definición operacional de las variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable dependiente	Perfil de egreso: Se entiende como el conjunto de competencias, conocimientos, habilidades y	Se medirá mediante un cuestionario estructurado, aplicado a estudiantes de tercer año	Competencias profesionales Preparación para el mercado laboral	Nivel de preparación percibida Dominio de competencias digitales Expectativas

	actitudes que el estudiante debe haber desarrollado al culminar la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales, en función de las exigencias del entorno profesional y del mercado laboral digital.	de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales, a través de Google Forms.	Actualización profesional	de empleabilidad
Variable independiente	Certificaciones profesionales en Publicidad Digital: Son acreditaciones formales que	Se medirá mediante un cuestionario estructurado, aplicado a estudiantes	Publicidad Digital Paid Media SEO Specialist Estrategias	Conocimiento sobre certificaciones Interés en obtener certificaciones

	validan competencias técnicas específicas en áreas como Publicidad Digital, Paid Media, SEO Specialist y estrategias creativas digitales, reconocidas en el ámbito profesional y alineadas con las demandas del mercado laboral digital.	de tercer año de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales, a través de Google Forms.	creativas digitales	Pertinencia percibida de las certificaciones
--	--	---	---------------------	--

Fuente: Elaborado por la autora

3.4 Fuentes

3.4.1 Fuentes primarias

Las fuentes primarias estuvieron conformadas por los estudiantes de tercer año (actuales graduandos) de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, quienes proporcionaron información directa a través de un cuestionario estructurado, aplicado para conocer su percepción sobre la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital y su incidencia en el perfil de egreso.

3.4.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias estuvieron constituidas por libros, artículos científicos, tesis e investigaciones académicas, relacionados con publicidad digital, certificaciones profesionales, perfil de egreso, competencias digitales, mercado laboral y educación superior, los cuales sirvieron de sustento teórico para el desarrollo del estudio.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

La población o universo de una investigación está constituida por el conjunto total de sujetos que poseen características comunes relacionadas directamente con el

objeto de estudio, a partir de las cuales se obtiene la información necesaria para el análisis de la problemática planteada. En este sentido, la población representa la totalidad de los elementos que comparten dichas características y sobre los cuales se pretende generar conclusiones (Tamayo, 2023).

De acuerdo con Tamayo (2023), la población se define como “el conjunto de personas, hechos o fenómenos que poseen una o más características comunes y que constituyen el objeto de estudio” (p. 21). Desde esta perspectiva, la población comprende a todos los sujetos que forman parte del contexto donde se manifiesta el fenómeno investigado.

En concordancia con el propósito de la presente investigación, la población estuvo conformada por los estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, quienes se encuentran próximos a culminar su formación académica y a construir su perfil de egreso profesional.

La selección de esta población responde a que dichos estudiantes constituyen un grupo pertinente para analizar la percepción sobre la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital, Paid Media y SEO Specialist, considerando que se trata de competencias vinculadas directamente con las nuevas dinámicas del mercado publicitario digital y con los espacios profesionales emergentes derivados del auge de las plataformas digitales.

A su vez, esta población adquiere especial relevancia al tratarse de estudiantes que forman parte de una carrera de reciente implementación, lo que permite obtener una visión actualizada sobre las expectativas formativas y profesionales en torno al perfil de egreso, sin que ello implique juicios sobre la gestión académica o institucional, sino más bien una aproximación descriptiva a una realidad en proceso de consolidación.

3.5.2 Muestra

Ahora bien, según Hernández (2021), la muestra se define como “un subgrupo de la población que posee características representativas del universo, seleccionado con la finalidad de ser estudiado para determinar las particularidades de dicha población” (p. 22). En este sentido, la muestra constituye una parte significativa del conjunto total, cuya información permite describir y analizar el fenómeno objeto de estudio.

Bajo este criterio, la muestra se conforma a partir de la selección de elementos representativos que permitan obtener información pertinente y suficiente para cumplir con los objetivos de la investigación. La selección de la muestra responde al principio de que las partes reflejan las características del todo, siempre que compartan las condiciones y rasgos esenciales del grupo poblacional.

Para efectos de la presente investigación, la muestra estuvo conformada por veinte (20) estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, quienes participaron de manera voluntaria en la aplicación del instrumento de recolección de datos.

La elección de este número de participantes se justifica considerando el carácter descriptivo del estudio, así como el tamaño de la población accesible y la condición de que se trata de una carrera de reciente implementación. Asimismo, al corresponder a estudiantes próximos a culminar su formación académica, algunos ya laborando en la industria publicitaria, la muestra permite recoger percepciones directamente vinculadas con la construcción del perfil de egreso y la pertinencia de la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital, Paid Media y SEO Specialist, en el contexto actual del mercado publicitario digital.

3.6 Instrumentos

El instrumento utilizado para la recolección de los datos fue el cuestionario, aplicado mediante la técnica de la encuesta, el cual permitió obtener información directa de los sujetos de estudio de forma estructurada y sistemática. De acuerdo con Arias (2020), el instrumento se define como “las distintas formas o maneras de obtener la información”, mientras que la técnica representa el procedimiento específico mediante el cual se recaban los datos (p. 21).

En este sentido, el cuestionario constituye un instrumento ampliamente utilizado en investigaciones de enfoque cuantitativo y descriptivo, ya que facilita la obtención de información homogénea, objetiva y susceptible de ser organizada y analizada estadísticamente. Según Bisquerra (2019), los instrumentos son “aquellos medios impresos, dispositivos o formatos mediante los cuales se registran las observaciones y se recopilan los datos producto de la aplicación de una técnica” (p. 11).

Para el desarrollo de la presente investigación, el cuestionario fue diseñado y aplicado de manera digital, utilizando la plataforma Google Forms, herramienta que permitió una administración eficiente del instrumento, optimizando el tiempo de elaboración, distribución y recolección de la información. La modalidad digital facilitó el acceso de los participantes al cuestionario y favoreció su aplicación en un entorno académico actual.

El uso de Google Forms permitió garantizar que el cuestionario no pudiera ser modificado durante su aplicación y que todas las preguntas fueran respondidas de manera obligatoria, evitando omisiones en las respuestas. Asimismo, la plataforma aseguró la confidencialidad de la información suministrada por los participantes y permitió el almacenamiento automático de los datos para su posterior análisis.

El cuestionario estuvo conformado por doce (12) preguntas de selección múltiple, orientadas a conocer la percepción de los estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Publicidad con énfasis en Medios Digitales sobre la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital, Paid Media y SEO Specialist como parte del perfil de egreso. Las preguntas fueron elaboradas de forma clara y precisa, permitiendo cuantificar las respuestas y describir tendencias relacionadas con la pertinencia de dichas certificaciones en el contexto académico y profesional actual.

En atención al problema planteado y a los objetivos de la investigación, se emplearon técnicas de recolección de datos que permitieron obtener información directa y pertinente para el análisis del fenómeno estudiado. Las técnicas de recolección de datos comprenden los procedimientos sistemáticos utilizados para registrar, organizar y recopilar información proveniente de los sujetos de estudio, con el propósito de describir una realidad específica de manera objetiva.

En la presente investigación se utilizó como técnica principal la encuesta, la cual constituye una modalidad de la técnica de observación indirecta, ya que permite recoger información a partir de las percepciones, opiniones y experiencias de los participantes, sin que exista intervención directa del investigador sobre el fenómeno estudiado.

La aplicación de la encuesta resultó adecuada debido al enfoque cuantitativo y descriptivo del estudio, ya que facilitó la obtención de datos uniformes, comparables y susceptibles de ser organizados estadísticamente. Asimismo, esta técnica permitió conocer la percepción de los estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales respecto a la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital, Paid Media y SEO Specialist como complemento del perfil de egreso.

El uso de la encuesta posibilitó recopilar información de manera estructurada y eficiente, garantizando la confidencialidad de las respuestas y favoreciendo la participación voluntaria de los sujetos de estudio, aspectos relevantes para la validez y fiabilidad de los datos obtenidos.

3.7 Procedimientos para el desarrollo de la investigación

El desarrollo de la presente investigación se llevó a cabo mediante una serie de fases claramente definidas, las cuales permitieron organizar de manera sistemática el proceso investigativo, desde la planificación metodológica hasta el análisis de los resultados obtenidos. Dichas fases se describen a continuación:

FASE I: Diseño metodológico

En esta fase se establecieron los fundamentos metodológicos de la investigación. El estudio se estructuró bajo un diseño no experimental, de tipo campo y con nivel descriptivo, ya que no se realizó manipulación intencional de variables, sino que se procedió a observar y describir el fenómeno tal como se presenta en su contexto natural. Según Sabino (2019), la investigación no experimental es aquella que se efectúa sin intervenir deliberadamente en las variables de estudio, limitándose a la observación y análisis de la realidad existente (p. 11).

Asimismo, se definieron el enfoque cuantitativo, la población, la muestra, la técnica y el instrumento de recolección de datos, en coherencia con los objetivos planteados. El enfoque descriptivo permitió caracterizar las percepciones de los estudiantes respecto a la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital, Paid Media y SEO Specialist, considerando el contexto actual del mercado publicitario digital y la reciente implementación de la carrera.

FASE II: Recolección de la información

La recolección de la información se desarrolló a partir de dos fuentes principales. En primer lugar, se realizó la revisión de fuentes documentales confiables, tales como libros, artículos científicos, tesis y publicaciones académicas relacionadas con publicidad digital, certificaciones profesionales, perfil de egreso y mercado laboral digital, las cuales sirvieron de sustento teórico para el estudio.

En segundo lugar, se procedió a la aplicación del cuestionario estructurado a los estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Publicidad con énfasis en Medios Digitales, mediante la plataforma Google Forms. El instrumento fue distribuido de manera digital, lo que permitió facilitar la participación de los sujetos de estudio, garantizar la confidencialidad de las respuestas y asegurar la recopilación íntegra de la información, ya que el sistema exigía la respuesta obligatoria de todas las preguntas.

FASE III: Presentación y análisis de los resultados

Una vez finalizado el proceso de recolección de datos, se procedió a la organización, tabulación y análisis de la información obtenida a través del cuestionario. Los datos fueron exportados y procesados utilizando el programa Microsoft Excel, herramienta que permitió la elaboración de tablas y gráficos estadísticos para una mejor visualización e interpretación de los resultados.

Posteriormente, se realizó el análisis descriptivo de cada una de las preguntas del instrumento, interpretando las tendencias y frecuencias obtenidas en función de los objetivos de la investigación. Este proceso permitió identificar patrones de percepción relacionados con la pertinencia de incorporar certificaciones profesionales en la formación universitaria y sirvió de base para el desarrollo de las conclusiones y la propuesta de mejora planteada en los capítulos posteriores.

3.8 Diseño estadístico

El diseño estadístico de la investigación fue descriptivo, orientado a la organización, tabulación y análisis de los datos obtenidos a través del cuestionario aplicado a los estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Publicidad con énfasis en Medios Digitales. Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes, lo que permitió interpretar las percepciones de los participantes sobre la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital y su relación con el perfil de egreso.

CAPITULO IV. RESULTADOS

4.1 Descripción de los Resultados.

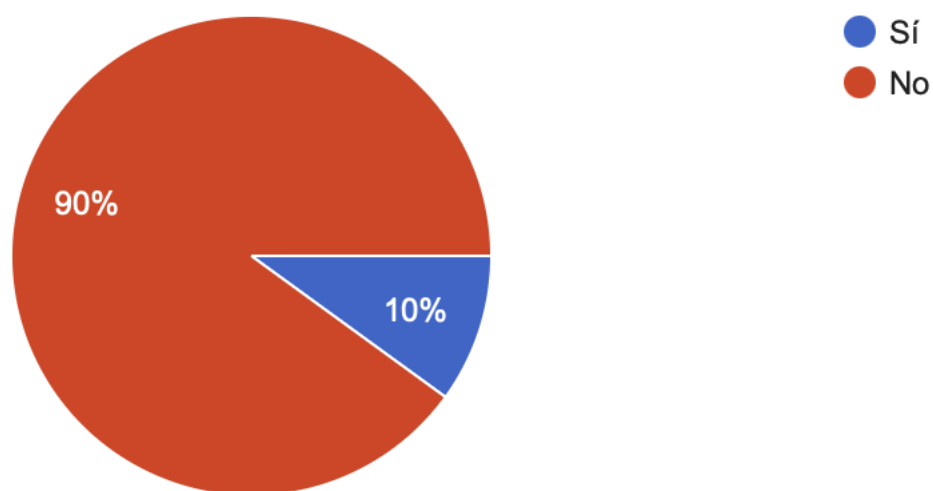
A continuación, se presentan los resultados de la encuesta emitida a (20) estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá:

1. ¿Conoces las certificaciones que se ofrecen para los profesionales en publicidad digital?

Cuadro 1. certificaciones que se ofrecen para los profesionales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	2	10 %
No	18	90 %
Total	20	100 %

Grafica 1. certificaciones que se ofrecen para los profesionales



Análisis

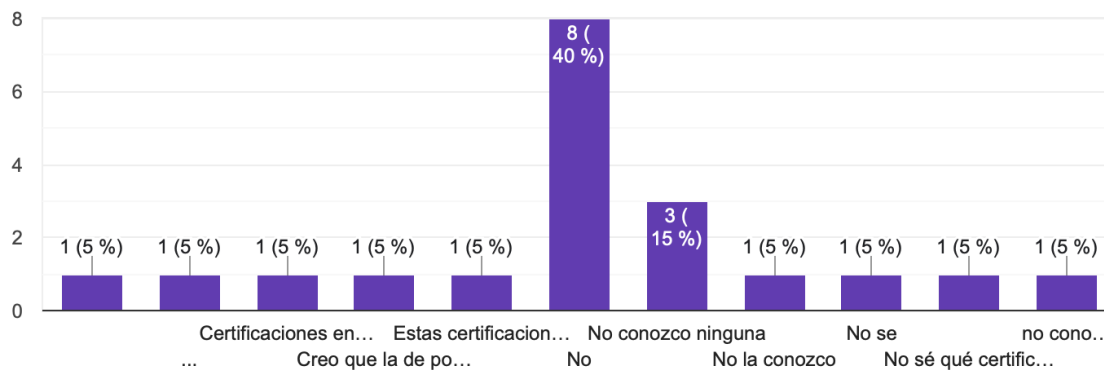
Los resultados evidencian que la mayoría de los estudiantes encuestados no posee conocimientos sobre las certificaciones profesionales en publicidad digital, representando un 90 % del total, mientras que solo un 10 % manifestó conocer este tipo de acreditaciones. Esta situación refleja una limitada difusión y familiarización con certificaciones vinculadas a áreas clave como paid media, SEO y estrategias creativas digitales, a pesar de su creciente relevancia en el mercado laboral. La baja proporción de estudiantes informados sugiere la necesidad de reforzar la orientación académica y profesional, incorporando información y espacios formativos que permitan a los estudiantes comprender la importancia de estas certificaciones para el fortalecimiento de su perfil de egreso y su futura inserción laboral.

2. Si la respuesta es si, menciona alguna

Cuadro 2. Si la respuesta es sí, menciona alguna

Respuesta mencionada	Frecuencia	Porcentaje
No	8	40 %
No conozco ninguna	3	15 %
Google Ads / Certificaciones en publicidad digital	1	5 %
Certificaciones en marketing digital	1	5 %
Creo que la de publicidad digital	1	5 %
No la conozco	1	5 %
No sé	1	5 %
No sé qué certificaciones	1	5 %
No conozco	1	5 %
No conozco (respuesta similar)	1	5 %
Total	20	100 %

Grafica 2. Si la respuesta es si, menciona alguna



Análisis

Los resultados reflejan que una proporción significativa de los estudiantes presenta desconocimiento sobre las certificaciones profesionales en publicidad digital, ya que el 40 % respondió directamente que no conoce ninguna certificación y un 15 % adicional manifestó no tener conocimiento al respecto. Asimismo, varias respuestas reiteran expresiones similares de desconocimiento, lo que evidencia que la mayoría de los encuestados no logra identificar certificaciones específicas vinculadas al área.

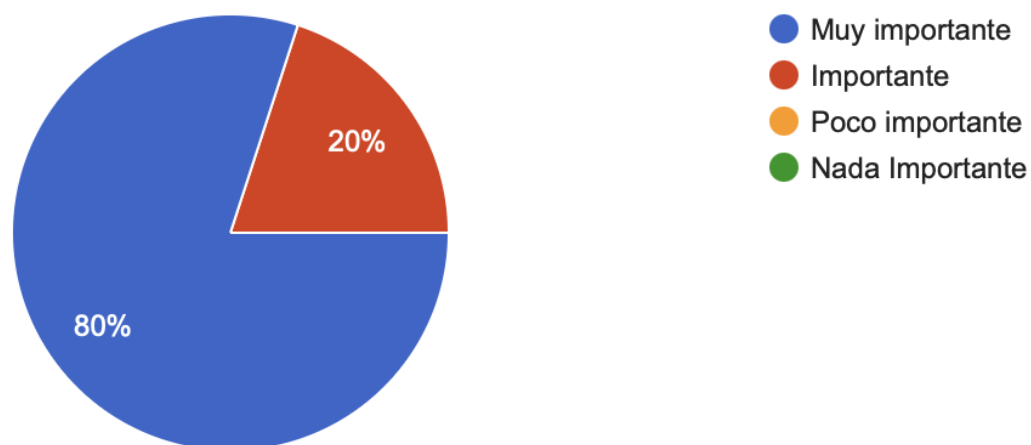
Solo un porcentaje reducido de estudiantes mencionó certificaciones relacionadas con publicidad o marketing digital, tales como Google Ads, lo que indica que el conocimiento existente es limitado y fragmentado. Estos hallazgos confirman la necesidad de fortalecer la orientación académica y la difusión de información sobre certificaciones profesionales, considerando su relevancia para el desarrollo de competencias técnicas y el fortalecimiento del perfil de egreso en un mercado laboral digital cada vez más especializado.

3. ¿Consideras importante que tu formación incluya certificaciones profesionales en áreas específicas como Paid Media, SEO, ¿o Analítica digital?

Cuadro 3. tu formación incluya certificaciones profesionales

Nivel de importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	16	80 %
Importante	4	20 %
Poco importante	0	0 %
Nada importante	0	0 %
Total	20	100 %

Grafica 3. tu formación incluya certificaciones profesionales



Análisis

Los resultados muestran una alta valoración por parte de los estudiantes respecto a la incorporación de certificaciones profesionales en su formación académica. El 80 % de los encuestados considera muy importante que la carrera incluya certificaciones en áreas específicas como paid media, SEO o analítica digital, mientras que el 20 % restante las califica como importantes.

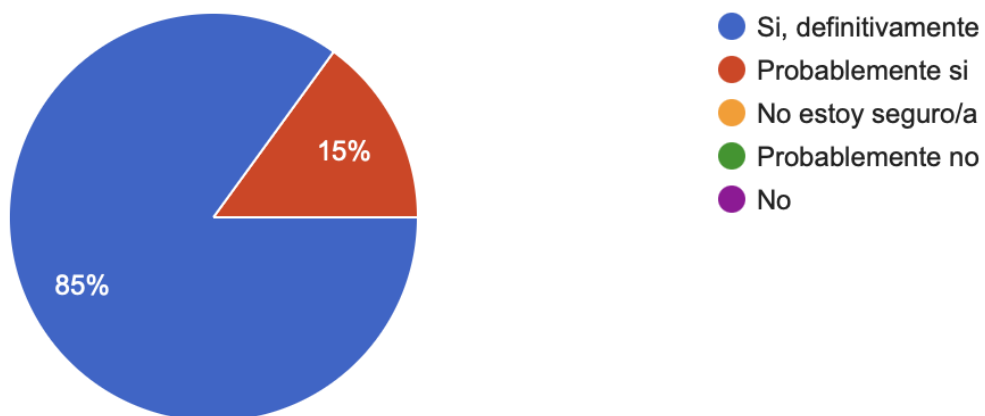
Es relevante destacar que ningún estudiante considera poco o nada importante este tipo de formación complementaria, lo que evidencia un consenso claro sobre la necesidad de fortalecer las competencias técnicas vinculadas al entorno digital. Esta percepción confirma la pertinencia de integrar certificaciones profesionales como estrategia para mejorar el perfil de egreso y responder de manera más efectiva a las exigencias actuales del mercado laboral en el ámbito de la publicidad digital.

4. ¿Crees que estas certificaciones te ayudarían a mejorar tus oportunidades laborales al egresar?

Cuadro 4. estas certificaciones te ayudarían a mejorar tus oportunidades

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí, definitivamente	17	85 %
Probablemente sí	3	15 %
No estoy seguro/a	0	0 %
Probablemente no	0	0 %
No	0	0 %
Total	20	100 %

Grafica 4. estas certificaciones te ayudarían a mejorar tus oportunidades



Análisis

Los resultados evidencian una percepción altamente favorable respecto al impacto de las certificaciones profesionales en las oportunidades laborales de los estudiantes al momento de egresar. El 85 % de los encuestados consideran que definitivamente estas certificaciones contribuirían a mejorar su inserción en el mercado laboral, mientras que el 15 % manifiesta que probablemente sí tendrían un efecto positivo.

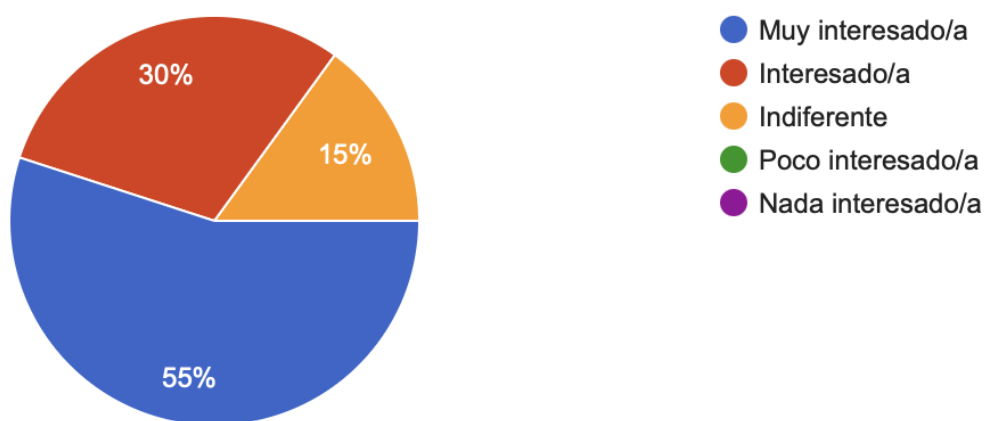
Es significativo que ningún participante exprese duda o una valoración negativa sobre la utilidad de estas certificaciones, lo que refleja un consenso claro sobre su importancia como complemento de la formación académica. Esta percepción refuerza la idea de que las certificaciones profesionales representan una herramienta clave para fortalecer el perfil de egreso y responder a las exigencias actuales del sector de la publicidad digital.

5. ¿Estarías interesado/a en realizar certificaciones acreditadas durante el último año de la carrera?

Cuadro 5. Estarías interesado/a en realizar certificaciones acreditadas

Nivel de interés	Frecuencia	Porcentaje
Muy interesado/a	11	55 %
Interesado/a	6	30 %
Indiferente	3	15 %
Poco interesado/a	0	0 %
Nada interesado/a	0	0 %
Total	20	100 %

Grafica 5. Estarías interesado/a en realizar certificaciones acreditadas



Análisis

Los resultados indican un alto nivel de disposición por parte de los estudiantes para realizar certificaciones profesionales acreditadas durante el último año de la carrera. El 55 % manifestó estar muy interesado, mientras que un 30 % se declaró interesado, lo que en conjunto representa una mayoría significativa del total de los encuestados.

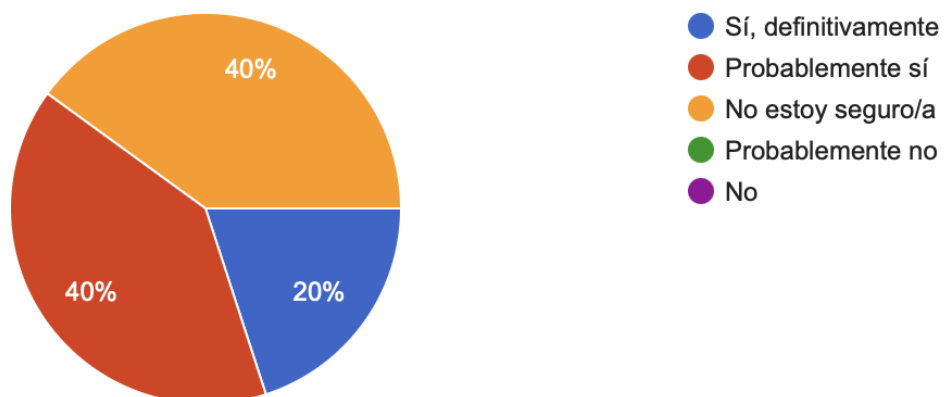
Por otro lado, un 15 % señaló una postura indiferente, sin que se registraran respuestas que evidencien desinterés. Estos resultados reflejan una actitud mayormente positiva hacia la incorporación de certificaciones profesionales dentro del proceso formativo, lo que sugiere la viabilidad académica de implementar estas acreditaciones como complemento de la formación universitaria y como una estrategia orientada al fortalecimiento del perfil de egreso y la empleabilidad de los futuros profesionales en publicidad digital.

6. ¿Estarías dispuesto a realizar algún tipo de pago por una certificación profesional en publicidad digital?

Cuadro 6. Estarías dispuesto a realizar algún tipo de pago por una certificación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí, definitivamente	4	20 %
Probablemente sí	8	40 %
No estoy seguro/a	8	40 %
Probablemente no	0	0 %
No	0	0 %
Total	20	100 %

Grafica 6. Estarías dispuesto a realizar algún tipo de pago por una certificación



Análisis

Los resultados muestran una disposición moderadamente favorable de los estudiantes a realizar algún tipo de pago por certificaciones profesionales en publicidad digital. El 20 % de los encuestados manifestó que definitivamente estaría dispuesto a asumir un costo, mientras que un 40 % indicó que probablemente sí, lo que en conjunto representa más de la mitad de la muestra.

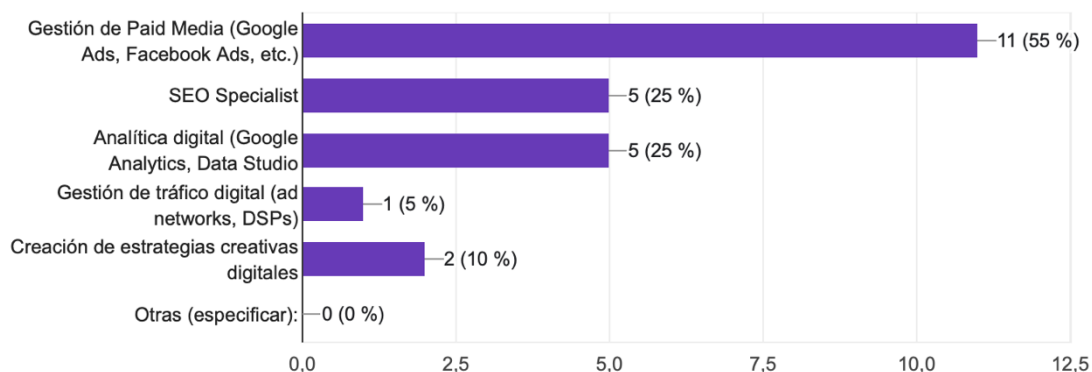
Sin embargo, un 40 % señaló no estar seguro respecto a asumir un pago, lo cual sugiere que la decisión podría depender de factores como el costo de la certificación, su reconocimiento en el mercado laboral y el respaldo institucional. Es relevante destacar que no se registraron respuestas negativas, lo que evidencia que, aunque existe cautela, no hay rechazo hacia la inversión económica en certificaciones. Este escenario refuerza la viabilidad de implementar certificaciones profesionales, especialmente si se consideran alternativas de bajo costo o con apoyo institucional para facilitar el acceso de los estudiantes.

7. ¿Cuáles certificaciones te parecen más relevantes para tu desarrollo profesional? (Puedes seleccionar más de una)

Cuadro 7. Cuáles certificaciones te parecen más relevantes para tu desarrollo

Certificación	Frecuencia	Porcentaje
Gestión de Paid Media (Google Ads, Facebook Ads, etc.)	11	55 %
SEO Specialist	5	25 %
Analítica digital (Google Analytics, Data Studio)	5	25 %
Creación de estrategias creativas digitales	2	10 %
Gestión de tráfico digital (ad networks, DSPs)	1	5 %
Otras	0	0 %

Grafica 7. Cuáles certificaciones te parecen más relevantes para tu desarrollo



Análisis

Los resultados evidencian que la certificación considerada más relevante para el desarrollo profesional por los estudiantes es la gestión de Paid Media, seleccionada por el 55 % de los encuestados, lo que refleja una clara orientación hacia competencias vinculadas a la gestión de campañas pagadas y al manejo de plataformas publicitarias digitales. Este resultado guarda coherencia con las exigencias actuales del mercado laboral, donde el dominio de herramientas como Google Ads y Facebook Ads constituye un perfil altamente demandado.

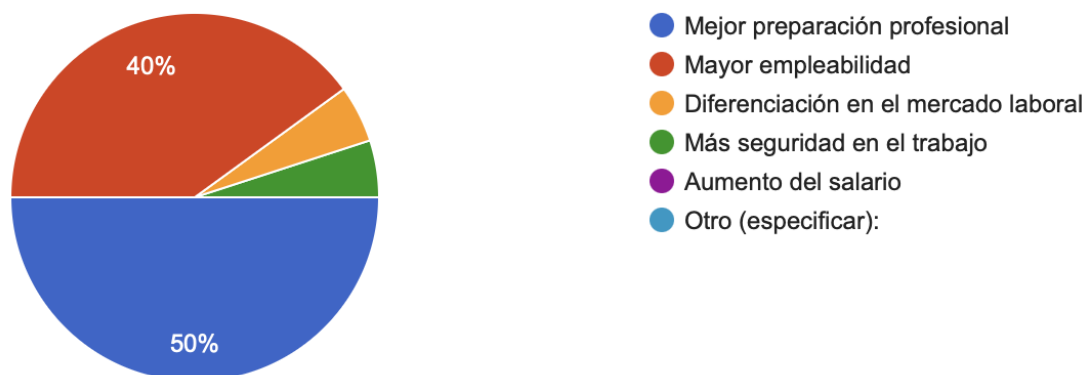
Asimismo, un 25 % de los estudiantes identificó como relevantes las certificaciones en SEO Specialist y analítica digital, lo que demuestra interés por áreas relacionadas con el posicionamiento orgánico y el análisis de datos como soporte para la toma de decisiones estratégicas. En menor proporción, se valoró la creación de estrategias creativas digitales y la gestión de tráfico digital, lo que sugiere que, aunque estas competencias son reconocidas, los estudiantes priorizan aquellas certificaciones con impacto directo en la empleabilidad y en la medición de resultados. En conjunto, los hallazgos confirman la pertinencia de enfocar la incorporación de certificaciones profesionales en áreas técnicas clave para fortalecer el perfil de egreso en publicidad digital.

8. ¿Cuál consideras que es el principal beneficio de contar con estas certificaciones al terminar la carrera?

Cuadro 8. Cuál consideras que es el principal beneficio de contar con estas certificaciones

Beneficio percibido	Frecuencia	Porcentaje
Mejor preparación profesional	10	50 %
Mayor empleabilidad	8	40 %
Diferenciación en el mercado laboral	1	5 %
Más seguridad en el trabajo	1	5 %
Aumento del salario	0	0 %
Otro	0	0 %
Total	20	100 %

Grafica 8. Cuál consideras que es el principal beneficio de contar con estas certificaciones



Análisis

Los resultados reflejan que el principal beneficio que los estudiantes asocian a la obtención de certificaciones profesionales es la mejor preparación profesional, señalada por el 50 % de los encuestados. Esta percepción evidencia que las certificaciones son valoradas como un complemento formativo que fortalece las competencias técnicas y prácticas adquiridas durante la carrera.

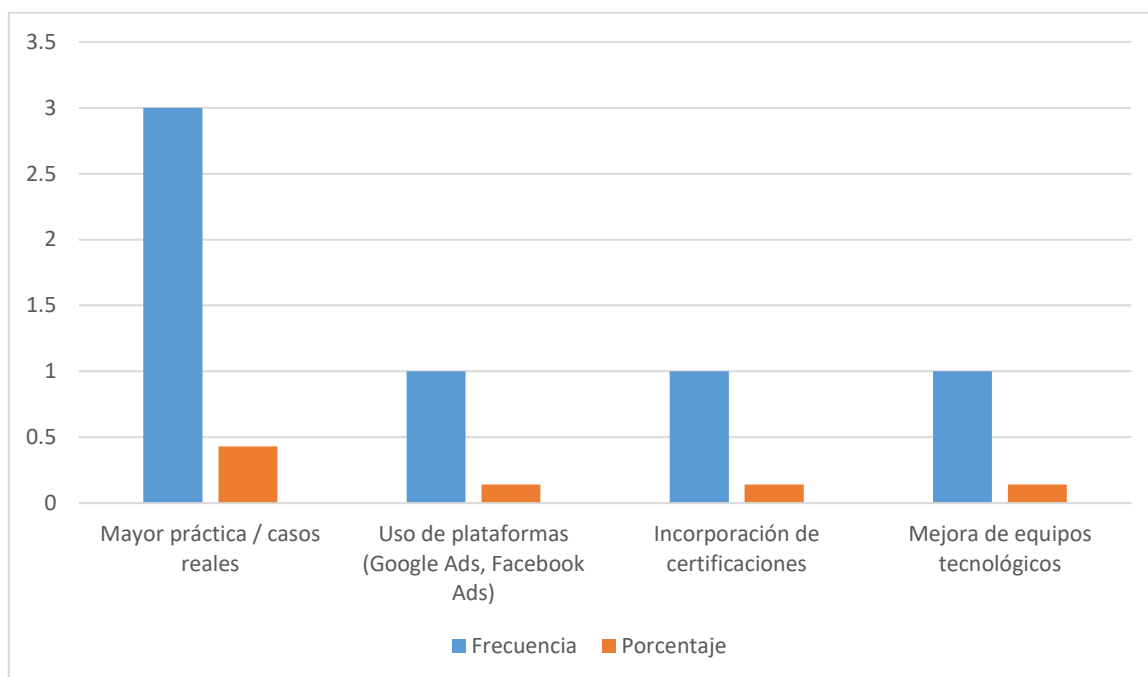
Asimismo, un 40 % considera que el mayor beneficio radica en la mejora de la empleabilidad, lo que demuestra que los estudiantes reconocen el impacto directo de estas certificaciones en sus oportunidades de inserción laboral. En menor proporción, se identificaron beneficios relacionados con la diferenciación en el mercado laboral y la seguridad en el trabajo, lo que sugiere que, aunque relevantes, estos aspectos son percibidos como secundarios frente a la preparación profesional y el acceso al empleo. En conjunto, los hallazgos respaldan la pertinencia de incorporar certificaciones profesionales como una estrategia orientada al fortalecimiento del perfil de egreso y a la inserción efectiva en el mercado laboral digital.

9. ¿Qué recomendarías para mejorar la formación en publicidad digital en la carrera?

Cuadro 9. Qué recomendarías para mejorar la formación en publicidad digital

Categoría temática	Aportes de los estudiantes
Mayor práctica aplicada	Incluir más práctica real, trabajar con marcas reales o proyectos simulados, aplicar lo aprendido en casos concretos.
Uso de plataformas profesionales	Permitir la práctica con herramientas como Google Ads y Facebook Ads mediante licencias de estudiante o acceso gratuito.
Fortalecimiento del enfoque práctico	Mayor preparación para el campo laboral, aprendizaje basado en situaciones reales y uso de casos prácticos.
Incorporación de certificaciones	Integrar certificaciones profesionales como cursos cortos para reforzar habilidades técnicas.
Mejora de recursos académicos	Actualizar y mejorar los equipos y recursos tecnológicos utilizados en la carrera.
Mayor orientación al entorno digital real	Incrementar la visibilidad y el uso de herramientas vinculadas al ecosistema digital y Meta.

Grafica 9. Qué recomendarías para mejorar la formación en publicidad digital



Análisis

Las recomendaciones expresadas por los estudiantes evidencian una clara necesidad de fortalecer el componente práctico dentro de la formación en publicidad digital. De manera reiterada, se destaca la importancia de aprender a través de la experiencia, trabajando con casos reales, proyectos simulados y marcas reales, lo cual permitiría una mejor aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos durante la carrera.

Asimismo, los estudiantes resaltan la necesidad de contar con acceso a plataformas profesionales, como Google Ads y Facebook Ads, ya sea mediante licencias

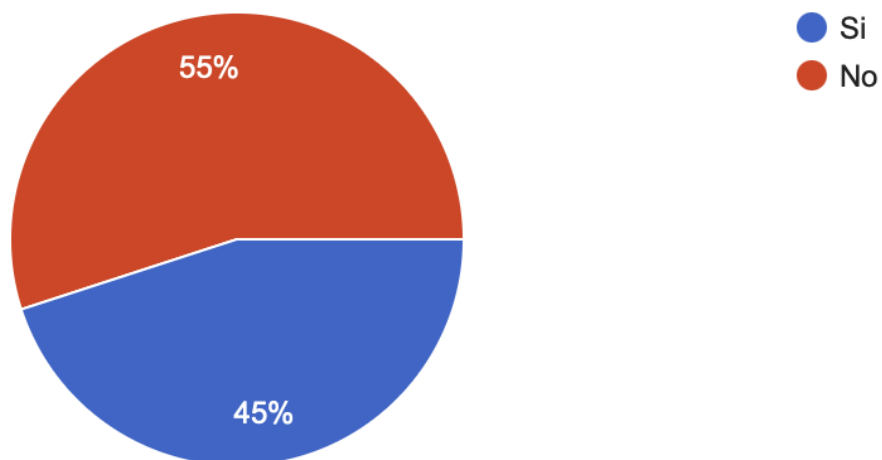
estudiantiles o modalidades gratuitas, con el fin de comprender de forma directa su funcionamiento en el contexto laboral. De igual forma, se valora positivamente la incorporación de certificaciones profesionales, percibidas como una estrategia viable para reforzar habilidades técnicas a través de cursos de corta duración. En conjunto, estas recomendaciones reflejan la expectativa de una formación más actualizada, práctica y alineada con las exigencias reales del mercado laboral digital.

10. ¿Actualmente trabajas o has trabajado en el área de publicidad digital?

Cuadro 10. Actualmente trabajas o has trabajado en el área de publicidad digital

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	9	45 %
No	11	55 %
Total	20	100 %

Grafica 10. Actualmente trabajas o has trabajado en el área de publicidad digital



Análisis

Los resultados evidencian que el 55 % de los estudiantes encuestados no ha trabajado actualmente ni previamente en el área de publicidad digital, mientras que el 45 % sí cuenta con experiencia laboral en este campo.

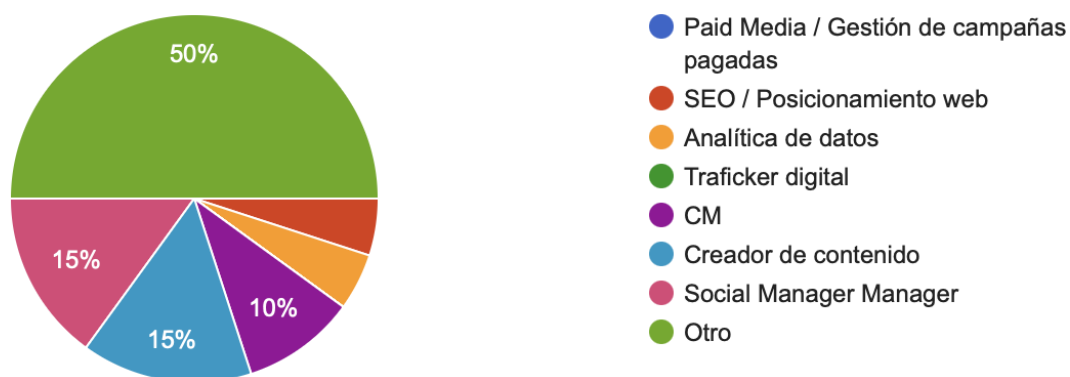
Esta distribución muestra que una proporción significativa de los estudiantes aún no ha tenido contacto directo con el mercado laboral digital, lo que refuerza la necesidad de fortalecer la formación académica con herramientas prácticas y certificaciones profesionales que faciliten su inserción laboral. Al mismo tiempo, el grupo que sí posee experiencia laboral representa un segmento importante que podría beneficiarse de la validación formal de sus competencias mediante certificaciones acreditadas.

11.En caso afirmativo, ¿qué tipo de trabajo desempeñas o has desempeñado?

Cuadro 11. En caso afirmativo, ¿qué tipo de trabajo desempeñas o has desempeñado

Tipo de trabajo	Frecuencia	Porcentaje
Otro	4	50 %
Creador de contenido	1	15 %
Social Manager	1	15 %
CM (Community Manager)	1	10 %
Analítica de datos	1	5 %
SEO / Posicionamiento web	1	5 %
Paid Media / Gestión de campañas pagadas	0	0 %
Trafficker digital	0	0 %
Total	9	100 %

Grafica 11. En caso afirmativo, ¿qué tipo de trabajo desempeñas o has desempeñado



Análisis

Los resultados indican que la mayoría de los estudiantes con experiencia laboral (50 %) desempeña funciones clasificadas en la categoría “Otro”, lo que sugiere una diversidad de actividades no directamente vinculadas a perfiles técnicos especializados como paid media o trafficker digital.

Asimismo, se observa que las funciones más frecuentes están relacionadas con la creación de contenido y la gestión de redes sociales, reflejando una inserción laboral orientada principalmente al ámbito operativo y comunicacional. En menor proporción aparecen roles vinculados a analítica de datos y SEO, mientras que no se registran experiencias en áreas altamente técnicas como gestión de campañas pagadas o tráfico digital.

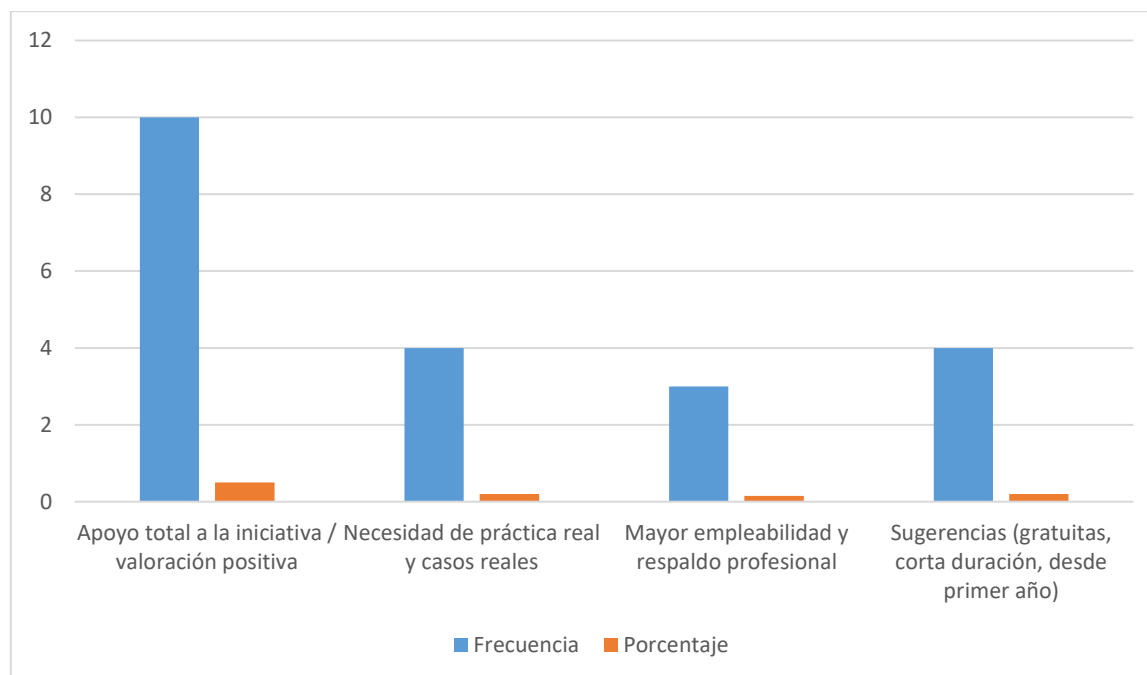
Estos hallazgos refuerzan la necesidad de fortalecer la formación técnica especializada en áreas como paid media, analítica y gestión estratégica digital, ya que actualmente la experiencia laboral de los estudiantes se concentra mayormente en funciones básicas o generales dentro del ecosistema digital.

12. ¿Algún comentario adicional sobre la incorporación de certificaciones profesionales?

Cuadro 12. Algún comentario adicional sobre la incorporación de certificaciones

Categoría identificada	Frecuencia	Porcentaje aproximado
Apoyo total a la iniciativa / valoración positiva	10	50 %
Necesidad de práctica real y preparación para el mercado laboral	4	20 %
Mayor empleabilidad y respaldo profesional	3	15 %
Sugerencias de modalidad (gratuitas, corta duración, acceso desde primer año)	4	20 %
Sin comentarios / respuestas negativas	3	15 %

Grafica 12. Algún comentario adicional sobre la incorporación de certificaciones



Análisis

Los comentarios evidencian una percepción altamente favorable hacia la incorporación de certificaciones profesionales en la carrera. La mayoría de los estudiantes manifiesta apoyo explícito a la iniciativa, considerándola una oportunidad para fortalecer su perfil profesional y mejorar su preparación académica.

Se destaca también la necesidad de vincular la formación universitaria con casos reales y práctica aplicada, entendiendo que la universidad debe ser un espacio para experimentar herramientas del entorno digital antes del egreso. Igualmente, varios

estudiantes resaltan que las certificaciones representan un respaldo formal de competencias, cada vez más requerido en los procesos de selección laboral.

En cuanto a las recomendaciones, se sugiere implementar modalidades flexibles, incluyendo certificaciones gratuitas, de corta duración y accesibles desde etapas tempranas de la carrera. Algunos comentarios también enfatizan el impacto motivacional que tendría una ceremonia de entrega o reconocimiento formal de las certificaciones obtenidas.

En términos generales, los resultados cualitativos confirman una alta aceptación y expectativa positiva frente a la propuesta, reforzando la viabilidad académica de incorporar certificaciones profesionales dentro del plan formativo de la Licenciatura en Publicidad con énfasis en Medios Digitales.

4.2 Análisis de los Resultados.

El análisis integral de los resultados obtenidos permite evidenciar una marcada coherencia entre la percepción estudiantil y los objetivos de la investigación. En primer lugar, se identificó que la mayoría de los estudiantes posee un conocimiento limitado sobre certificaciones profesionales en publicidad digital; sin embargo, esta falta de familiaridad no implica desinterés, sino más bien una oportunidad de fortalecimiento formativo dentro del programa académico.

De manera significativa, los estudiantes consideran mayoritariamente que la incorporación de certificaciones en áreas como Paid Media, SEO y analítica digital es muy importante para su formación. Esta valoración se refuerza al observar que casi la totalidad de los encuestados reconoce que dichas certificaciones mejorarían sus oportunidades laborales al momento de egresar. Además, existe un alto nivel de interés en realizarlas durante el último año de la carrera, lo que demuestra disposición y apertura hacia modelos de formación complementaria.

Aunque se evidencia cierta cautela respecto a la disposición de pago, no se registran posturas de rechazo hacia la inversión en certificaciones, lo que sugiere que factores como el costo, la modalidad y el respaldo institucional podrían influir en la toma de decisión. Asimismo, los estudiantes priorizan certificaciones técnicas vinculadas a la gestión de campañas pagadas, posicionamiento web y analítica digital, áreas que actualmente presentan mayor demanda en el entorno laboral.

En cuanto a la experiencia profesional, una proporción considerable aún no ha trabajado en el área de publicidad digital, mientras que quienes sí lo han hecho desempeñan principalmente funciones operativas como creación de contenido y gestión de redes sociales. Este hallazgo evidencia una brecha entre la formación académica y los perfiles técnicos especializados requeridos por el mercado.

Finalmente, los comentarios cualitativos reflejan un apoyo amplio hacia la implementación de certificaciones, destacando la necesidad de mayor práctica con casos reales, acceso a herramientas profesionales y modalidades flexibles. En conjunto, los resultados confirman la pertinencia y viabilidad de incorporar certificaciones profesionales como estrategia para fortalecer el perfil de egreso, mejorar la empleabilidad y alinear la formación académica con las exigencias actuales del ecosistema digital.

CAPITULO V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1 Conclusiones

El análisis realizado permitió evidenciar que existe una brecha significativa entre la formación académica tradicional y las exigencias actuales del mercado laboral en el ámbito de la publicidad digital. A partir de los resultados obtenidos, se constató que, si bien los estudiantes reconocen la importancia de las certificaciones profesionales en áreas como Paid Media, SEO Specialist y estrategias creativas digitales, el nivel de conocimiento sobre estas acreditaciones es limitado. Esta situación refleja la necesidad de fortalecer los procesos de orientación académica y profesional, promoviendo una mayor difusión de información sobre certificaciones reconocidas internacionalmente que validen competencias técnicas específicas altamente demandadas en el entorno digital.

Asimismo, se concluye que la incorporación de certificaciones profesionales en la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales representa una estrategia pertinente para potenciar el perfil de egreso de los estudiantes. Las certificaciones no solo funcionan como mecanismos de validación externa de competencias, sino que también aportan actualización constante, dominio práctico de herramientas digitales y diferenciación competitiva frente a otros profesionales del sector. En un mercado laboral cada vez más orientado a resultados medibles, análisis de datos y optimización de campañas, contar con acreditaciones certificadas fortalece significativamente la empleabilidad y proyección profesional de los egresados.

De igual manera, el estudio confirma que la formación universitaria debe avanzar hacia modelos más flexibles y alineados con el enfoque de aprendizaje basado en competencias. La integración de certificaciones como complemento académico no implica sustituir la formación teórica, sino reforzarla mediante experiencias prácticas contextualizadas y estándares internacionales de evaluación. Esta articulación favorece una transición más efectiva entre la universidad y el mercado laboral, reduciendo la brecha existente entre los contenidos académicos y las habilidades técnicas requeridas por las organizaciones.

En el contexto panameño, donde se ha identificado una limitada disponibilidad de profesionales especializados en gestión de tráfico digital, paid media y posicionamiento SEO, la implementación de certificaciones profesionales dentro del proceso formativo contribuiría al fortalecimiento del talento local. Esto permitiría disminuir la dependencia de agencias extranjeras para la gestión de campañas digitales, promoviendo la competitividad nacional y el desarrollo del ecosistema publicitario digital en el país.

Finalmente, los hallazgos permiten aceptar la hipótesis afirmativa planteada en la investigación, al evidenciar que la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital sí fortalece el perfil de egreso de los estudiantes. La percepción mayoritaria de los encuestados respalda la pertinencia de esta estrategia como mecanismo de actualización curricular, mejora de empleabilidad y alineación con las demandas del mercado laboral digital. En consecuencia, se concluye que

integrar certificaciones profesionales dentro del proceso formativo universitario constituye una alternativa viable, estratégica y necesaria para garantizar una educación superior más pertinente, competitiva y orientada al desempeño profesional en el ámbito de la publicidad digital.

5.2 Recomendaciones

En función de los hallazgos obtenidos en la presente investigación, se recomienda a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá evaluar la incorporación progresiva de certificaciones profesionales en publicidad digital dentro del plan formativo de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales. Esta integración puede realizarse mediante convenios con plataformas reconocidas internacionalmente, tales como Google, Meta u otras entidades acreditadoras, con el objetivo de facilitar el acceso de los estudiantes a certificaciones alineadas con los estándares actuales del mercado laboral. La articulación institucional permitiría ofrecer modalidades accesibles, costos reducidos o incluso programas subvencionados que garanticen igualdad de oportunidades para todos los estudiantes.

Por lo cual se sugiere fortalecer el componente práctico de la carrera mediante la implementación de espacios académicos orientados a la resolución de casos reales, simulaciones profesionales y laboratorios digitales. La práctica constante con herramientas como gestores de campañas publicitarias, plataformas de analítica y sistemas de optimización digital contribuiría a reducir la brecha entre la formación teórica y la realidad laboral. Este enfoque permitiría que los estudiantes no solo adquieran conocimientos conceptuales, sino que desarrollen competencias técnicas aplicadas, incrementando su capacidad de desempeño al momento de incorporarse al mercado profesional.

De igual manera, se recomienda diseñar un modelo flexible de certificación que contemple diferentes niveles de profundidad y duración, incluyendo cursos de corta duración y certificaciones más especializadas, adaptadas al calendario académico. La implementación de estas acreditaciones podría iniciarse en etapas intermedias de la carrera y consolidarse en el último año, permitiendo que el estudiante egresado cuente con respaldo formal de sus competencias digitales. Esta estrategia no solo fortalecería el perfil de egreso, sino que también posicionaría a la carrera como un programa actualizado y competitivo en el ámbito nacional.

También se considera pertinente promover una cultura académica orientada a la actualización continua, donde la obtención de certificaciones sea concebida como parte integral del desarrollo profesional y no únicamente como un requisito externo. La realización de ceremonias de reconocimiento o eventos institucionales que valoren el logro de certificaciones podría generar un impacto motivacional significativo en los estudiantes, reforzando el sentido de logro y pertenencia académica.

A su vez, se recomienda que futuras investigaciones amplíen la muestra de estudio e incorporen la perspectiva de docentes, egresados y empleadores del sector publicitario digital, con el fin de enriquecer el análisis y validar de manera más amplia la pertinencia de incorporar certificaciones profesionales en la formación universitaria. De esta manera, se contribuirá al diseño de estrategias académicas basadas en evidencia que garanticen una educación superior alineada con las

dinámicas cambiantes del entorno digital y las demandas del mercado laboral contemporáneo.

5.3 Relaciones con otras Investigaciones

Los resultados obtenidos en la presente investigación guardan relación con estudios previos que destacan la importancia de la formación basada en competencias y la actualización constante en el ámbito de la educación superior. Diversas investigaciones han señalado que la incorporación de certificaciones profesionales contribuye al fortalecimiento del perfil de egreso, al validar habilidades técnicas específicas y mejorar la empleabilidad de los estudiantes en entornos altamente competitivos y digitalizados.

Es por ello, que estudios realizados en el campo del marketing digital y la publicidad han evidenciado que las empresas valoran cada vez más las certificaciones internacionales como un respaldo formal de conocimientos prácticos en áreas como analítica digital, SEO y gestión de campañas pagadas. En este sentido, los hallazgos de esta investigación coinciden con la literatura existente al señalar que la formación universitaria debe adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado laboral, integrando herramientas que permitan reducir la brecha entre teoría y práctica.

De igual manera, investigaciones sobre empleabilidad en educación superior resaltan que los programas académicos que incorporan acreditaciones complementarias fortalecen la competitividad profesional de sus egresados. En consecuencia, los resultados del presente estudio confirman y respaldan las tendencias identificadas en estudios anteriores, reafirmando la necesidad de innovar en los modelos formativos para garantizar una preparación más integral y alineada con las exigencias del entorno digital contemporáneo.

CAPITULO VI. PROPUESTA

6.1 Introducción

Título: Modelo de Implementación de Certificaciones Profesionales en Publicidad Digital como Estrategia de Actualización Curricular y Mejora de la Empleabilidad.

La acelerada transformación del entorno digital ha redefinido las competencias requeridas para el ejercicio profesional en el campo de la publicidad. La evolución constante de las plataformas tecnológicas, la creciente inversión en medios digitales y la necesidad de resultados medibles han generado un mercado laboral que demanda perfiles cada vez más especializados, con dominio técnico de herramientas orientadas a la gestión de campañas pagadas, posicionamiento en motores de búsqueda y análisis de datos. En este contexto, las instituciones de educación superior enfrentan el desafío de actualizar sus procesos formativos para garantizar la pertinencia y competitividad de sus egresados.

Los resultados obtenidos en la presente investigación evidenciaron que, aunque existe una alta valoración por parte de los estudiantes hacia la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital, persiste una brecha entre la formación académica tradicional y las exigencias técnicas actuales del mercado laboral. Asimismo, se identificó un interés significativo en fortalecer el perfil de egreso mediante acreditaciones reconocidas que validen competencias en áreas estratégicas como Paid Media, SEO Specialist y estrategias creativas digitales. Esta realidad plantea la necesidad de diseñar un modelo estructurado que permita

integrar certificaciones profesionales como complemento de la formación universitaria.

En respuesta a esta situación, se presenta el Modelo de Implementación de Certificaciones Profesionales en Publicidad Digital como Estrategia de Actualización Curricular y Mejora de la Empleabilidad, cuyo propósito es proponer una alternativa académica viable que articule la formación teórica con la validación práctica de competencias digitales. Este modelo no busca sustituir el plan de estudios vigente, sino fortalecerlo mediante la incorporación progresiva de certificaciones reconocidas que contribuyan a reducir la brecha entre la universidad y el mercado laboral.

La propuesta se fundamenta en el enfoque de aprendizaje basado en competencias y en la necesidad de consolidar un perfil de egreso alineado con estándares profesionales contemporáneos. De esta manera, se pretende ofrecer a los estudiantes herramientas que potencien su empleabilidad, incrementen su competitividad en el entorno digital y fortalezcan el posicionamiento académico de la Facultad de Comunicación Social como una institución comprometida con la actualización y la innovación educativa.

6.2 Descripción de la Propuesta

Cuando uno conversa con estudiantes de publicidad digital sobre su futuro profesional, suele escuchar algo que se repite: “sabemos teoría, pero no siempre sabemos cómo enfrentarnos a las plataformas reales”. Esa frase, que parece sencilla, encierra una realidad más profunda. No se trata de que la formación sea insuficiente, sino de que el entorno digital avanza a un ritmo distinto al del currículo formal. Las campañas cambian, los algoritmos se actualizan, surgen nuevas métricas y herramientas, y el mercado laboral exige evidencia concreta de competencias. Allí es donde surge la necesidad de dar un paso más allá del aula tradicional.

La propuesta de implementar certificaciones profesionales dentro de la carrera no pretende reemplazar la formación universitaria, ni convertir la licenciatura en un curso técnico. Lo que busca es articular ambos mundos: el académico y el profesional. Es comprender que hoy el estudiante no solo necesita entender los fundamentos de la comunicación y la estrategia publicitaria, sino también dominar herramientas específicas como gestores de campañas pagadas, sistemas de analítica digital y estructuras de posicionamiento web. Y más aún, necesita demostrar que sabe usarlas.

Este modelo se plantea como un proceso gradual, integrado y estructurado, no como una incorporación improvisada. La idea no es añadir más carga académica,

sino reorganizar espacios formativos donde la certificación funcione como evidencia tangible del aprendizaje adquirido. En lugar de evaluar únicamente mediante exámenes escritos, el estudiante podría culminar determinados módulos con una certificación reconocida por la industria, validando así sus competencias frente al mercado laboral.

Fase 1 – Sensibilización y Diagnóstico

La implementación inicia con un proceso de sensibilización tanto para estudiantes como para docentes. A veces se piensa que una certificación es simplemente “un diploma adicional”, pero en realidad representa un estándar internacional de competencia. En esta fase se realizan charlas informativas, análisis de las plataformas más relevantes y revisión del perfil de egreso actual para identificar áreas estratégicas donde la certificación aporte mayor valor, como Paid Media, SEO o Analítica Digital.

Aquí el objetivo no es obligar, sino comprender. Se evalúan intereses, disponibilidad tecnológica y posibilidades de convenios institucionales. Porque antes de implementar, es necesario escuchar.

Fase 2 – Integración Progresiva

En esta etapa, se seleccionan asignaturas claves del plan de estudios donde la certificación pueda alinearse naturalmente con los contenidos ya existentes. Por ejemplo, en cursos relacionados con planificación de medios digitales se podría incorporar la preparación para una certificación en Google Ads. En asignaturas de métricas y evaluación de campañas, podría integrarse la certificación en analítica digital.

El estudiante no “estudia aparte” la certificación; la construye a medida que avanza en su asignatura. Se combina teoría, práctica y simulaciones reales. Se habilitan espacios tipo laboratorio donde puedan experimentar con entornos similares a los profesionales. Aquí ocurre algo interesante: cuando el estudiante entiende que lo que aprende en clase tiene una aplicación directa y validable externamente, su motivación cambia.

Fase 3 – Certificación y Validación

Al culminar el módulo formativo, el estudiante presenta la certificación correspondiente ante la plataforma oficial. Si aprueba, obtiene una acreditación reconocida por la industria. Si no, recibe retroalimentación para reforzar áreas específicas.

La evaluación no se centra únicamente en aprobar el examen de la plataforma, sino en el proceso de aprendizaje. Se valoran proyectos, simulaciones de campañas,

análisis de métricas y argumentación estratégica. La certificación no reemplaza la evaluación académica; la complementa.

Fase 4 – Reconocimiento y Proyección Profesional

Uno subestima el impacto simbólico del reconocimiento. Cuando un estudiante recibe formalmente una certificación, no solo obtiene un documento, obtiene confianza. Por eso el modelo contempla actos de reconocimiento institucional, publicaciones académicas o registros digitales que permitan visibilizar el logro.

Además, la Facultad podría integrar estas certificaciones al portafolio profesional del estudiante, reforzando su perfil en plataformas de empleabilidad. Es un pequeño cambio que produce un impacto grande en la percepción externa del egresado.

Evaluación del Modelo

La evaluación del modelo no se limita a indicadores numéricos, aunque estos son necesarios. Se medirá la tasa de certificaciones obtenidas, el nivel de satisfacción estudiantil y, en un mediano plazo, el impacto en la inserción laboral. Sin embargo, también se observará algo más difícil de medir: la seguridad con la que el estudiante habla de su trabajo, la claridad con la que explica sus métricas y la autonomía con la que enfrenta herramientas digitales.

Porque a veces el éxito no está solo en el título, sino en la transformación del pensamiento profesional.

Recomendaciones para la Implementación

La implementación debe hacerse con paciencia. No todo grupo avanzará al mismo ritmo. Es importante evitar imponer certificaciones sin acompañamiento. Se deben ofrecer tutorías, guías y espacios de práctica libre. Asimismo, es recomendable gestionar modalidades mixtas: algunas certificaciones gratuitas y otras con apoyo institucional parcial, para garantizar equidad.

También es clave capacitar a los docentes. El modelo no puede depender únicamente del entusiasmo estudiantil; requiere liderazgo académico, actualización constante y apertura a nuevas metodologías.

Al final, cuando un estudiante coloca en su currículum “Certificado en Google Ads” o “Certificación en Analítica Digital” y sabe explicar con propiedad cómo optimizó una campaña, uno comprende que la propuesta tiene sentido. No se trata solo de acumular credenciales, sino de construir profesionales más preparados, más seguros y más competitivos.

Esta propuesta no promete perfección. Ninguna innovación curricular la garantiza. Pero sí propone un paso firme hacia una educación superior más conectada con la

realidad del mercado digital. Y cuando universidad y profesión dejan de caminar en paralelo para caminar juntas, algo cambia... y cambia para bien.

6.3 Justificación de la Propuesta

La presente propuesta surge como respuesta directa a los hallazgos obtenidos en el desarrollo de la investigación, los cuales evidenciaron la necesidad de fortalecer el perfil de egreso de los estudiantes de la Licenciatura en Publicidad con énfasis en Medios Digitales mediante la integración de certificaciones profesionales reconocidas por la industria. El entorno digital contemporáneo exige competencias técnicas específicas, medibles y actualizadas, que van más allá del dominio conceptual de la disciplina. En un mercado laboral cada vez más competitivo, los empleadores valoran no solo la formación académica tradicional, sino también la validación externa de habilidades prácticas mediante acreditaciones que certifiquen el manejo de herramientas y plataformas digitales.

La propuesta se justifica, en primer lugar, por la brecha identificada entre la formación universitaria y las demandas reales del sector publicitario digital. Aunque el plan de estudios proporciona fundamentos teóricos sólidos en comunicación, estrategia y creatividad, el mercado laboral actual requiere evidencia concreta de dominio técnico en áreas como gestión de campañas pagadas, analítica digital, posicionamiento en motores de búsqueda y optimización de contenidos. La incorporación de certificaciones profesionales permitiría reducir esa distancia,

alineando el proceso formativo con estándares internacionales y fortaleciendo la pertinencia académica de la carrera.

En efecto, esta iniciativa responde a la necesidad de mejorar la empleabilidad de los egresados. Los resultados de la investigación demostraron que los estudiantes perciben las certificaciones como un respaldo profesional que incrementa sus oportunidades laborales y les otorga mayor competitividad en procesos de selección. En un contexto donde muchas ofertas de trabajo solicitan acreditaciones específicas o experiencia comprobable en plataformas digitales, la universidad tiene la responsabilidad de facilitar espacios formativos que preparen al estudiante no solo para aprobar asignaturas, sino para insertarse con éxito en el ámbito profesional.

Desde una perspectiva institucional, la implementación de certificaciones profesionales también contribuiría al fortalecimiento del prestigio académico de la Facultad de Comunicación Social. La integración de acreditaciones reconocidas por la industria posicionaría a la carrera como un programa innovador, actualizado y comprometido con la formación por competencias. Esto no solo impacta en la proyección del estudiante, sino también en la competitividad institucional frente a otras ofertas académicas del país y la región.

Finalmente, la propuesta se justifica por su viabilidad y coherencia con el enfoque educativo basado en competencias. No se plantea como una modificación radical

del plan de estudios, sino como una estrategia complementaria que articula teoría y práctica, formación académica y validación profesional. En este sentido, la incorporación progresiva de certificaciones representa una alternativa realista, pertinente y estratégica para responder a los desafíos de la educación superior en el contexto digital actual.

6.4 Objetivos de la Propuesta

6.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Diseñar un Modelo de Implementación de Certificaciones Profesionales en Publicidad Digital que contribuya a la actualización curricular y al fortalecimiento de la empleabilidad de los estudiantes de la Licenciatura en Publicidad con Énfasis en Medios Digitales.

6.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- Integrar certificaciones profesionales reconocidas por la industria (Paid Media, SEO, Analítica Digital y Estrategias Creativas) como complemento formativo dentro del plan académico vigente.
- Articular los contenidos teóricos de asignaturas estratégicas con la preparación para certificaciones profesionales, promoviendo el desarrollo de competencias técnicas aplicadas.

- Establecer un modelo progresivo de implementación que contemple fases de sensibilización, capacitación, certificación y evaluación institucional.
- Fortalecer el perfil de egreso mediante la validación externa de competencias digitales alineadas con las demandas actuales del mercado laboral.
- Promover el incremento de la empleabilidad y competitividad profesional de los estudiantes a través de acreditaciones reconocidas a nivel nacional e internacional.
- Evaluar el impacto del modelo implementado en términos de satisfacción estudiantil, obtención de certificaciones y proyección profesional de los egresados.

6.5 Mecanismos

Los mecanismos que sostienen la implementación del Modelo de Certificaciones Profesionales en Publicidad Digital se estructuran en tres procesos fundamentales que articulan la formación académica con la validación profesional de competencias. En primer lugar, se establece un proceso de integración curricular progresiva, mediante el cual los contenidos de asignaturas clave se vinculan estratégicamente con los estándares de certificaciones reconocidas por la industria. Esta articulación permite que el estudiante no perciba la certificación como un elemento externo o adicional, sino como una extensión natural de su formación universitaria, donde teoría y práctica convergen en un mismo proceso de aprendizaje aplicado.

En segundo lugar, se implementa un sistema de práctica técnica supervisada, orientado al desarrollo de competencias digitales específicas en áreas como gestión de campañas pagadas, analítica digital y posicionamiento SEO. A través de laboratorios digitales, simulaciones de casos reales y proyectos aplicados, el estudiante adquiere dominio en el uso de herramientas profesionales, fortaleciendo su capacidad para interpretar métricas, optimizar resultados y diseñar estrategias digitales efectivas. Este mecanismo garantiza que la certificación no se limite a la aprobación de un examen, sino que represente un aprendizaje significativo y contextualizado en situaciones cercanas a la realidad laboral.

Finalmente, se incorpora un mecanismo de acompañamiento y evaluación continua, donde el docente asume un rol de orientador y facilitador del proceso de certificación. Este acompañamiento incluye sesiones de preparación, análisis de casos, retroalimentación constante y seguimiento de los avances individuales. La evaluación no se enfoca únicamente en la obtención del certificado, sino en la evolución del pensamiento estratégico, la toma de decisiones basada en datos y la capacidad argumentativa del estudiante al defender sus propuestas digitales.

6.6 Cronograma de la propuesta

Fase / Actividad	Responsable	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
		1	2	3	4	5	6

Fase 1: Diagnóstico y planificación institucional	Coordinador académico / Comisión curricular	X	X				
Revisión del perfil de egreso y plan de estudios vigente	Comisión curricular	X	X				
Identificación de certificaciones estratégicas (Paid Media, SEO, Analítica Digital)	Equipo académico	X	X				
Elaboración del informe de diagnóstico	Coordinador del proyecto		X	X			
Fase 2: Diseño del Modelo de Implementación	Equipo académico / Investigador		X	X			
Articulación de certificaciones con asignaturas existentes	Comisión curricular		X	X			

Diseño del esquema de integración progresiva	Equipo pedagógico		X	X			
Fase 3: Gestión de convenios y recursos	Dirección académica / Coordinación administrativa			X	X		
Establecimiento de alianzas con plataformas certificadoras	Dirección académica			X	X		
Organización de laboratorios digitales y recursos tecnológicos	Coordinación tecnológica			X	X		
Fase 4: Implementación piloto del modelo	Docentes responsables / Estudiantes seleccionados				X	X	
Desarrollo de módulos formativos vinculados a certificaciones	Docentes especialistas				X	X	

Acompañamiento y seguimiento del proceso de certificación	Docentes tutores				X	X	
Fase 5: Evaluación y ajustes del modelo	Equipo de evaluación / Coordinador del proyecto					X	X
Análisis de resultados (tasas de certificación, satisfacción estudiantil)	Equipo académico					X	X
Elaboración del informe final y recomendaciones institucionales	Coordinador de investigación						X

Fuente: Elaboración propia.

6.7 Presupuesto de la propuesta

Rubro / Actividad	Detalle / Descripción	Cantidad	Costo Unitario (USD)	Subtotal (USD)

1. Diagnóstico académico inicial	Revisión curricular, análisis del perfil de egreso y levantamiento de necesidades formativas en certificaciones digitales	1	450	450
2. Diseño del modelo de implementación	Elaboración del esquema de integración curricular, estructura metodológica y planificación estratégica	1	600	600
3. Capacitación docente	Talleres de actualización en plataformas de certificación (Google Ads, SEO, Analítica Digital)	2	300	600
4. Adecuación tecnológica y recursos digitales	Gestión de licencias, uso de laboratorios y adecuación de recursos tecnológicos	1	500	500
5. Implementación piloto del modelo	Desarrollo de módulos formativos, tutorías y acompañamiento estudiantil	1	400	400

6. Evaluación y elaboración del informe final	Análisis de resultados, redacción de informe, recomendaciones institucionales	1	350	350
TOTAL GENERAL				2,900 USD

Fuente: Propia

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Álvarez, C. (2023). Aprendizaje por competencias y formación profesional en entornos digitales. Editorial Universitaria Andina.
<https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/1037>
- Andrade, M. (2024). Educación superior y transformación digital en carreras de comunicación. Editorial UPEL.
- Arroyo, J. (2023). Paid media y analítica digital en la formación profesional. Ediciones Comunicación Estratégica.
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/16347>
- Ausubel, D. (2020). Aprendizaje significativo y educación universitaria. Paidós.
- Barría, M. (2024). Educación superior y perfiles de egreso orientados al mercado digital. Ediciones Académicas del Pacífico.
- Benítez, R. (2022). Certificaciones profesionales y competitividad laboral en entornos digitales. Editorial Trillas.
<https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/1242/2306>
- Calderón, J. (2023). Competencias digitales y formación profesional en la educación superior. Editorial Académica Latinoamericana.
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/11206>
- Cárdenas, P. (2024). Estrategias creativas digitales y construcción de valor de marca. Editorial Alfaomega.

- Castillo, D. (2023). Mercado laboral digital y nuevos perfiles profesionales. Ediciones Académicas Latinoamericanas. <https://www.iberioamericadigital.net/BDPI/CompleteSearch.do;jsessionid=9315060A95B3D02752E0DE2E857EE41C?pageSize=1&matter=Mercado+laboral-América+Latina&pageSizeAbrv=20&pageNumber=1>
- Cifuentes, L. (2022). Certificación de competencias y empleabilidad en carreras de comunicación. Editorial Educación y Sociedad.
- Delgado, F. (2022). Creatividad aplicada a la publicidad digital. McGraw-Hill Interamericana.
- Espinoza, J. (2023). Transformación digital y desafíos de la docencia universitaria. Editorial Universitaria del Sur. <https://ve.scielo.org/pdf/erms/v1/2960-2467-erms-1-e-RMS01052023.pdf>
- Fernández, L. (2024). SEO y posicionamiento orgánico en la era de los algoritmos. Editorial Ra-Ma.
- Flores, M. (2024). Formación universitaria orientada a competencias en entornos digitales. Organización de Estados Iberoamericanos.
- García, L. (2022). Empleabilidad y desarrollo de perfiles profesionales en la educación superior. Alfaomega.
- Gutiérrez, R. (2024). Publicidad digital basada en datos y toma de decisiones estratégicas. Editorial Iberoamericana.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. Wiley.

[https://books.google.com.pa/books/about/Marketing_5_0.html?id=ANfzyQEA
CAAJ&redir_esc=y](https://books.google.com.pa/books/about/Marketing_5_0.html?id=ANfzyQEA
CAAJ&redir_esc=y)

López, E. (2022). Marketing digital y nuevas competencias profesionales. Editorial

Trillas. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7188>

Luna, R. (2024). Pertinencia curricular y actualización académica en carreras de comunicación digital. Editorial Universitaria Panameña.

Méndez, A. (2023). Certificaciones profesionales y fortalecimiento del perfil de egreso en publicidad digital. Ediciones Académicas del Sur.

Mora, P. (2023). Competencias digitales avanzadas en la educación superior. Ediciones Académicas del Norte.

Morales, A. (2023). Vinculación universidad-empresa en carreras de marketing y publicidad. Editorial Universitaria Centroamericana.

Núñez, S. (2024). Mercados laborales globalizados y formación universitaria.

Editorial Ciencias Sociales Aplicadas.

https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/188800/Documento_completo.pdf?sequence=1

Pineda, S. (2022). Gestión estratégica de campañas digitales. Editorial Síntesis.

Quintero, D. (2023). Perfil de egreso y pertinencia curricular en carreras de comunicación. Editorial Universitaria Colombiana.

Rentería, J. (2022). Innovación académica y actualización curricular en la educación superior. Editorial Educativa Latinoamericana.

<https://repositorio.umecit.edu.pa/server/api/core/bitstreams/a049c27d-15df-4ed5-b694-f6989a56fc5c/content>

Salazar, C. (2022). Publicidad digital y nuevas exigencias del mercado laboral.

McGraw-Hill Interamericana.

Tobón, S. (2023). Formación basada en competencias y educación superior. Ecoe

Ediciones.

Vega, H. (2024). Innovación curricular y empleabilidad en la educación superior.

Ediciones del Caribe.

Zambrano, P. (2022). Calidad, pertinencia y empleabilidad en la educación superior

latinoamericana.

CLACSO.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000383000>

ANEXOS



**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
DIRECCIÓN DE POSTGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CENTRO REGIONAL
MAESTRÍA EN**

Encuesta: A una muestra de (20) estudiantes de tercer año de la Licenciatura en Publicidad con énfasis en Medios Digitales de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá,

Objetivo:

Evaluar la relevancia de la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital como estrategia complementaria para fortalecer el perfil de egreso de los estudiantes.

Instrucciones:

Marque la opción que mejor represente su respuesta o complete la información solicitada. Su participación es confidencial y solo se usará con fines académicos.

Preguntas:

1. ¿Conoces las certificaciones que se ofrecen para los profesionales en publicidad digital?

SI_____

NO_____

2. Si la respuesta es si, menciona alguna

3.¿Consideras importante que tu formación incluya certificaciones profesionales en áreas específicas como Paid Media, SEO, o Analítica digital?

Muy importante_____

Importante_____

Poco importante_____

Nada importante_____

4. ¿Crees que estas certificaciones te ayudarían a mejorar tus oportunidades laborales al egresar?

Sí, definitivamente_____

Probablemente sí_____

No estoy seguro/a_____

Probablemente no_____

No_____

5 ¿Estarías interesado/a en realizar certificaciones acreditadas durante el último año de la carrera?

Muy interesado/a_____

Interesado/a_____

Indiferente_____

Poco interesado/a_____

Nada interesado/a_____

6. ¿Estarías dispuesto a realizar algún tipo de pago por una certificación profesional en publicidad digital?

Sí, definitivamente_____

Probablemente sí_____

No estoy seguro/a_____

Probablemente no_____

No_____

Expectativas y temas de certificación

7. ¿Cuáles certificaciones te parecen más relevantes para tu desarrollo profesional?

(Puedes seleccionar más de una)

Gestión de Paid Media (Google Ads, Facebook Ads, etc.)_

SEO Specialist____

Analítica digital (Google Analytics, Data Studio)_

Gestión de tráfico digital (ad networks, DSPs)____

Creación de estrategias creativas digitales____

Otras (especificar): _____

8. ¿Cuál consideras que es el principal beneficio de contar con estas certificaciones al terminar la carrera?

Mejor preparación profesional____

Mayor empleabilidad____

Diferenciación en el mercado laboral____

Más seguridad en el trabajo____

Aumento del salario____

Otro (especificar): _____

Comentarios y sugerencias

9. ¿Qué recomendarías para mejorar la formación en publicidad digital en la carrera?

10. ¿Actualmente trabajas o has trabajado en el área de publicidad digital?

Sí _____

No _____

11. En caso afirmativo, ¿qué tipo de trabajo desempeñas o has desempeñado?

Paid Media / Gestión de campañas pagadas

SEO / Posicionamiento web

Analítica de datos

Traficker digital

Otros (especificar): _____

12. ¿Algún comentario adicional sobre la incorporación de certificaciones profesionales?

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente documento,
yo, _____, (Nombre y Apellido),

declaro que he sido debidamente informado(a) sobre la investigación titulada:

“Análisis de la pertinencia de incorporar certificaciones profesionales en Publicidad Digital, para el desarrollo de estrategias creativas digitales, gestión de Paid Media y SEO Specialist, para potenciar el perfil de egreso de los estudiantes de Publicidad Digital de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá”.

Se me ha explicado que el objetivo general de esta investigación es **evaluar la relevancia de la incorporación de certificaciones profesionales en Publicidad Digital como estrategia complementaria para fortalecer el perfil de egreso de los estudiantes, en atención a las nuevas dinámicas del mercado laboral y al auge de las plataformas digitales en el ejercicio profesional de la publicidad.**

He sido informado(a) que mi participación consiste en responder un cuestionario estructurado de doce (12) preguntas, de selección múltiple, aplicado de forma digital a través de la plataforma Google Forms, orientado a conocer mi percepción, experiencia e interés respecto a la incorporación de certificaciones profesionales en áreas como Publicidad Digital, Paid Media, SEO Specialist y estrategias creativas digitales como complemento de la formación universitaria.

Entiendo que mi participación es totalmente voluntaria, que no implica ningún tipo de riesgo físico, psicológico, académico ni personal, y que no recibiré compensación

económica alguna por participar en este estudio. De igual forma, se me ha informado que puedo retirarme del estudio en cualquier momento, sin necesidad de justificar mi decisión y sin que ello tenga consecuencias negativas para mi situación académica.

Se me garantiza que la información suministrada será tratada con estricta confidencialidad, utilizada exclusivamente con fines académicos y de investigación. Los datos serán analizados de manera global y no se divulgará información que permita identificar a los participantes de forma individual en los resultados del estudio.

Declaro que he comprendido claramente la información proporcionada, que he tenido la oportunidad de realizar las preguntas necesarias y que acepto participar de manera libre y consciente en la presente investigación, autorizando el uso de los datos suministrados para los fines anteriormente descritos.

En constancia de lo anterior, expreso mi consentimiento informado para participar en este estudio.

Firma: _____

Panamá, 13 de mayo de 2026

Señores

Dirección de Investigación y Posgrado

Centro Regional Universitario CRUSAM

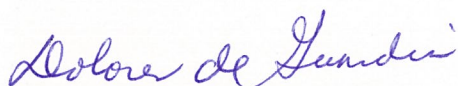
E. S. D.

Respetados Señores:

Reciban un cordial saludo. La suscrita Dolores De León de Guardia, con CIP 8-209-1950, certifico que he realizado la revisión y corrección de estilo del trabajo de grado titulado **"ANÁLISIS DE LA PERTINENCIA DE INCORPORAR CERTIFICACIONES PROFESIONALES EN PUBLICIDAD DIGITAL, PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS CREATIVAS DIGITALES, GESTIÓN DE PAID MEDIA Y SEO SPECIALIST, PARA POTENCIAR EL PERFIL DE EGRESO DE LOS ESTUDIANTES DE PUBLICIDAD DIGITAL EN LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL"**, para obtener la Maestría en Docencia Superior y doy fe de que el trabajo cumple con las exigencias de redacción y ortografía del idioma español.

Agradeciendo el tiempo y la atención prestada, me despido cordialmente.

Atentamente,



Dolores de León De Guardia

8-209-1950

Profesora de Español

Adjunto copia del diploma

UNIVERSIDAD DE PANAMA

LA FACULTAD DE

Ciencias de la Educación

EN VIRTUD DE LA POTESTAD QUE LE CONFIEREN LA LEY Y EL ESTATUTO UNIVERSITARIO,
HACE CONSTAR QUE

Dolores De Leon de Guardia

HA TERMINADO LOS ESTUDIOS Y CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS
QUE LE HACEN ACREEDOR AL TITULO DE

Profesora de Educación Media

con Especialización en Español

Y EN CONSECUENCIA SE LE CONCEDE TAL GRADO CON TODOS LOS DERECHOS,
HONORES Y PRIVILEGIOS RESPECTIVOS, EN TESTIMONIO DE LO CUAL SE LE EXPIDE
ESTE DIPLOMA EN LA CIUDAD DE PANAMA, A LOS **veintidos**

DÍAS DEL MES DE **febrero** DEL AÑO DOS MIL **uno**

Regentado
Secretaría General

Número **82985**

Identificación Personal **B-209-1950**

Alm. C. R. R.
Decano

Ballewino
Rector

