



**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**

**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**

**CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE SAN MIGUELITO**

Trabajo de grado para la obtención del título de Maestría en Docencia Superior

Tesis

La formación profesional del egresado en cuanto a su inserción en el mercado  
laboral en la Licenciatura de Relaciones Públicas

Presentado por:  
Casasola, Sumayzi 8-881-927

Asesora:  
Magister Flor de Acosta

Panamá, 2023

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico con mucho amor a Dios, por ser la principal fuente de inspiración, quien en todo momento me dio la sabiduría, la fortaleza y el entendimiento que necesitaba para poder alcanzar esta nueva etapa de mi vida profesional.

A mi madre Susana Sánchez, quien representa un pilar y la promotora por excelencia de mis emprendimientos; apoyándome y creyendo que la educación es el mejor legado que se puede heredar; es por ello que, me siento muy orgullosa de su apoyo incondicional.

A mi abuela Mey, que desde muy pequeña fue mi guía y ha estado presente en cada momento de mi vida; motivándome y animándome a seguir adelante.

**Sumayzi Casasola**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco al Centro Regional Universitario de San Miguelito, a la Facultad de Educación, a la Facultad de Comunicación Social, a los profesores y a los estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas, lugares donde he obtenido grandes experiencias académicas y me han ofrecido la oportunidad de poder alcanzar una de mis metas trazadas; y que de una u otra forma han contribuido con sus valiosos aportes en el desarrollo de este importante proyecto.

A mi profesora asesora Flor de Acosta por sus valiosos aportes, brindándome la oportunidad de compartir sus conocimientos en todo el desarrollo de este exitoso proyecto.

**Sumayzi Casasola**

## RESUMEN

La formación profesional contribuye a la identidad del ser humano, y una profesión ocupa un espacio en la sociedad, y ese espacio se convierte en un campo de actividades esenciales para el progreso de una comunidad. Una profesión brinda un servicio de acuerdo a normas específicas y establece garantías para que una tarea se realice con equidad y calidad.

La delimitación de esta investigación permite fortalecer bases de investigaciones pasadas y ayuda a esclarecer dudas recientes sobre la formación e inserción laboral del profesional de Relaciones Públicas. Además, establece garantías para seguir formando profesionales de calidad y establecer niveles de cualificación, certificación y acreditación de dicha carrera.

Dicha delimitación nos llevó a plantearnos los objetivos de nuestra investigación:

(1.) Analizar la formación profesional del egresado de la carrera de Relaciones Públicas en cuanto a su inserción en el mercado laboral.

(2.) Identificar el grado de satisfacción del egresado de la carrera en cuanto a su formación profesional.

(3.) Analizar el perfil de formación profesional frente a las competencias laborales en las agencias y departamentos de Relaciones Públicas.

Nuestra investigación se dividió en tres capítulos: El primer capítulo, está conformado primeramente por el planteamiento del problema, el cual nos plantea el análisis de la formación profesional del egresado de la carrera de Relaciones Públicas en cuanto a su inserción en el mercado laboral. Además, analiza los elementos principales del por qué y para qué de esta investigación. Y la importancia de detallar de una forma clara y firme por qué la carrera de Relaciones Públicas necesita una investigación más detallada y pautada. Además, detalla la justificación de esta investigación. Es una justificación teórica y práctica. Teórica

porque se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente del mercado laboral de la carrera de Relaciones Públicas; un instrumento de validación que logre la indagación académica de esta carrera y con los resultados aportar a esta unidad educativa. Y práctico porque permitirá centrar una base en la necesidad de mejorar el conocimiento que tienen los estudiantes y graduados de la carrera de Relaciones Públicas sobre el mercado laboral que ofrece este curso académico.

El segundo capítulo contiene el marco teórico, que aborda temas como: los antecedentes de la formación profesional a nivel de Latinoamérica y a nivel nacional, así como una breve revisión sobre la profesión y la inserción en el mercado laboral panameño en comparación con la de otros países de la región.

En el tercer capítulo, se detalla el diseño de la investigación según los lineamientos. Nuestra investigación es no experimental, puesto que no se alterará el orden natural de las variables, solo se observará el fenómeno para analizarlo con posterioridad, en cuanto a la formación académica del profesional de esta Licenciatura de Relaciones Públicas acorde con las exigencias del mercado laboral actual.

Se estableció que el tipo de estudio de esta investigación es cuantitativo, ya que se obtuvo información mediante datos numéricos que se desplegaron de la recopilación de información mediante encuesta y entrevista.

Y por último en el cuarto capítulo, se detallan los resultados de la investigación y su interpretación. Ahondando en los hallazgos.

Palabras claves: Formación profesional, Relaciones Públicas, inserción laboral, mercado laboral, formación académica.

## **ABSTRACT**

Vocational training contributes to the identity of the human being, a profession occupies a space in society, and that space becomes a field of essential activities for the progress of a community. A profession provides a service according to specific standards and establishes guarantees so that a task is carried out with equity and quality.

The delimitation of this research allows strengthening the bases of past research and helps to clarify recent doubts about the training and job placement of the Public Relations professional, also establishes guarantees to continue training quality professionals and establish levels of qualification, certification and accreditation of said career .

Said delimitation led us to consider the objectives of our research: (1.) Analyze the professional training of the graduate of the Public Relations career in terms of their insertion in the labor market. (2.) Identify the degree of satisfaction of the graduate of the career in terms of their professional training. (3.) Analyze the professional training profile in relation to labor competencies in Public Relations agencies and departments.

Our investigation was divided into three chapters: the first chapter, is made up primarily of the problem statement which presents us with the analysis of the professional training of the graduate of the Public Relations career in terms of their insertion in the labor market, it also analyzes the main elements of why and for what of this investigation and why it is very important to clearly and firmly detail why the public relations career needs a more detailed and guided investigation. It also details the justification of this research, it is a theoretical and practical justification, theoretical because it is carried out with the purpose of contributing to the existing knowledge of the labor market of the Public Relations career, a validation instrument that achieves the academic investigation of this

career and with the results contribute to this educational unit, and practical because it will allow to focus a base on the need to improve the knowledge that students and graduates of the Public Relations career have about the labor market offered by this academic year.

The second chapter contains the theoretical framework, which addresses topics such as: the history of professional training at the Latin American and national level, as well as a brief review of the profession and the insertion in the Panamanian labor market, in comparison with that of other countries in the region.

In the third chapter the research design is detailed, according to the guidelines our research is non-experimental, since the natural order of the variables will not be altered, the phenomenon will only be observed to analyze it later, in terms of the academic training of the professional. of this Bachelor of Public Relations in accordance with the demands of the current labor market.

It was established that the type of study of this research is quantitative, since information was obtained through numerical data that was displayed from the collection of information through a survey and interview.

And finally in the fourth chapter, the results of the investigation and their interpretation are detailed. Delving into the findings

Keywords: Vocational training, Public Relations, job placement, labor market, academic training.

## **CONTENIDO GENERAL**

### **ÍNDICE DE CUADROS**

### **INTRODUCCIÓN**

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN**

### 1.1 Planteamiento del problema

#### 1.1.1 Problema de investigación

### 1.2 Justificación

### 1.3 Hipótesis

### 1.4 Objetivos de la investigación

#### 1.4.1 Objetivo general

#### 1.4.2 Objetivos específicos

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### 2.1. Perspectivas teóricas

### 2.2. Aspectos teóricos generales

#### 2.1.2 Antecedentes nacionales

#### 2.1.3 Antecedentes internacionales

### 2.3. Antecedentes de Relaciones Públicas

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### 3.1 Diseño de investigación y tipo de estudio

### 3.2 Población y muestra

### 3.3 Variables: Definición conceptual y definición operacional

3.4 Tipo de muestra estadística

3.5 Instrumentos y/o herramientas de recolección de datos

4. Encuesta realizada

4.1 Encuesta realizada a los profesionales de Relaciones Públicas

4.2

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

**CONCLUSIONES**

**LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS E INFOGRAFÍAS**

**ANEXOS**

## INTRODUCCIÓN

En la siguiente investigación se mostrarán aspectos importantes que aportarán datos valiosos para la facultad de Comunicación Social; en especial la carrera de Relaciones Públicas que durante muchos años ha forjado profesionales importantes para el avance y desarrollo del país.

Esta investigación está estructurada de la siguiente manera:

Capítulo I:

Planteamiento del problema: aquí detallamos los elementos principales del por qué y para qué de esta investigación. Es muy importante detallar de manera clara y firme por qué la carrera de Relaciones Públicas necesita una investigación más detallada y pautada. Cabe destacar, que el eje principal de esta investigación es analizar la formación profesional del egresado de la carrera de Relaciones Públicas, en cuanto a su inserción en el mercado laboral. En la siguiente investigación se quieren fortalecer las bases de proyectos anteriores y analizar nuevas propuestas planteadas y brindar mediante las entrevistas y encuestas que se realicen a los estudiantes graduados y egresados de la carrera una visión más amplia del perfil del egresado y el currículo académico, así como también fortalecer vínculos con las agencias y departamentos de Relaciones Públicas y Comunicación.

El problema de investigación representa un papel muy importante en este proyecto, ya que delimita el objeto de su estudio y lo precisa y fundamenta. Es

importante que los profesionales de esta rama de la comunicación se mantengan en una constante evolución y fortalezcan sus bases académicas, es por esto, la importancia de este proyecto para todos los involucrados. Este proyecto de investigación pretende crear una concordancia para identificar el grado de satisfacción del egresado de la carrera en cuanto a su formación profesional y analizar el perfil de formación profesional frente a las competencias laborales en las agencias y departamentos de Relaciones Públicas.

En la justificación es una parte vital y de gran importancia, ya que permitió comprender las bases centrales del por qué se realizó esta investigación. La justificación de esta investigación es una justificación teórica y práctica. Teórica porque se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente del mercado laboral de la carrera de Relaciones Públicas. Además, es un instrumento de validación que logra la indagación académica de esta carrera y con los resultados aportan a esta unidad educativa. Y práctico porque permitirá centrar una base en la necesidad de mejorar el conocimiento que tienen los estudiantes y graduados de la carrera de Relaciones Públicas sobre el mercado laboral que ofrece este curso académico.

En la hipótesis y los objetivos de este proyecto de investigación se centran las bases que aspiran a contribuir de manera satisfactoria a todas las partes interesadas, se analizarán las diferentes variables y así podrá exponer información satisfactoria para que se tome en cuenta los resultados para futuras investigaciones. Es importante destacar, que estos fueron los objetivos planteados

para esta investigación. El objetivo general es: Analizar la formación profesional del egresado de la carrera de Relaciones Públicas en cuanto a su inserción en el mercado laboral. Los objetivos específicos: Identificar el grado de satisfacción del egresado de la carrera en cuanto a su formación profesional y el segundo objetivo, analizar el perfil de formación profesional frente a las competencias laborales en las agencias y departamentos de Relaciones Públicas. Con estos objetivos se desea confirmar o crear información nueva y brindar posibles soluciones que ayuden a las partes interesadas como lo son los estudiantes, profesores y las agencias y departamentos de comunicación y relaciones públicas.

## Capítulo II:

Marco teórico: En esta etapa se fundamenta el trabajo de nuestra investigación y se centran las bases analíticas y conceptuales sobre nuestro tema. Se exponen varios conceptos del tema como la inserción de los jóvenes en el mercado laboral de América Latina y el mundo, el desarrollo profesional y la relación de las instituciones de educación superior y las empresas en los últimos 5 años. En el marco teórico se cita varios autores y teorías aplicables para nuestra investigación. Además, se reorganiza las ideas para lograr así un concepto más claro del tema de la investigación.

En el marco teórico también se centran las bases sobre que es el mercado laboral, todas las instituciones de educación superior deberían tener una estrecha relación entre la educación, la demanda y oferta del mercado laboral, estas instituciones

educativas de un país deben facilitar información a los estudiantes de cómo se encuentra la carrera a la que aspiran, porcentajes de empleabilidad, objetivos de esa carrera a largo y mediano plazo y así contribuir a la temprana interacción del estudiante en el mercado.

Con los cambios que está atravesando el mundo, sabemos que se necesitan profesionales capaces de desarrollar todas sus habilidades al máximo y sobre todo que cumplan con las exigencias de mercado laboral actual. Por eso con este trabajo de investigación se busca contribuir al análisis de dicho mercado, utilizando datos confiables para que, a partir de ellos, se puedan obtener resultados que contribuyan con esta profesión.

### Capítulo III

En esta parte de este proyecto de investigación se detallan los procedimientos del marco metodológico el cual se utiliza para explicar la metodología con la que se resolvió las hipótesis y el problema de investigación.

En este fragmento se trata sobre el diseño y tipo de estudio el cual es no experimental, puesto que no se alteró el orden natural de las variables solo se observó el fenómeno para analizarlo con posterioridad. También se explica la población de este proyecto la cual es de 50 profesionales provenientes de las promociones 2017 y 2019.

También se detalla los sujetos o muestras que son los 50 profesionales egresados de las dos promociones y 10 docentes que imparten clases en la carrera de Relaciones Públicas. En el siguiente párrafo se precisa el tipo de muestra el cual

es probalístico porque cada encuestado tuvo un número de identificación a través de una escogencia al azar y se utilizó una fórmula para población finita.

En el siguiente párrafo de este capítulo, se especifica las variables que cumplen una función imprescindible, ya que analizan la distribución de la población y explican la formación profesional y la inserción laboral de los relacionistas públicos. En esta parte también se trata la definición conceptual la cual se llevará a cabo por medio de una encuesta a egresados y estudiantes en proceso de opción de grado y una entrevista a los docentes. En la definición operacional se detalló el periodo en que se realizaron las encuestas que fueron de 3 a 5 días de manera virtual, cada encuesta tomaba de 15 a 25 minutos.

# **CAPÍTULO I**

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

En un mundo forjado por las herramientas tecnológicas en donde la información la tenemos accesible para casi todos, un siglo donde el internet nos permite en cuestión de segundos obtener nuevos conocimientos, es evidente que los profesionales debemos actualizarnos todo el tiempo y estar en una constante capacitación, en el campo de las relaciones públicas, no es la excepción que debemos estar investigando sobre las nuevas tendencias y que es lo que necesitan las empresas en lo que se refiere a esta carrera.

Por esto en pleno siglo XXI, la formación de profesionales que se ajusten a las necesidades de un mercado que evoluciona a paso largo, es un reto para las universidades de Panamá y otros países del mundo. Adicionalmente, ingresar en un mercado laboral como relacionista público, representa un desafío pues en muchos casos, el profesional de esta rama requiere recibir formación complementaria y constante, si desea mantener sus conocimientos actualizados y desarrollar nuevas destrezas que le permitan contribuir con la organización en la que se desempeña.

El eje principal de esta investigación es analizar la formación profesional del egresado de la carrera de Relaciones Públicas en cuanto a su inserción en el mercado laboral. Se realizaron ciertas búsquedas sobre otras investigaciones que se hubieran realizado en los últimos años y se encontró una a nivel regional, (Centroamérica) específicamente en Costa Rica donde se realizó una recientemente, la misma contiene datos interesantes. En dicha investigación se llevaron a cabo entrevistas a las empresas de comunicación y se señala lo siguiente: Vemos entonces que el 100 % de las personas entrevistadas de asesoría en comunicación, buscan en los profesionales de Relaciones Públicas que contratan, en primer lugar, la redacción, y luego la planificación estratégica y el diseño e implementación de estrategias de comunicación; sin embargo, no todas las casas de estudio realizan énfasis en la formación de estos conocimientos

tan esenciales. (Rojas y Castañeda, 2013, p.160)

En otra investigación realizada en México: Flores (2018) señala que:

De las 35 competencias encontradas en el currículo de las carreras de relaciones públicas, solo dos coinciden con las funciones que demandan los representantes de las agencias de relaciones públicas en México. Sobre las recomendaciones que los profesionales hacen para mejorar la enseñanza de las relaciones públicas, prestan más atención a las competencias genéricas que a las competencias específicas, propias de la profesión. Dados estos resultados al consultar esta tesis se pretende tener una visión más amplia y crear bases para el futuro de este proyecto y así comparar los resultados que arroje esta investigación con los de otras a nivel internacional y contribuir a las soluciones que esta pueda aportar.

A nivel de país, en Panamá en el año 2015 se realizó otra investigación en la línea de la carrera la cual llevaba por título, estudio comparativo del plan de estudio del año 2008 (vigente) y del año 2014 (propuesta) de la licenciatura de Relaciones Públicas y las competencias requeridas por el mercado laboral, ciudad de Panamá, con el mismo se pudo crear bases sólidas que contribuyeron a aclarar dudas sobre este proyecto de investigación.

En función de esto y con ansias de seguir aportando al proceso evolutivo de la formación de los profesionales de Relaciones Públicas este proyecto de investigación plantea los siguientes problemas de investigación:

- Identificar el grado de satisfacción del egresado de la carrera en cuanto a su formación profesional.
- Analizar el perfil de formación profesional frente a las competencias laborales en las agencias y departamentos de Relaciones Públicas.

Ya planteados estos problemas de investigación se pretende lograr con este estudio la identificación del grado de satisfacción del egresado, así como también información valiosa que brinde nuevas ideas a los directivos de la carrera, y

conocimientos que permitan analizar el perfil profesional frente a las competencias laborales exigidas por las agencias y departamentos de relaciones públicas.

Por otro lado, es importante aceptar que los egresados de una carrera universitaria son un componente importante en el desarrollo de la educación de un país, a medida que más personas de una región determinada logren obtener un título universitario, más será el avance de esta.

Actualmente, en nuestro país la carrera de Relaciones Públicas solo es dictada por dos universidades del país, una de ellas es la Universidad Americana de Panamá (UAM) la cual no se dicta de manera solitaria, sino que en conjunto con la especialización de mercadeo y la otra en la Universidad de Panamá este si dictándose de manera solitaria con la titulación de relaciones públicas de manera solitaria.

En las universidades se debe realizar un constante movimiento que promueva el estudio de planes evaluativos en los que se pueda medir la eficacia de una carrera y su evolución a lo largo de los años, esta es una necesidad vital para dar mayor atención a un estudiante, como también a un egresado que en muchas ocasiones son profesionales en busca de su primer empleo o de su primera oportunidad laboral y al salir de la carrera se sienten a la deriva y sin un apoyo por parte de la unidad académica. Es por esta razón, que se decide contribuir a las recientes investigaciones sobre la carrera de Relaciones Públicas y aportar a la Universidad de Panamá datos importantes para que se desarrollen avances significativos que en años venideros serán de gran utilidad para los estudiantes y las empresas involucradas.

Pero, con esta investigación no solo se trata de medir la efectividad o de analizar si el estudiante al momento de egresar cuenta con todas las competencias para el mercado laboral, también se trata de que la unidad académica; en este caso que las universidades brinden todo el apoyo y las herramientas a los estudiantes que así lo requieran.

Es por esto, que debemos entender que para lograr el óptimo desarrollo de un

buen profesional a nivel superior se requiere de factores que no solo tienen que ver con su formación académica ni factores sociales y económicos que en muchas veces afectan a los estudiantes durante su recorrido académico y los obligan abandonar su carrera. Estos factores según un estudio de la UNESCO, en la mayoría de los países latinoamericanos es la principal fuente de deserción técnico-profesional, ya que los estudiantes no cuentan con los recursos ni con el respaldo público necesario para seguir su formación.

En este punto es vital que se realice este proyecto de investigación, ya que esto hace énfasis no solo en sus planes de estudios, sino también en el recorrido del profesional que egresa de las carreras y reconocer que hay desafíos significativos para las instituciones. En este proyecto se analizarán las cifras de estudios anteriores con las de esta investigación. Además, se analizará el perfil de formación profesional frente a las competencias laborales en las agencias y departamentos de Relaciones Públicas y los factores determinantes para ocupar el mercado laboral actual.

Al estudiar una carrera en la universidad todo profesional busca desempeñarse en el área de la cual se graduó, pero por diferentes situaciones podemos decir que una gran mayoría de graduados de Latinoamérica y el Caribe no labora y mucho menos en su área de especialidad. Según datos de la OIT (2018) señalan que la tasa de desempleo urbano entre los jóvenes latinoamericanos y caribeños entre 15 y 25 años llegó a 18%, situación que causa que los jóvenes realicen trabajos informales bajo condiciones malas y sin protección ni derechos laborales.

#### 1.1.1 Problema de investigación

En concordancia con lo anterior las preguntas que responden a este tema de investigación son las siguientes:

- Identificar el grado de satisfacción del egresado de la carrera en cuanto a su formación profesional.

- Analizar el perfil de formación profesional frente a las competencias laborales en las agencias y departamentos de Relaciones Públicas.

## 1.2. Justificación

La presente investigación presenta una justificación teórica y práctica, teórica porque se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente del mercado laboral de la carrera de Relaciones Públicas. Contar con un instrumento de validación que logre la indagación académica de esta carrera y con los resultados aportar a esta unidad educativa. Y práctico porque permitirá centrar una base en la necesidad de mejorar el conocimiento que tienen los estudiantes y graduados de la carrera de Relaciones Públicas sobre el mercado laboral que ofrece este curso académico, esto asentirá elaborar estrategias concretas para mejorar dicho conocimiento y así lograr un impacto académico en los profesionales de esta carrera.

Es muy importante que se elaboren estudios para este curso académico puesto que la importancia de la Relaciones Públicas dentro de la gestión empresarial es vital, visto que estas se encargan de las comunicaciones a nivel interno y externo, planifican un conjunto de estrategias que funcionan para el buen desempeño de las relaciones laborales de las empresas y también llevan a cabo otros procedimientos como mantener la buena imagen y reputación de una persona u organización. He aquí la inquietud de explorar y analizar posibles hipótesis para el mejoramiento de esta área de especialidad académica. Es por esto, que la investigación de este tema busca el mejoramiento y desarrollo de esta carrera y sobre todo del estudio que recibe este profesional.

Actualmente, las Relaciones Públicas son una carrera muy amplia que además de tener como principal objetivo la comunicación y el manejo de estrategias que faciliten el correcto uso de la información debe poseer conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.

Según el plan de estudio actual, los estudiantes que cursan la carrera de Relaciones Públicas aplican los conocimientos en puestos de trabajo como agentes de relación con el público, mediadores de conflictos y manejadores de crisis, así como también dentro de las instituciones y agencias privadas como atención al cliente entre otras áreas. En este trabajo de tesis se quiere analizar la formación actual de este egresado e identificar el grado de satisfacción que tiene el egresado en cuanto a su formación durante el periodo de su carrera profesional.

Por último, con este proyecto se quiere analizar el perfil de formación que tienen los egresados de la carrera de Relaciones Públicas frente a las competencias laborales que demandan las agencias y departamentos de Relaciones Públicas. Esta es una dimensión que desea ser abordada en esta investigación, generalmente el estudio de las relaciones entre educación superior y empleo se basa en estadísticas generales de las universidades y las visiones, acciones y expectativas de los empleadores. En la mayoría de los casos, no son analizadas o solamente son consideradas indirectamente. Los recientes cambios en la conceptualización de la educación, del conocimiento técnico de las empresas y de la competitividad, hacen obvio que los datos "objetivos" con que se cuenta necesiten ser suplementados por estudios sobre la racionalidad de los principales actores, incluyendo a los empleadores. Por lo que se sabe con relación a otros contextos, los empleadores no parecen estar impulsados por una única lógica de la tecnología o de la economía, que determina los requerimientos de las calificaciones educacionales que deben ser buscadas (Roizer & Jepson, 1985; Teichler, 1988).

### 1.3 Hipótesis

Aristóteles, citado por Castillo (2010: 61), al referirse a la hipótesis en confrontación con la definición, señalaba que: "las definiciones como tales, deben solamente hacernos comprender lo que de ellas se dice; pero por el contrario, con las hipótesis se busca establecer la existencia de posibles deducciones, es decir, las conclusiones que de ella se derivan y por consiguiente, los razonamientos

fundamentados en las hipótesis presuponen una especie de convención o de acuerdo preliminar que no tiene el valor probatorio como los que se encuentran fundamentados en las definiciones”

En esta investigación se aspira a contribuir de manera satisfactoria a todas las partes interesadas, se analizarán las diferentes variables y así poder exponer información satisfactoria para y que se tome en cuenta los resultados para futuras investigaciones. De acuerdo a las observaciones que se han percibido durante este periodo investigativo se plantea las siguientes hipótesis:

- El cumplimiento de la formación profesional del estudiante fortalece sus competencias personales, académicas y laborales lo que le permite desempeñarse con total satisfacción en el mundo del laboral.
- La relación entre la formación profesional y la inserción profesional serán mejoradas si existe coordinación entre el plan de estudio, y las demandas del mercado laboral actual.

#### 1.4. Objetivos

##### 1.3.1. Objetivo general

- Analizar la formación profesional del egresado de la carrera de Relaciones Públicas en cuanto a su inserción en el mercado laboral.

##### 1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar el grado de satisfacción del egresado de la carrera en cuanto a su formación profesional.
- Analizar el perfil de formación profesional frente a las competencias laborales en las agencias y departamentos de Relaciones Públicas.

## **CAPÍTULO II**

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Perspectivas teóricas**

Para tener una perspectiva más clara sobre el tema a investigar, es fundamental conocer otros estudios que tengan relación con el texto antes de iniciar una investigación.

Con el fin de mejorar la educación de los estudiantes pasados, presentes y futuros, la evaluación examina los datos sobre el público encuestado. Es un proceso completo que comienza con la definición de lo que los estudiantes deben saber, ser capaces de hacer y valorar lo que generalmente se expresa en términos de resultados de aprendizaje y competencias.

Este ensayo es un importante requisito para la Maestría en Docencia Superior de la Universidad de Panamá; ya que se enfoca en el tema del desarrollo profesional de los estudiantes en las relaciones públicas y su integración al mundo laboral.

Para fundamentar nuestro trabajo de investigación, se tomaron en consideración antecedentes, enfoques, afirmaciones y conceptos de diversos autores. Estos ejes principales incluyeron el concepto de relaciones públicas y el mercado laboral para la comunicación social, así como los antecedentes de investigaciones previas sobre inserción laboral y formación profesional.

El eje de antecedentes fue elegido debido a lo crucial que es comprender y analizar los enfoques de varios autores. Y también ayuda en la investigación.

El segundo eje presenta conceptos en relaciones públicas, incluyendo algunas teorías sobre el perfil del egresado, la organización de la academia y los deberes del relacionista público.

El entorno laboral de los profesionales de las relaciones públicas, las empresas y agencias de relaciones públicas es el último tema que se aborda en el mercado laboral.

### **2.2. Aspectos teóricos generales**

La Real Academia Española da como definición de formación: "acción y efecto de formar o formarse". Entendiendo por esto: "dar formar a algo"; "preparar intelectual, moral o profesionalmente a una persona o un grupo de personas". Como pronominal "dicho de una persona: adquirir preparación intelectual, moral o profesional".

La definición de profesional es "perteneciente o relativo a la profesión" y "dicho de una persona: que ejerce una profesión". "

Según el Diccionario de Economía, es "instrucción con miras al ejercicio de una actividad profesional".

Este es el término general para todos los esfuerzos de investigación y educación dirigidos a la inserción, reinserción y actualización laboral con el objetivo de mejorar los conocimientos y habilidades de los trabajadores presentes y futuros a lo largo de sus vidas.

Específica (FPE) o Inicial: Destinada a los alumnos del sistema escolar que desean encaminarse hacia el mercado laboral, e insertarse en él.

Ocupacional (FPO): Especialmente para quienes están desempleados y busca la reinserción en el mercado laboral de la persona.

Continua (FTE): Sus destinatarios son los trabajadores activos, y se busca con esto que adquieran mayores competencias que les permitan actualizarse permanentemente en el puesto de trabajo en el que se desempeña u optar por otro.

Las universidades se enfrentan actualmente al enorme reto de aumentar su capacidad de respuesta a las demandas sociales, a las crecientes demandas que enfrentan los profesionales en formación para que puedan integrarse plenamente a los procesos sociales, productivos y científicos en un contexto de alta complejidad, caracterizado por la desigual situación económica, los vertiginosos cambios tecnológicos y la amplia diversidad sociocultural.

### **Un reto para las universidades hoy día es la formación profesional.**

Para que los profesionales en formación se integren plenamente a los procesos sociales, productivos y científicos en un contexto de alta complejidad, las universidades enfrentan actualmente el formidable desafío de ampliar su capacidad de respuesta a las demandas sociales., una región marcada por una amplia diversidad sociocultural, una situación económica precaria y un rápido avance tecnológico.

Las exigencias que deben cumplir las instituciones de educación superior en la actualidad han suscitado una discusión acerca de las cualidades que debe poseer el proceso de formación profesional para cumplir con los fines que la sociedad le ha encomendado. Esta discusión tiene que ver con una amplia gama de factores. Uno de estos factores tiene que ver con la percepción que tiene el gobierno de cada nación sobre la importancia de la educación superior para el avance no sólo de la sociedad, sino también de los estudiantes que han depositado en ella sus esperanzas de crecimiento personal y profesional; abogando por regulaciones que lo permitan.

Dada la rapidez de los avances científicos, artísticos y tecnológicos, es necesario potenciar la capacidad intelectual de los estudiantes incorporando, además de las materias propias de su campo de estudio, aquellas que enriquezcan el pleno desarrollo de la subjetividad para realizar tales una aspiración significativa. Estos factores sólo pueden lograrse si se concibe el proceso de formación profesional como un todo, con mejoras en los planes y programas de estudio, el contenido interdisciplinario y multidisciplinario de las asignaturas, y la aplicación efectiva de

métodos pedagógicos y didácticos que apoyen una inserción exitosa de los egresados en su práctica profesional.

Desde este punto de vista, uno se da cuenta de la importancia de desarrollar un profesional con un perfil amplio, la capacidad de adaptarse a un mundo tecnológicamente avanzado y en constante cambio, y la capacidad de ser un agente de cambio con una visión e identidad única. Esto exige superar el sesgo de un proceso de formación profesional que sólo aborde determinadas áreas del desarrollo de la personalidad a favor de uno que considere la complejidad de dicho desarrollo, en el que factores cognitivos, afectivos y sociales juegan un papel significativo.

El concepto de formación, que se refiere a dotar al alumno de los conocimientos y habilidades necesarios para su profesión y prepararlo para utilizarlos cuando se desempeñe como tal, en un puesto de trabajo determinado, comprende varias dimensiones, una de las cuales es la instrucción.

Sin embargo, la educación por sí sola no puede garantizar que un estudiante se desempeñe bien en el trabajo una vez que se haya graduado de la universidad. Para que el profesional en formación pueda aplicar los conocimientos y habilidades que ha adquirido en la resolución de los problemas que se le presentan como parte de su actividad laboral, es necesario también actualizar dicha instrucción en relación con el estado actual de desarrollo de la profesión. en cuestión. Esta es una premisa importante, aunque no es la única.

En la educación superior cubana, esta relación se establece a través de la conexión entre el estudio y el trabajo, poniendo al estudiante en contacto con la materia de su profesión desde los primeros años de la carrera y estableciendo la conexión crucial con los métodos de actuación en esa profesión. Esta dimensión suele denominarse dimensión de desarrollo y su esencia es el vínculo entre el estudio y el trabajo (Horruitiner, 2006).

Al mismo tiempo, es imposible hablar de formación integral sin referirse también a las cualidades y virtudes personales del profesional que le permitan desenvolverse con éxito en la sociedad en la que vive. Exactamente como él había esperado (Russell, 1988), es necesario que un aumento en la sabiduría vaya de la mano con un aumento en el conocimiento. El profesional sólo podrá utilizar sus conocimientos en bien de la sociedad y en beneficio de ésta si está dotado de valores que apoyen una actuación justa, honesta, ética y moral. El componente educativo del proceso de formación profesional es lo que tiene que ver con la formación de valores y actitudes. (Reig, 2010) así lo considera.

### 2.1.2 Antecedentes nacionales

Actualmente, en Panamá se encuentran cuatro niveles de educación los cuales se dividen en: Educación Primaria, Educación Básica General, Educación Media y Educación Superior. En cuanto a las autoridades que rigen los estudios superiores a nivel regional se encuentra el Consejo Superior Universitario

(CSUCA), el mismo fue creado con el fin de asegurar la calidad académica de los países centroamericanos.

A nivel nacional se cuenta con la ley 52 del 26 de junio del 2015 la cual crea el Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación para el mejoramiento de la calidad de la educación superior universitaria de Panamá y con la Comisión técnica de Desarrollo Académico (CTDA) basado en el hecho de que la constitución de 1972 estableció en su artículo 99, que la universidad oficial fiscalizaría a las universidades particulares. En ese entonces, solo existían la Universidad de Panamá como la universidad oficial y la USMA (Universidad Santa María la Antigua) como la universidad particular. La misión de todos estos organismos es de salvaguardar la integridad, asegurar y contribuir al desarrollo de la educación superior en Panamá

Recientemente, existe una investigación sobre la formación profesional en Panamá, la investigación corresponde a SENACYT, realizado por: (Bhetrnadett Villanueva G. R., 2019); Secretaria Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación. Donde reconocen que cualquier sistema de educación en una economía conducida por la innovación, tiene como columna vertebral la calidad y alcance de la educación primaria, secundaria y la competencia de sus maestros.

Si uno de los principales objetivos sigue siendo la formación para el empleo la malla curricular deberá sufrir cambios significativos en las universidades.

Muchos informes y encuestas de los últimos años han sugerido que los resultados de la educación universitaria no satisfacen las demandas del mercado laboral, sobre todo, faltan habilidades blandas como la comunicación oral para contrarrestar esto las universidades han utilizado muchos métodos para lograr esto, incluido el escrito; trabajo en equipo; pensamiento crítico; etc.

En las universidades se deben ensayar nuevas didácticas pedagógicas como el aprendizaje activo o basado en el aprendizaje. Por ejemplo, colaboración y comunicación en línea y exploración de modalidades novedosas.

Hasta la fecha el mercado laboral panameño ha sido un partícipe demasiado pasivo, criticando los resultados de la educación superior (falta de las habilidades y capacidades buscadas). Hay algunas universidades que tienen vínculos con la industria, pero son pocas y distantes entre sí. Se han establecido alianzas con universidades con instituciones académicas para trabajar juntos en la creación de un "mejor producto". Los empleadores pueden y deben desempeñar un papel importante en la determinación de las opciones de capacitación disponibles, trabajando en conjunto con las juntas de capacitación de la fuerza laboral, las instituciones educativas de alto acceso y otros proveedores de capacitación para asegurarse de que los programas se actualicen constantemente para reflejar las demandas presentes y futuras del mercado. y transmitir habilidades y experiencia útiles.

### 2.1.3 Antecedentes internacionales

Existen diferentes estudios a nivel internacional sobre la formación profesional, en España recientemente el ministerio educativo asegura que la tasa de ocupación de los titulados ronda el 75%, por otro lado, atendiendo a lo que asegura el Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional todo apunta a que para el 2030 la demanda de profesionales va a incrementar de un 40% a un 65%.

Sin embargo, es importante recalcar que son muchos los factores que pueden influenciar al momento de que un joven pueda terminar o culminar sus estudios a nivel superior, según un informe realizado en América Latina y el Caribe muchas de las causas de la interrupción de estudios en mujeres son los embarazos adolescentes, así como también altos flujos migratorios en donde los jóvenes se ven forzados a no continuar estudiando.

Uno de los principales signos de exclusión del mercado laboral es el desempleo. En él las situaciones pueden resultar de factores tales como la juventud, el desempleo, la rotación laboral y el empleo precario, entre esta población, lo que puede perjudicar gravemente sus perspectivas de empleo y, en última instancia, poner en peligro el avance socioeconómico de las naciones. En cuanto a la edad, la población joven de la región (entre 25 y 29 años) presenta una tasa de desempleo superior tanto a la población adulta como al conjunto de la población joven (entre 15 y 29 años combinados). Esto está en consonancia con la idea de que los adultos tienen más experiencia, lo cual es un requisito previo para conseguir un trabajo (Cepal, 2017)

Además, la tasa de desempleo suele ser 2,5 veces más alta que en el área donde residen las personas en las ciudades, Las mujeres se enfrentan al desempleo en la industria del sexo en todos los grupos de edad, especialmente entre los 15 y los 24 años, mayores que los hombres. El escenario es aún más deprimente cuando estos ejes se cruzan con la situación de discapacidad (ver recuadro 1). Dado que los jóvenes se encuentran entre los grupos más afectados, estas brechas se han acentuado desde la pandemia.

### 2.3. Antecedentes de las Relaciones Públicas

Dado que la teoría y la práctica de las Relaciones Públicas en el ámbito laboral han cambiado con el tiempo, es importante definir y reafirmar este concepto.

Desde que el norteamericano Bernays (1990) pronunció las primeras conferencias sobre este tema a nivel universitario en 1923, la idea de las relaciones públicas ha existido. Según Edward Bernays (1990), las relaciones públicas son un campo de trabajo que implica interactuar con las audiencias que dependen de un grupo, individuo, idea u otra unidad; vio las relaciones públicas como un papel de asesoramiento en la comunicación.

Hay muchas maneras diferentes de definir las Relaciones Públicas. se puede encontrar en toda la revisión de la literatura, según diferentes fuentes. escritores, algunos más rigurosos desde el punto de vista científico y/o profesional, y otros

con menos éxito que causan más polémica.

Diversos autores definen las relaciones públicas con los siguientes conceptos:

A través de la historia las Relaciones Públicas han redireccionado sus diferentes definiciones, pero siempre han mantenido su objetivo claro el cual es mantener satisfecho a los diferentes públicos.

Se conoce como Relaciones Públicas o RR.PP. a la ciencia que se encarga de gestionar la comunicación entre una organización y la sociedad, con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva. Se dice que sus orígenes se remontan a la antigüedad, cuando las sociedades tribales intentaban promover el respeto a la autoridad del jefe. (Pérez Porto, 2008)

La administración de las relaciones con los clientes es el proceso general de crear y mantener relaciones rentables con los clientes al entregar satisfacción y valor superior al cliente. Maneja todos los aspectos de adquirir, mantener y crecer a los clientes” . (Armstrong, 2013).

Las relaciones públicas son una herramienta más de la comunicación empresarial. Su importancia hace que se sitúen como función directiva dentro del entorno empresarial. En las grandes empresas, el director de comunicación es el encargado de acometer y desarrollar esta serie de estrategias para lograr una base de las comunicaciones coherente y de forma integrada. (Peiró, 2017)

Las Relaciones Públicas, según Nancy Tamosaitis de Thompson-Vorticom, han avanzado con la tecnología y han ganado importancia en la gestión. "Las relaciones públicas consisten en definir y comunicar la narrativa de una empresa para brindar claridad en la percepción del mercado al que se quiere llegar", dice. (Tamosaitis,2013)

## **CAPÍTULO III**

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. Diseño y tipo de estudio**

Este estudio es un diseño no experimental, puesto que no se alterará el orden natural de las variables solo se observará el fenómeno para analizarlo con posterioridad, en cuanto a la formación académica del profesional de esta licenciatura de Relaciones Públicas acorde con las exigencias del mercado laboral actual.

El tipo de estudio de esta investigación es cuantitativo, ya que se obtendrá información mediante datos numéricos que se despliegan de la recopilación de información mediante encuesta y entrevista. Es identificar si la formación académica recibida por los egresados de la carrera de Relaciones Públicas es la adecuada o la acorde con las exigencias del mercado laboral actual.

El estudio es de tipo descriptivo, solo se tratará de observar el fenómeno en su contexto real virtual, tomando en cuanto a sus variables, en este caso ocupa la investigación en la formación profesional y si inserción de manera satisfactoria en el mercado laboral que les corresponde.

La investigación se desarrollará en un tiempo longitudinal, se centrará en analizar cuál es el nivel o estado de varias variables en un momento dado o cual es la relación entre este conjunto de variables. Si bien se recolectarán los datos en un solo momento y tiempo único para analizar si la formación académica está acorde con las exigencias del mercado laboral actual.

### **3.2. Población o universo**

Para esta investigación se ha tomado dos tipos de población finitas, la primera está conformada por 50 profesionales de las dos últimas promociones de graduados de la carrera de Relaciones Públicas de la Universidad de Panamá; la

segunda, serán 10 docentes con categorías de tiempo completo y parcial, que dictan clases en la Escuela de Comunicación Corporativa.

### 3.2.1 Sujetos o muestras

Para esta investigación se tomó todo el universo de los 20 egresados de la carrera de Relaciones Públicas de la Universidad de Panamá de la promoción 2017 y 2019, los 10 docentes que imparten clases en la Escuela de Comunicación Corporativa. Cabe resaltar, que en año 2018 no hubo promoción de graduados, por lo que no se contempla ese año.

### 3.2.2 Tipo de muestra estadística

Tipo de muestreo: Muestreo probabilístico. Se utilizó este método, el cual es el más básico, en donde cada encuestado tuvo un número de identificación y a través de una escogencia al azar, se tomaron para la muestra. Se contaba con una cantidad clara de los encuestados. La selección de la muestra fue obtenida mediante el muestreo probabilístico, por lo cual se usó la fórmula para población finita.

### 3.3. Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL
Formación profesional	<p>¿Qué es la formación profesional?</p> <p>De acuerdo con el Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET,2020), La Formación Profesional es el conjunto de acciones que tienen como propósito la</p>	Analizar plan de estudios.

	<p>formación socio-laboral para el trabajo, orientada tanto a la adquisición y mejora de las cualificaciones como a la recualificación de los trabajadores. La Formación Profesional permite compatibilizar la promoción social, profesional y personal con la productividad de la economía nacional, regional y local.</p>	
<p>Inserción laboral</p>	<p>Weller, Jürgen (2007), La inserción laboral es un ámbito de desarrollo interpersonal que facilita los contactos y la incorporación a redes, a la vez que permite participar en acciones colectivas.</p> <p>El trabajo es un eje de integración social, espacio para la participación ciudadana y aspiración individual de la inmensa mayoría de los jóvenes.</p>	<p>Test de factores socio personales para la inserción laboral de los jóvenes: un instrumento para la evaluación y la formación. Teste con 28 ítems.(Miguel Martínez y Gabriel Carmona Orantes, 2010)</p>

### 3.3.1. Definición conceptual

Se llevará a cabo una encuesta y una entrevista los cuales son fuentes rápidas y eficaces para el procedimiento de recolección de datos en una investigación, ya que permite obtener y elaborarlos de modo menos complejo, cabe destacar, que el investigador no es el sujeto concreto que contesta el cuestionario, sino la población a la que pertenece; de ahí, como se ha mencionado, la necesidad de utilizar técnicas de muestreo apropiadas. El interés de aplicar esta encuesta es poder desarrollar y analizar en un concepto más amplio toda la formación del relacionista público, y así poder realizar recomendaciones para el avance de todos los egresados y de la carrera en sí.

### 3.3.2. Definición operacional

Esta encuesta y entrevista se realizarán a los egresados y profesores en un período de 3 a 5 días y serán de modo virtual mediante un link que les tomará llenar en un período de tiempo aproximadamente de 15 a 25 minutos.

La elaboración de esta encuesta consta de dos etapas: la primera es la obtención de los datos estadísticos por los estudiantes y profesores de la carrera de Relaciones Públicas, para ello se confeccionaron las preguntas sobre el tema y la otra sobre datos personales del entrevistado.

## 3.4. Instrumentos y/o técnicas de recolección de datos

**Encuesta:** La encuesta es una herramienta que nos permitirá obtener información sobre nuestra población. La encuesta antes de ser ejecutada se validó por 20 estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas.

Entrevista: La entrevista es una técnica que nos permitirá obtener información relevante sobre el tema de estudio de esta investigación. La entrevista antes de ser ejecutada se validó por 5 docentes.

### 3.5. Procedimiento

Esta investigación se ha desarrollado mediante diferentes fases descritas a continuación:

La primera parte fue la elección del tema y su aprobación; para esto se realizó un protocolo en la materia taller de investigación dos. El protocolo pasó por un proceso en la Vicerrectoría de Investigación y Postgrado, para luego seguir con el primer capítulo de la investigación.

Seguidamente, se procedió con la recolección de información para la realización del capítulo dos, el cual corresponde al del marco teórico; luego la elaboración de los instrumentos para la recolección de información o datos, y se procedió con la validación de los mismos.

Posteriormente, se enviaron los debidos correos para la aprobación de las cartas que autorizaban realizar o aplicar la técnica de recolección de datos en los egresados de la carrera de Relaciones Públicas y también a los profesores de la Escuela de Comunicación Corporativa, todo se realizó de manera virtual por la aplicación google doc.

La aplicación de encuestas a los egresados de la carrera de Relaciones Públicas se realizó en dos días de manera individual enviando los links mediante mensajería (WhatsApp) y por correo electrónico.

La aplicación de las entrevistas a los profesores se realizó en 5 días de manera individual, cada entrevista duró aproximadamente de 10 minutos a 15 minutos y

se realizó mediante links enviados por mensajería (WhatsApp) y correo electrónico.

En la última etapa se organizó toda la información recopilada en las encuestas y entrevistas para proceder al análisis y desarrollo de los datos y realizar las gráficas y responder a los objetivos de la investigación. Para después proceder a las conclusiones y referencias de la investigación y recomendar para otras posibles investigaciones.

### 3.6 Encuesta realizada a los profesionales de Relaciones Públicas.

Sexo \* Femenino

( ) Masculino

Edad \*

( ) De 18 a 30

( ) De 30 a 50

( ) De 50 o más

Nivel de escolaridad \*

( ) Bachiller completo

( ) Técnico

( ) Licenciatura

( ) Postgrado/Maestría

¿Con qué frecuencia cree usted que los puestos laborables de Relaciones Públicas son ocupados por profesionales idóneos de la carrera? \*

( ) Bastante

( ) Regular

( ) Poca

( ) Nada

¿Considera usted que el actual currículo académico de la carrera de Relaciones Públicas cumple con las exigencias del mercado laboral actual? \*

( ) Sí

( ) No

¿Considera usted que el conocimiento impartido a los estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas está consecuente con lo que exige el mercado laboral actual? \*

( ) Sí

( ) No

¿Considera usted que la formación del egresado de la carrera de Relaciones Públicas satisface los desafíos y oportunidades para competir frente a otras profesiones de la comunicación social? \*

( ) Sí

( ) No

¿Considera usted que las agencias u organizaciones de Relaciones Públicas mantienen la adecuada comunicación con los directivos y profesores de la carrera de Relaciones Públicas en la Universidad de Panamá? \*

( ) Sí

( ) No

¿Cree usted que las instituciones públicas y empresas privadas toman en cuenta el papel que desempeña los relacionistas públicos? \*

( ) Sí

( ) No

¿Cree usted que se debe promocionar e informar de manera más consecutiva a nivel de las empresas e instituciones públicas la labor que realiza el profesional de Relaciones Públicas? \*

( ) Sí

( ) No

¿Con qué frecuencia cree usted que está afectando el desarrollo de nuevas tecnologías en la comunicación e información a los profesionales de Relaciones Públicas? \*

( ) Bastante

( ) Regular

( ) Poca

( ) Nada

¿Considera que en nuestro país se respeta la ley 21 del 16 de junio de 2005 la cuál regula la carrera de Relaciones Públicas y solicita idoneidad para ejercer la misma? \*

( ) Sí

( ) No

¿Cree usted que deben realizarse más estudios dentro de la carrera de Relaciones Públicas?

¿Por qué? (Justifique su respuesta)

\*

# **CAPÍTULO IV**

#### 4. Análisis e interpretación de los resultados

En este capítulo se mostrarán los resultados obtenidos para conocer y analizar el perfil profesional del egresado de la carrera de Relaciones Públicas.

Para obtener resultados satisfactorios en esta investigación se utilizó como instrumento de evaluación una encuesta que abarcaba 10 preguntas.

La población fue de 20 egresados de la promoción 2017 de la carrera de Relaciones Públicas.

El instrumento de evaluación fue llamado de la siguiente manera: “Investigación sobre la formación de profesionales de Relaciones Públicas” A continuación, se muestran las preguntas realizadas para esta investigación:

##### Pregunta 1

1. ¿Con qué frecuencia cree usted que los puestos laborables de Relaciones Públicas son ocupados por profesionales idóneos de la carrera?

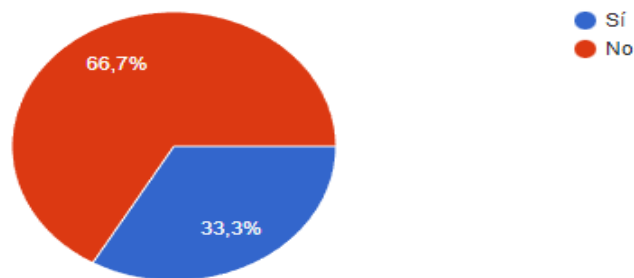


Análisis e interpretación de datos: Obtenido el resultado de la pregunta uno, se observa que con un 66,7% los graduados de Relaciones Públicas creen que los puestos son ocupados por relacionista públicos idóneos.

2. ¿Considera usted que el actual currículum académico de la carrera de Relaciones Públicas cumple con las exigencias del mercado laboral actual?

¿Considera usted que el actual currículum académico de la carrera de Relaciones Públicas cumple con las exigencias del mercado laboral actual?

21 respuestas

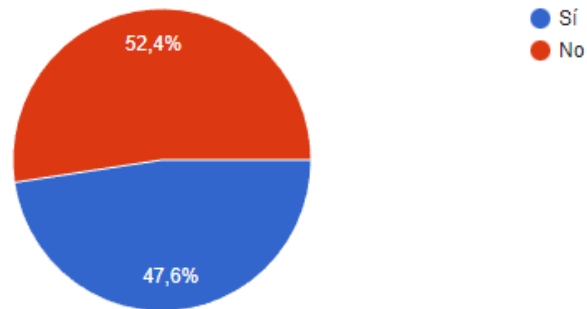


Análisis en interpretación de datos: La mayoría de los encuestados piensa que el actual currículum académico no cumple con las exigencias del mercado laboral actual.

3. ¿Considera usted que la formación del egresado de la carrera de Relaciones Públicas satisface los desafíos y oportunidades para competir frente a otras profesiones de la comunicación social?

¿Considera usted que la formación del egresado de la carrera de Relaciones Públicas satisface los desafíos y oportunidades para competir frente a otras profesiones de la comunicación social?

21 respuestas

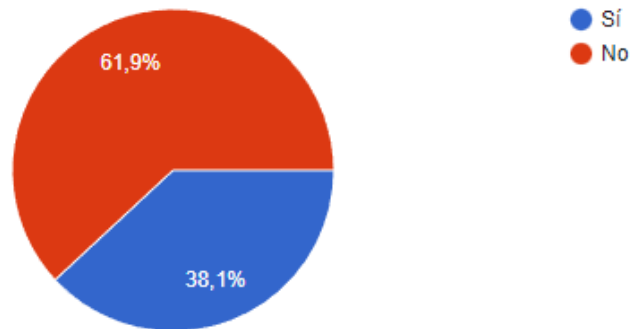


Análisis e interpretación de datos: en esta pregunta se marcó un porcentaje muy parecido con un 52,4% en contra un 47,6% que considera que la carrera de Relaciones Públicas satisface los desafíos y oportunidades frente a otras profesiones de Comunicación Social.

4. ¿Considera usted que el conocimiento impartido a los estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas está consecuente con lo que exige el mercado laboral actual?

¿Considera usted que los conocimientos impartidos a los estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas está consecuente con lo que exige el mercado laboral actual?

21 respuestas

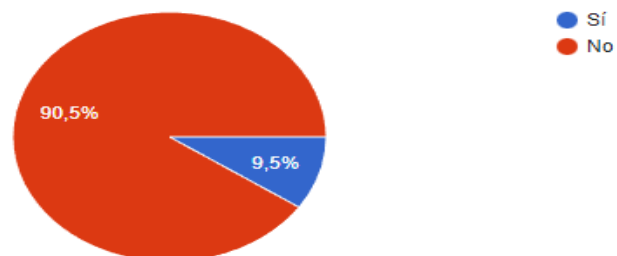


Análisis e interpretación de datos: Con un 61,9% que marca la respuesta no, los encuestados consideran que el conocimiento impartido a los estudiantes no es consecuente con lo que exige el mercado laboral actual.

5. ¿Considera usted que las agencias u organizaciones de Relaciones Públicas mantienen la adecuada comunicación con los directivos y profesores de la carrera de Relaciones Públicas en la Universidad de Panamá?

¿Considera usted que las agencias u organizaciones de Relaciones Públicas mantienen la adecuada comunicación con los directivos y profesores de la carrera de Relaciones Públicas en la Universidad de Panamá?

21 respuestas

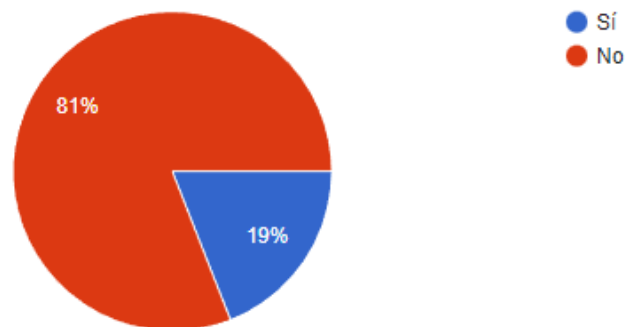


Análisis e interpretación de datos: con un porcentaje alto de 90,5% los encuestados consideran que los directivos y profesores de la carrera de Relaciones Públicas no mantienen una comunicación asertiva con las organizaciones de Relaciones Públicas.

6. ¿Cree usted que las instituciones públicas y empresas privadas toman en cuenta el papel que desempeña los relacionistas públicos?

¿Cree usted que las instituciones públicas y empresas privadas toman en cuenta el papel que desempeña los relacionistas públicos?

21 respuestas



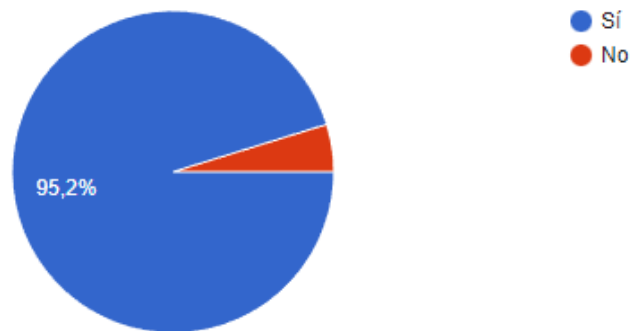
---

Análisis e interpretación de datos: En esta inquietud con un resultado de 81%, los encuestados piensan que las instituciones públicas y privadas no toman en cuenta el papel que desempeña los relacionistas públicos.

7. ¿Cree usted que se debe promocionar e informar de manera más consecutiva a nivel de las empresas e instituciones públicas la labor que realiza el profesional de Relaciones Públicas?

¿Cree usted que se debe promocionar e informar de manera más consecutiva a nivel de las empresas e instituciones públicas la labor que realiza el profesional de Relaciones Públicas?

21 respuestas

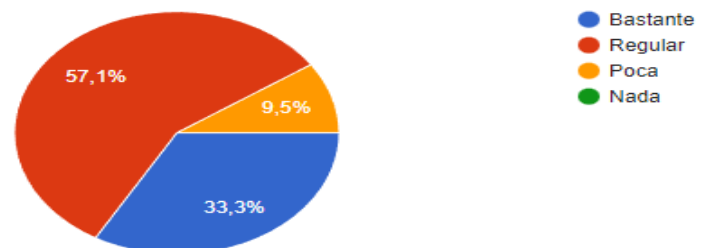


Análisis e interpretación de datos: Con un resultado de 95,2% la pregunta número 7 marca que se debe informar de manera más consecutiva la labor que realiza los relacionistas públicos dentro de las empresas públicas y privadas.

8. ¿Con qué frecuencia cree usted que está afectando el desarrollo de nuevas tecnologías en la comunicación e información a los profesionales de Relaciones Públicas?

¿Con que frecuencia cree usted que está afectando el desarrollo de nuevas tecnologías en la comunicación e información a los profesionales de Relaciones Públicas?

21 respuestas

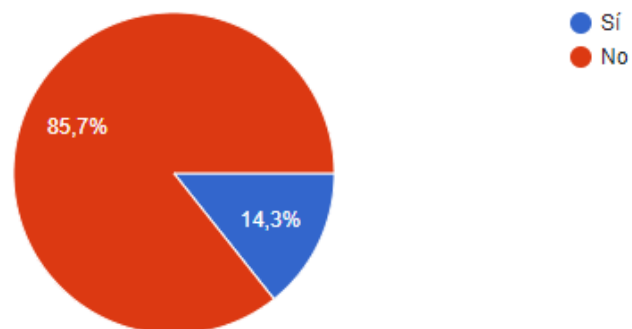


Análisis e interpretación de datos: Con un 57,1% la siguiente pregunta marca un porcentaje alto para mostrar la frecuencia con que las nuevas tecnologías afecta la comunicación e información a los profesionales de Relaciones Públicas.

9. ¿Considera que en nuestro país se respeta la ley 21 del 16 de junio de 2005 la cuál regula la carrera de Relaciones Públicas en nuestro país y solicita idoneidad para ejercer la misma?

¿Considera que en nuestro país se respeta la ley 21 del 16 de junio de 2005 la cuál regula la carrera de Relaciones Públicas en nuestro país y solicita idoneidad para ejercer la misma?

21 respuestas



Análisis e interpretación de datos: Con un 85,7% la mayoría de los encuestados cree que no se respeta la ley que solicita idoneidad para ejercer la carrera de Relaciones Públicas.

10. ¿Cree usted que deben realizarse más estudios dentro de la carrera de Relaciones Públicas? ¿Por qué? (Justifique su respuesta)

No

Sí, para ir actualizando de acuerdo a las nuevas tendencias del mundo.

Poner en práctica lo del campo laboral

la realización de más estudios dentro de la carrera de Relaciones Públicas puede ser muy beneficiosa para los profesionales que deseen mantenerse actualizados y competitivos en el mercado laboral en constante evolución.

Si claro, los mercados son cambiante y siempre se debe ir a la vanguardia.

Si, beneficia a las futuras generaciones.

Para preparar más a los estudiantes ya que en un aula no se muestra ni la mitad de lo que verán de forma práctica

La enseñanza en la universidad a los profesionales de Relaciones públicas se a quedado en el pasado, la tecnología sin duda alguna es uno de los mayores influyentes en el desarrollo de la carrera, sin embargo hoy en día se encuentra personas que han desarrollado empíricamente estregias de comunicación y desplazan a los profecionales, sin contar la crisis de desempleo qué existe actualmente.

Se necesita más campo laboral

Porque asi se van actualizando, ya que todo se va modernizando.

La Carrera de Relaciones Públicas se debe actualizar cada año por lo menos. Las asignaturas debes cumplir con era digital.

Si que vayan más ligado a la realidad del mercado laboral y la necesidad, ya que en todos los sectores no es la misma situación

Si,

La enseñanza en la universidad a los profesionales de Relaciones públicas se a quedado en el pasado, la tecnología sin duda alguna es uno de los mayores influyentes en el desarrollo de la carrera, sin embargo hoy en día se encuentra personas que han desarrollado empíricamente estregias de comunicación y desplazan a los profecionales, sin contar la crisis de desempleo qué existe actualmente.

Se necesita más campo laboral

Porque asi se van actualizando, ya que todo se va modernizando.

La Carrera de Relaciones Públicas se debe actualizar cada año por lo menos. Las asignaturas debes cumplir con era digital.

Si que vayan más ligado a la realidad del mercado laboral y la necesidad, ya que en todos los sectores no es la misma situación

Si,

Análisis e interpretación de datos: En la siguiente pregunta los encuestados justifican su respuesta considerando que se debe hacer más estudios dentro de la carrera de Relaciones Públicas porque el mundo se actualiza con mayor frecuencia y las asignaturas deben cumplir con la era digital y porque dentro de las aulas de clases muchas veces no se hablan de los temas actuales que son beneficiosos para la carrera.

## **Conclusiones**

El propósito de esta tesis fue apoyar el desarrollo de las Relaciones Públicas y contribuir a las investigaciones del desarrollo profesional del relacionista público panameño y de la docencia superior.

Después de revisar los resultados de esta investigación donde el objetivo general fue analizar la formación profesional del egresado de la carrera de Relaciones Públicas, en cuanto a su inserción en el mercado laboral, se puede apoyar que las competencias de diseño curricular del profesional de Relaciones Públicas de la Universidad de Panamá no son pertinentes con las exigencias del mercado laboral.

En cuanto a los objetivos específicos se sustentó que los egresados de Relaciones Públicas no se encuentran satisfechos en cuanto a su formación profesional; y al analizar la formación del egresado de Relaciones Públicas se confirmó que no se encuentran acordes frente a las competencias laborales que exigen hoy día las agencias y departamentos de Relaciones Públicas.

En cuanto a la relación entre la escuela de comunicación corporativa y las agencias y departamentos de Relaciones públicas se apoyó que no existe comunicación directa y no toman en cuenta ninguna estrategia para comunicarse y llevar una relación directa para el avance académico y profesional de los estudiantes.

Un gran porcentaje de los docentes de la carrera de Relaciones Públicas considera adecuado el curriculum académico vigente del plan de estudio 2016.

De igual manera se observó que la utilización de las herramientas digitales abre posibilidades amplias para los egresados de Relaciones Públicas y forjan relaciones sólidas acordes con las nuevas exigencias de los empleadores.

Finalmente, las Relaciones Públicas no pueden verse como el área de eventos, el área que cubre noticias o cambios de la empresa, el área que solo tiene como objetivo mejorar o impulsar la reputación de la empresa, el área que tiene como objetivo influir en el público o el área que proporciona a los candidatos políticos consejos de campaña. Logran todo lo anterior y más porque son acciones estratégicas de comunicación que se han planificado en el tiempo con el objetivo principal de mejorar las relaciones públicas involucrando, educando y persuadiendo al público para que muestre lealtad y apoyo a ambas las acciones actuales y futuras.

## **Recomendaciones**

En este trabajo de investigación se pueden sugerir las siguientes recomendaciones

1. Fortalecer los lazos comunicacionales entre las agencias de comunicaciones y los departamentos de Relaciones Públicas con el fin de crear metodologías percederas que beneficien el desarrollo de los estudiantes.
2. Que dentro del currículo académico de la carrera de Relaciones Públicas se añadan más materias que impliquen prácticas profesionales dentro del campo laboral.
3. Que se revise el currículo académico y se añadan materias que impliquen el manejo de herramientas tecnológicas y el dominio del idioma inglés.
4. Crear una base de datos en donde se ofrezcan empleos a los estudiantes egresados de la carrera.
5. Ofrecer de manera más incesante la educación continua como seminarios, foros y diplomados a los estudiantes egresados de la carrera de Relaciones Públicas.

## Referencias

(The Conference Board. (2020).

Armstrong, k. (2013).

Bhetrnadett Villanueva, G. R. (06 de 2019).

Bhetrnadett Villanueva, G. R. (06 de 2019).

Cepal. (2017).

Peiró, R. (05 de julio de 2017). Relaciones públicas.

Pérez Porto, J. M. (11 de diciembre de 2008). RELACIONES PÚBLICAS.

Tamosaitis, N. (19 de 12 de 2013). ¿Qué son las Relaciones Públicas?

## Anexos

### 4.1 Encuesta realizada a los profesionales de Relaciones Públicas

Buen día, necesito completar este cuestionario el cuál suministrará resultados positivos para concluir una investigación. Muchas gracias de antemano por su valiosa y desinteresada ayuda.

Correo \*

Sexo \* Femenino

Masculino

Edad \*

De 18 a 30

De 30 a 50

De 50 o más

Nivel de escolaridad \*

Bachiller completo

Técnico

Licenciatura

Postgrado/Maestría

¿Con qué frecuencia cree usted que los puestos laborables de Relaciones Públicas son ocupados por profesionales idóneos de la carrera? \*

Bastante

Regular

Poca

Nada

¿Considera usted que el actual currículo académico de la carrera de Relaciones Públicas cumple con las exigencias del mercado laboral actual? \*

- ( ) Sí
- ( ) No

¿Considera usted que los conocimientos impartidos a los estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas están consecuentes con lo que exige el mercado laboral actual? \*

- ( ) Sí
- ( ) No

¿Considera usted que la formación del egresado de la carrera de Relaciones Públicas satisface los desafíos y oportunidades para competir frente a otras profesiones de la comunicación social? \*

- ( ) Sí
- ( ) No

¿Considera usted que las agencias u organizaciones de Relaciones Públicas mantienen la adecuada comunicación con los directivos y profesores de la carrera de Relaciones Públicas en la Universidad de Panamá? \*

- ( ) Sí
- ( ) No

¿Cree usted que las instituciones públicas y empresas privadas toman en cuenta el papel que desempeña los relacionistas públicos? \*

- ( ) Sí
- ( ) No

¿Cree usted que se debe promocionar e informar de manera más consecutiva a nivel de las empresas e instituciones públicas la labor que realiza el profesional de Relaciones Públicas? \*

- ( ) Sí
- ( ) No

¿Con qué frecuencia cree usted que está afectando el desarrollo de nuevas tecnologías en la comunicación e información a los profesionales de Relaciones Públicas? \*

- ( ) Bastante
- ( ) Regular
- ( ) Poca
- ( ) Nada

¿Considera que en nuestro país se respeta la ley 21 del 16 de junio de 2005 la cuál regula la carrera de Relaciones Públicas en nuestro país y solicita idoneidad para ejercer la misma? \*

- ( ) Sí
- ( ) No

¿Cree usted que deben realizarse más estudios dentro de la carrera de Relaciones Públicas?

¿Por qué? (Justifique su respuesta)

\*

4.2 Plan de estudio de la carrera de Relaciones Públicas (plan 2016).

**PLAN 0008**

Creación: 13/1/2016

ESCUELA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

PLAN DE ESTUDIO 2016

**DIURNO- LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS**

ABRE	N°	PRIMER AÑO / I SEMESTRE	Cód. Asignatura	TEO	PRÁ	T/H	CRED	PRE-REQUISITOS	Cód. Asignatura	ABRE	No.	CLASIFICACIÓN
RP	100a	Relaciones Públicas I.	26927	2	2	4	3					Fundamental
RP	110	Relaciones Públicas, y Responsabilidad Social	26928	2	2	4	3					Fundamental
RP	120	Fotografía para Relaciones Públicas	26929	2	2	4	3					Fundamental
RP	130	Historia de las RP	26930	1	2	3	2					Fundamental
CS	100	Introducción a la Comunicación	20359	2	2	4	3					Fundamental
NCES	0001	Lenguaje y Comunicación en español	22472	1	2	3	2					Núcleo Común
NCIN	0004	Lenguaje y Comunicación en inglés	22475	1	2	3	2					Núcleo Común
		<b>Sub-Totales/Semanales</b>		<b>11</b>	<b>14</b>	<b>25</b>	<b>18</b>					
ASIG	N°	PRIMER AÑO / II SEMESTRE										
RP	100b	Relaciones Públicas II	26931	2	2	4	3	Relaciones Públicas I.	26927	RP	100a	Fundamental
RP	140	Relaciones Públicas y atención al cliente	26932	1	2	3	2					Fundamental
RP	150	Expresión oral e imagen personal	26933	1	2	3	2					Fundamental
CS	110	Lenguaje de la Comunicación	20588	2	2	4	3					Fundamental
NCMI	0013	Metodología de la Investigación	22484	1	2	3	2					Núcleo Común
ING	100	Inglés Conversacional	20849	2	2	4	3					General
NCCO	0021	Comunicación integral	22492	1	2	3	2					Núcleo Común
		<b>Sub-Totales/Semanales</b>		<b>10</b>	<b>14</b>	<b>24</b>	<b>17</b>					
ASIG	N°	VERANO (1)										
EST	100	Estadística Aplicada	26934	2	2	4	3					
NCHI	0002	Historia de Panamá en el Mundo Global	22473	2	-	2	2					Núcleo Común
ECO	100	Principio de Economía	26935	1	2	3	2					General
		<b>Sub-Totales/Semanales</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>7</b>					
ASIG	N°	SEGUNDO AÑO / I SEMESTRE										
RP	200a	Géneros informativos aplicados a las Rel. Públicas I	27171	2	2	4	3					Fundamental
RP	210	Comunicación organizacional	27172	2	2	4	3	Relaciones Públicas II	26931	RP	100b	Fundamental
RP	220	Rel. Públicas y técnicas de solución de conflicto	27173	2	2	4	3					Fundamental
RP	230a	Comunicación gráfica para R. Públicas I.	27174	2	2	4	3					Fundamental
RP	240	Investigación para Relaciones Públicas	27175	2	2	4	3					Fundamental
RP	250	Comunicación y Propaganda Política	27176	3	-	3	3					Fundamental
ADM	200	Gestión del Recurso Humano y Laboral	27177	1	2	3	2					General
		<b>Sub-Totales/Semanales</b>		<b>14</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>20</b>					

ABRE	N°	SEGUNDO AÑO / II SEMESTRE	Código de Asignatura	TEO	PRÁ	T/H	CRED	PRE-REQUISITOS	Código de Asignatura	ABRE	No.	CLASIFICACIÓN
RP	200b	Géneros informativos aplicados a las Rel. Púb. II	27178	2	2	4	3	Géneros informativos aplicados a las Rel. Públicas I	27171	RP	200a	Fundamental
RP	230b	Comunicación gráfica para Rel. Públicas II.	27179	2	2	4	3	Comunicación Gráfica para R. Públicas I.	27174	RP	230b	Fundamental
ING	200	Inglés I Avanzado	27180	2	2	4	3	Inglés Conversacional	20849	ING	100	
RP	260	Las Rel. Púb. en situación de Crisis Institucional	27181	2	2	4	3					Fundamental
RP	270	Identidad Reputación e Imagen Corporativa	27182	3	-	3	3					Fundamental
RP	280	Publicidad Corporativa	27183	2	2	4	3					Fundamental
		Electiva RP 1ª. (Elegir una obligatoria) ver listado		2	2	4	3					Fundamental
		<b>Sub-Totales/Semanales</b>		<b>15</b>	<b>12</b>	<b>27</b>	<b>21</b>					
<b>ASIG.</b>	<b>N°.</b>	<b>VERANO (2)</b>										
NCSM	0006	Sociedad, medio ambiente y desarrollo	22477	2	-	2	2					Núcleo común
NCGE	0003	Geografía de Panamá	22474	2	-	2	2					Núcleo Común
PSIC	200	Sicología Organizacional	27184	1	2	3	2					General
CS	230	Teoría de la comunicación	20822	3	-	3	3					Fundamental
		<b>Sub-Totales/Semanales</b>		<b>8</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>9</b>					
<b>ASIG.</b>	<b>N°.</b>	<b>TERCER AÑO / I SEMESTRE</b>										
RP	300	Técnica de Comunicación para Relaciones Públicas	27185	2	2	4	3					Fundamental
RP	310a	Planificación de Relaciones Públicas RP I	27186	2	2	4	3	Investigación para Relaciones Públicas	27175	RP	240I	Fundamental
RP	320	Relaciones Públicas y Alta Gerencia	27187	2	2	4	3					Fundamental
RP	330a	Relaciones públicas integradas I	27188	2	2	4	3					Fundamental
RP	340	Análisis de Medio para R.P.	27189	1	2	3	2					Fundamental
CS	330a	Opinión Pública I.	27190	3	-	3	3					Fundamental
RTV	325a	Producción de R TV aplicada a la R Pública I	27191	2	2	4	3					Fundamental
		<b>Sub-Totales/Semanales</b>		<b>14</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>20</b>					
<b>ASIG</b>	<b>No.</b>	<b>TERCER AÑO / II SEMESTRE</b>										
RP	310b	Planificación de Relaciones Públicas RP II	27192	2	2	4	3	Planificación de Relaciones Públicas RP I		RP	310 a	Fundamental
RP	330b	Relaciones Públicas Integradas II	27193	2	2	4	3	Relaciones Públicas Integ. I		RP	330a	Fundamental
RP	350	Asesoría y Servicio de Comunicación	27194	2	2	4	3					Fundamental
RP	360	Protocolo Corporativo	27195	2	2	4	3					Fundamental
RTV	325b	Producción de R TV aplicada a la R.P. II	27198	2	2	4	3	Producción de R TV aplicada a la R.P. I		RTV	325a	Fundamental
CS	330b	Opinión Pública II	27197	3	-	3	3	Opinión Pública I		CS	330a	Fundamental
HIST	165a	Historia de Panamá y Estados Unidos I	27405	3	-	3	3					Fundamental
RP	460	Trabajo de Grado (1)	27199	3	-	3	3					
		<b>Sub-Totales/Semanales</b>		<b>19</b>	<b>10</b>	<b>29</b>	<b>24</b>					

**PLAN 0008**

ASIG	Nº	CUARTO AÑO / I SEMESTRE	TEO	PRÁ.	T/H	CRED.	PRE-REQUISITOS	Código de Asignatura	ABRE	No.	CLASIFICACIÓN
RP	400	Campaña de Relaciones Públicas	27200	2	2	4	3				Fundamental
EPC	410	Organización de Eventos	27201	2	2	4	3				Fundamental
RP	370	Práctica Empresarial	27196		6	6	3	Todas las asignaturas			
HIST	165b	Historia de Panamá y Estados Unidos II	27407	3	-	3	3	Historia de Pmá y Estados Unidos I	27405	HIST	165a
		Electiva RP 2ª. (Elegir una obligatoria) ver listado		2	2	4	3				Fundamental
RP	460	Trabajo de Grado (2)	20840	3	-	3	3				Fundamental
		<b>Sub-Totales/Semanales</b>		<b>12</b>	<b>12</b>	<b>25</b>	<b>18</b>				
		<b>TOTAL</b>		<b>108</b>	<b>92</b>	<b>200</b>	<b>154</b>				
ASIG.	No.	<b>ASIGNATURAS ELECTIVAS</b>									
RP	420	Presupuesto para Relaciones Públicas	27202	2	2	4	3				Fundamental
RP	430	Coaching para RP	27203	2	2	4	3				Fundamental
RP	450	Relaciones Públicas y Sociedad (Familia empresa y Comunidad)	27204	2	2	4	3				Fundamental
RP	470	Proyección de imagen, personal y mediática	27205	2	2	4	3				Fundamental
PUB	410	Campaña Publicitaria	27206	-	4	4	3				Fundamental

(F) Fundamental (G) General (NC) Núcleo Común

- Los estudiantes que ingresaron a la Universidad de Panamá a partir del año 2007 deben cumplir con el Examen de Suficiencia en el Idioma Inglés.
- Los estudiantes que ingresaron a la Universidad de Panamá a partir del año 2010 deben cumplir con el Servicio Social.
- Los estudiantes que al momento de aprobarse un nuevo plan no hayan cumplido con más del 50% del plan vigente pasarán al nuevo plan.

Artículo 301 del Estatuto Universitario

(1) Sólo los que matriculan Tesis

(2) Todas las opciones

Trabajo de Grado (opciones)

- Tesis
- Práctica Profesional
- 2 asignaturas de Maestrías
- Seminarios (2)
- Examen de Grado