

# Situación del Comunicador Social

## En el mercado laboral

Proyecto intercontinental

Sud América  
España

Noviembre 2010

## Introducción

A partir de la inquietud sobre la situación del Comunicador Social en el Mercado Laboral, surge la iniciativa de realizar una evaluación del ejercicio profesional y el nivel de satisfacción de los profesionales en las diferentes áreas de la Comunicación.

Se han recogido 733 opiniones de profesionales con un promedio de dos años de experiencia en el mercado laboral en un periodo de 7 meses ( de abril a octubre 2010).

Estos resultados corresponde a una primera fase ya que el objetivo final es poder incorporar a los Estados Unidos de Norteamérica y desarrollar programas de capacitación para nuestros profesionales.

País	Cantida de encuestas
Bolivia	220
Argentina	192
Chile	106
Uruguay	69
Perú	69
México	35
España	22
Colombia	5
Ecuador	5
Panamá	4
Venezuela	3
Estados Unidos	2
Puerto Rico	1
Total	733

## Cómo lo hemos logrado?

Cada responsable de país, ha enviado a su base de egresados el formulario para que este lo pase a sus contacto y así se ha generado una cadena de información que ha logrado los resultados esperados.

## Grupo de investigadores

El grupo de investigadores se ha formado de acuerdo a manifestaciones voluntarias de interés una vez lanzado el proyecto.

Respaldo institucional: Felafacs

Autora del proyecto: **Elena Hurtado:** Universidad Privada de Santa Cruz UPSA,  
Santa Cruz Bolivia.

<b>Federico Varona,</b>	San José State University, San Jose, California, USA (Coordinador).
<b>Mariela Pérez Ch.,</b>	Profesora Titular, ITESM, Campus Monterrey, México
<b>Felix Ortega,</b>	Universidad de Salamanca - España
<b>Paola Papa,</b>	Universidad Católica de Uruguay
<b>Lucrecia Reta,</b>	Universidad Nacional del Comahue, Río Negro, Argentina.
<b>Victoria Uranga,</b>	Universidad Diego Portales, Chile
<b>Vanessa Muriel,</b>	Universidad Autónoma de Querétaro - México
<b>Ingrid Steimbach:</b>	Universidad Privada UPSA, Santa Cruz Bolivia.

Apoyo técnico;

Ehbpmulticom, Investigación, Marketing y Comunicación. Santa Cruz Bolivia  
**Yina Melgar;** Vaciado y tabulación - Ehbpmulticom, Santa Cruz Bolivia.

## Del objeto de estudio

En el entendido que la “Ciencia de la Comunicación Social” es el estudio de los procesos dinámicos y continuos de transmisión de información entre los seres humanos y que estos procesos se realizan desde áreas, disciplinas o especialidades. El estudio deberá ser aplicado a:

- **Relacionadores Públicos**
- **Periodistas**
- **Publicistas** (*Gráficos; audiovisuales*)
- **Comunicadores Corporativos** (*En algunos países usan esta denominación para los Relacionadores Públicos*) (*en otras son los Gerentes de Comunicación Estratégica*)
- **Comunicadores para el desarrollo** (*Son los que desarrollan programas y los ejecutan y utilizan al periodismo, la publicidad hacen RRPP, (PR).*)
- **Audiovisuales** (*Radio, Televisión, cine*)

Titulados (*Es decir que ya hubieran defendido la tesis de grado*); de las diferentes facultades de Comunicación Social, Periodismo, Relaciones Públicas, Publicidad, de los países que participarán en la investigación.

## Objetivo General

Conocer la situación laboral de los comunicadores egresados de licenciatura, con el fin de obtener datos que permitan rediseñar la orientación de su formación académica en pro de mejorar la calidad de vida profesional y el desarrollo de la comunicación. (*Aportación de Mariela Pérez*)

## Objetivos específicos

- Identificar y determinar el nivel de satisfacción laboral del Comunicador Social en sus diferentes campos de acción.
- Identificar y determinar las expectativas en relación a su carrera y el ejercicio laboral.
- Establecer la relación entre su ejercicio profesional y el estado de:  
a) Calidad de vida. b) Economía.
- Identificar los aspectos positivos que el profesional encuentra en el ejercicio de la Comunicación Social.
- Identificar los aspectos negativos que el profesional encuentra en el ejercicio de la Comunicación Social.
- Determinar el nivel de ingresos que le representa el ejercicio de la Comunicación Social.

## Ficha Técnica

Población Objeto	Unidad de respuesta	Técnica de muestreo	Método de recolección	Países	Muestra
Titulados de las diferentes áreas de la Comunicación Social	Titulados de las diferentes áreas de la comunicación social, que se encuentren trabajando o no en el área.	No aleatoria o de juicio	Cuestionario semiestructurado, electrónico	Argentina	192
				Bolivia	220
				Chile	106
				Uruguay	69
				Perú	69
				México	35
				España	22
				Colombia	5
				Ecuador	5
				Panamá	4
				Venezuela	3
				Estados Unidos	2
				Puerto Rico	1
					733

El estudio ha sido realizado durante los meses de abril a octubre del 2010, distribuyendo el mismo a través de los egresados de las universidades involucradas y los contactos de estos mismos.

La información ha sido levantada a través de un cuestionario semiestructurado y la información ha sido procesada a través del paquete estadístico SPSS.

Todos los entrevistados son profesionales titulados.

Para los informes generales se ha tomado la muestra completa de las 733 respuestas.

Para los informes por país, se ha tomado en cuenta a aquellos que superaban las 20 respuestas.

# Resultados

## Nivel de satisfacción laboral



**El comunicador social siente pasión por su carrera pero está insatisfecho con sus ingresos.**

El Comunicador Social siente pasión y está satisfecho con su carrera (74%) aunque no con los ingresos ( 34% *insatisfacción*, 26% *de indiferencia*) debido a que considera que estos no tienen relación con los niveles de responsabilidad, importancia e impacto, tanto en el desarrollo de las sociedades como de las empresas.

Otra de las razones por la que los comunicadores no se sienten satisfecho con sus ingresos es debido a que no existe una regulación respecto a los honorarios, sueldo o ingresos por el ejercicio de la profesión.

Se debe considerar que por lo menos el 33% de los comunicadores están trabajando en más de un lugar.



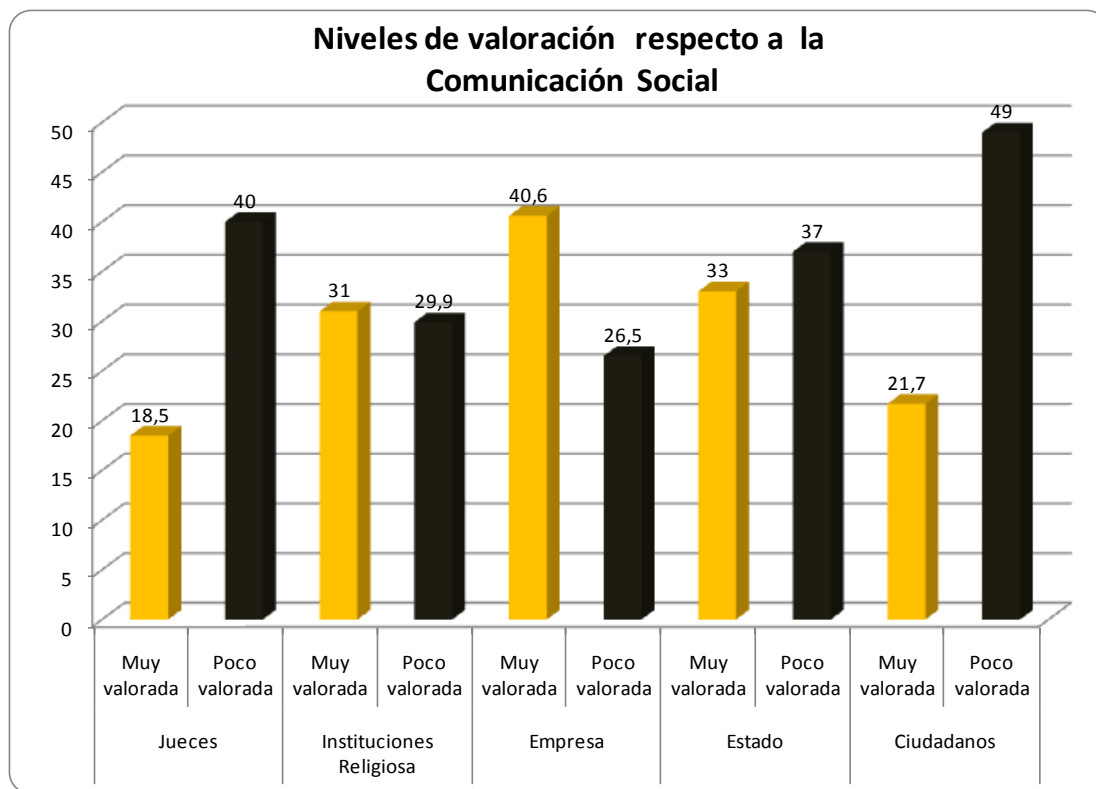
# Nivel de valoración de la carrera

La comunicación es un actividad valorada aunque existe desconocimiento sobre su importancia.

El 59,77% de los comunicadores consideran que la comunicación es valorada.

El grupo que más valora la comunicación es la empresa, siendo los ciudadanos quienes menos.

Aquellos que consideran que no es valorada es debido al desconocimiento de la misma y por que personas que no están formadas o no son del área están haciendo “Comunicación “



# Ejercicio laboral del Comunicador

**Los profesionales de la Comunicación están ejerciendo su carrera; siendo el periodismo el rubro más ejercido, seguido por el desarrollo de proyectos.**

El 75.9% de los profesionales están trabajando en algún área de la comunicación, y un 9% está buscando trabajo en el área.

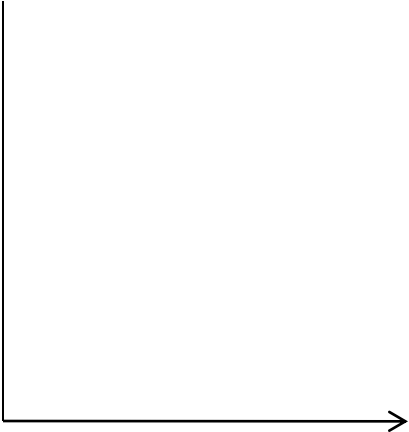
El 22% trabaja en dos lugares y el 11% en más de dos, por lo que el 33% está desempeñando más de un trabajo en algún área de la comunicación.

El requisito para ingresar a trabajar ha sido ser profesional y contar con experiencia.

El periodismo es el rubro donde el mayor porcentaje de comunicadores se encuentran trabajando.

# Promedio de ingresos y sueldo de los comunicadores

**\$us. 1.033,00 el promedio de ingreso mensual**



La profesional en Comunicación está recibiendo en promedio \$us. 1.033,00 dólares americanos de ingresos mensuales, siendo el monto máximo encontrado de \$us. 4.000,00.

Este monto es del total de ingresos que el comunicador recibe ya sea trabajando en un solo lugar o más de uno.


# Orgullo y aspiraciones ante la carrera

**El profesional de la comunicación se siente orgulloso de la carrera, siendo su mayor expectativa el ser un profesional reconocido y con prestigio.**

El 76,2% se siente orgulloso de su profesión, siendo la mayor aspiración ser un profesional reconocido

# Carencias y ausencias en la formación académica

## Sugerencias.



El profesional en comunicación considera que le faltó más práctica al momento de ejercer la profesión, centrándose sus sugerencias en incorporar más prácticas empresariales así como el fortalecimiento de las bases teóricas, el desarrollo de las capacidades reflexivas y el pensamiento crítico.

Considera que las universidades deben fortalecer las prácticas profesionales, el pensamiento crítico y la enseñanza de las herramientas tecnológicas para que los nuevos comunicadores puedan ser competitivos en los mercados.

# Desglose de resultados

# Nivel de satisfacción laboral del Comunicador Social.

## ● Satisfacción laboral

El comunicador está satisfecho con su profesión (74,1%), por que le gusta y siente pasión por ella, además de que se puede ejercer en diferentes áreas.

## ● Insatisfacción laboral

Un 9,5% está insatisfecho con su carrera por que considera que no es valorada ni reconocida.

Otra de las razones que originan esta insatisfacción es porque personas que no están formadas o de otras áreas ejercen la profesión .

# Nivel de satisfacción laboral del Comunicador Social.

## ● Satisfacción con los ingresos

Un 34,9% se encuentra satisfecho con sus ingresos debido a que les cubre sus necesidades y le ha dado mejores condiciones de vida.

## ● Insatisfacción con los ingresos

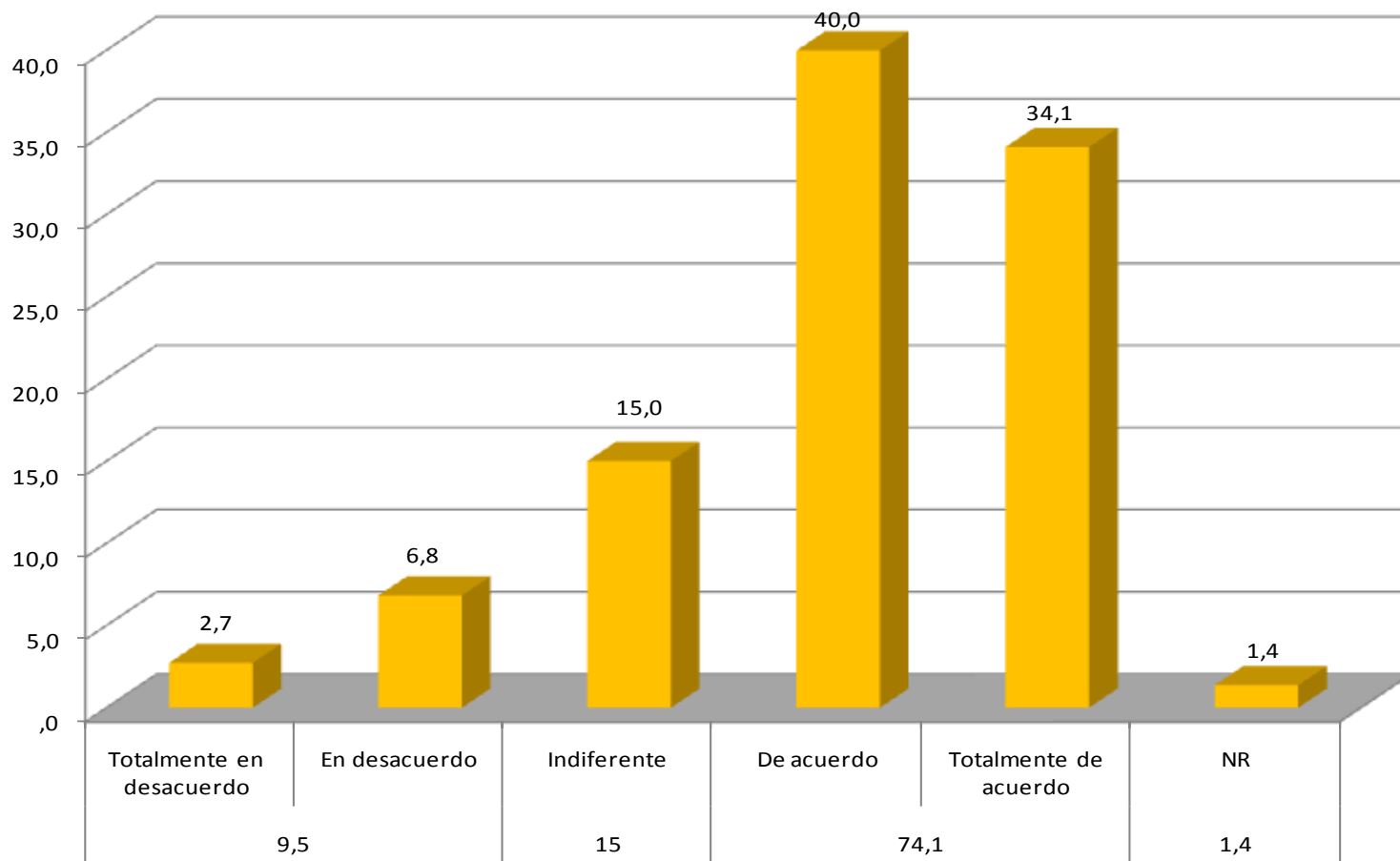
La insatisfacción se genera al momento de comparar los ingresos en relación a otros cargos y carreras con similares o menores responsabilidades e importancia.

Otro hecho relevante es que no existe un parámetro ni legislación que determine rangos de ingresos para sueldos y honorarios del ejercicio de la comunicación en sus diferentes áreas.

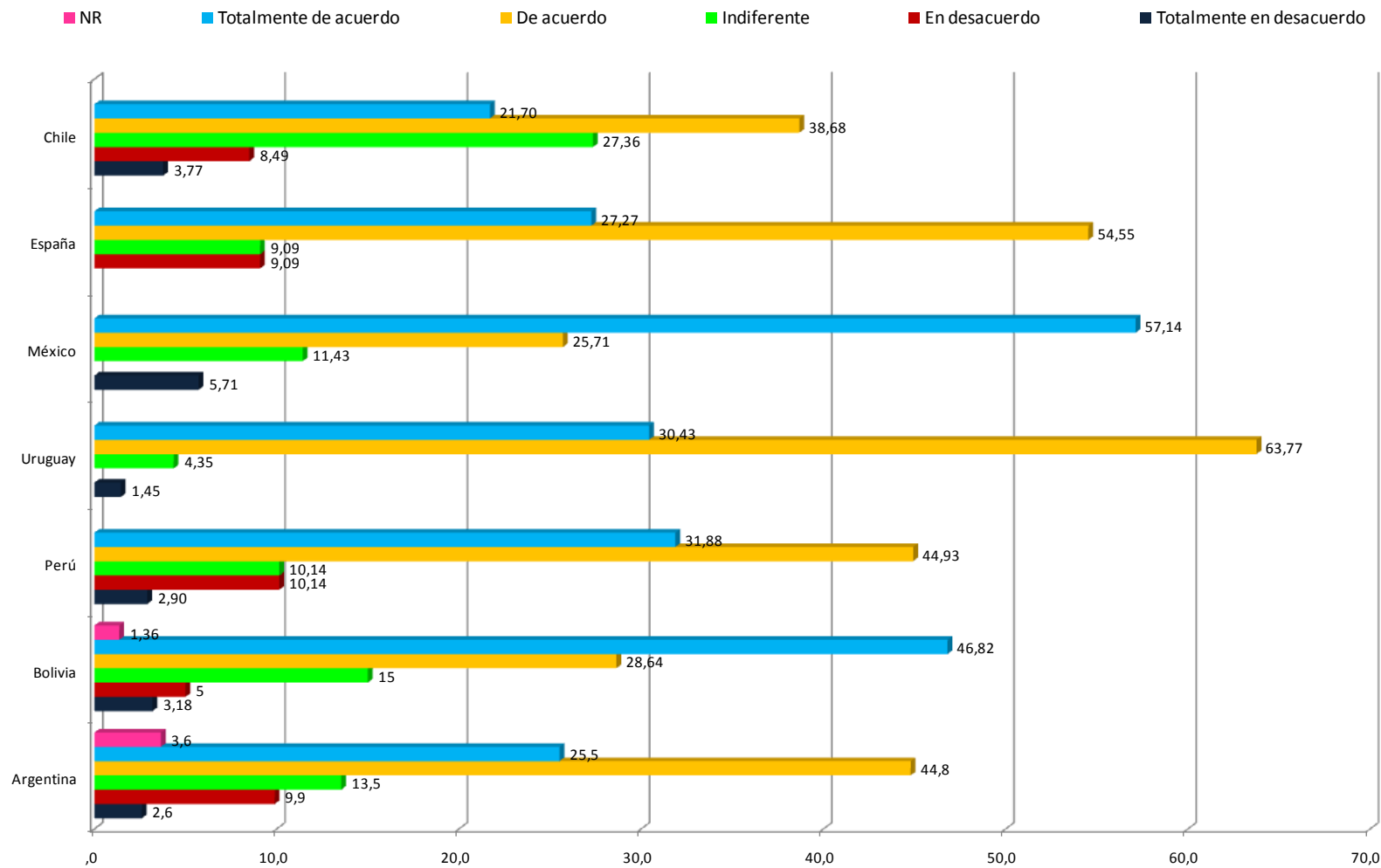


## Nivel de satisfacción laboral del Comunicador Social.

"Estoy plenamente satisfecho con mi profesión"

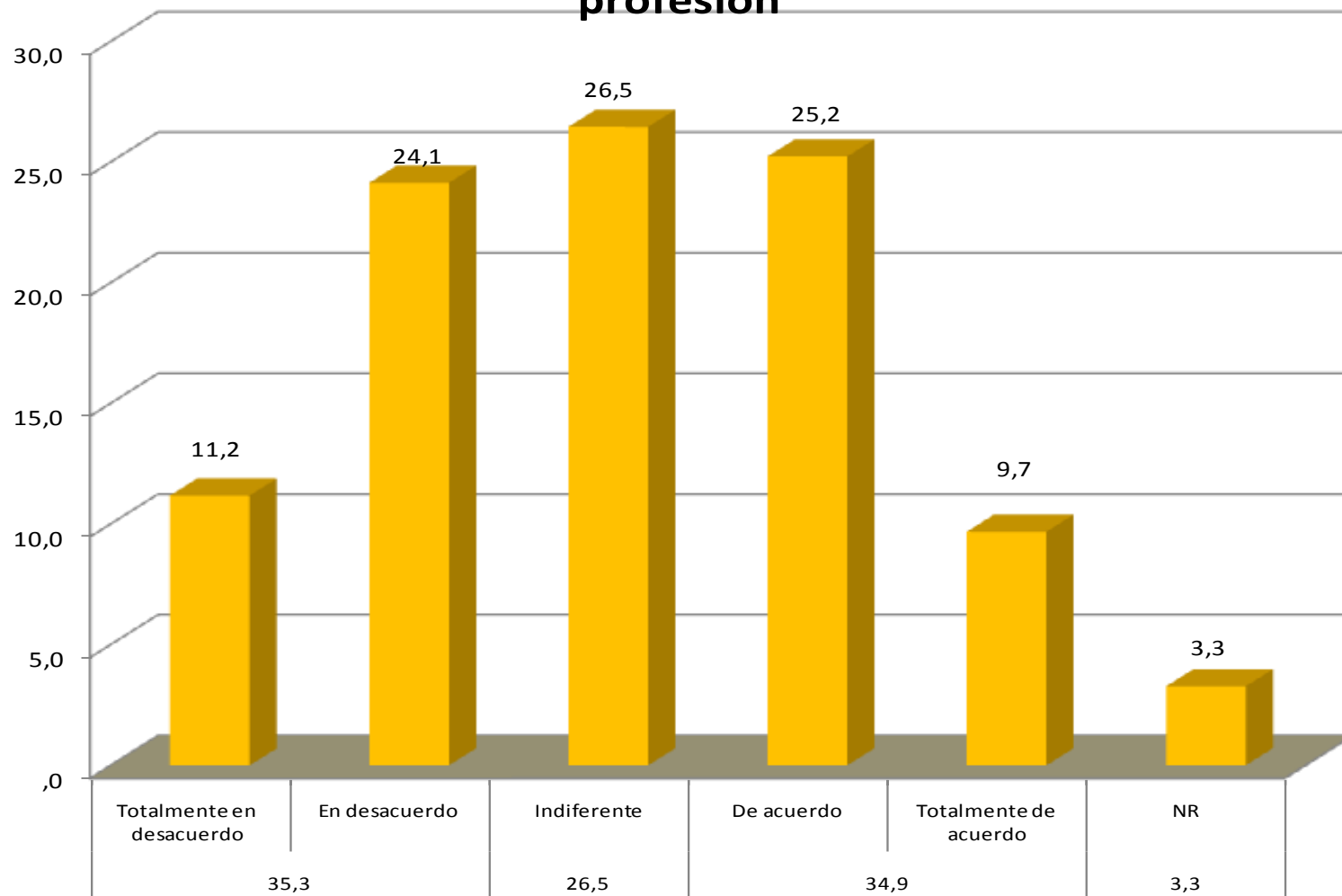


## "Estoy plenamente satisfecho con mi profesión"

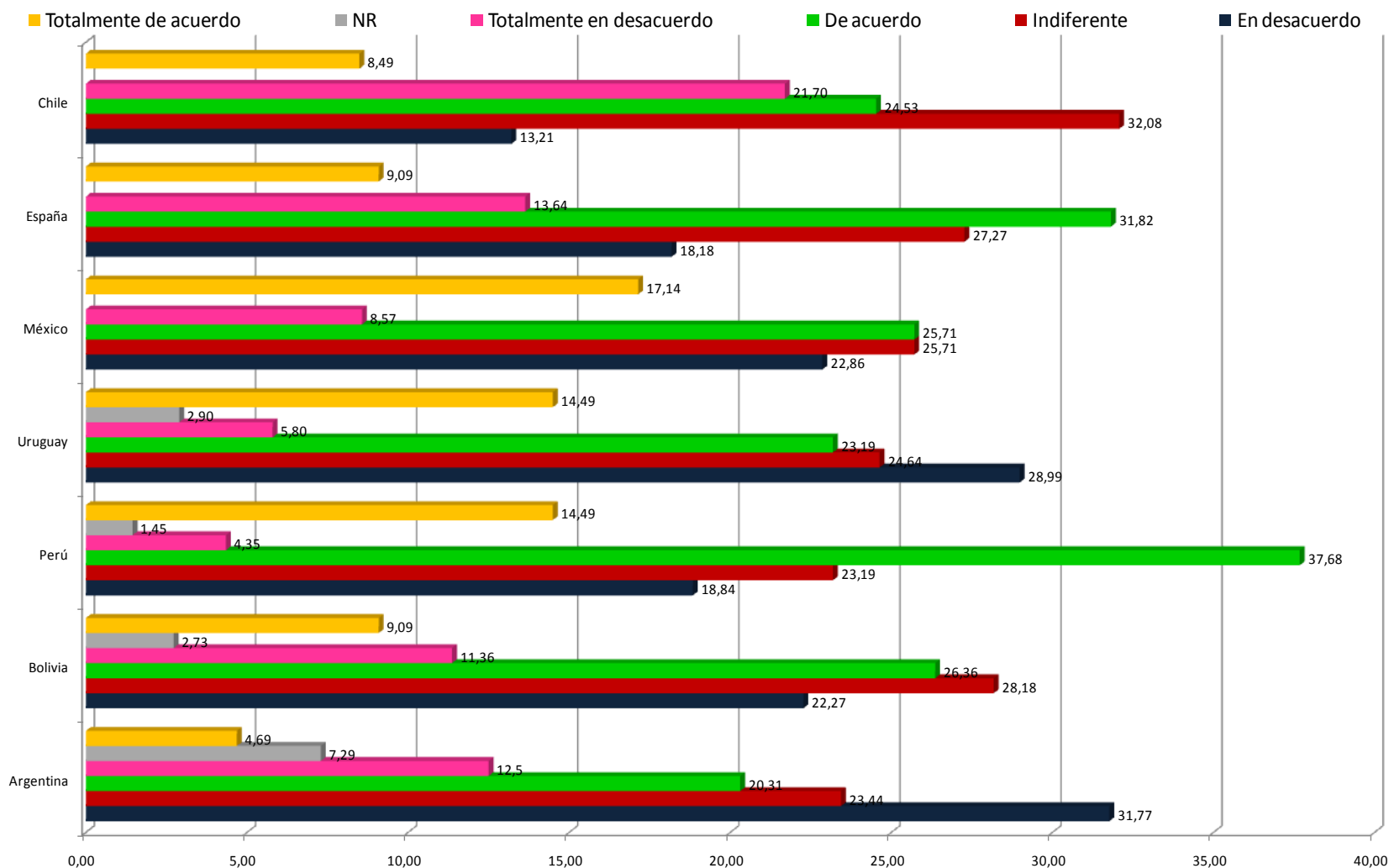


## Nivel de satisfacción laboral con los ingresos

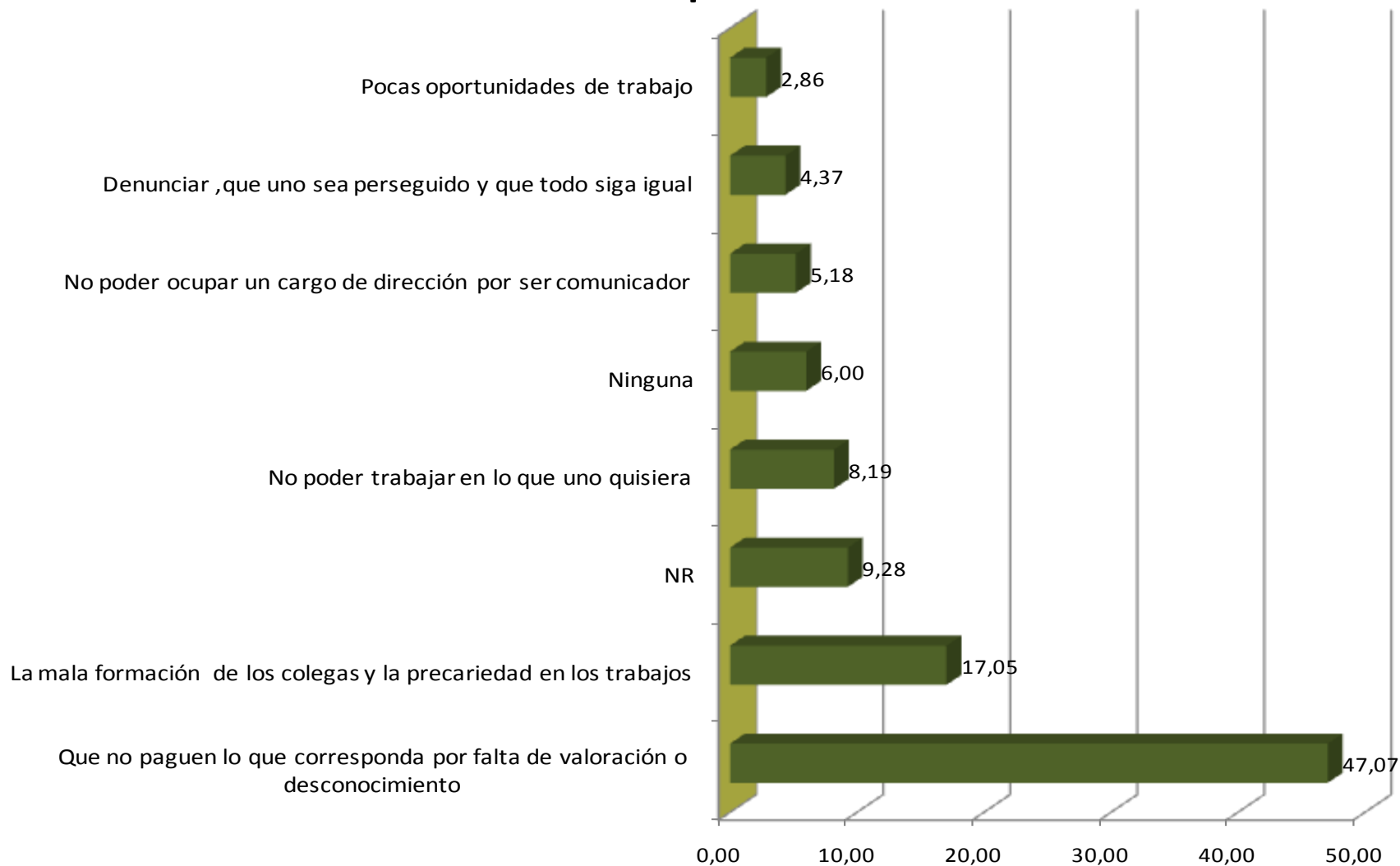
**"Estoy plenamente satisfecho con los ingresos mi profesión"**



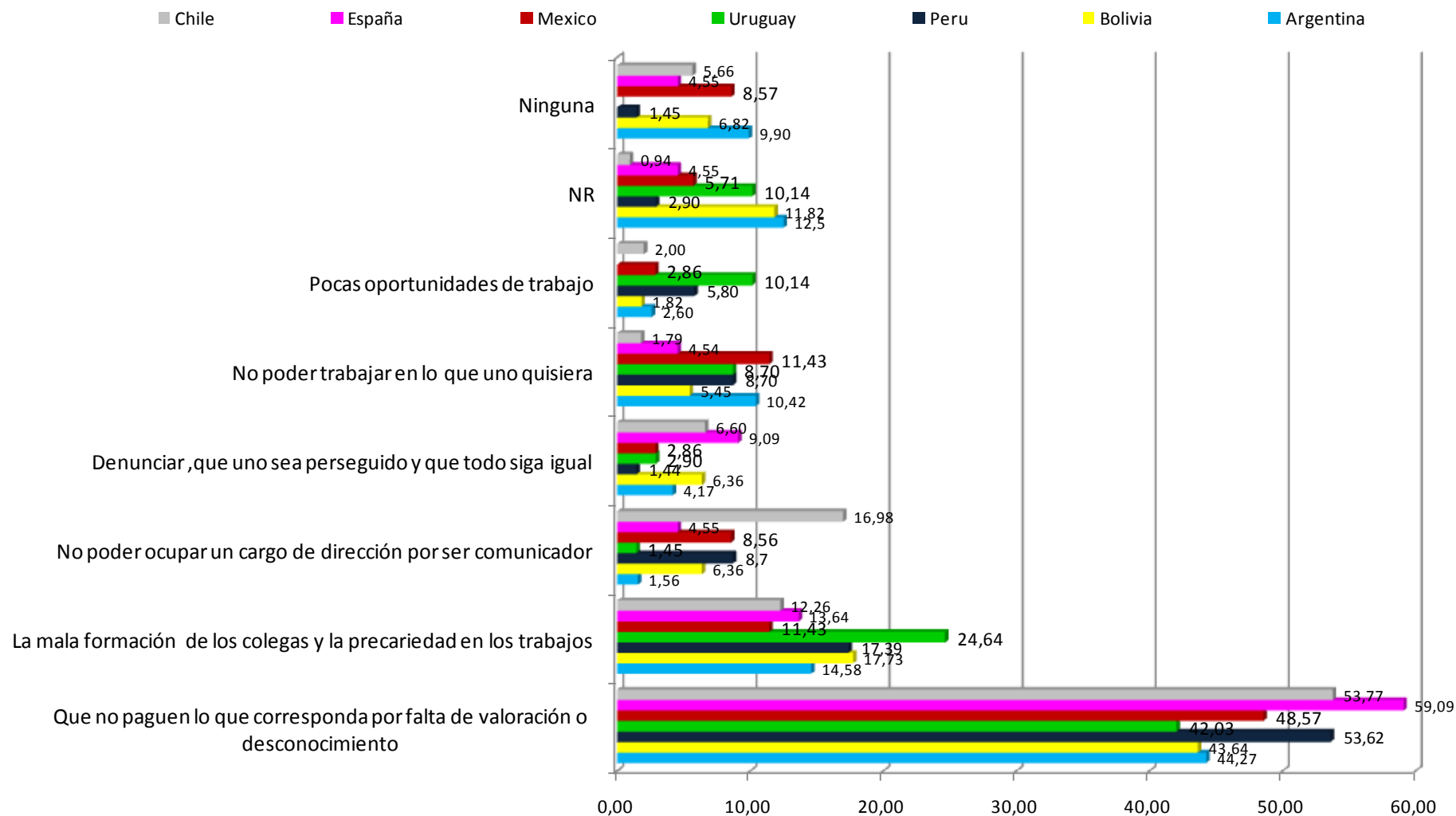
## Estoy satisfecho con los ingresos por mi profesión.



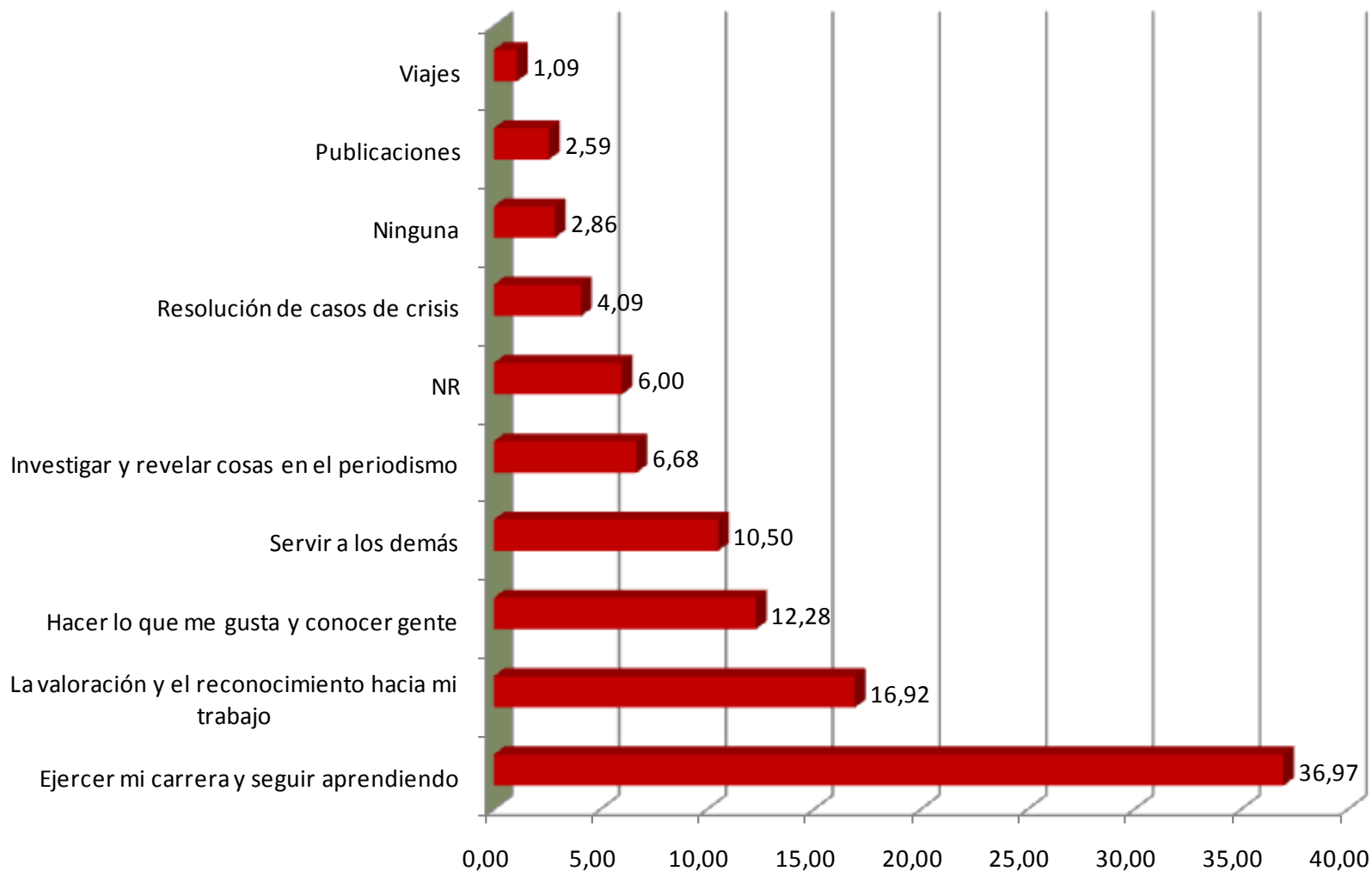
## Mayores insatisfacciones como profesional



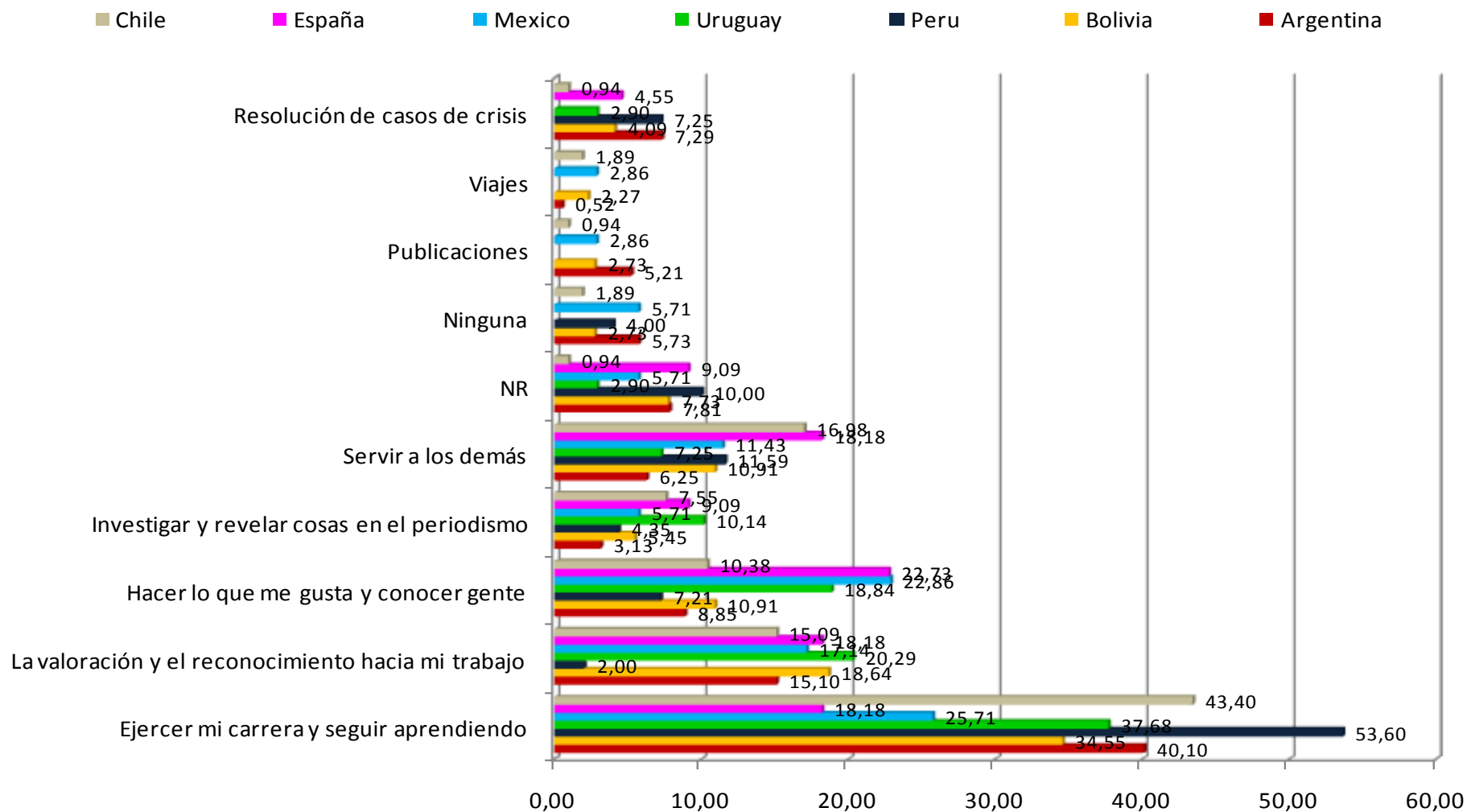
## Cuál es la mayor insatisfacción como profesional



## Mayores satisfacciones como profesional



## Mayores satisfacciones como profesional

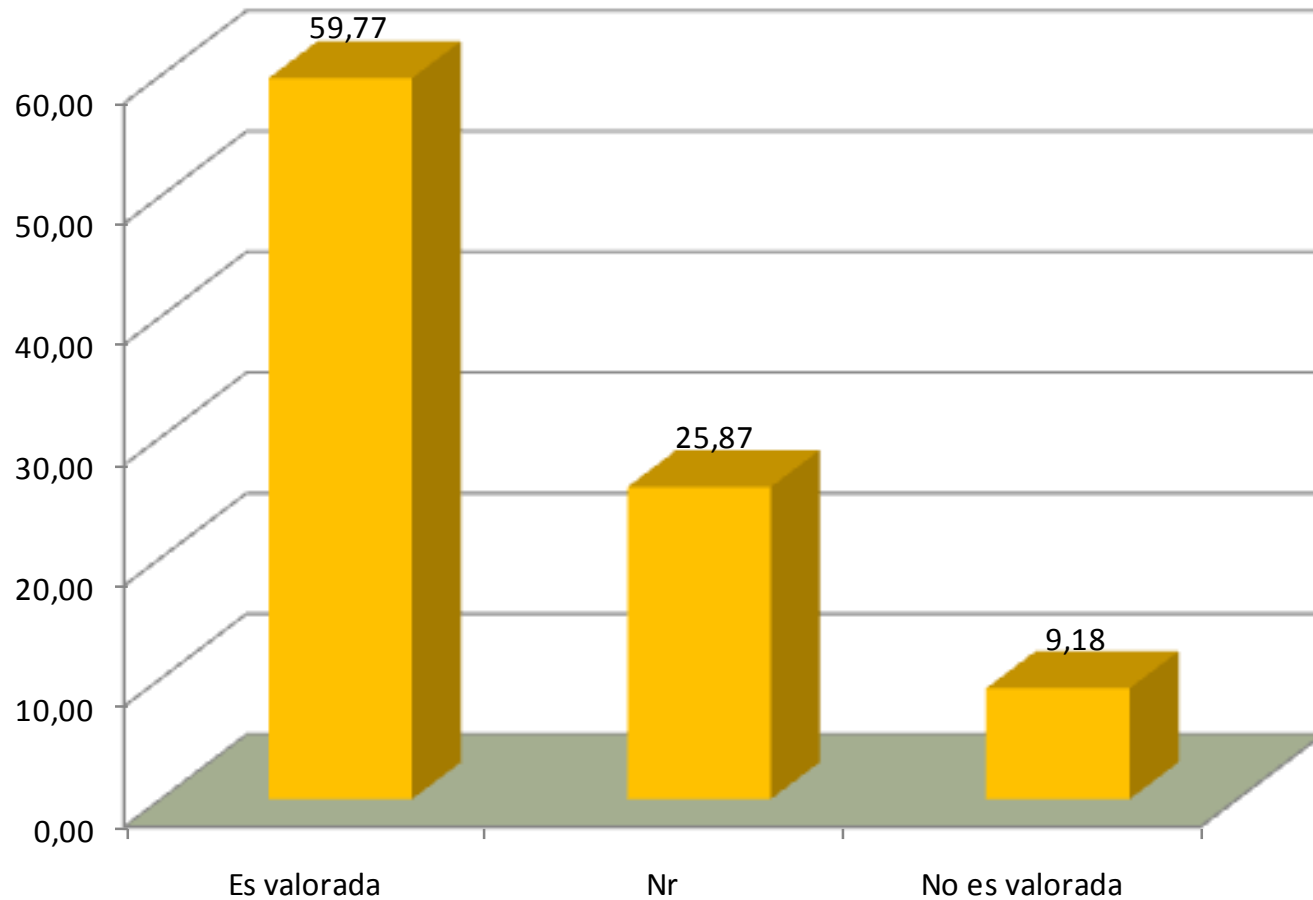




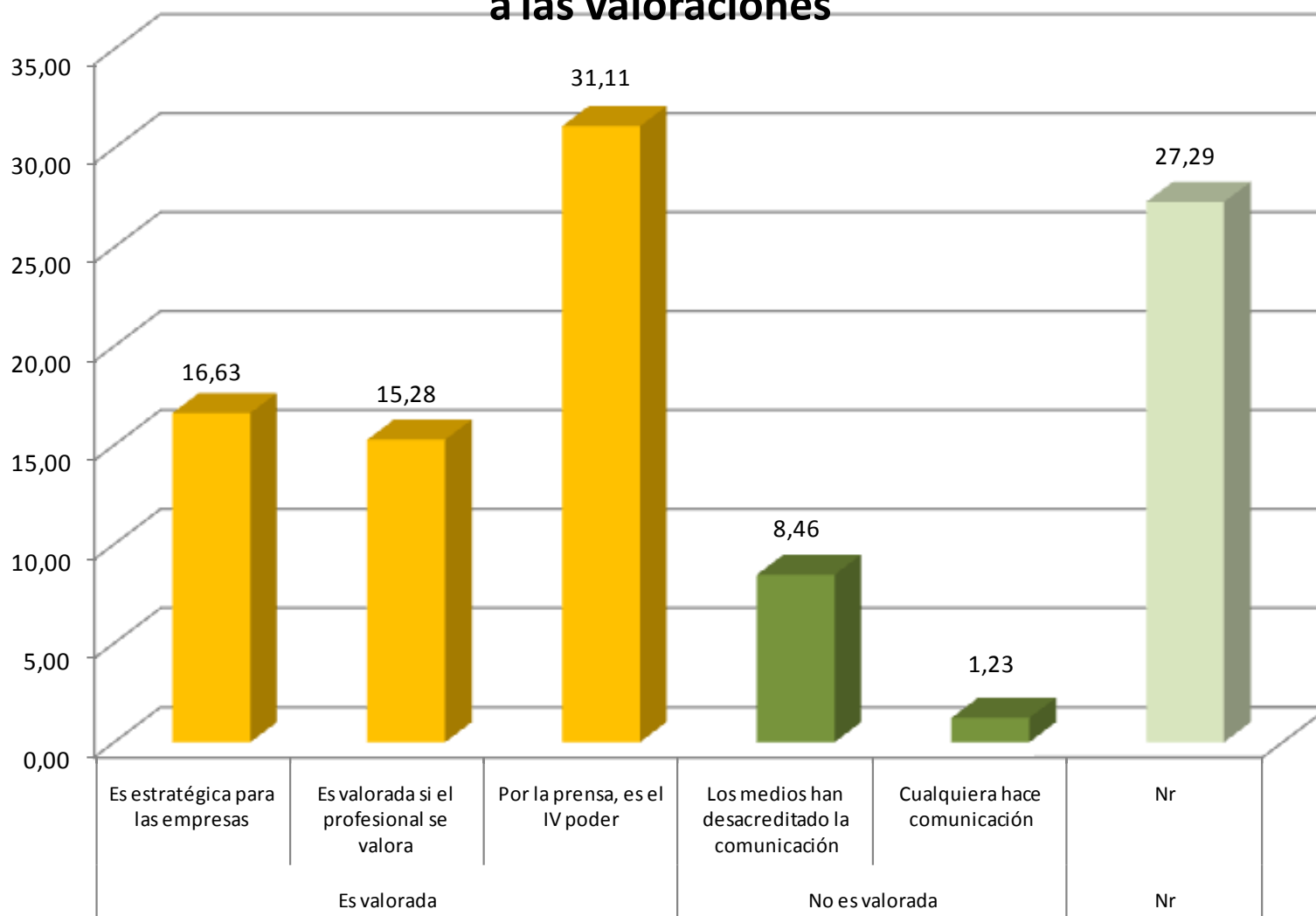
## Valoración de la Comunicación y sus áreas

- El 59,77 % de los comunicadores consideran que es valorada, siendo la prensa el origen de esta valoración.
- Los comunicadores consideran que los medios de comunicación han desacreditado a la comunicación 8,46%

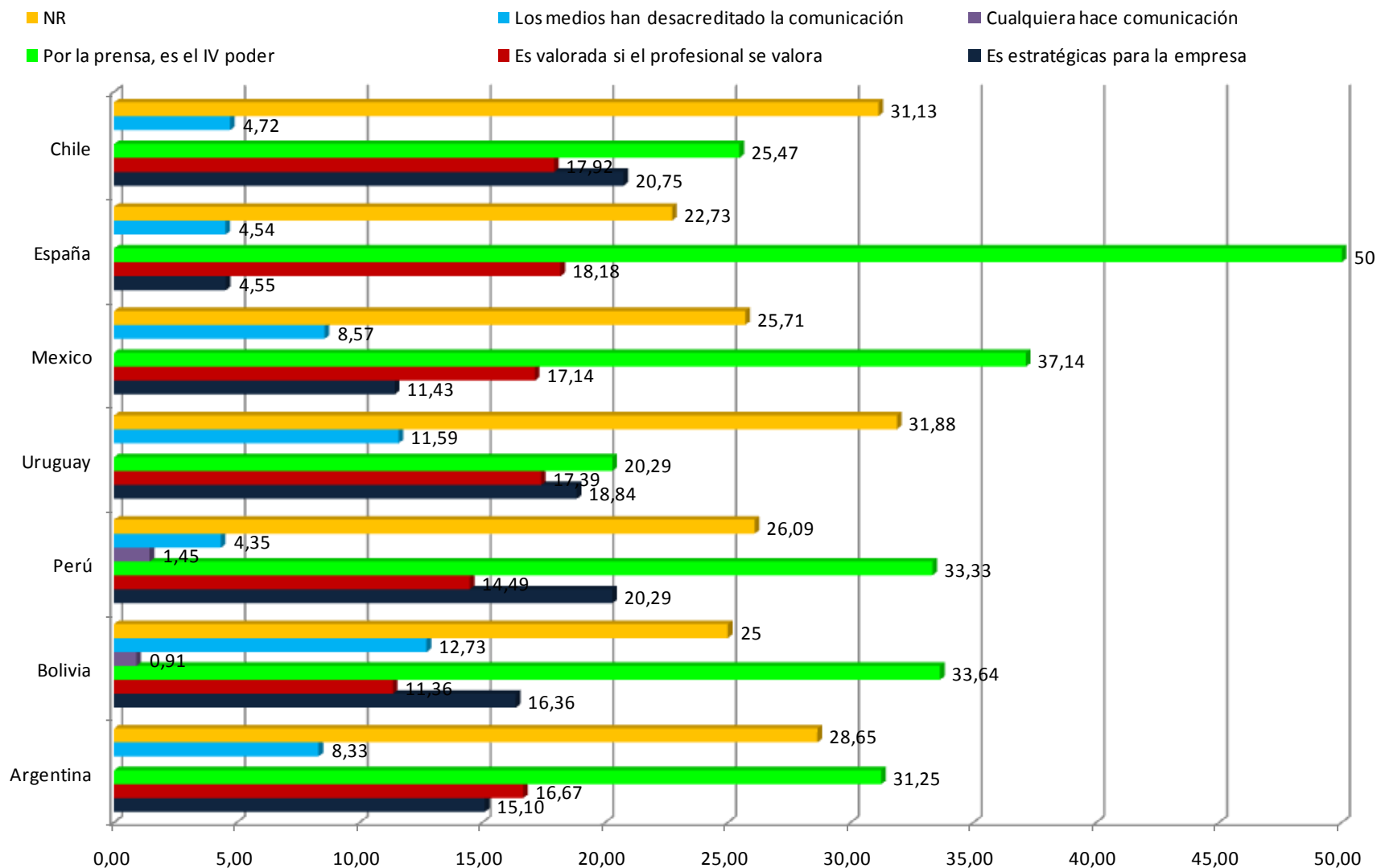
## Percepción respecto a la valoración de la Comunicación

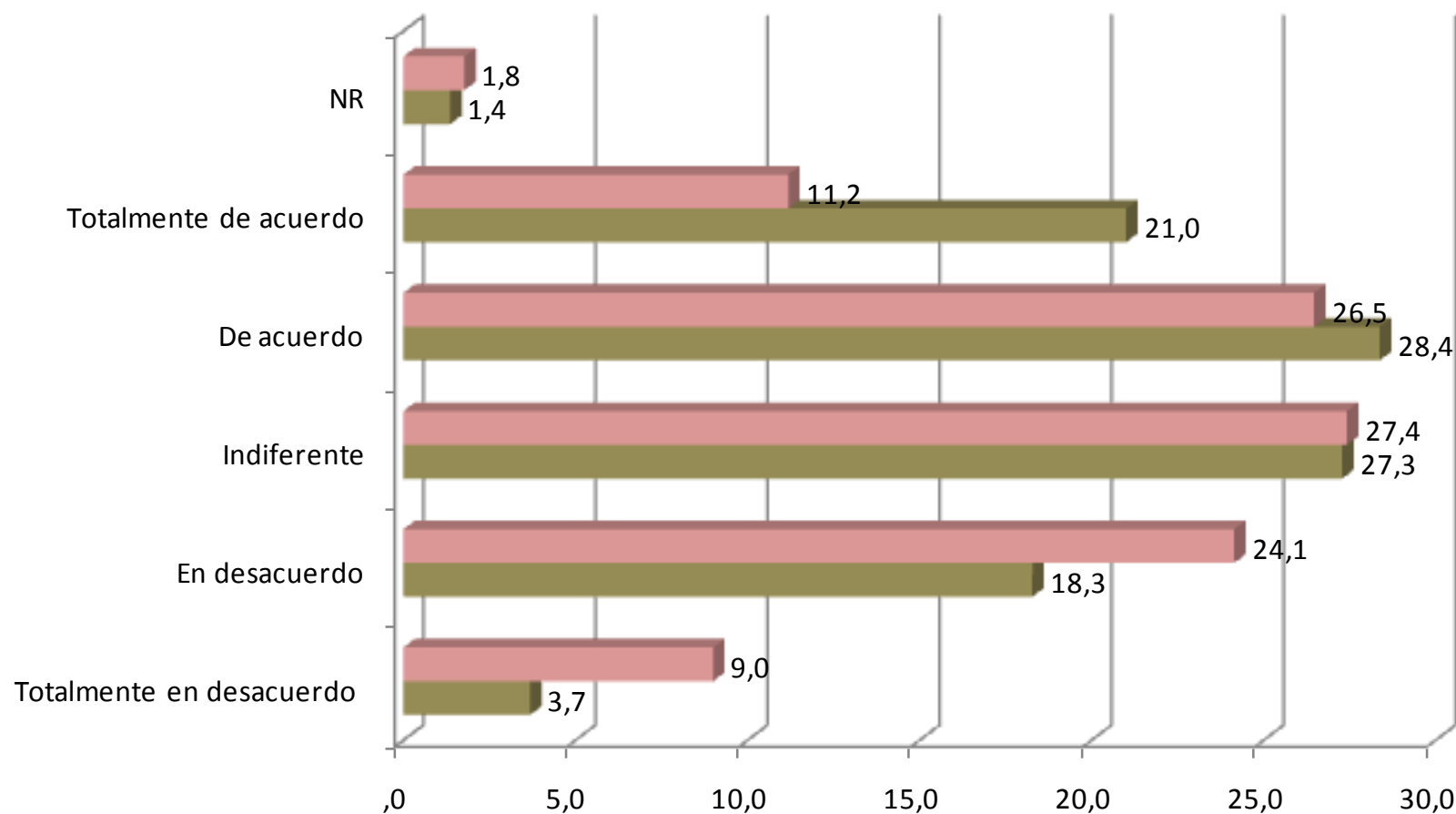


## Razones para las percepciones respecto a las valoraciones



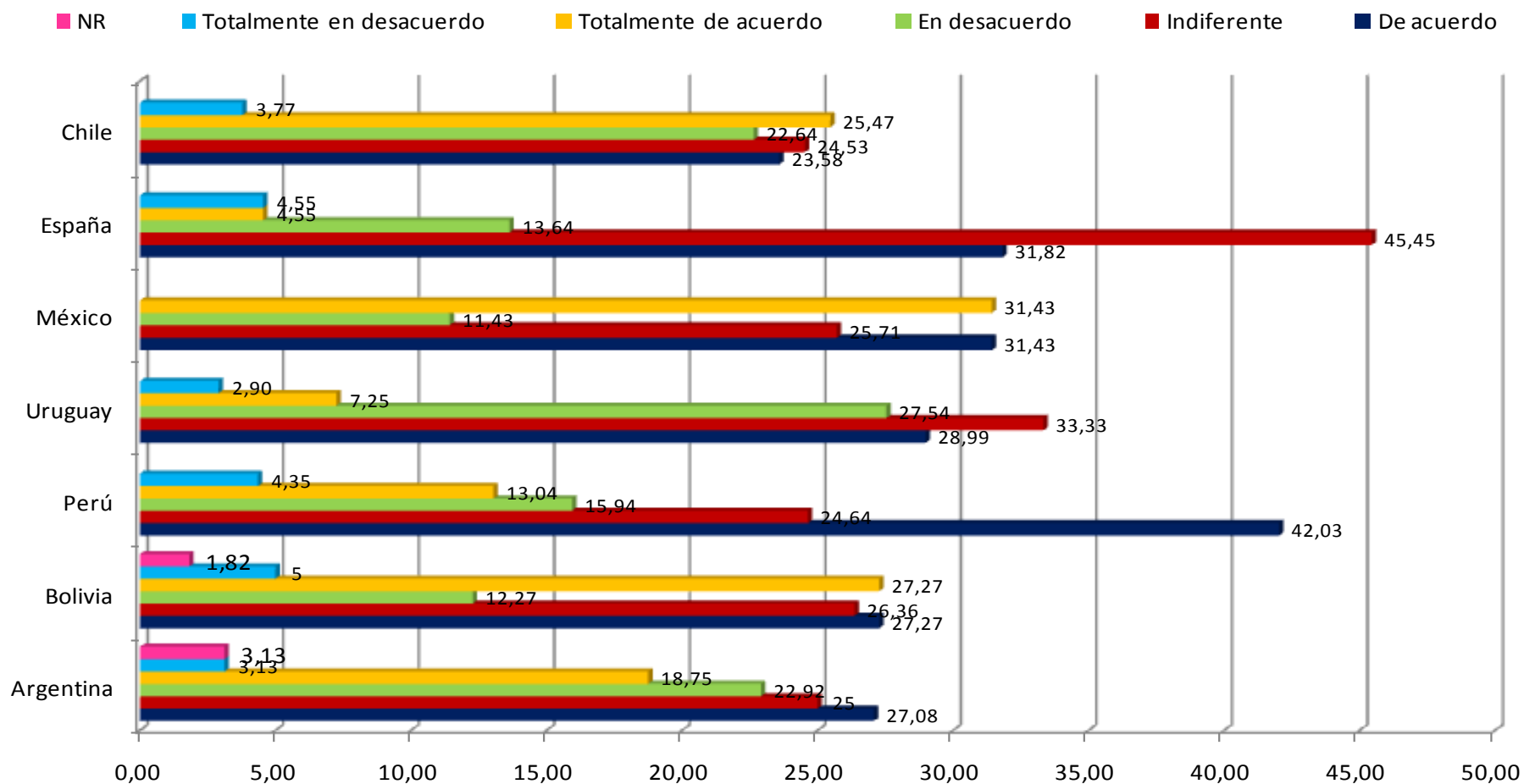
## Razones por las que la comunicación es valorada o no.



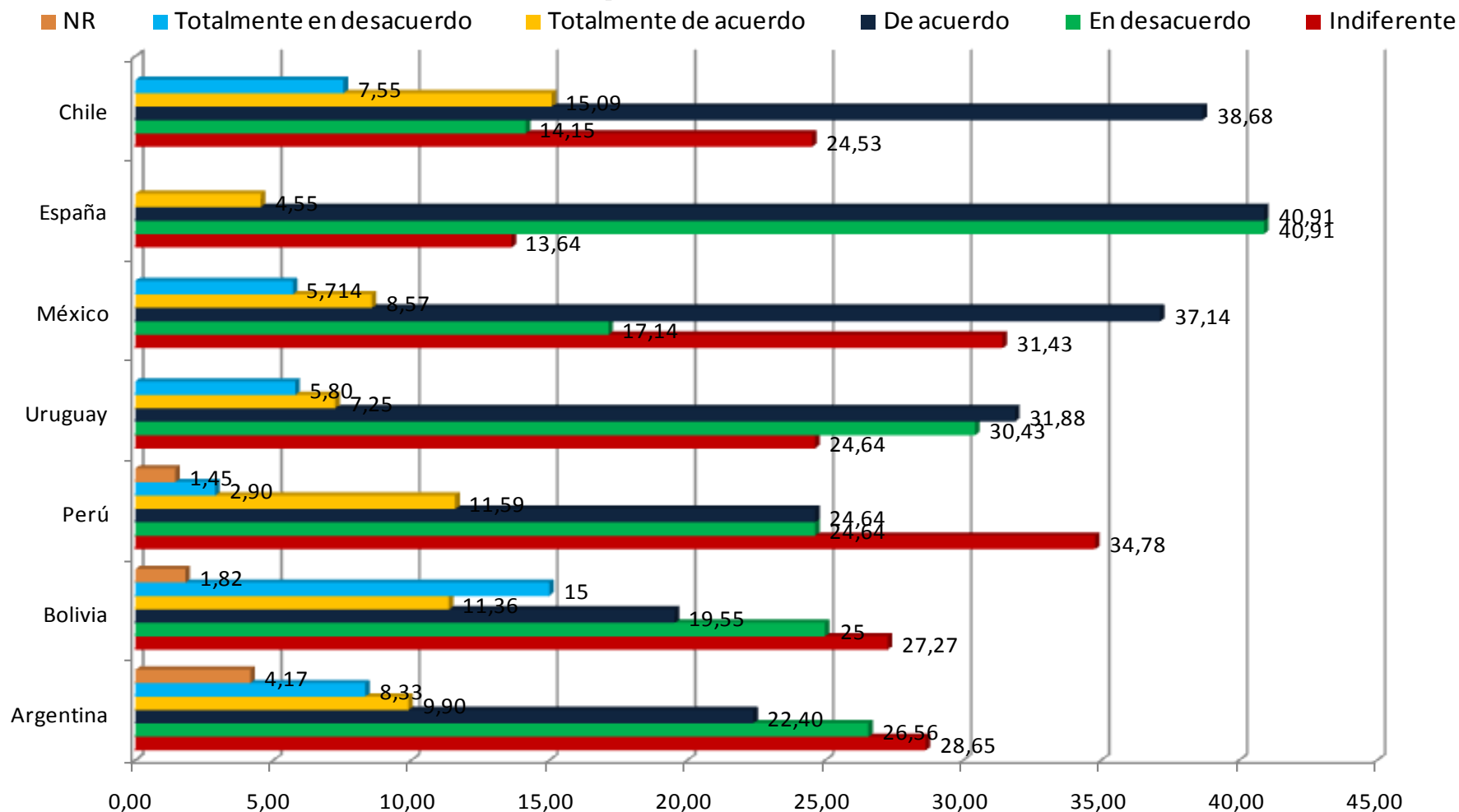


■ La comunicación es una actividad poco valorada por el Estado  
■ La comunicación es una actividad poco valorada por los Ciudadanos

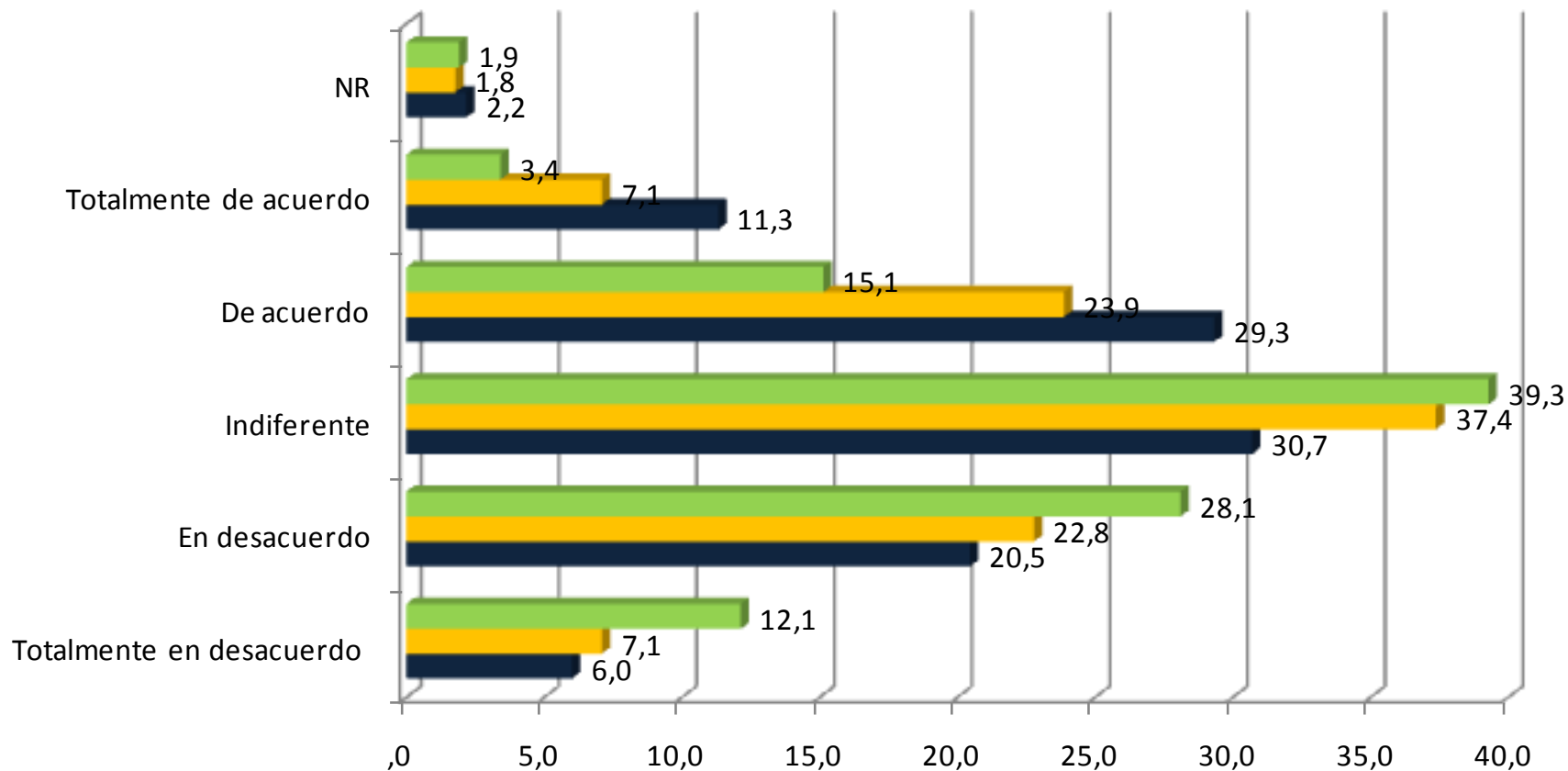
## La comunicación es una actividad valorada por los ciudadanos



## La comunicación es poco valorada por el estado

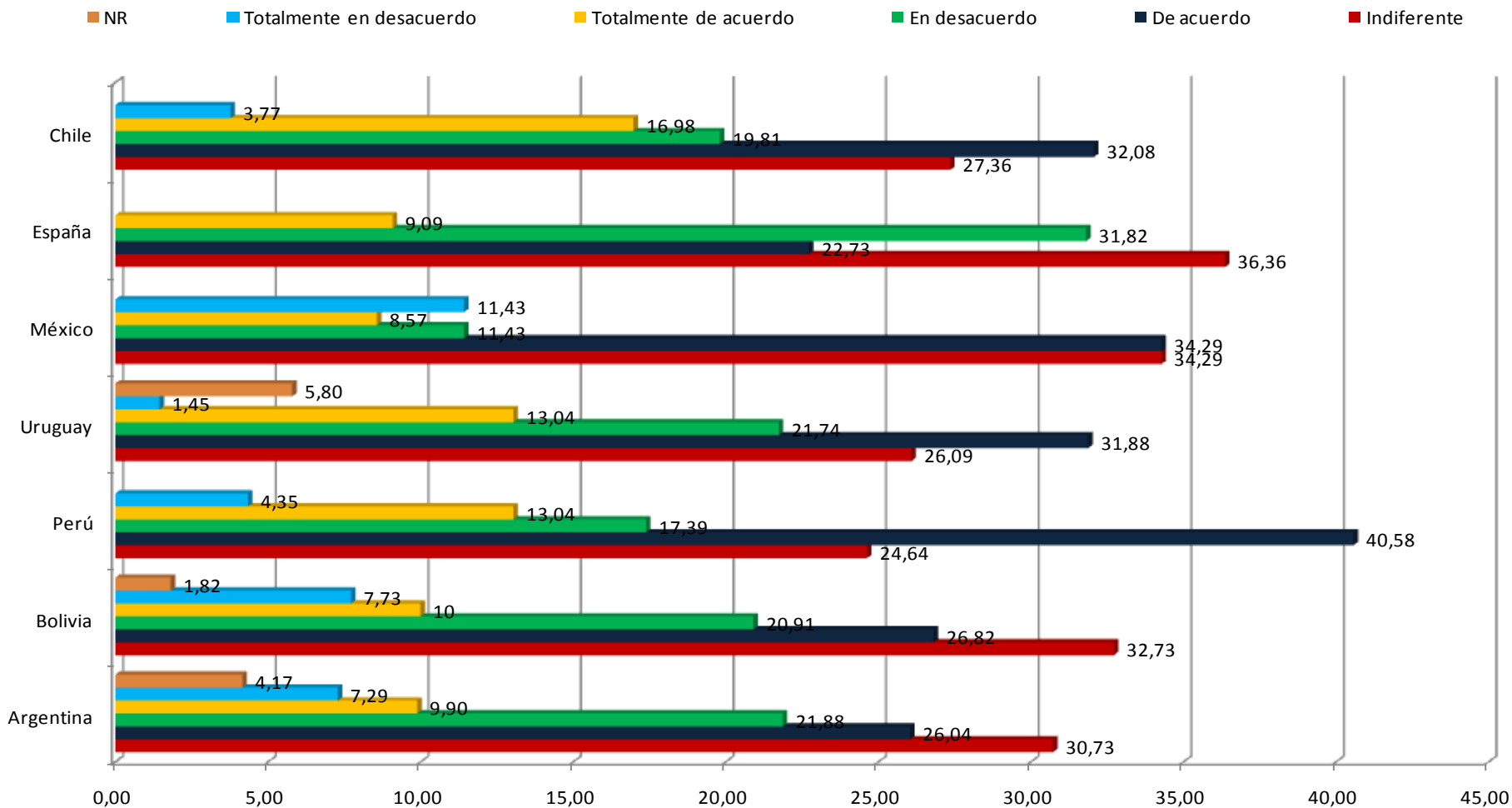


- La comunicación es una actividad muy valorada por la legislación-Jueces-Ley (Poder Judicial)
- La comunicación es una actividad muy valorada por las instituciones religiosas
- La comunicación es una actividad muy valorada por la empresa

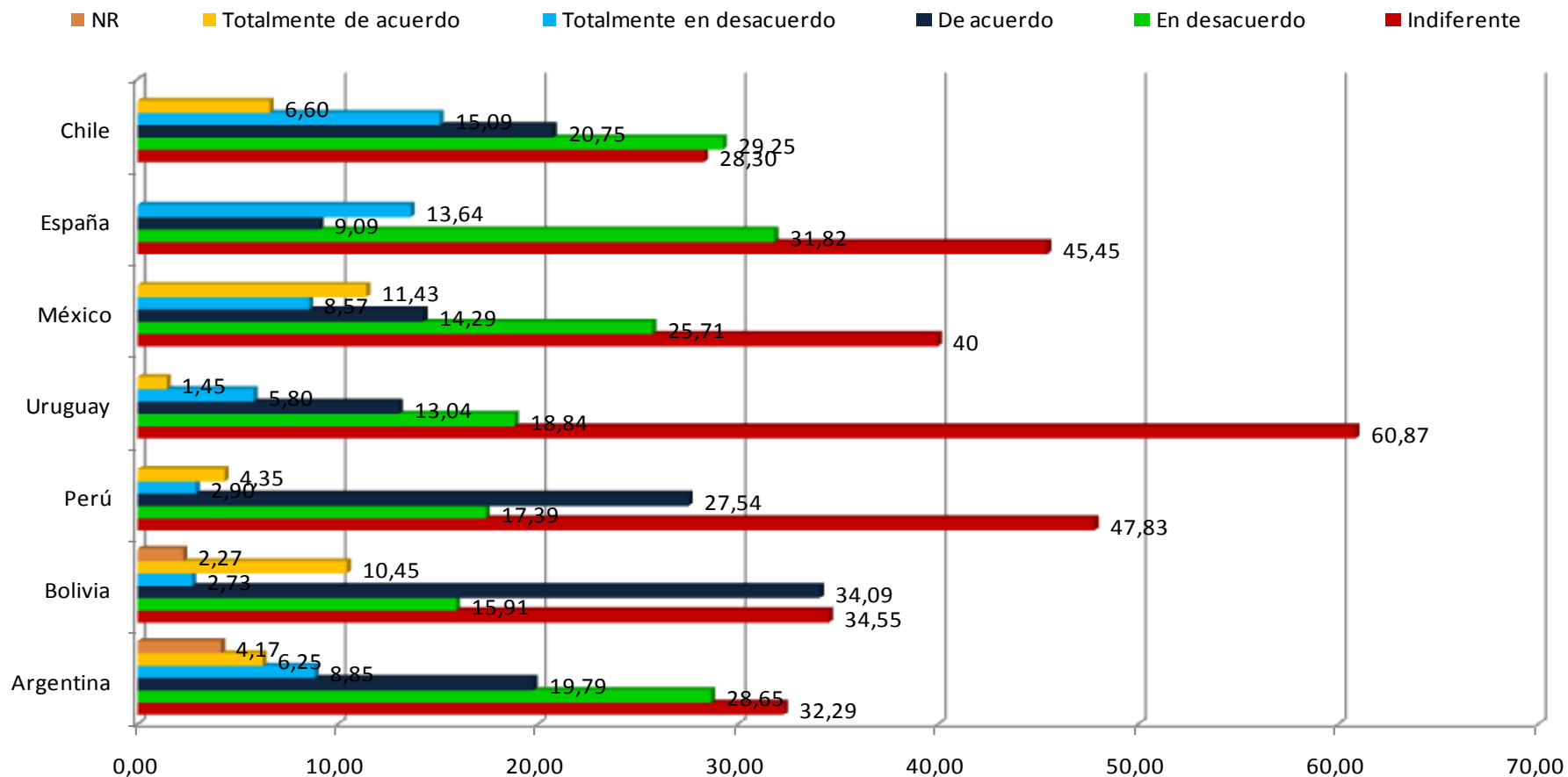




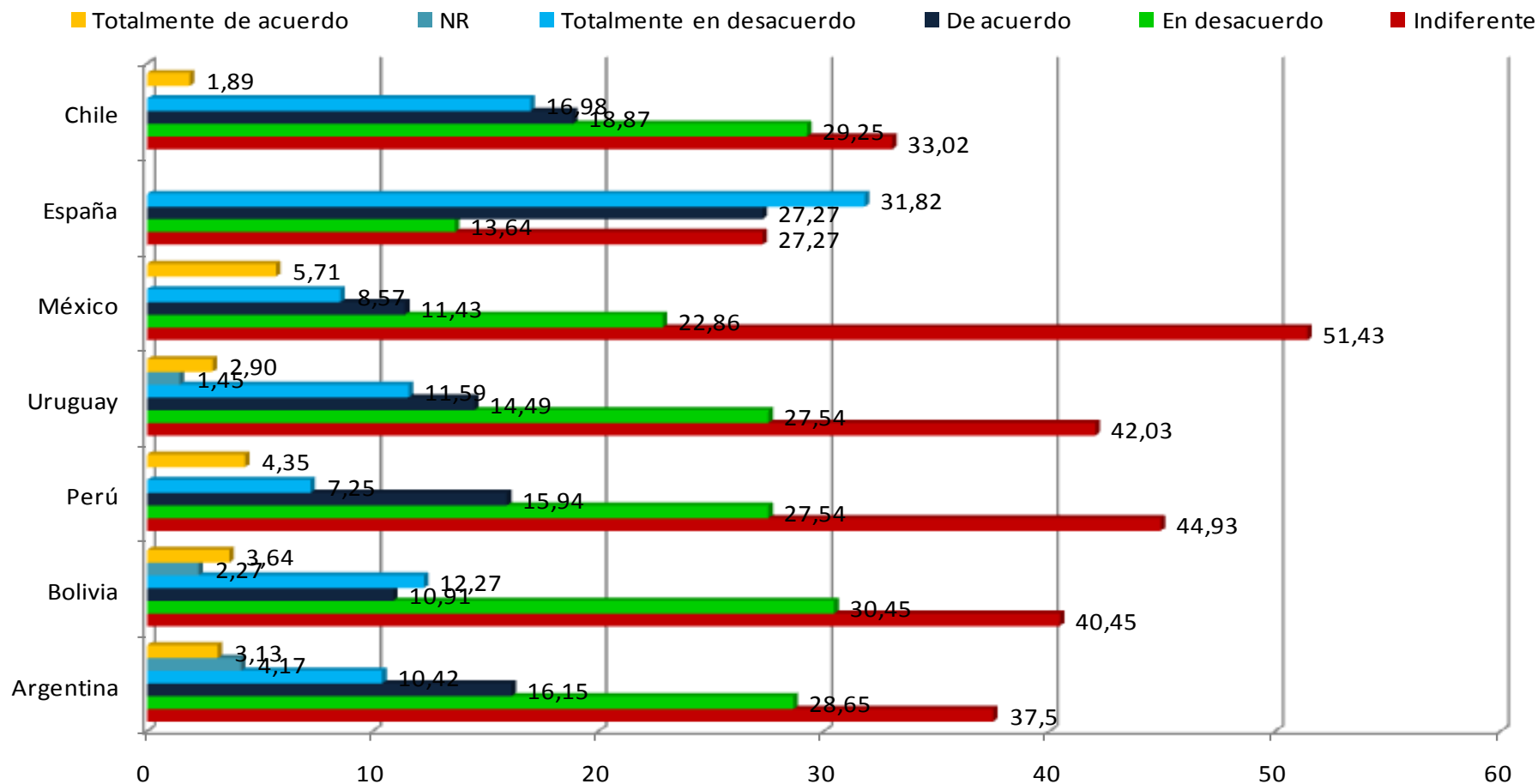
## La comunicación es una actividad muy valorada por la empresa



## La comunicación es una actividad muy valorada por las instituciones religiosas



## La comunicación es una actividad muy valorada por la Legislación-Jueces-Ley (Poder Judicial)

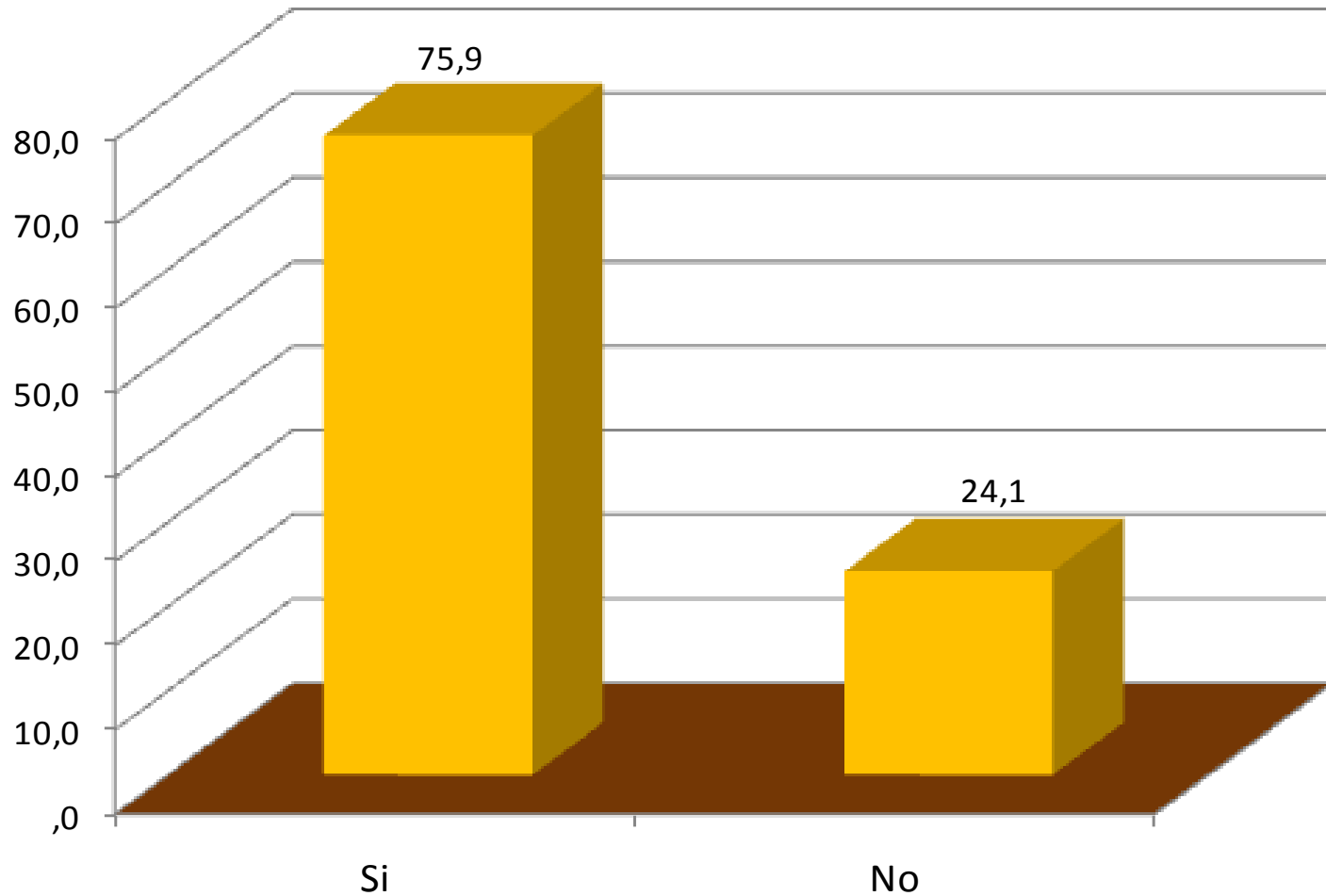


## Ejercicio laboral del Comunicador

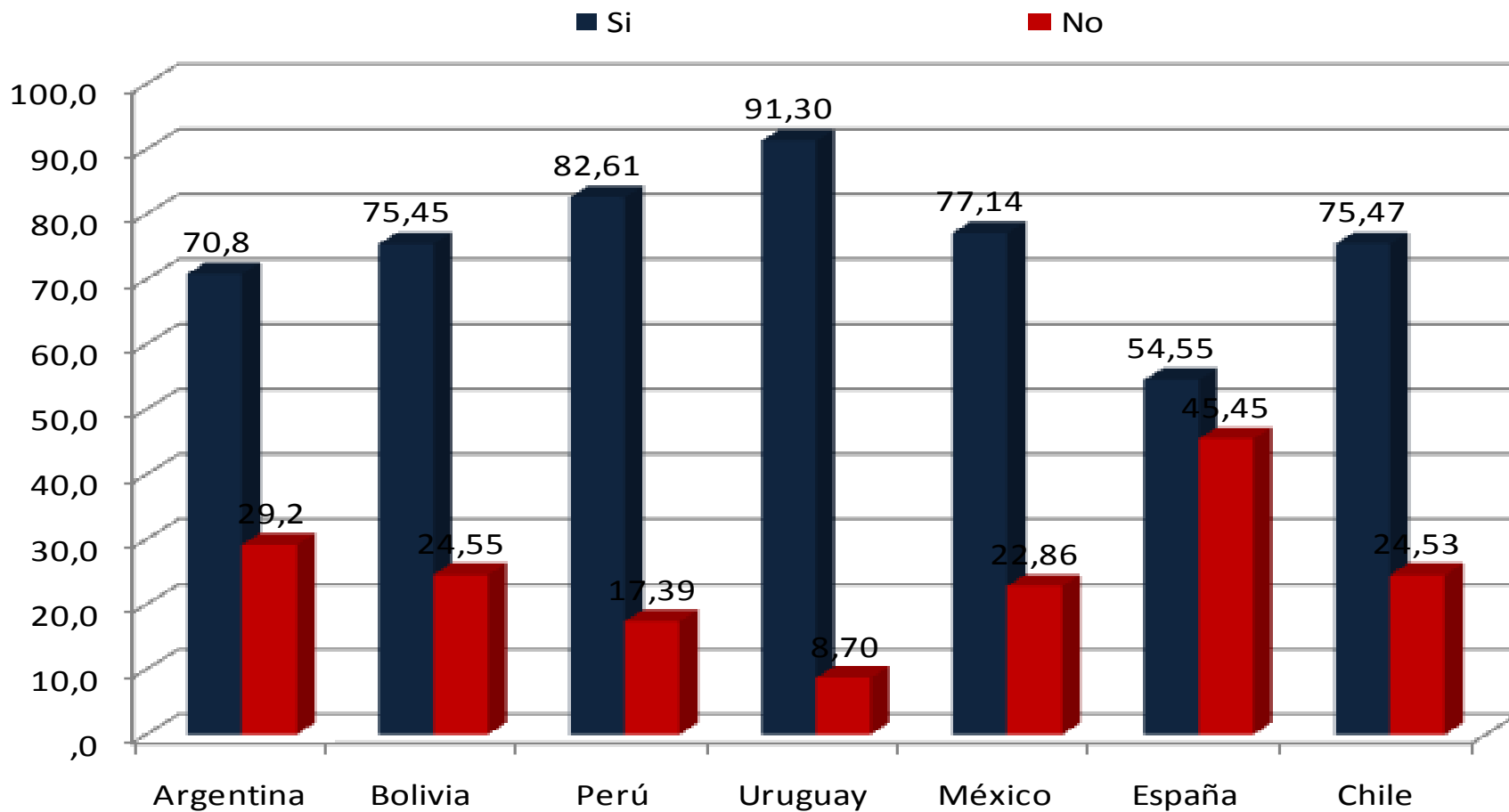
### Ejercicio laboral.

- El 75,9% de los profesionales en comunicación están trabajando en algún área de la comunicación.
- Un 9% están buscando trabajo en el área.
- Las áreas donde están desarrollando su carrera es prensa con el 22% y un 16% en desarrollo de proyectos
- El 22% trabaja en dos lugares y el 11% en más de dos lugares.

## Profesionales que están trabajando en algún área de Comunicación



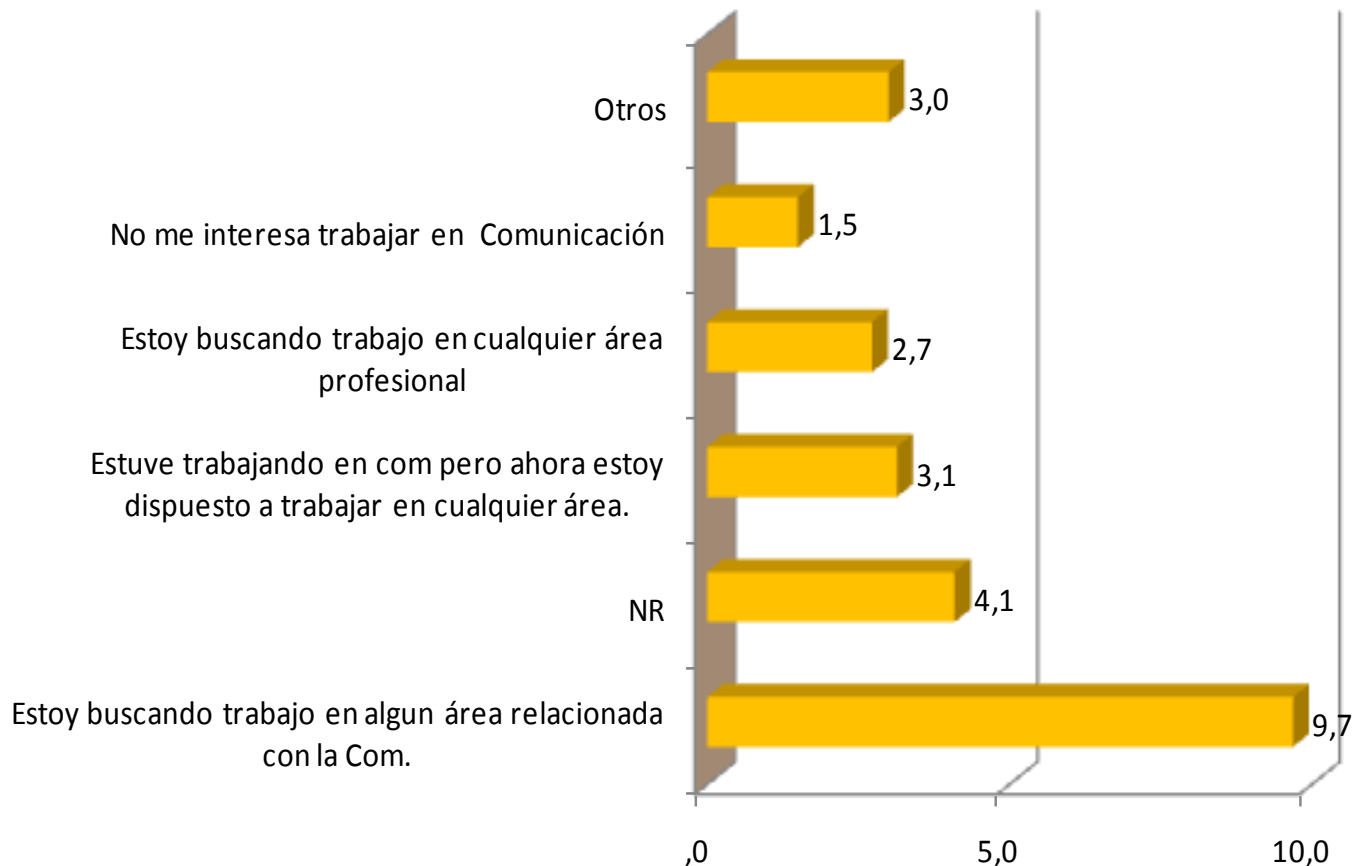
## Profesionales que están trabajando en algún área de la Comunicación



## Situación de quienes no están trabajando en el área

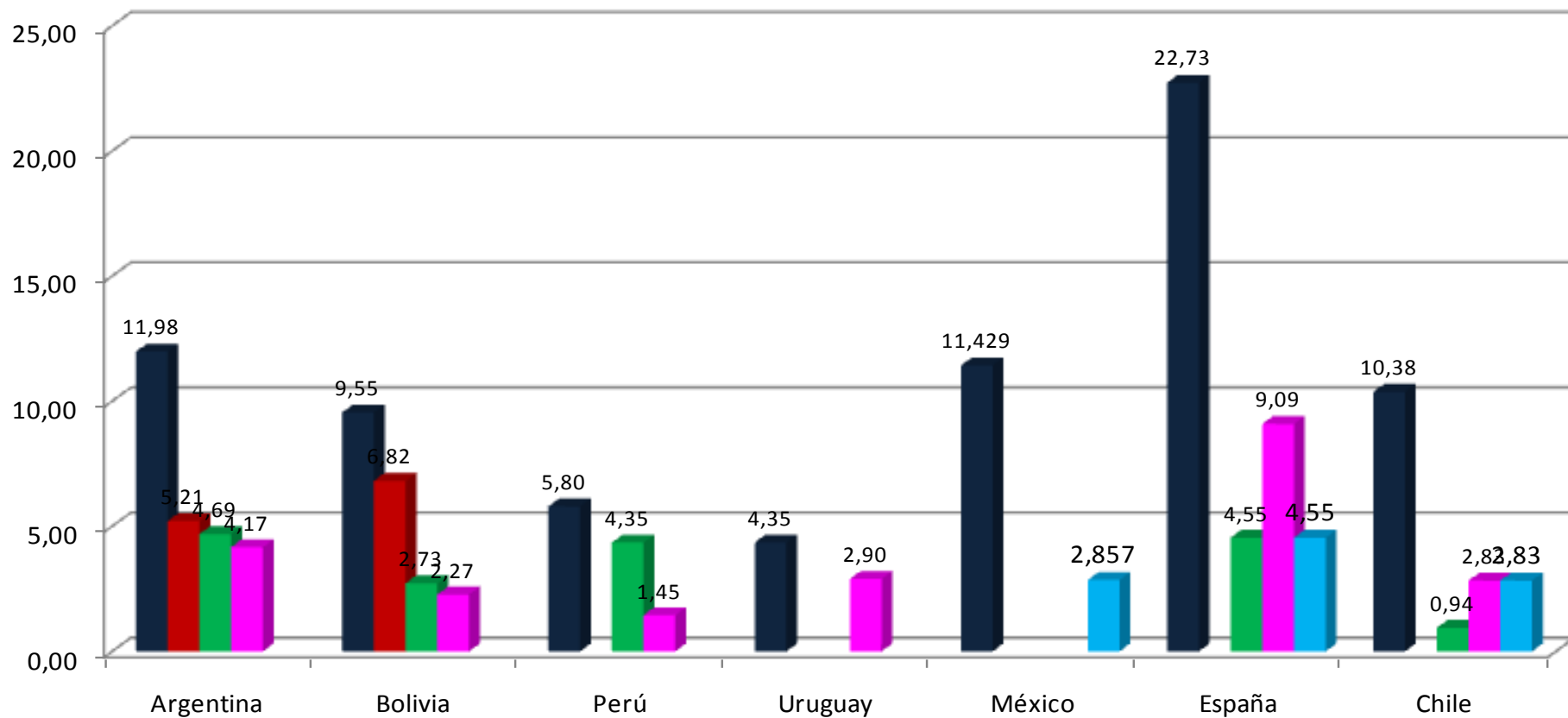
En caso de no encontrarte trabajando	Frecuencia	Porcentaje
Está trabajando en com.	556	75,9
Estoy buscando trabajo en algun área relacionada con la Com.	71	9,7
NR	30	4,1
Estuve trabajando en com pero ahora estoy dispuesto a trabajar en cualquier área.	23	3,1
Estoy buscando trabajo en cualquier área profesional	20	2,7
No me interesa trabajar en Comunicación	11	1,5
Otros	22	3,0
	733	100,0

Otros		
Variables	Frecuencia	%
Estoy estudiando Maestría/Doctorado	5	,7
Se casó y se dedica completamente a su hogar	2	,3
Free Lance, en comunicación y	2	,3
Me interesan las RRPP	1	,1
Realizando papeles de residencia para trabajar en	1	,1
Estoy buscando trabajo en algo relacionado con publicidad	1	,1
Nunca trabaje, ni busque	1	,1
Trabajar a nivel numerico es bueno pero no como	1	,1
Trabajo como Ing. Industrial	3	,4
Área de Marketing	1	,1
Cambio de residencia	1	,1
Negocio propio	1	,1
Docencia	2	,3
Total	22	3,0



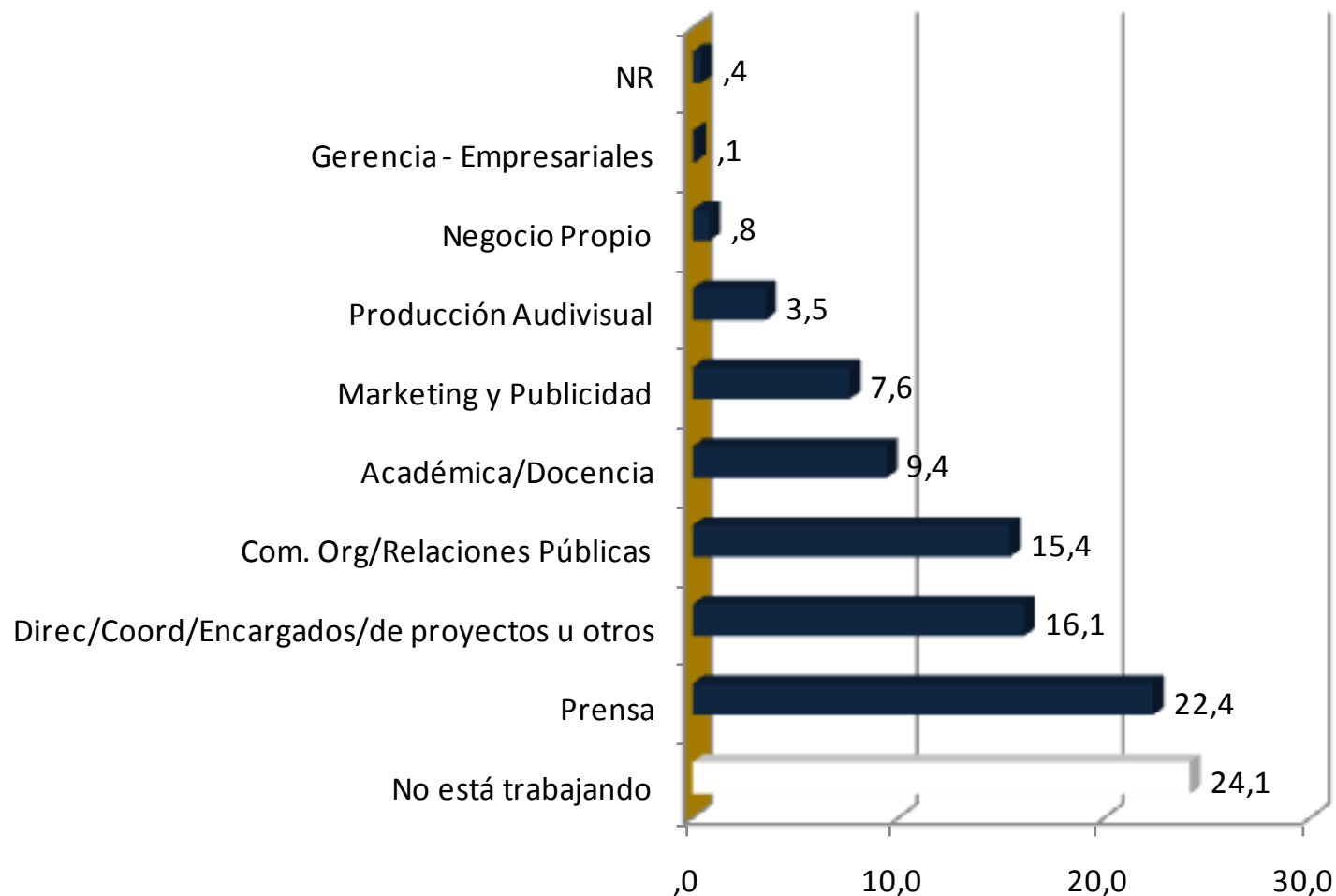
## Situación de quienes no están trabajando en el área

- Estoy buscando trabajo en algún área relacionada con la Com.
- NR
- Estoy buscando trabajo en cualquier área profesional
- Estuve trabajando en comunicación pero ahora estoy dispuesto a trabajar en cualquier área
- No me interesa trabajar en Comunicación

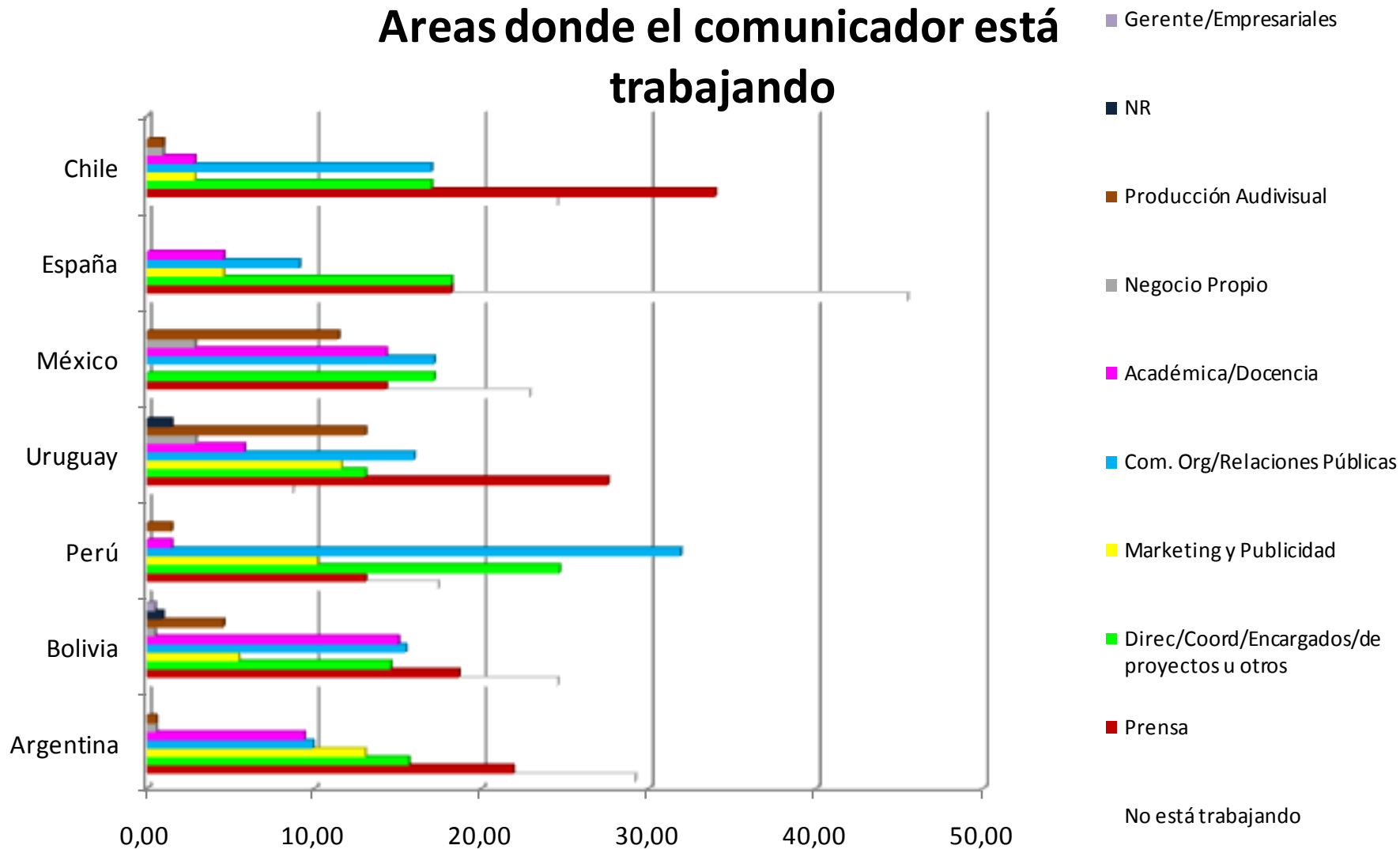




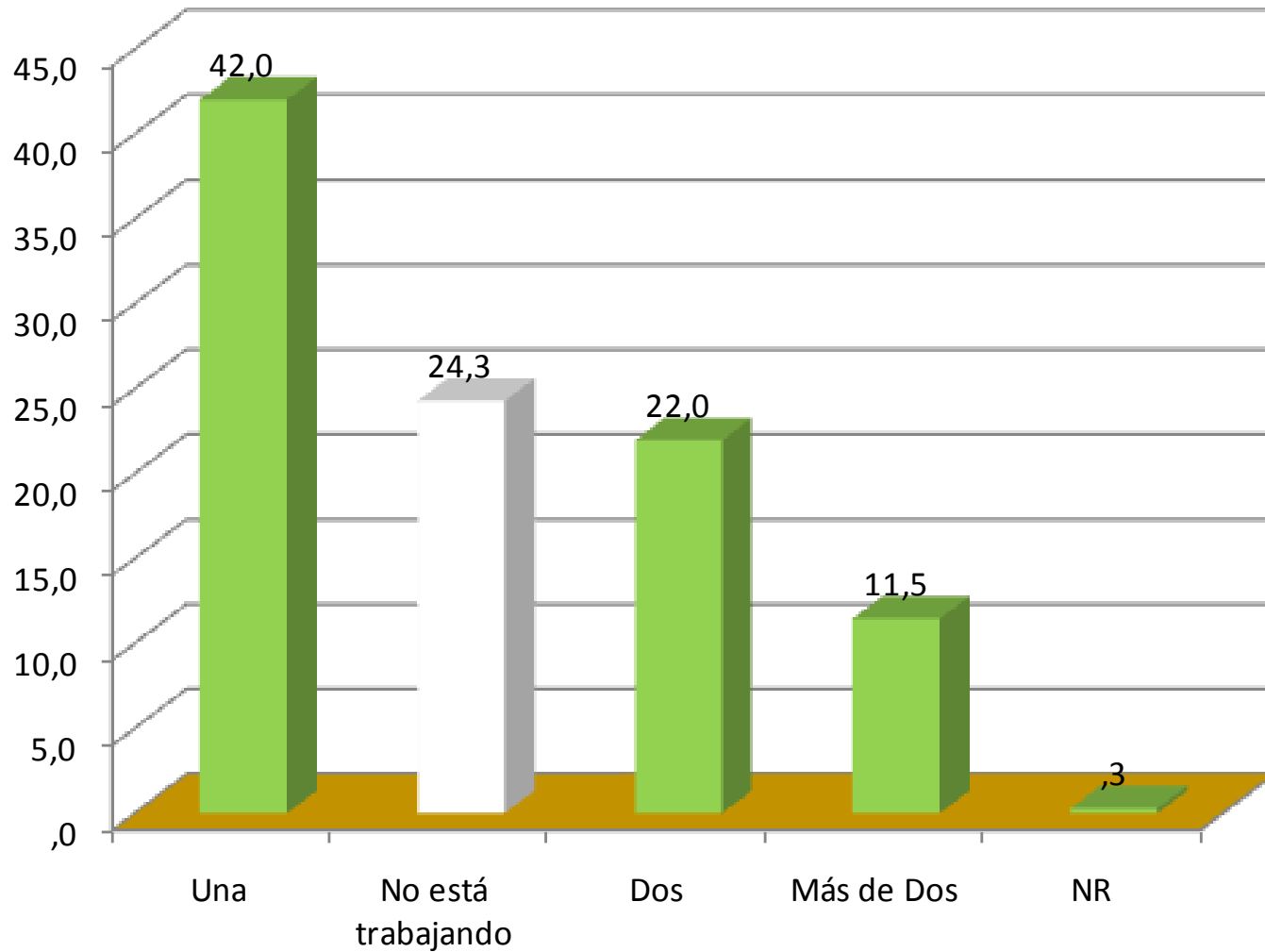
## Áreas donde el comunicador está trabajando



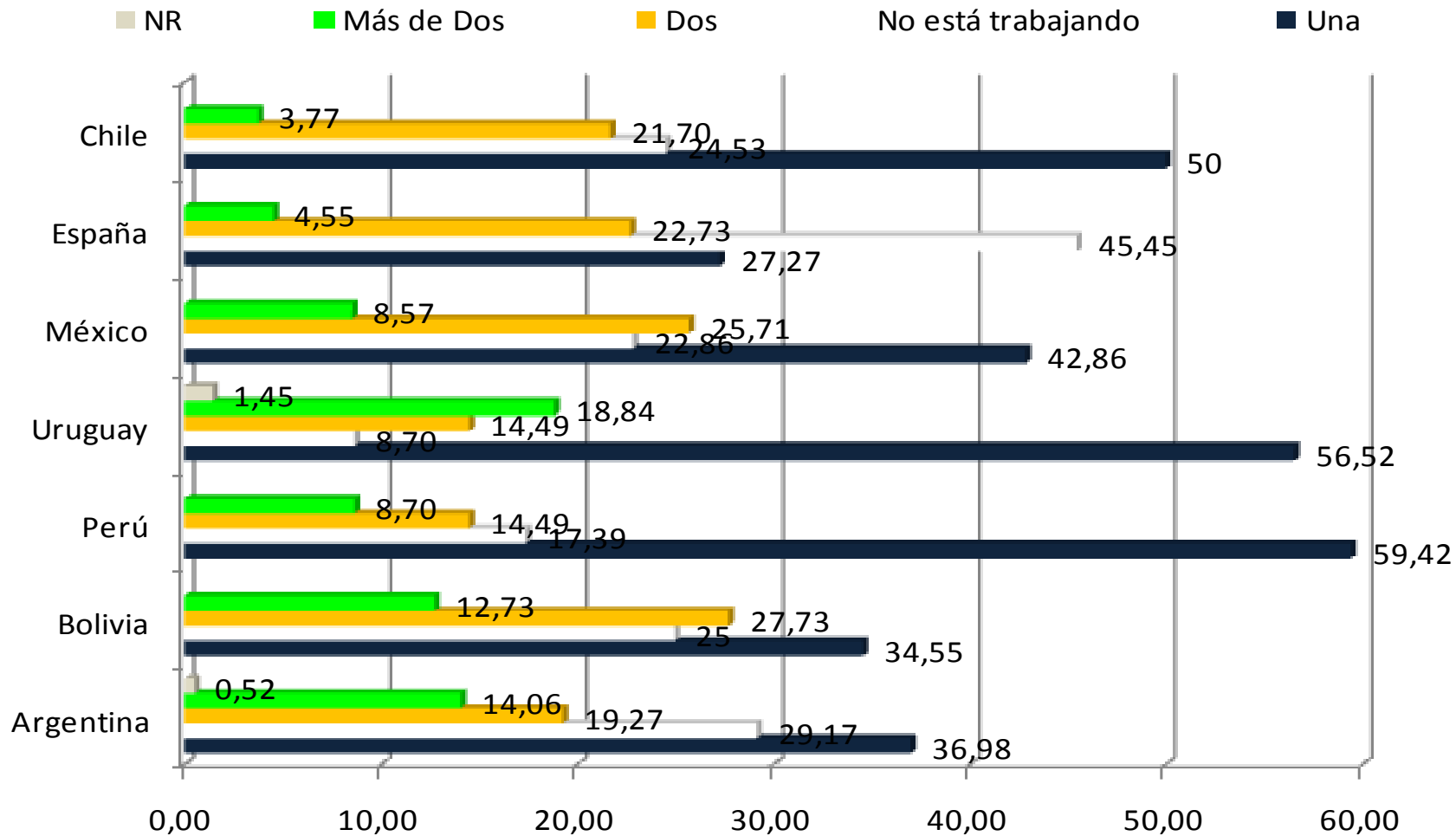
## Areas donde el comunicador está trabajando



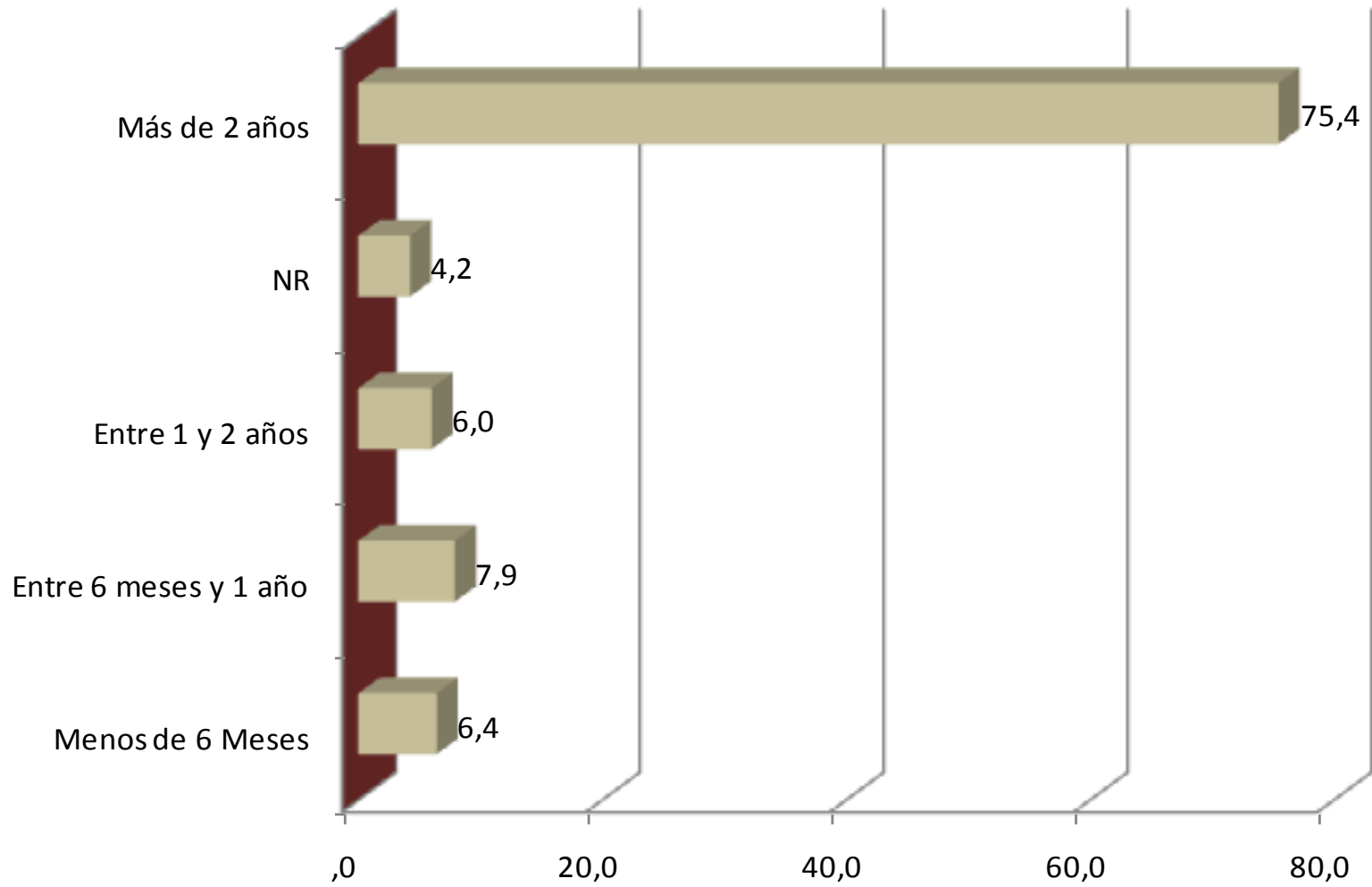
## Cantidad de lugares de trabajo actuales.



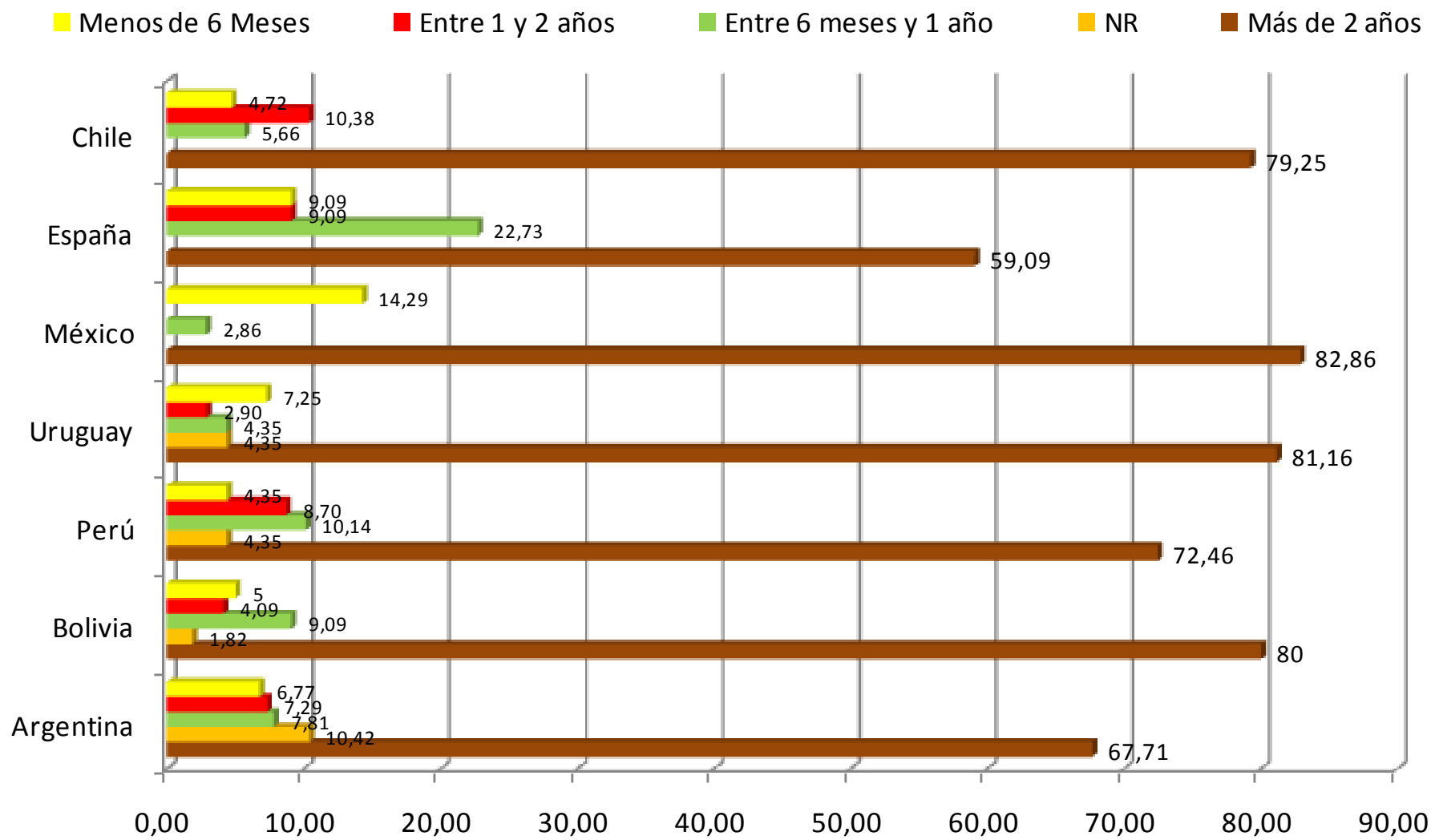
## Cantidad de trabajos actuales



## Experiencia



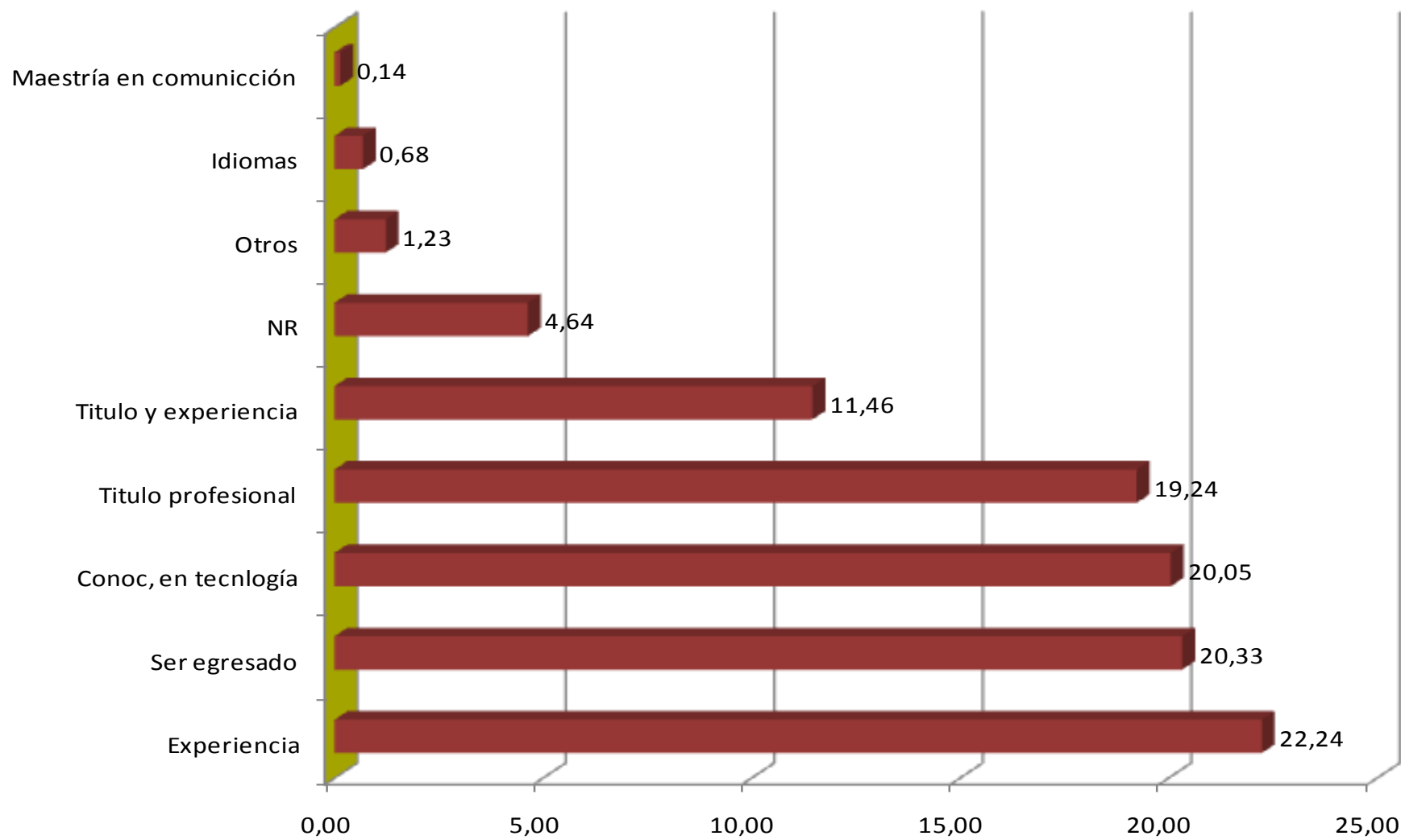
## Experiencia



## **Requisitos exigidos para empezar a trabajar**

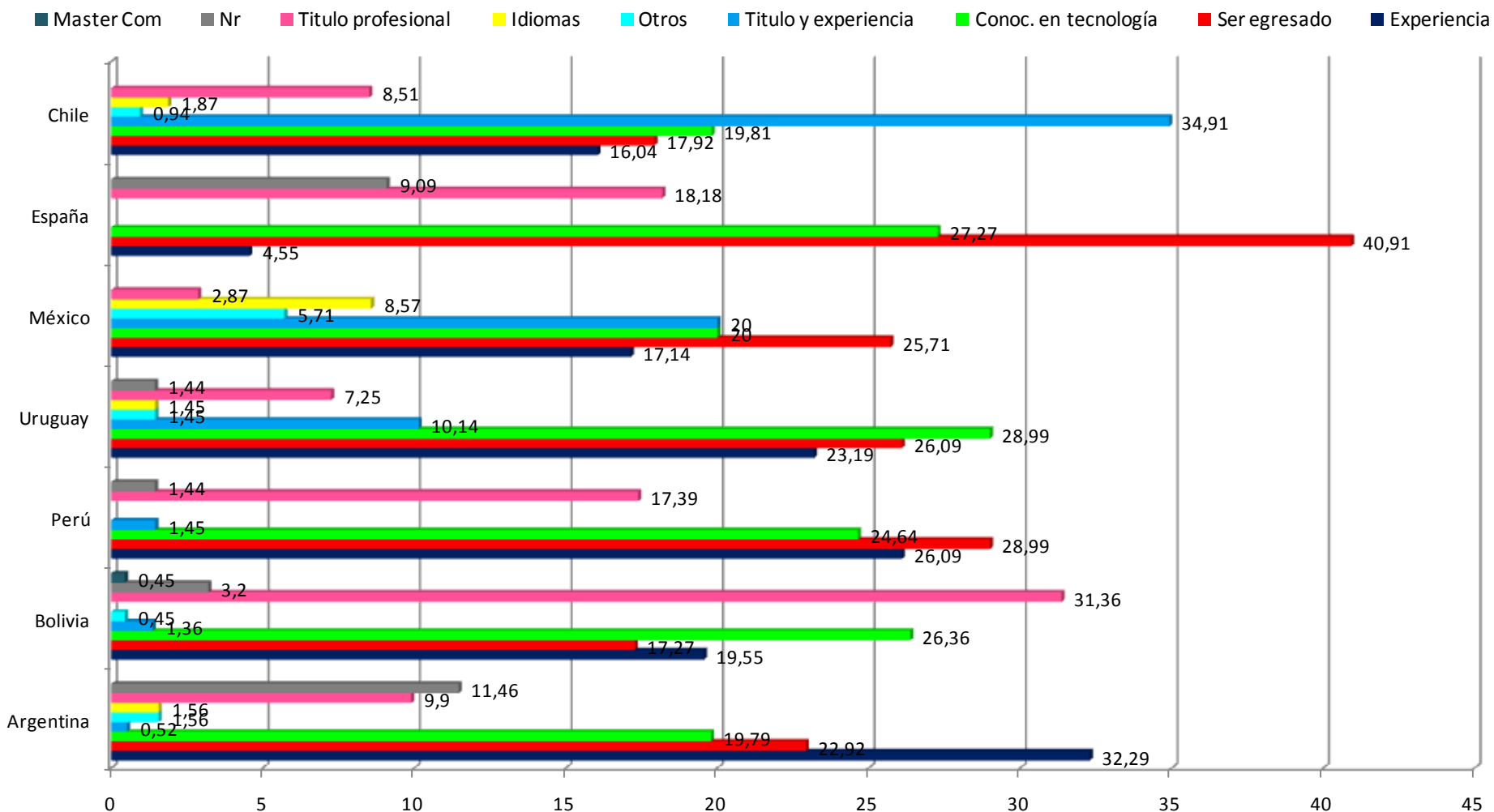
- **Profesión y experiencia 20%**

## Requisitos para ingresar a trabajar





## Requisitos para ingresar a trabajar



## Ingresos comunicadores

Promedio de sueldo : **\$us. 1,033,00**

Moda

El sueldo que más se repite : **\$us. 500,00**

El que menos gana

**\$us. 25,00**

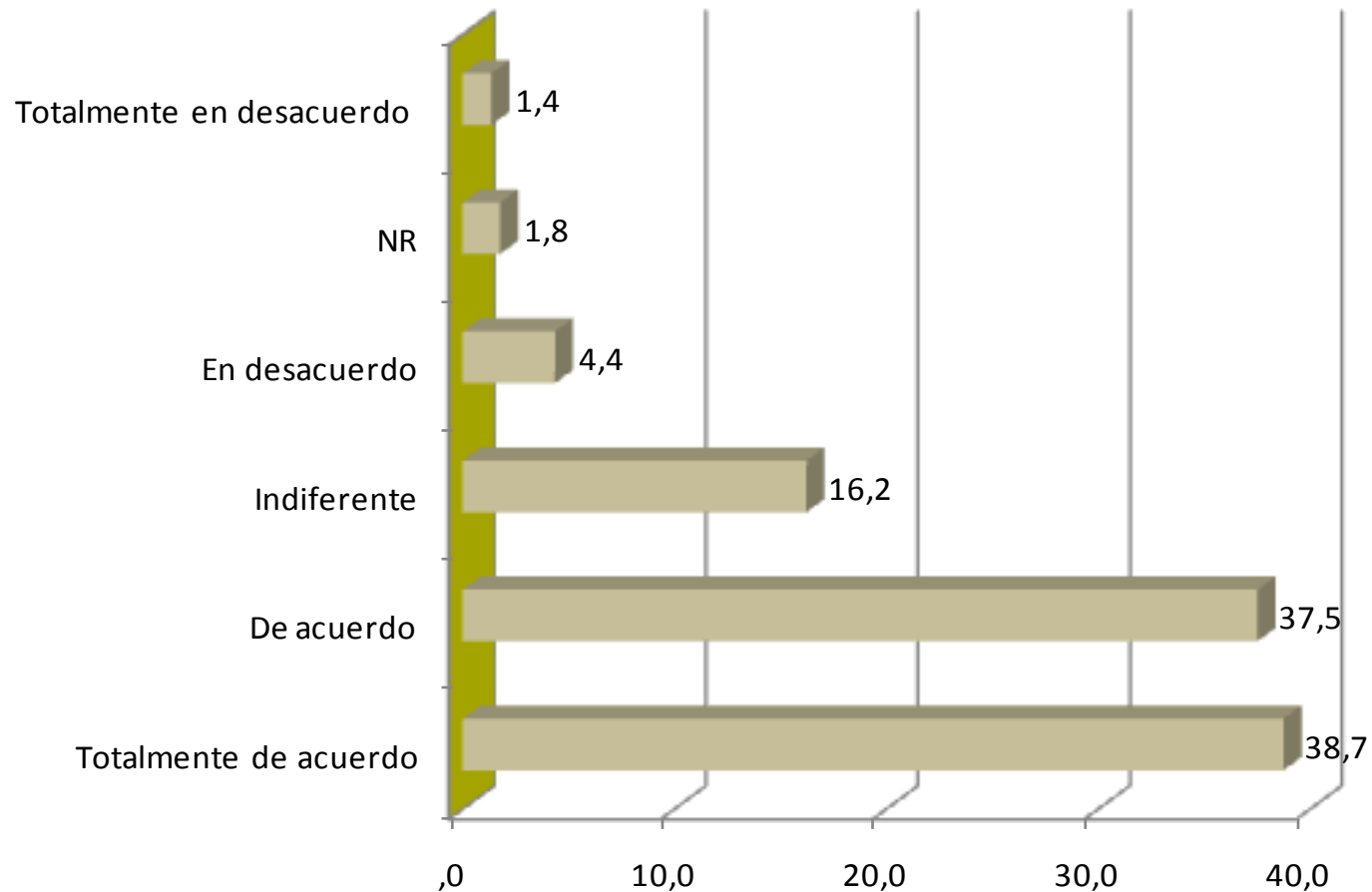
El que más gana

**\$us.7.000,00**

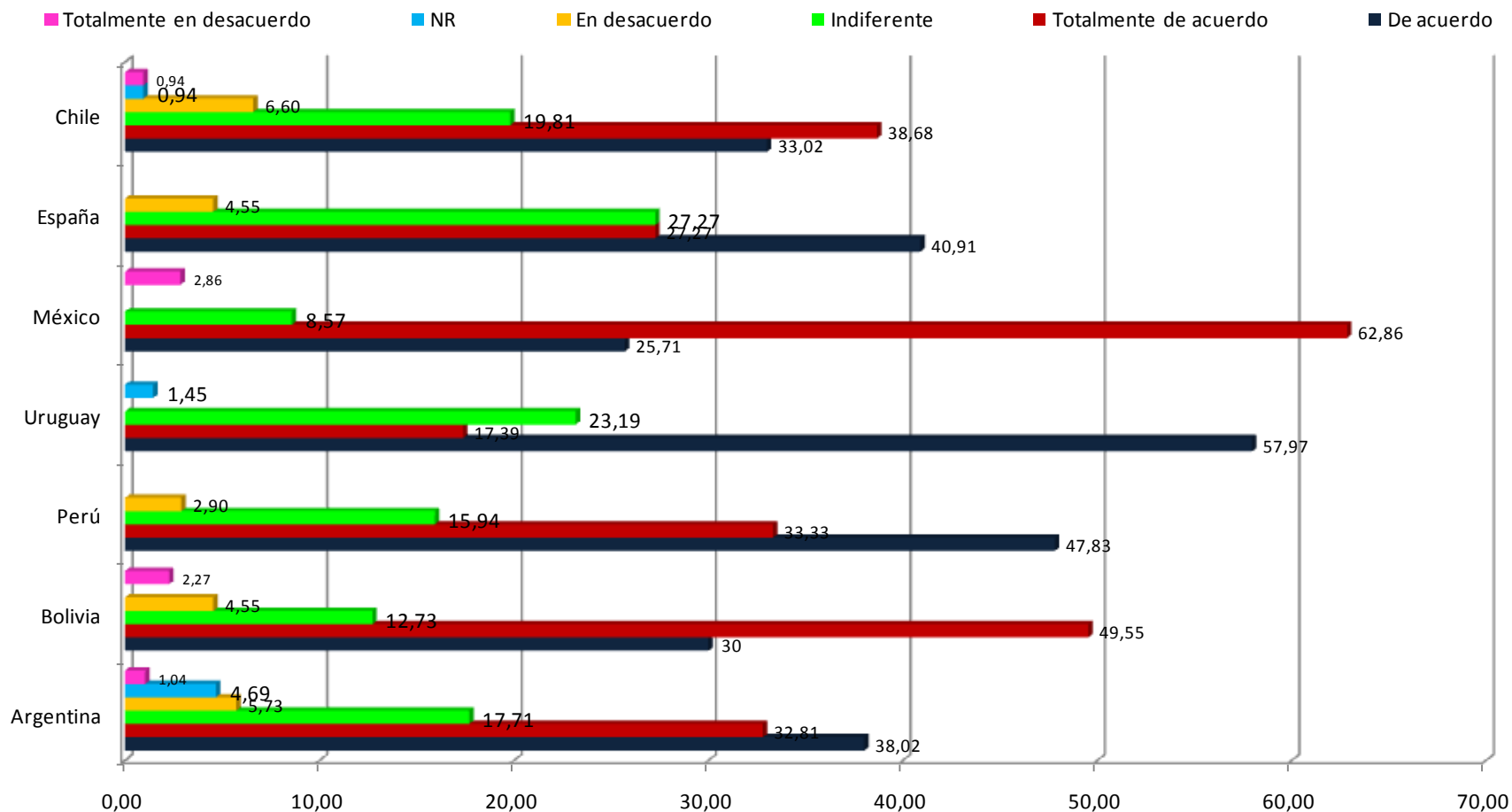
## Ingresos comunicadores

	Argentina	Bolivia	Perú	Uruguay	México	España	Chile
Media	1.097,00	816,00	1.080,00	983,00	1.297,00	1.103,00	1.459,00
Moda	1.000,00	500,00	700,00	1.000,00	2.000,00	1.000,00	1.000,00
Máxima	4.000,00	4.000,00	3.500,00	4.000,00	3.720,00	2.000,00	4.000,00
Mínima	90,00	25,00	100,00	200,00	350,00	200,00	300,00
<i>Montos expresados en dólares americanos</i>							

## Estoy completamente orgulloso de mi profesión



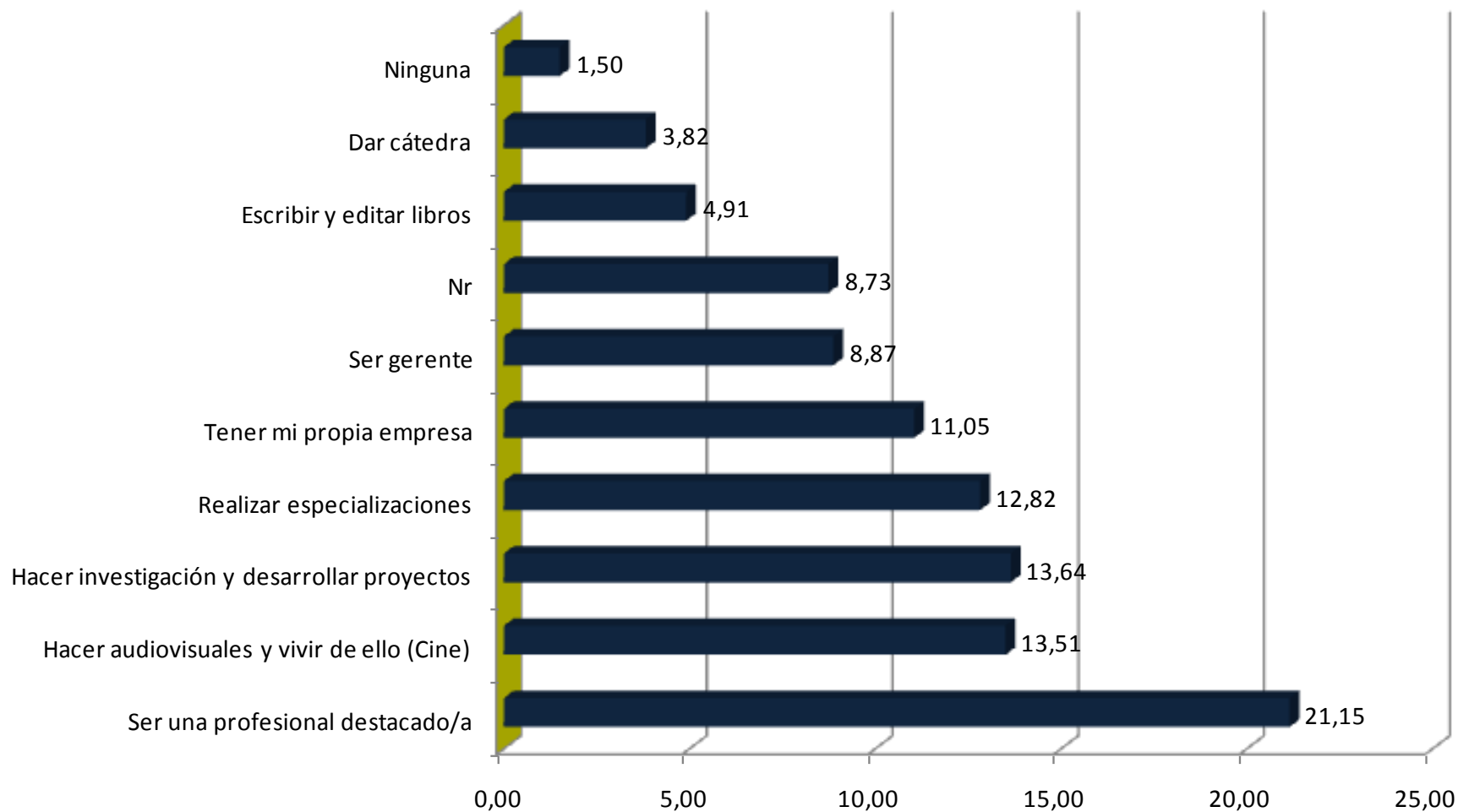
## "Estoy completamente orgulloso con mi profesión"



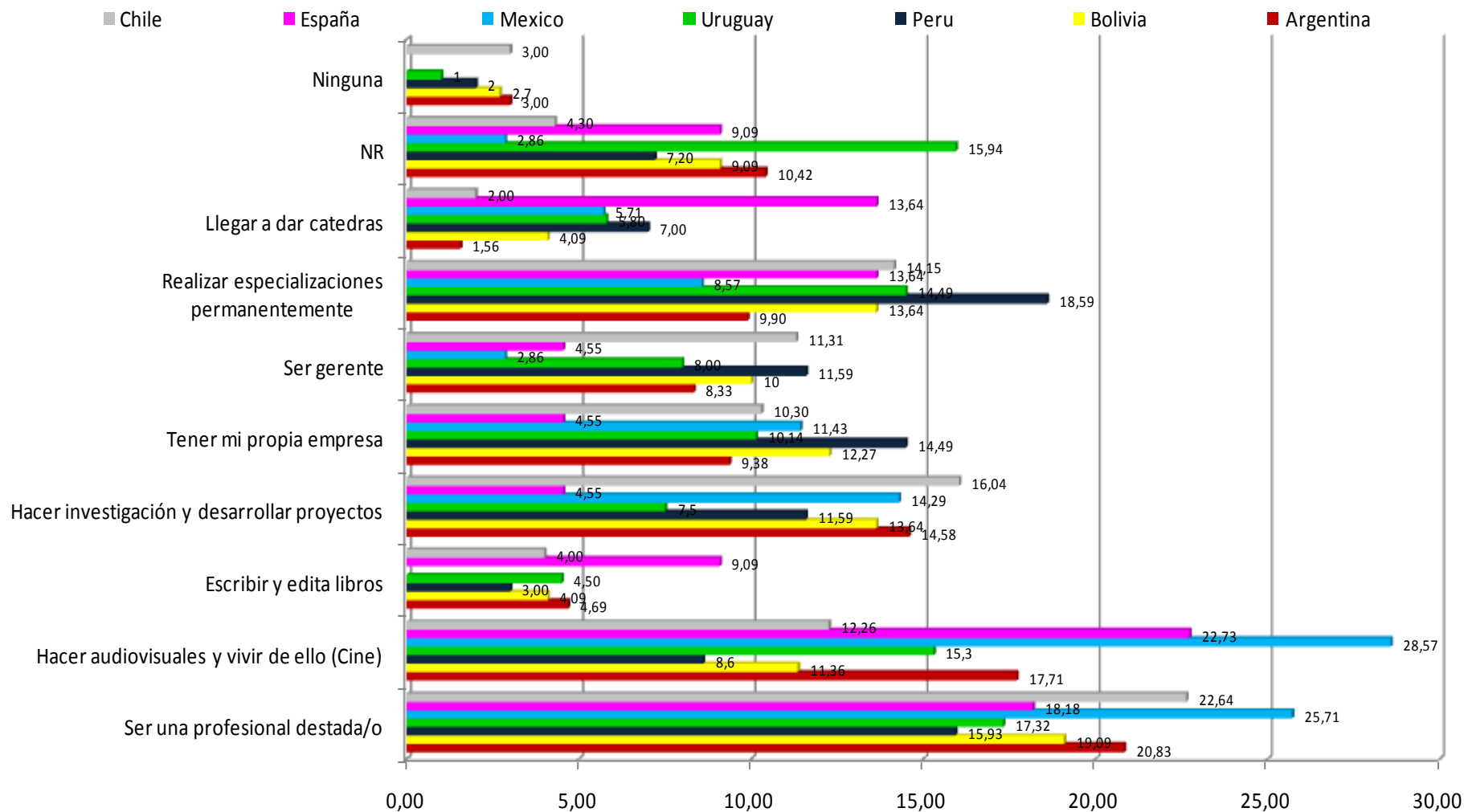
## **Mayores aspiraciones de los comunicadores**

- **Reconocimiento y prestigio (21%)**

## "Mayor aspiración del Comunicador Social"



## "Aspiraciones de los comunicadores"





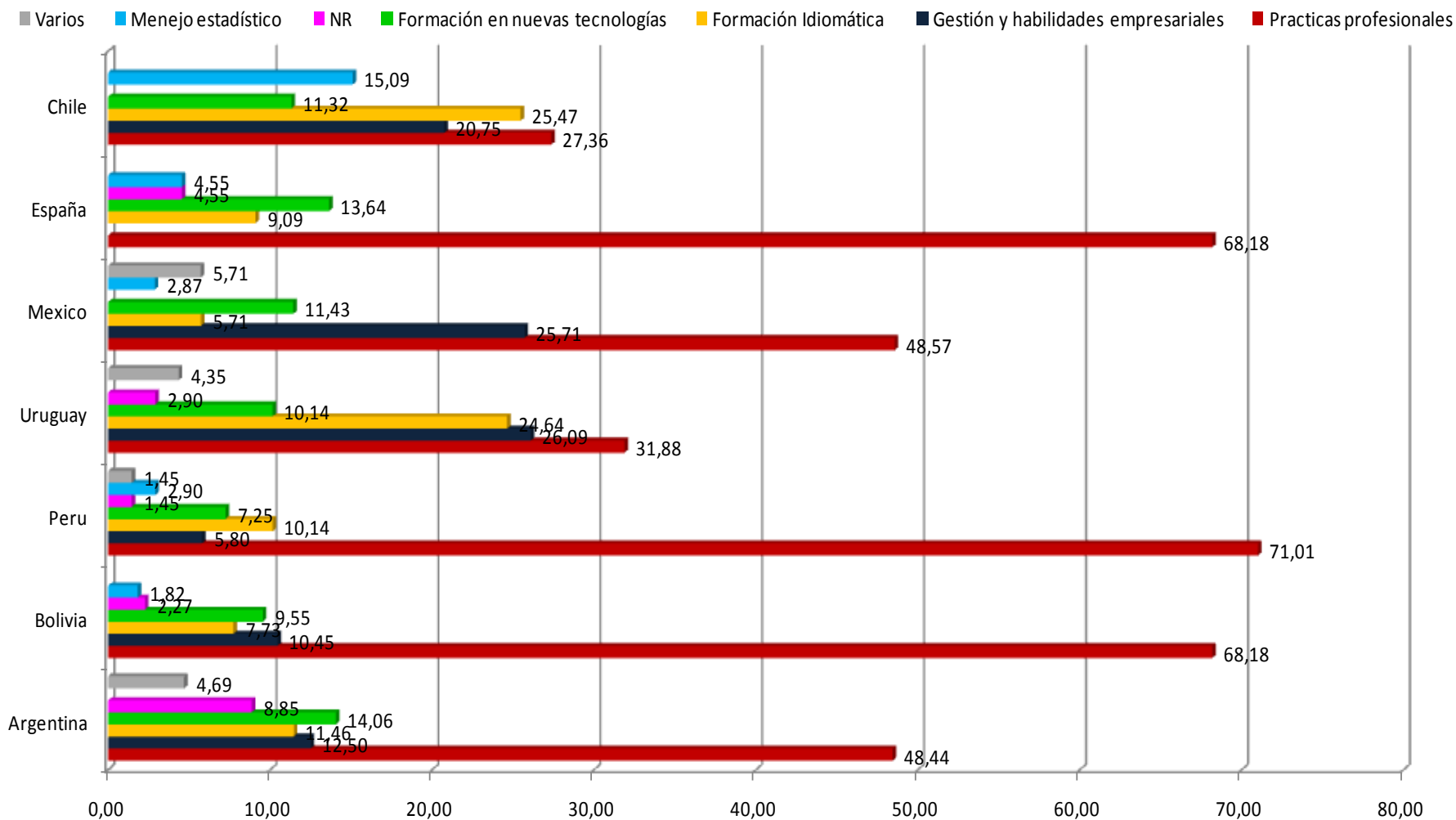
## **Carencias y ausencias en la formación académica encontradas al momento de ejercer.**

- **Prácticas (52%)**

## Carencias y ausencias detectadas en la formación académica al momento de ejercer



## Carencias y ausencias en la formación académica al momento de ejercer



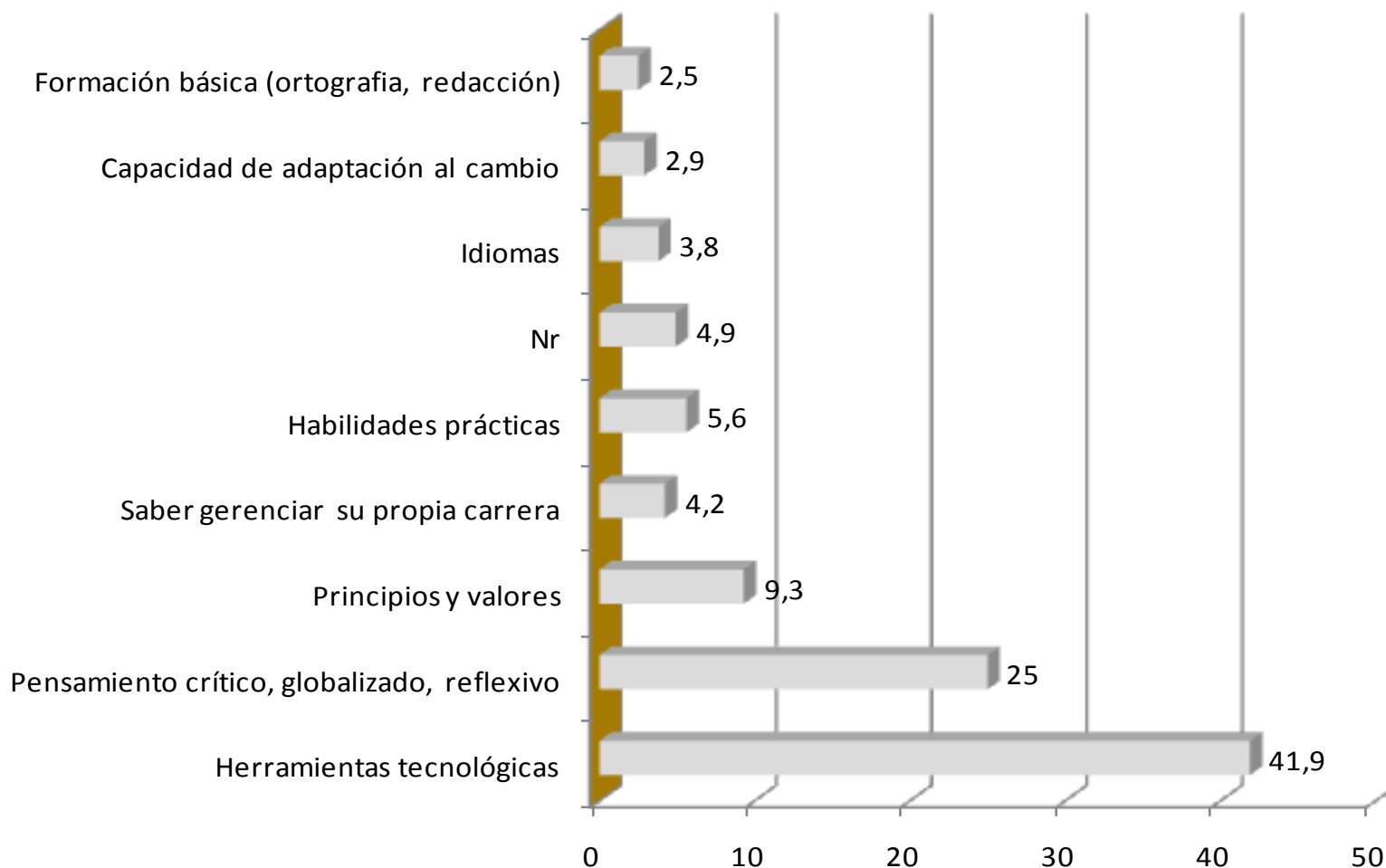
## **Características que tiene que tener el nuevo comunicador.**

- **Herramientas tecnológicas (41%)**
- **Pensamiento crítico y reflexivo (25%)**

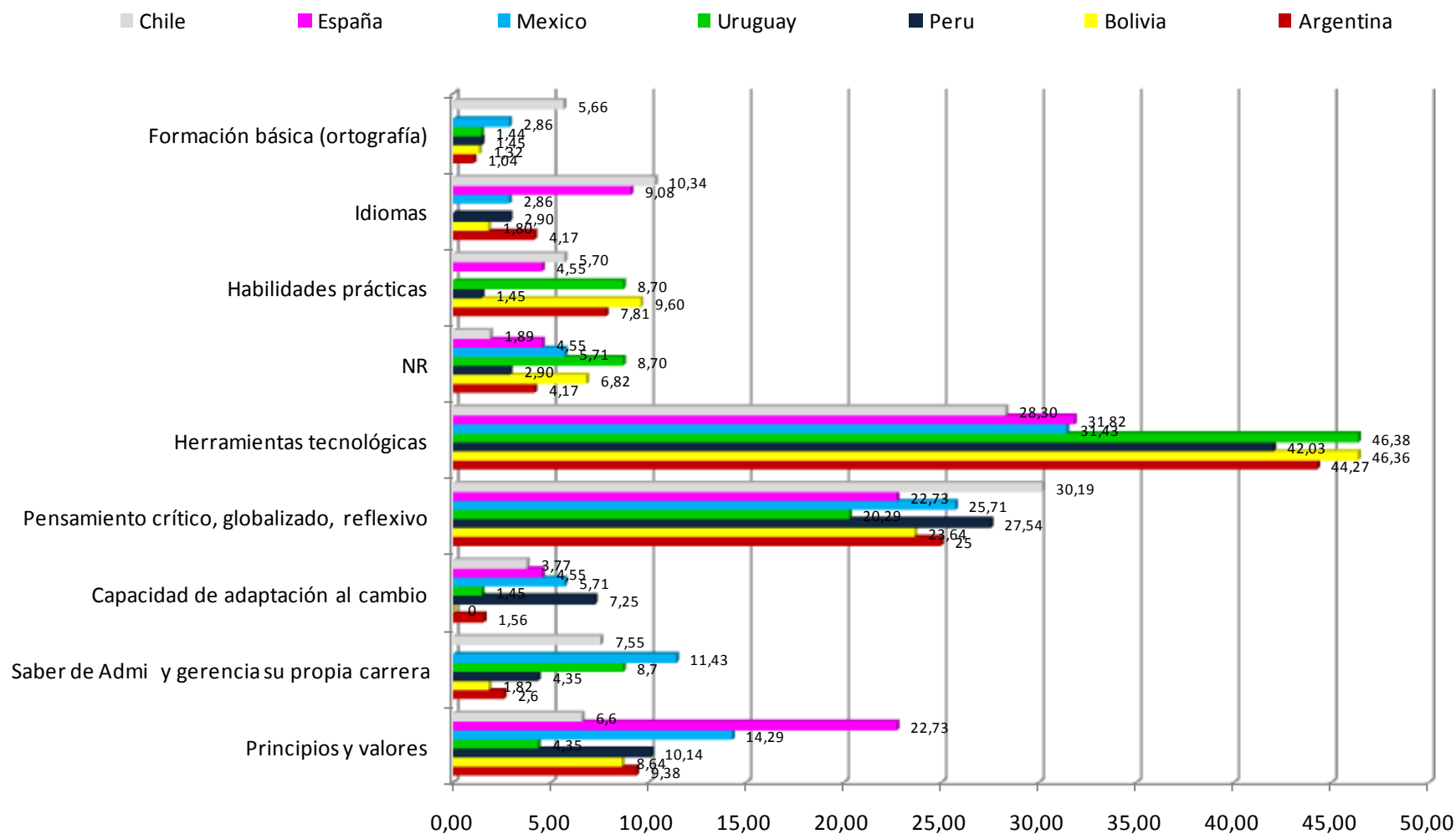
## **Sugerencias para mejorar la carrera**

- **Fortalecer las bases teóricas, desarrollar capacidad reflexiva y pensamiento crítico.(40%)**

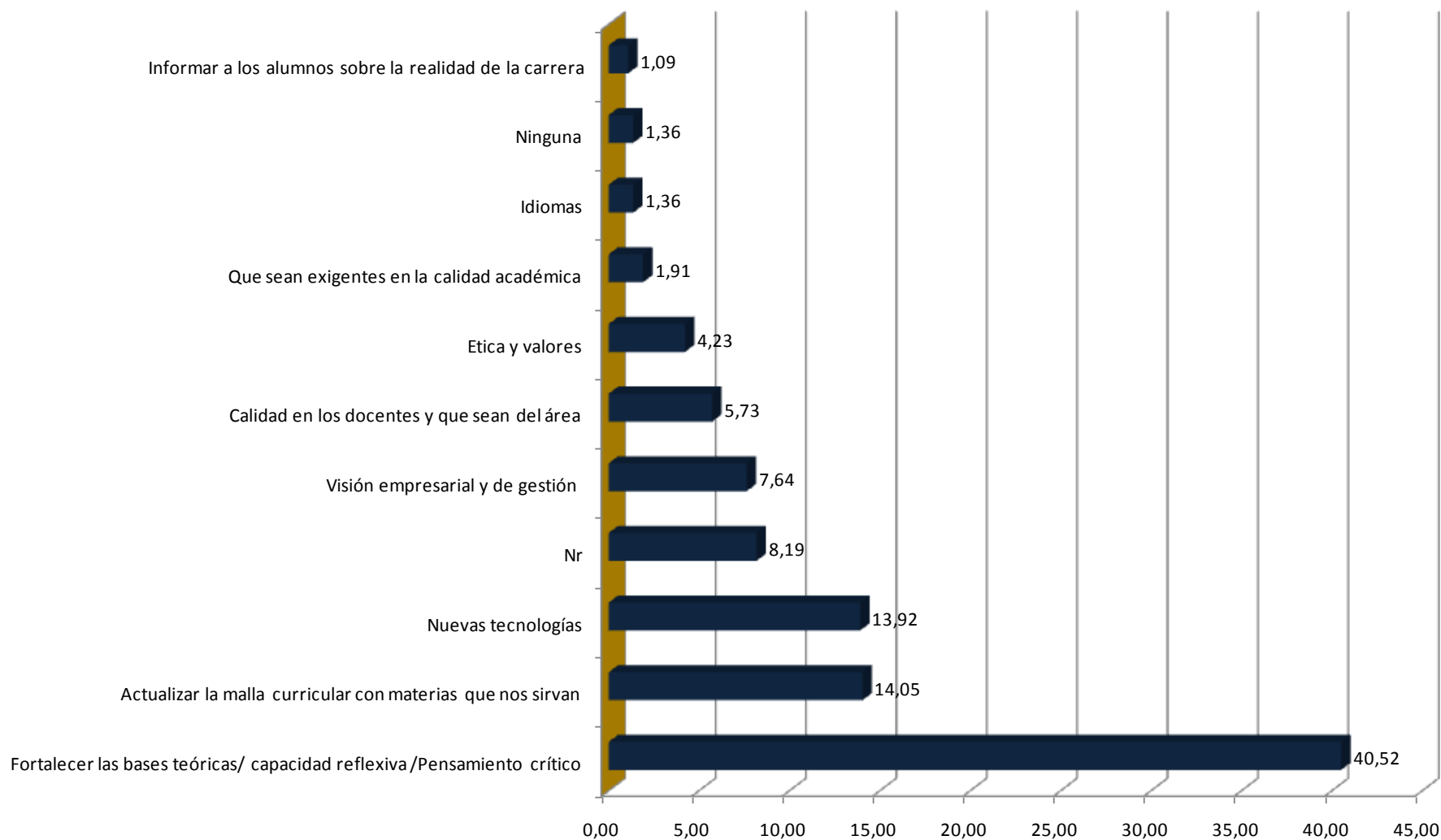
## Habilidades que debería tener el nuevo comunicador



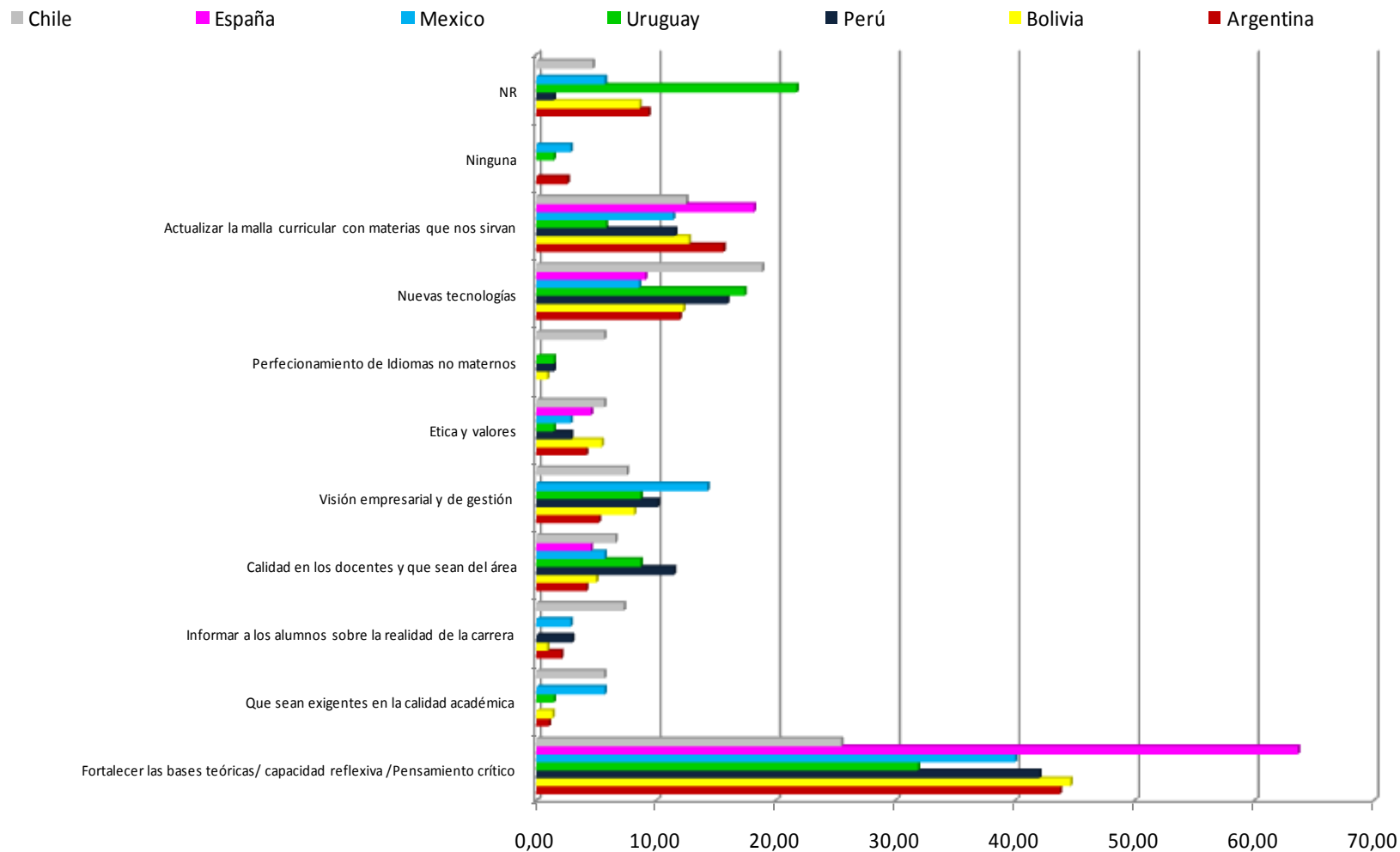
## "Habilidades que debería tener el nuevo Comunicador"



## Sugerencia para mejorar la carrera

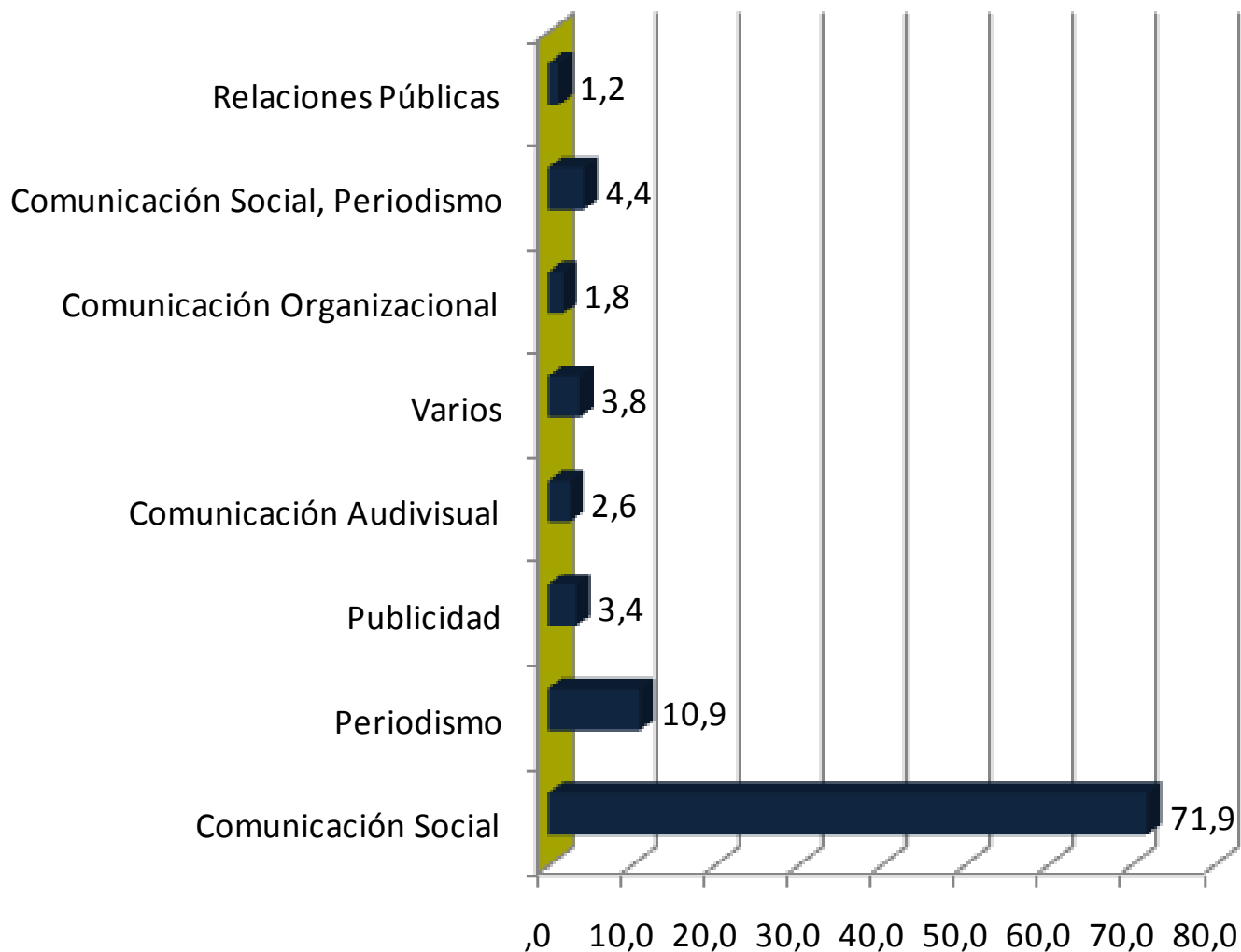


## Sugerencias para la mejora de la carrera

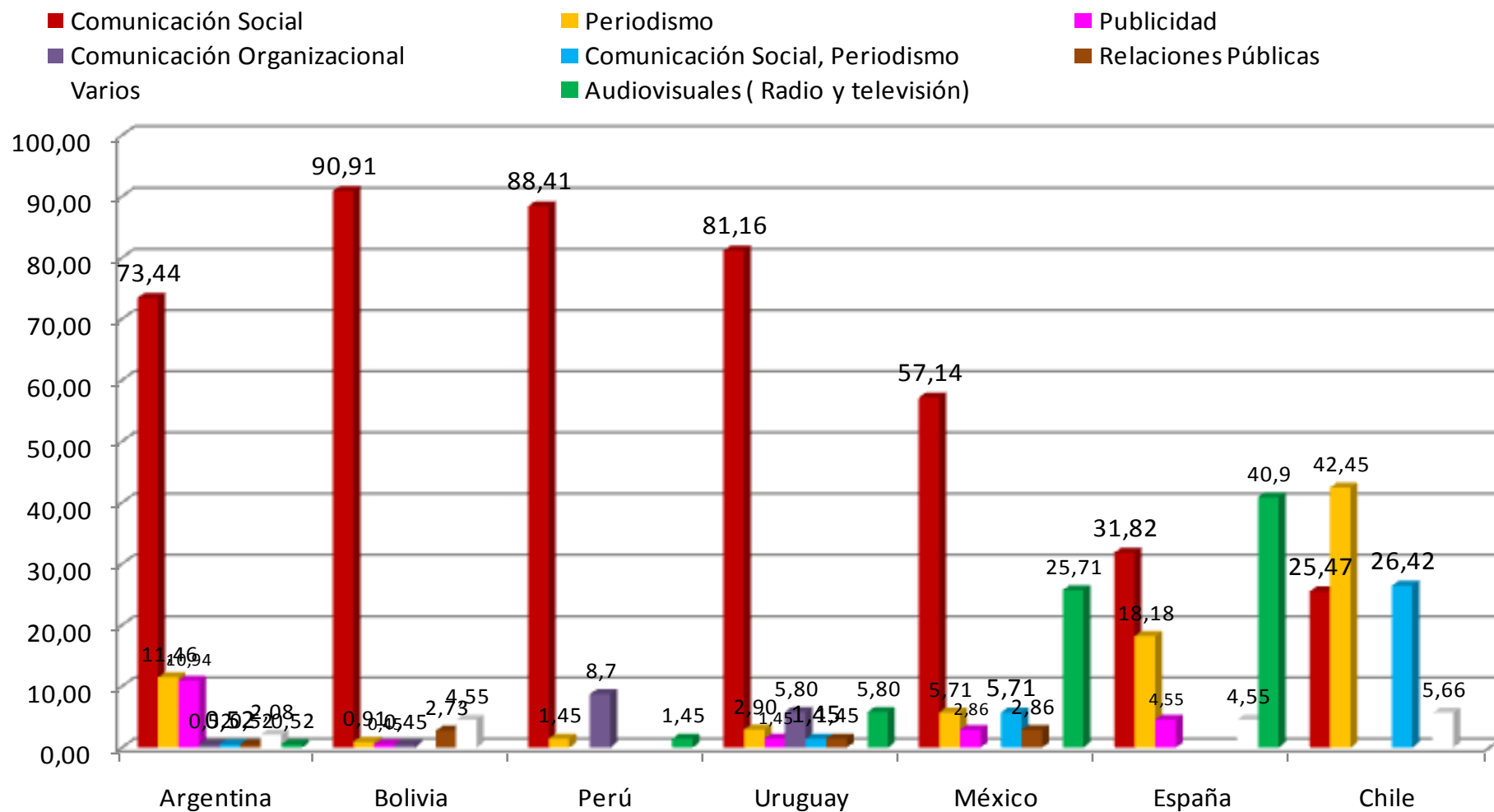




## Formación Univeristaria



## Formación Universitaria



# Conclusiones

El comunicador social es una persona amante y orgulloso de su profesión, sin embargo considera que la retribución económica no está acorde con los niveles de responsabilidad y la importancia que tiene la carrera en el desarrollo social y empresarial.

Cree que la carrera no es valorada por que existe un desconocimiento de la misma.

Considera que en la formación universitaria se debe fortalecer tanto las prácticas como el pensamiento crítico, reflexivo, así como la incorporación de las nuevas tecnologías.

Elena Hurtado

[elenah@ehbpmulticom.com](mailto:elenah@ehbpmulticom.com)

591-773 33312

Santa Cruz, Bolivia

Documento presentado en San Francisco – California  
el 13 de noviembre del 2010

Santa Cruz Bolivia

Noviembre 2010