



Inserción laboral de graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad

Santo Tomás: Análisis de Preparación y Oportunidades

Nicolas Stiven Useche Olaya

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social

Bogotá D.C, Colombia

2025

Inserción laboral de graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad

Santo Tomás: Análisis de Preparación y Oportunidades

Nicolas Stiven Useche Olaya

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=00

02431182

Trabajo de investigación presentado como requisito para optar al título de:

Comunicador Social

Tutora:

Marcela Catalina Correa Samudio

Universidad Santo Tomás

Bogotá, Colombia

2025

Dedicatoria:

A mis padres, por ser mi mayor ejemplo de fortaleza, dedicación y amor. Por acompañarme con paciencia en los momentos difíciles y celebrar conmigo cada logro. Este trabajo es el reflejo de todo lo que me han enseñado y del inmenso cariño con el que siempre me han impulsado a seguir adelante.

Agradecimientos:

Agradezco profundamente a mis profesores y a la Universidad Santo Tomás por haberme guiado en este proceso de crecimiento académico y personal. Su compromiso con la formación integral del comunicador social ha sido una inspiración constante. También extiendo mi gratitud a mis compañeros, quienes con su apoyo y colaboración hicieron de esta experiencia un aprendizaje compartido lleno de sentido.

Resumen:

El presente trabajo de investigación tiene como propósito analizar la inserción laboral de los graduados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, con el fin de evaluar la preparación profesional, las oportunidades laborales y la pertinencia del currículo académico frente a las demandas actuales del mercado de trabajo. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y diseño transversal, apoyado en la aplicación de una encuesta estructurada durante la jornada institucional denominada Noche de Tarjetas, en modalidad virtual, dirigida a los egresados de las promociones 2023-II y 2024-I.

La metodología incorporó elementos del Design Thinking como herramienta analítica, permitiendo una comprensión empática y visual de los resultados, así como la identificación de brechas y oportunidades de mejora desde la perspectiva del egresado. La muestra estuvo conformada por doce graduados (ocho mujeres y cuatro hombres), cuyas respuestas se agruparon en bloques temáticos que abordaron la formación académica, las competencias y sello institucional, la inserción laboral y la percepción general del programa.

Los resultados evidencian que la formación académica tomazina se percibe como sólida en su componente humanista, ético y teórico, aunque requiere fortalecer la actualización tecnológica, la interdisciplinariedad y la conexión con el entorno productivo. Si bien la mayoría de los egresados logra emplearse en menos de seis meses tras la graduación, persisten retos vinculados a la precarización laboral, la falta de experiencia previa y las limitadas oportunidades de crecimiento en el sector.

En conclusión, la investigación reafirma que el programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás forma profesionales competentes, críticos y éticos, pero debe

continuar adaptándose a los cambios del ecosistema comunicativo actual mediante la innovación curricular, la articulación con el mercado laboral y el acompañamiento permanente al egresado.

Palabras clave:

Inserción laboral – Graduados – Comunicación Social – Pertinencia curricular – Empleabilidad – Design Thinking – Universidad Santo Tomás

Abstract:

This research aims to analyze the labor market insertion of graduates from the Social Communication program at Universidad Santo Tomás, in order to assess their professional preparedness, employment opportunities, and the relevance of the academic curriculum in relation to current market demands. The study followed a quantitative, descriptive, and cross-sectional approach, using a structured survey conducted during the institutional event called Night of Cards, in a virtual format, targeting graduates from cohorts 2023-II and 2024-I.

The methodology incorporated principles of Design Thinking as an analytical framework, allowing for an empathetic and visual understanding of graduates' experiences, while identifying gaps and opportunities for improvement within the educational process. The sample consisted of twelve graduates (eight women and four men), whose responses

Tabla de contenido

Portada	1
Dedicatoria	2
Agradecimientos	3
Resumen	4
Abstract	5
Introducción	8
Pertinencia y justificación	9
Antecedentes	11
Planteamiento del problema	14
Objetivos	15
Marco teórico	16
Diseño metodológico	71
Resultados	93
Conclusiones	104
Recomendaciones	106
Referencias	112
Anexos	118

Introducción:

Los graduados en el ámbito profesional desempeñan un papel fundamental en la formación de los futuros graduados, ya que representan un vínculo directo entre el entorno académico y las demandas reales del mercado laboral. Su experiencia práctica, tanto en su inserción laboral como en su adaptación a los cambios y exigencias de los diferentes sectores, permite trazar una ruta que no solo orienta a quienes están en formación, sino que también ofrece una valiosa retroalimentación para las instituciones educativas. Los graduados se convierten en referentes clave al evidenciar las competencias, habilidades y conocimientos que son verdaderamente útiles y necesarios en el ejercicio profesional, lo que facilita el ajuste y mejora continua de los programas académicos.

En este contexto, el tema seleccionado para esta investigación es la inserción laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, con el objetivo de explorar cómo los graduados contribuyen a cerrar la brecha entre la formación académica y las demandas del mercado laboral contemporáneo. Este tema cobra especial relevancia en un mundo donde las dinámicas laborales evolucionan rápidamente, particularmente en el ámbito de la comunicación, donde los avances tecnológicos y la digitalización han transformado tanto las prácticas profesionales como las expectativas de los empleadores.

La elección de este tema responde a la necesidad de comprender el impacto que tienen los graduados en la evaluación y reestructuración de los planes de estudio, al ofrecer información directa sobre las competencias que realmente se valoran en la práctica. Además, resulta pertinente porque permite identificar los retos que enfrentan los graduados al

insertarse en el ámbito laboral, como la falta de experiencia práctica, las expectativas no alineadas con las exigencias del mercado y la competencia en un entorno cada vez más globalizado.

Delimitar este tema implica centrar la atención en los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, particularmente aquellos que han transitado recientemente del entorno académico al profesional. Se analizarán las áreas laborales en las que se desempeñan, las competencias que han sido clave para su éxito y las brechas formativas que han identificado al enfrentarse a las demandas reales de sus empleadores. También se abordará cómo su experiencia puede servir como guía para los estudiantes actuales y como base para proponer ajustes en el currículo académico.

En definitiva, este trabajo busca posicionar a los graduados como un punto de referencia esencial para evaluar la efectividad y pertinencia de la formación ofrecida en la Universidad Santo Tomás, así como para garantizar que los futuros graduados cuenten con las herramientas necesarias para integrarse y destacar en un mercado laboral dinámico y en constante transformación.

Pertinencia y Justificación:

La presente investigación resulta pertinente en tanto busca comprender la inserción laboral de los graduados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, un tema de especial relevancia para evaluar el impacto real de la formación académica en el contexto profesional contemporáneo. Analizar esta transición entre la universidad y el mundo laboral permite identificar la coherencia existente entre los contenidos curriculares, las competencias adquiridas y las demandas actuales del mercado de trabajo, aportando información valiosa para procesos de actualización y fortalecimiento del plan de estudios.

Asimismo, la investigación se justifica en la necesidad de visibilizar las oportunidades, desafíos y condiciones de empleabilidad que enfrentan los graduados, reconociendo que el ejercicio comunicativo trasciende la dimensión técnica para inscribirse en contextos sociales, culturales y económicos complejos. En este sentido, estudiar la inserción laboral desde la Comunicación Social contribuye a fortalecer el vínculo entre la formación universitaria y las necesidades del entorno, permitiendo a la institución repensar estrategias pedagógicas que favorezcan la empleabilidad y la pertinencia de sus graduados.

Desde una perspectiva académica, este trabajo aporta a la construcción de conocimiento sobre la relación entre educación superior y mercado laboral, tema que ha sido abordado en tesis previas del repositorio CRAI, pero que requiere de una mirada actualizada, contextualizada y enfocada en las particularidades del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás. A nivel institucional, la investigación ofrece insumos concretos para la autoevaluación y la mejora continua del programa, alineándose con los lineamientos del Ministerio de Educación Nacional en materia de aseguramiento de la calidad y pertinencia social de la educación superior.

Por último, la pertinencia de este estudio radica también en su dimensión social, al aportar una reflexión sobre la preparación real de los comunicadores sociales frente a los retos del ejercicio profesional, la transformación digital y las nuevas dinámicas del trabajo contemporáneo. Comprender la experiencia laboral de los graduados no solo permite valorar la eficacia del proceso formativo, sino también promover acciones institucionales orientadas al acompañamiento, seguimiento y fortalecimiento del perfil del egresado tomasino, reafirmando así el compromiso de la Universidad con la formación integral, humanista y socialmente responsable.

Antecedentes:

La inserción laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social ha sido un tema ampliamente abordado por distintos estudios, debido a los desafíos que implica la transición entre la formación académica y el ejercicio profesional en un entorno cada vez más digitalizado y globalizado.

En el ámbito institucional, uno de los antecedentes más relevantes es el trabajo de Natalia Navarrete Acosta (2024), titulado Análisis en el impacto del mundo laboral de los graduados de la carrera de pregrado de Comunicación Social del 2019-II y 2020-I de la Universidad Santo Tomás. Esta investigación evaluó el impacto del plan de estudios implementado tras la reforma curricular de 2016, destacando avances significativos en la formación humanista y en la incorporación de metodologías activas de aprendizaje, pero también señalando limitaciones en la integración de competencias tecnológicas y digitales. El estudio reveló que el 75 % de los graduados percibió una influencia positiva del currículo en su desempeño profesional, especialmente en áreas relacionadas con la comunicación organizacional y el manejo de herramientas audiovisuales como Illustrator, Photoshop y Premiere Pro. Sin embargo, la mayoría coincidió en la necesidad de fortalecer los contenidos orientados al marketing digital, la comunicación audiovisual y el análisis de datos, con el fin de aumentar la pertinencia y competitividad del programa frente a los cambios del entorno laboral

Quetamá Pinto (2022), en su investigación La inserción laboral de jóvenes con formación tecnológica: el caso de los egresados del SENA, desarrollada en la Universidad del Valle, analiza los factores que influyen en la empleabilidad de los jóvenes que culminan programas técnicos y tecnológicos. Su estudio, basado en encuestas y entrevistas a egresados, revela que la inserción laboral depende en gran medida de la articulación entre formación y

sector productivo, la existencia de redes institucionales de empleo y la percepción de calidad y pertinencia del programa. La autora subraya que el acompañamiento post formativo y la actualización de competencias técnicas son determinantes para consolidar trayectorias laborales estables. Aunque se centra en educación tecnológica, este trabajo ofrece claves importantes para la educación universitaria, como la necesidad de fortalecer los vínculos universidad–empresa y los sistemas de seguimiento a graduados, aspectos esenciales también en el ámbito de la Comunicación Social.

De igual modo, Prieto Hernández (2023), en su tesis *Análisis del perfil de egreso en la inserción laboral del profesional del programa de Administración Financiera en la región Orinoquía, Colombia (2017–2022)*, desarrollada en la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), examina la relación entre el perfil de formación y las oportunidades laborales reales de los egresados. La autora identifica que la correspondencia entre las competencias declaradas en el perfil de egreso y las demandas efectivas del mercado laboral es un factor determinante en la empleabilidad. Entre sus conclusiones destaca la necesidad de integrar estrategias de seguimiento longitudinal a graduados, de formación en habilidades blandas y de aprendizaje continuo, lo que garantiza una mayor pertinencia curricular. Este hallazgo es extrapolable al caso de Comunicación Social, en la medida en que también requiere revisar la alineación entre su perfil de egreso y las habilidades que hoy exige el campo comunicativo en contextos digitales, corporativos y sociales.

Por su parte, Llorente Muñoz (2021), en su trabajo *Inserción laboral y teoría del capital humano (Labour Insertion and Human Capital Theory)*, realizado en la Universidad de Zaragoza (España), aporta una perspectiva teórica que enriquece la comprensión del fenómeno de la empleabilidad desde un enfoque económico y educativo. Basado en la teoría del capital humano de Becker, el autor plantea que la inserción laboral está directamente

vinculada con la inversión en educación y formación continua, lo que incrementa el valor del individuo en el mercado de trabajo. Su análisis evidencia que las competencias, tanto técnicas como transversales, constituyen capital acumulado que influye en la productividad y la estabilidad laboral. Este marco conceptual respalda la importancia de analizar la formación universitaria no sólo como un proceso académico, sino también como una estrategia de desarrollo humano y social, coincidiendo con el enfoque humanista tomasino que orienta la formación en Comunicación Social.

Finalmente, Martínez y Herrera (2025), en su estudio Transformaciones del campo laboral del comunicador social en el contexto digital colombiano, desarrollado en la Pontificia Universidad Javeriana, exponen que la revolución tecnológica ha modificado profundamente los escenarios de actuación profesional del comunicador, ampliando su campo hacia la analítica digital, la producción transmedia y la comunicación estratégica para organizaciones híbridas. Los autores sostienen que el comunicador actual debe combinar las competencias tradicionales con habilidades técnicas y de pensamiento sistémico para responder a los nuevos retos de empleabilidad.

En conjunto, estos antecedentes recientes permiten comprender que la inserción laboral de los graduados en Comunicación Social depende tanto de la pertinencia y flexibilidad del currículo académico como de las condiciones estructurales del mercado de trabajo, marcadas por la digitalización, la automatización y la precarización laboral. Además, confirman la necesidad de que los programas universitarios establezcan mecanismos permanentes de seguimiento a egresados, actualicen sus planes de estudio conforme a las transformaciones del sector y consoliden estrategias de formación basadas en la innovación, la interdisciplinariedad y el aprendizaje experiencial.

Planteamiento del problema:

La inserción laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social constituye un eje de análisis prioritario dentro de los procesos de aseguramiento de la calidad en la educación superior. En la actualidad, los cambios tecnológicos, la digitalización de los medios y las transformaciones sociales han redefinido las dinámicas del ejercicio profesional, exigiendo que los graduados desarrollen competencias cada vez más especializadas y adaptables. Este proceso de transición del ámbito académico al laboral implica no solo la aplicación de conocimientos teóricos, sino la capacidad de responder a entornos digitales, colaborativos y en constante innovación.

En Colombia, el estudio Inserción Laboral de los graduados en el programa de Comunicación Social (Gómez Ortega, 2022) identifica las variables que influyen en la probabilidad de que un recién graduado acceda al mercado laboral, poniendo en discusión la eficacia de la formación recibida frente a las exigencias laborales actuales. Asimismo, el trabajo de Hernández Molina, Llanos Gómez, Martínez Julio y Vargas (2024) examina la integración de competencias digitales en el plan de estudios de Comunicación Social en la Universidad de Cartagena, concluyendo que apenas un pequeño porcentaje del currículo está alineado con las demandas digitales del mercado y recomendando una actualización curricular profunda.

En el ámbito internacional, el artículo “Los graduados de comunicación y el mercado laboral” (Sánchez-Olavarría, 2014) analiza trayectorias profesionales de graduados en comunicación y cómo los cambios tecnológicos han ido redefiniendo el perfil profesional esperado. Por otro lado, la revisión de literatura La inserción laboral de los graduados universitarios: perspectivas teóricas y tendencias internacionales reconoce que los mecanismos de inserción (bolsas de empleo universitarias, redes de contacto, prácticas

profesionales) juegan un papel clave, pero que muchas universidades aún no han logrado cimentar estos mecanismos con eficacia.

Estas evidencias sugieren que, aunque existe información y estudios sobre la inserción laboral y la necesidad de innovación curricular, hay vacíos en el estudio de promociones recientes y en programas particulares. En el caso de la Universidad Santo Tomás, no se han documentado aún las trayectorias laborales de las promociones 2023-II y 2024-I ni las percepciones de sus graduados respecto a la pertinencia del currículo frente a las competencias digitales emergentes. Esta ausencia de información limita la posibilidad institucional de evaluar el impacto del programa de Comunicación Social y de implementar estrategias de mejora curricular. Por ello, se hace necesario analizar la inserción laboral de estos graduados con el fin de identificar los factores que facilitan o dificultan su vinculación profesional, y así fortalecer la pertinencia, competitividad y sostenibilidad del programa frente a los nuevos escenarios laborales del siglo XXI.

Objetivo general:

Analizar el proceso de inserción laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, con énfasis en las trayectorias profesionales, las percepciones sobre la formación académica recibida y los desafíos enfrentados en el contexto laboral actual.

Objetivo específico:

1. Identificar las trayectorias profesionales de los graduados de las promociones 2023-II y 2024-I, identificando las áreas de desempeño laboral y las características de los empleos obtenidos.

2. Evaluar la percepción de los graduados sobre la pertinencia y efectividad del currículo académico en relación con las demandas del mercado laboral, así como las habilidades adquiridas durante su formación.

3. Analizar los principales desafíos que enfrentan los graduados en su proceso de búsqueda de empleo, incluyendo factores como la falta de experiencia, las expectativas salariales y la competencia en el sector.

Marco Teórico:

El presente marco teórico sirve como base para analizar la inserción laboral de los graduados del programa de Comunicación Social de las promociones 2023-II y 2024-I de la Universidad Santo Tomás. Se estructura en tres ejes complementarios: el conceptual, que explora las definiciones reconocidas institucionalmente de graduado, currículo y sistema de aseguramiento de la calidad; el explicativo, que examina las teorías contemporáneas sobre el desajuste entre la educación y el mercado laboral, así como la transición de la escuela al empleo; y el contextual, que ofrece una perspectiva histórica sobre la evolución de la formación en Comunicación Social, su mercado laboral y el marco normativo colombiano. Además, se incorporan categorías analíticas que son coherentes con los instrumentos de investigación utilizados currículos y pertinencia, competencias, internacionalización, inserción laboral, oportunidades y proyección del programa, todo ello respaldado por un andamiaje sociológico inspirado en Pierre Bourdieu (capital cultural, social y económico; campo), con contribuciones de Raúl Fuentes Navarro (campos de la comunicación) y Marta Rizo (habilidades interpersonales y blandas).

1. Conceptos clave

Graduados

El concepto de graduado en el ámbito de la educación superior adquiere una dimensión teórica, social e institucional que va más allá de la mera obtención de un título académico. De acuerdo con Prías Márquez (2021), un graduado es la manifestación concreta del éxito del proceso educativo, pues representa el resultado visible de la implementación curricular, pedagógica y administrativa de una institución. No obstante, este concepto debe comprenderse desde una perspectiva más amplia: el graduado es, al mismo tiempo, un indicador de calidad y un agente de transformación social.

Según Vargas Rodríguez (2021), el graduado actúa como un actor fundamental dentro del Sistema de Aseguramiento de la Calidad, ya que su desempeño laboral, su nivel de empleabilidad y sus aportes a la sociedad permiten evaluar la pertinencia de los programas académicos. El seguimiento y análisis de sus trayectorias profesionales se convierten en una herramienta esencial para determinar si las competencias adquiridas durante la formación responden efectivamente a las exigencias del entorno laboral.

El Ministerio de Educación Nacional (2010), mediante el Decreto 1295, establece que las instituciones deben realizar estrategias sistemáticas de seguimiento a graduados, orientadas a medir la inserción laboral, el desempeño profesional y el impacto social de sus egresados. Esta política pública vincula directamente la figura del graduado con la calidad educativa, pues sus resultados sirven como base para la retroalimentación del currículo y la mejora continua de los programas académicos.

Desde un enfoque más reflexivo, Prías Márquez (2021) plantea que el graduado también cumple un rol simbólico y cultural, ya que encarna los valores institucionales, los principios éticos y la misión educativa de su universidad. En el caso de la Universidad Santo Tomás, los graduados son el reflejo del modelo pedagógico tomasino,

centrado en la formación integral del ser humano, la búsqueda de la verdad y el compromiso con la transformación social.

En el contexto del programa de Comunicación Social, los graduados representan un punto de convergencia entre la academia, la profesión y la sociedad, ya que son quienes evidencian en su ejercicio laboral la efectividad del proceso formativo y la coherencia entre los objetivos institucionales y las demandas del entorno. El análisis de su inserción laboral permite comprender cómo los saberes, valores y competencias adquiridos durante la carrera se traducen en desempeños reales, visibilizando el grado en que la formación responde a las transformaciones del campo comunicativo contemporáneo.

Este trabajo de grado, centrado en la inserción laboral de los egresados del programa, busca analizar hasta qué punto las competencias profesionales, investigativas y ético-humanistas desarrolladas durante la formación se alinean con las necesidades del mercado laboral actual, caracterizado por la digitalización, la interdisciplinariedad y la alta competitividad. El estudio reconoce que el comunicador social no se forma únicamente para operar herramientas o desempeñar cargos, sino para pensar, crear, analizar y transformar realidades desde una perspectiva integral. En consecuencia, la Universidad Santo Tomás, fiel a su misión humanista, concibe que la educación debe trascender la capacitación técnica y orientarse a la formación de profesionales con conciencia ética, pensamiento crítico, sensibilidad social y capacidad de gestión en entornos complejos y diversos.

Desde esta mirada, los graduados no son solo el resultado final del proceso educativo, sino agentes activos del aseguramiento de la calidad institucional, ya que su desempeño permite evaluar la pertinencia del currículo y su capacidad para anticipar las exigencias del contexto. Su análisis no se limita a determinar tasas de empleabilidad, sino que también busca identificar niveles de satisfacción, oportunidades reales de desarrollo, sectores

de inserción y trayectorias profesionales, elementos que en conjunto reflejan el impacto social y formativo del programa.

El estudio de los graduados del programa de Comunicación Social, por tanto, constituye una fuente de retroalimentación estructural: permite verificar si la formación impartida contribuye efectivamente a la consolidación de profesionales que no solo se adapten al cambio, sino que lideren procesos de comunicación estratégica, transformación cultural y desarrollo social. A través de ellos, la institución puede evaluar la vigencia de sus contenidos curriculares, la pertinencia de sus metodologías y la proyección de su modelo educativo, reafirmando así el compromiso con una educación de calidad que responda a las necesidades del país.

Desde una perspectiva aplicada, los graduados tomasinos son portadores del legado institucional y evidencias vivas de la calidad educativa de la Universidad Santo Tomás. Analizar su inserción laboral implica examinar variables interrelacionadas: la adecuación del perfil profesional frente al mercado, las condiciones de empleabilidad y contratación, las competencias comunicativas, tecnológicas y sociales que realmente utilizan en su práctica y las barreras de entrada que enfrentan al egresar. Esta información no solo describe una situación, sino que orienta decisiones institucionales en torno a la actualización del currículo, la orientación profesional y el acompañamiento al egresado.

En síntesis, el graduado se erige como una categoría central para comprender el vínculo entre la universidad, la formación académica y la sociedad. A través del seguimiento sistemático de sus trayectorias y percepciones, la institución puede consolidar un modelo formativo más coherente, adaptable y conectado con la realidad profesional, fortaleciendo así la función social de la educación superior y reafirmando el propósito

tomasino de formar comunicadores comprometidos con el bien común, la verdad y el cambio social.

Currículo:

El currículo representa la columna vertebral de todo proceso formativo, pues define la orientación epistemológica, pedagógica y ética de la enseñanza universitaria. Según Acosta (2011), el currículo es el diseño intencional y estructurado de los componentes educativos, objetivos, contenidos, metodologías, recursos y criterios de evaluación que orientan la formación integral del estudiante. Es, en consecuencia, una herramienta de planificación académica que materializa el proyecto educativo institucional y traduce los principios misionales en acciones pedagógicas concretas.

Para Vilchez (2004), el currículo es un proceso dinámico y en constante construcción, condicionado por los cambios sociales, culturales y tecnológicos. Por tanto, su revisión y actualización periódica resulta indispensable para garantizar la pertinencia de los programas académicos. Desde esta perspectiva, el currículo no es un producto acabado, sino un dispositivo de mediación entre el conocimiento, la pedagogía y la sociedad, capaz de adaptarse a las transformaciones del contexto.

El Ministerio de Educación Nacional (2018) plantea que el currículo debe integrar tres dimensiones fundamentales:

1. La dimensión epistemológica, que define los fundamentos teóricos y conceptuales de la disciplina.
2. La dimensión pedagógica, que orienta los métodos y estrategias de enseñanza-aprendizaje.

3. La dimensión axiológica, que incorpora los valores y principios éticos que guían la formación profesional.

Estas dimensiones permiten que el currículo universitario no solo oriente la enseñanza de conocimientos técnicos, sino que también fomente el pensamiento crítico, la responsabilidad social y el compromiso ético de los futuros profesionales.

En la Universidad Santo Tomás, el currículo se construye desde el Modelo Educativo Pedagógico Tomasino (MEPT), el cual se fundamenta en el humanismo cristiano y en la formación integral del ser humano. Este modelo pedagógico considera que la educación no se limita a la transmisión de conocimientos, sino que debe orientarse a formar personas con pensamiento crítico, compromiso ético y responsabilidad social, capaces de comprender, cuestionar y transformar su realidad. El currículo, en este sentido, constituye el eje articulador del proyecto educativo, pues traduce los principios misionales de la institución en experiencias concretas de aprendizaje y en el desarrollo de competencias profesionales con sentido humano.

En el caso del programa de Comunicación Social, el currículo integra de manera equilibrada componentes teóricos, prácticos y humanísticos, orientados a la formación de comunicadores competentes, críticos y éticos. Esta integración permite que el estudiante articule la reflexión académica con la práctica profesional, fortaleciendo su capacidad de análisis, interpretación y creación frente a los fenómenos comunicativos contemporáneos. La formación se estructura desde la comprensión de la comunicación como un proceso social, cultural y político, lo que permite que el futuro egresado esté preparado para asumir roles estratégicos en diversos escenarios, desde el periodismo y la producción audiovisual hasta la gestión de la comunicación organizacional, la investigación o el emprendimiento.

En el marco de este trabajo de grado, el currículo se analiza como el vínculo central entre la formación universitaria y la inserción laboral, es decir, como el punto de encuentro donde se evalúa la efectividad del proceso formativo a través de la experiencia de los graduados. Evaluar la pertinencia curricular implica revisar en qué medida los contenidos, metodologías y estrategias pedagógicas responden a las demandas reales del campo comunicativo actual, caracterizado por la convergencia tecnológica, la interdisciplinariedad, la globalización y la exigencia de profesionales con habilidades blandas, digitales y analíticas. Esta valoración no se limita a la estructura académica, sino que abarca también la capacidad adaptativa del currículo, su actualización frente a los cambios del entorno y su coherencia con las tendencias del mercado laboral.

El estudio de los graduados del programa de Comunicación Social permite contrastar la formación recibida con las competencias exigidas por el mercado, convirtiéndose en un ejercicio de retroalimentación institucional. Las experiencias, percepciones y trayectorias profesionales de los egresados aportan información empírica valiosa sobre los aciertos y las oportunidades de mejora del diseño curricular, al revelar qué conocimientos, habilidades y valores se mantienen vigentes y cuáles requieren fortalecerse para aumentar la empleabilidad y la proyección del profesional tomasino. Este proceso constituye una estrategia de evaluación continua que vincula la voz del egresado con los procesos de innovación pedagógica y de aseguramiento de la calidad.

En consecuencia, el currículo del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás no solo organiza contenidos académicos, sino que define el perfil profesional, ético y humano del comunicador que la institución busca formar: un sujeto reflexivo, crítico, sensible y transformador, comprometido con la construcción de una sociedad más justa, participativa y sostenible. La revisión permanente del currículo, en

diálogo con los graduados y con los cambios del entorno, es esencial para garantizar su pertinencia, coherencia y sostenibilidad. Este proceso asegura que la formación tomasina mantenga su relevancia frente a los retos del mundo digital, las nuevas narrativas mediáticas, la comunicación estratégica y los desafíos sociales del país.

De esta manera, el currículo se consolida como un instrumento de transformación educativa y social, capaz de proyectar el ideal tomasino de formar profesionales integrales que, además de dominar las herramientas del campo comunicativo, actúan con responsabilidad ética y sentido humanista. Su función trasciende el aula: se convierte en un puente entre la educación y el trabajo, entre la reflexión y la acción, entre la formación y la contribución social. Por ello, en este estudio se asume el análisis curricular como un espacio de diálogo permanente entre el saber académico, la experiencia profesional y la realidad social, permitiendo fortalecer la calidad educativa y reafirmar el compromiso institucional con la excelencia y la transformación del entorno.

Sistema de Graduados de la Universidad Santo Tomás

El Sistema de Graduados de la Universidad Santo Tomás (USTA) constituye un componente estratégico dentro del marco institucional de aseguramiento de la calidad y proyección social. Este sistema tiene como finalidad fortalecer el vínculo entre la universidad y sus egresados, promoviendo la participación activa de los graduados en los procesos académicos, investigativos, sociales y de evaluación institucional. Desde esta perspectiva, los graduados no solo representan el resultado del proceso educativo, sino también un actor clave en la mejora continua del proyecto educativo tomasino.

De acuerdo con la Dirección Nacional de Graduados de la USTA (s. f.), el sistema se orienta bajo tres ejes fundamentales:

1. Seguimiento y actualización permanente de información de los egresados, mediante bases de datos institucionales integradas al Sistema Interno de Aseguramiento de la Calidad (SIAC), lo que permite conocer sus trayectorias académicas, laborales y de desarrollo profesional.
2. Fortalecimiento del sentido de pertenencia y participación, a través de actividades institucionales como encuentros, conferencias, espacios de formación continua y jornadas de vinculación como la “Noche de Tarjetas”, que buscan mantener la comunicación constante con los graduados y recoger su retroalimentación frente al programa.
3. Apoyo a la empleabilidad y proyección profesional, mediante convenios con empresas, portales de empleo, ferias laborales, redes de egresados y programas de formación continua que actualizan las competencias del profesional tomasino frente a las dinámicas del mercado.

El Sistema de Graduados de la Universidad Santo Tomás opera de manera articulada con la Dirección de Planeación y Evaluación Institucional, el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES) y el Observatorio Laboral para la Educación (OLE) del Ministerio de Educación Nacional, permitiendo que la información recopilada de los egresados se traduzca en indicadores reales de empleabilidad, satisfacción y pertinencia curricular. Así, los resultados obtenidos no solo alimentan los informes de autoevaluación del programa, sino que también orientan decisiones sobre la actualización de los planes de estudio, la oferta de educación continua y las estrategias de proyección social.

En el caso particular del programa de Comunicación Social, el Sistema de Graduados se materializa a través de acciones concretas como:

- El desarrollo de espacios institucionales de participación, entre los que destaca la Noche de Tarjetas, jornada diseñada para recoger percepciones cualitativas y cuantitativas de los graduados respecto a su proceso formativo y su inserción laboral.
- La implementación de encuestas periódicas de seguimiento, que evalúan las competencias desarrolladas, la correspondencia entre formación y desempeño, y los niveles de satisfacción con el programa.
- La creación de redes profesionales y académicas, orientadas a fortalecer la cooperación, la mentoría entre egresados y estudiantes, y el intercambio de experiencias en distintos campos del ejercicio comunicativo.

Desde un enfoque institucional, el Sistema de Graduados de la USTA se concibe como un mecanismo de sostenibilidad y retroalimentación, que permite proyectar la calidad educativa más allá del aula, extendiendo su impacto hacia la sociedad y el entorno profesional. A través del análisis de las trayectorias laborales y de la participación activa de los egresados, la universidad reafirma su compromiso con la formación integral, el liderazgo social y la construcción del bien común, principios fundamentales del Modelo Educativo Pedagógico Tomasino (MEPT).

En este sentido, la relación entre el Sistema de Graduados, el SIAC y el currículo del programa de Comunicación Social configura un circuito de mejora continua, en el que la información proveniente de los egresados se convierte en un insumo esencial para la planeación académica, la toma de decisiones institucionales y la consolidación del perfil profesional tomasino como referente de calidad, ética y transformación social.

Sistema de aseguramiento de la calidad (educación superior en Colombia):

El Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (SACES), según el Ministerio de Educación Nacional (s. f.), es el conjunto de políticas, procesos y mecanismos orientados a garantizar la calidad, pertinencia y mejora continua de las instituciones de educación superior (IES) y sus programas académicos. Este sistema busca fortalecer la confianza de la sociedad en las instituciones, asegurar la transparencia en la información y promover la excelencia educativa mediante la evaluación constante de la gestión académica y administrativa.

El SACES se fundamenta en la articulación de tres componentes principales: el registro calificado, que garantiza que los programas cumplan con las condiciones básicas de calidad; la acreditación de alta calidad, que reconoce la excelencia y consolidación de los procesos institucionales; y la auto y hetero evaluación, que permite la mejora continua a partir del análisis crítico de resultados. A través de estos mecanismos, el sistema fomenta la construcción de una cultura de calidad, entendida como el compromiso permanente de las universidades con la excelencia, la transparencia y la pertinencia social.

En el marco de este sistema, las instituciones deben desarrollar un Sistema Interno de Aseguramiento de la Calidad (SIAC), orientado a integrar sus políticas académicas, administrativas y misionales con procesos de autoevaluación, seguimiento y mejora continua. En el caso de la Universidad Santo Tomás, el SIAC define principios, criterios y procedimientos que buscan fortalecer la gobernabilidad institucional, consolidar la cultura de evaluación y disponer de sistemas integrados de información que articulen la gestión académica y administrativa en todas las sedes multicampus (Universidad Santo Tomás, s. f.).

En el programa de Comunicación Social, el SIAC se traduce en acciones concretas como la autoevaluación periódica, la evaluación externa de pares académicos, la actualización de los planes de estudio, la capacitación docente continua y la implementación de estrategias de innovación pedagógica. Estos procesos permiten asegurar que los contenidos curriculares, las metodologías de enseñanza y las competencias formativas estén alineadas con las necesidades del contexto comunicacional contemporáneo.

Además, el sistema de aseguramiento de la calidad promueve la transparencia y el acceso público a la información, a través de herramientas como el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES) y el Observatorio Laboral para la Educación, que permiten a la comunidad conocer los indicadores de desempeño, empleabilidad y satisfacción de los graduados.

Por lo tanto, el SACES y el SIAC no deben entenderse como formalidades administrativas, sino como instrumentos estratégicos de gestión educativa, que garantizan que los programas de formación respondan a los estándares nacionales e internacionales de calidad y pertinencia. En el caso de la Universidad Santo Tomás, su implementación refleja el compromiso institucional con la formación de comunicadores sociales íntegros, críticos y éticos, capaces de contribuir al desarrollo social, cultural y profesional del país.

Así, el aseguramiento de la calidad se convierte en un mecanismo articulador entre los diferentes componentes de la educación superior: los currículos, los graduados y la misión institucional. Es un proceso cíclico que permite evaluar, ajustar y fortalecer continuamente los programas académicos, garantizando que las universidades no solamente forman profesionales competentes, sino ciudadanos comprometidos con la transformación de su entorno.

Aplicación del Sistema de Aseguramiento de la Calidad (SIAC) al programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás:

En el marco del Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad en la educación superior, el programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás implementa los lineamientos del Sistema Institucional de Aseguramiento de la calidad (SIAC) como mecanismo para garantizar la pertinencia, calidad y efectividad de su proceso formativo (Universidad Santo Tomás, s. f.).

La aplicación del SIAC en el programa se concreta a través de cinco componentes principales:

1. **Autoevaluación del programa:** Evaluación interna continua basada en indicadores cualitativos y cuantitativos (docentes, estudiantes, investigación, infraestructura y pertinencia curricular), de acuerdo con los criterios del Consejo Nacional de Acreditación (CNA) y los lineamientos institucionales del SIAC.
2. **Evaluación externa:** Cuando el programa solicita registro calificado o acreditación de alta calidad, es evaluado por pares académicos externos conforme a los estándares del sistema nacional.
3. **Mejoramiento continuo:** A partir de los resultados de las evaluaciones internas y externas, el programa formula e implementa planes de mejora, ajustes curriculares, estrategias de innovación pedagógica, fortalecimiento de infraestructura, medios y recursos comunicativos.
4. **Transparencia e información pública:** Los resultados de los procesos de evaluación y acreditación se divulgan mediante sistemas institucionales y nacionales, como el SNIES y el observatorio Laboral, garantizando acceso y rendición de cuentas a estudiantes, empleadores y sociedad.

5. Coherencia con misión institucional: Las estrategias de docencia, investigación y proyección social del programa se articulan con los principios del SIAC tomasino: formación integral, sentido crítico, responsabilidad social y pertenencia frente al contexto local y global.

En conjunto, estos procesos evidencian como el SIAC funciona como un marco que orienta la calidad real del programa y su coherencia con la misión universitaria. En el caso del programa de Comunicación Social, la aplicación de este sistema permite asegurar que los contenidos curriculares respondan a las necesidades del entorno, que los graduados desarrollen competencias pertinentes para su inserción laboral y que exista una retroalimentación constante entre formación, investigación y proyección social.

2. Enfoque histórico y contextual de la formación y la inserción laboral de los graduados en Comunicación Social

Enfoque Histórico

El enfoque histórico se centra en el desarrollo y evolución de la educación en Comunicación Social, las características del mercado laboral a lo largo del tiempo y las transformaciones sociales y tecnológicas que han impactado en la inserción laboral de los graduados. Para desarrollar este enfoque, se deben revisar los cambios históricos en el sector de la comunicación, cómo la universidad ha adaptado sus programas a estos cambios y cómo ha evolucionado la demanda de profesionales de la comunicación en el mercado laboral.

Evolución de la Formación Académica en Comunicación Social:

A lo largo de los años, los programas académicos en Comunicación Social han evolucionado para adaptarse a los avances tecnológicos y a las nuevas formas de comunicación.

Inicialmente, los programas se centraban en la formación de periodistas, comunicadores institucionales y publicistas. Sin embargo, con el auge de las tecnologías digitales, la formación en comunicación ha incorporado el manejo de herramientas digitales, la creación de contenido multimedia y la gestión de redes sociales. Estos cambios han sido reflejados en las reformas curriculares de muchas universidades, incluida la Universidad Santo Tomás, que ha tenido que ajustar su plan de estudios para estar alineada con las demandas del mercado laboral.

Evolución del Mercado Laboral:

El mercado laboral de la comunicación ha experimentado importantes transformaciones, impulsadas por el avance de las tecnologías digitales y la expansión de los medios de comunicación masiva. A medida que se consolidaron Internet y las redes sociales, los roles tradicionales de los comunicadores comenzaron a diversificarse, apareciendo nuevos campos de trabajo como el marketing digital, el análisis de datos de audiencias y la gestión de la comunicación en plataformas digitales. Esto ha obligado a las universidades a preparar a sus estudiantes con competencias más amplias y específicas que les permitan adaptarse a estas nuevas realidades laborales.

Cambio en las Necesidades del Mercado Laboral:

La demanda de profesionales en Comunicación Social ha cambiado significativamente, en

parte debido a la digitalización y la globalización. Estudios previos industrias de la comunicación y el entretenimiento han demandado habilidades más técnicas, como la capacidad para generar contenido en plataformas de streaming, la producción audiovisual digital y la creación de contenidos interactivos en redes sociales. La promoción 2023-II y 2024-I de la Universidad Santo Tomás, por lo tanto, se enfrenta a un mercado laboral que requiere competencias más especializadas y adaptadas a la era digital.

Teoría del Desajuste entre Educación y Mercado Laboral

La Teoría del Desajuste entre Educación y Mercado Laboral plantea que existe una brecha estructural entre la formación que ofrece el sistema educativo y las necesidades reales del mercado de trabajo. En otras palabras, el conocimiento, las competencias y los niveles de cualificación que adquieren los individuos durante su formación profesional no siempre se corresponden con los requerimientos y expectativas de los empleadores (Álvarez Altamiranda, 2021). Esta teoría, también conocida como mismatch educativo, se ha convertido en un enfoque fundamental para analizar fenómenos como el desempleo profesional, la sobrecualificación, la subutilización del capital humano y la ineficiencia en la asignación de recursos en la economía.

3. Andamiaje sociológico para la empleabilidad

Pierre Bourdieu y su Aplicación en la Investigación sobre la Inserción Laboral de los graduados de Comunicación Social

Pierre Bourdieu fue un sociólogo francés que desarrolló una serie de conceptos clave para analizar la dinámica social, entre ellos el capital cultural, el capital social, el capital económico y el campo. Estos conceptos son fundamentales para entender las estructuras sociales y cómo los individuos se insertan en distintos ámbitos laborales y educativos, lo que hace que su teoría sea útil en nuestra investigación sobre la inserción laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social.

María Macalata Vasallo: Reflexión sobre el capital cultural y social

María Macalata Vasallo trabaja desde una perspectiva similar a la de Bourdieu, pero se centra especialmente en la influencia del capital cultural y el capital social en la trayectoria profesional. Según su planteamiento, el capital cultural adquirido en las instituciones educativas no solo está relacionado con el dominio técnico de una profesión, sino también con la capacidad de comprender y navegar en los códigos culturales específicos del ámbito laboral.

Aplicación a la investigación: En el contexto de los graduados de Comunicación Social, el capital cultural se manifiesta en habilidades como: la comprensión de las dinámicas culturales de los medios de comunicación y los espacios digitales. El capital social, por su parte, es clave para la inserción laboral, pues las redes profesionales y los contactos que los estudiantes desarrollan durante su formación son determinantes en el acceso a oportunidades laborales.

Raúl Fuentes Navarro: Análisis de las competencias y los campos profesionales

Raúl Fuentes Navarro ha trabajado extensamente en el análisis de los campos comunicativos y las competencias que demanda el mercado laboral en el ámbito de la comunicación. Su enfoque considera que los graduados deben enfrentarse a un campo que está en constante transformación debido a la convergencia tecnológica y las nuevas formas de producción y consumo de información.

Aplicación a la investigación: Fuentes Navarro destaca la necesidad de que las instituciones educativas preparen a los graduados para: ser críticos y reflexivos sobre su rol en el sistema comunicativo; adaptarse a las demandas de un mercado caracterizado por la interdisciplinariedad y la flexibilidad. En el caso de los graduados de la Universidad Santo Tomás, esto implica evaluar cómo el currículo de Comunicación Social les permite adquirir competencias tanto teóricas como prácticas que sean valoradas en los campos emergentes de la comunicación digital y estratégica.

Marta Rizo: Habilidades blandas y comunicación interpersonal

Marta Rizo se centra en el estudio de las habilidades interpersonales y las habilidades blandas como elementos clave en el éxito profesional, especialmente en carreras relacionadas con la comunicación. Según su planteamiento, el éxito en el mercado laboral no depende únicamente de habilidades técnicas, sino también de la capacidad para interactuar efectivamente en equipos de trabajo, gestionar conflictos y liderar proyectos.

Aplicación a la investigación: En el caso de los graduados de Comunicación Social, las habilidades blandas son esenciales para establecer relaciones sólidas con colegas y clientes en el ámbito laboral. Además de esto, navegar los retos de la comunicación intercultural en entornos globalizados.

Capital Cultural

El capital cultural es uno de los conceptos más influyentes en la obra de Bourdieu. Este término hace referencia a los conocimientos, habilidades, y competencias adquiridas a lo largo de la vida, que se transmiten principalmente dentro de la familia y la educación formal (Bourdieu, 1986). En el contexto de los graduados de Comunicación Social, el capital cultural hace referencia a los conocimientos académicos, las habilidades comunicativas, el dominio de lenguajes específicos, y las competencias que los estudiantes adquieren durante su formación en la universidad.

La noción de capital cultural puede ayudarnos a entender cómo los graduados de la Universidad Santo Tomás (promociones 2023-II y 2024-I) utilizan su formación para ingresar al mercado laboral. Si bien la universidad proporciona una base de capital cultural, es importante considerar que este capital debe estar alineado con las demandas actuales de la industria de la comunicación. Según Bourdieu, quienes poseen más capital cultural tienen mayores probabilidades de acceder a mejores posiciones laborales, ya que este tipo de capital es un factor determinante en la competencia por el empleo.

Capital Social

El capital social, otro concepto central en la obra de Bourdieu, hace referencia a las redes de

relaciones sociales que los individuos pueden movilizar para acceder a recursos y oportunidades (Bourdieu, 1986). En el caso de los graduados de Comunicación Social, el capital social podría entenderse como las relaciones profesionales que los estudiantes establecen durante sus años universitarios, ya sea con profesores, compañeros de clase, profesionales del sector o mediante prácticas laborales. Las redes sociales juegan un papel crucial a la hora de encontrar oportunidades laborales, ya que el acceso a ciertas vacantes puede depender de contactos previos, recomendaciones, o incluso de la pertenencia a grupos profesionales específicos.

La falta de capital social adecuado podría limitar las oportunidades laborales de los graduados, incluso si tienen un buen capital cultural. Por lo tanto, es importante investigar si los graduados de las promociones 2023-II y 2024-I han tenido acceso a redes sociales que favorezcan su inserción en el mercado laboral de la comunicación. Bourdieu sugiere que quienes tienen una mayor red de contactos tienen más probabilidades de obtener empleos más estables y bien remunerados.

Capital Económico

El capital económico está relacionado con los recursos materiales que una persona posee, como el dinero, propiedades, o acceso a financiamiento (Bourdieu, 1986). En el caso de la inserción laboral de los graduados, el capital económico también puede desempeñar un papel crucial, ya que muchas veces las oportunidades laborales en el campo de la comunicación, como la participación en eventos, formación adicional o adquisición de equipos, requieren una inversión económica. Aquellos graduados que no cuentan con capital económico suficiente podrían enfrentar mayores dificultades para acceder a ciertas oportunidades laborales o para mantenerse en el sector si no tienen los recursos para financiar su propio

desarrollo profesional.

Es importante destacar que el capital económico no solo se refiere a la capacidad de pagar por formación adicional, sino también a la capacidad para afrontar los períodos de inestabilidad laboral que pueden ser comunes en sectores como la comunicación. Las dificultades económicas pueden limitar el acceso de los graduados a posiciones más altas o especializadas dentro de la industria de la comunicación.

Campo

El concepto de campo es central en la teoría de Bourdieu y hace referencia a los diferentes espacios sociales en los cuales los individuos compiten por los mismos recursos (Bourdieu, 1986). Cada campo tiene reglas específicas, y las personas que forman parte de este campo (en este caso, los graduados de Comunicación Social) deben negociar su posición en función de los recursos y el capital que poseen. En el caso de los graduados de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, el campo sería el ámbito de la industria de la comunicación y los medios de comunicación.

Este campo está caracterizado por una intensa competencia, ya que los graduados no solo deben enfrentarse a las exigencias del mercado laboral, sino también a la competencia con otros graduados de distintas instituciones educativas, cada uno con su propio capital cultural, social y económico. La capacidad de los graduados para movilizar sus recursos dentro de este campo será crucial para su inserción laboral. Además, el campo también está determinado por la evolución de las tecnologías, las tendencias de consumo de los medios y los cambios en los formatos comunicacionales, que exigen que los profesionales de la comunicación estén constantemente actualizados y flexibles.

Relevancia de la Teoría de Bourdieu en esta Investigación

La teoría de Pierre Bourdieu es extremadamente relevante para el estudio de la inserción laboral de los graduados de la carrera de Comunicación Social. Utilizando los conceptos de capital cultural, capital social, capital económico y campo, podemos comprender cómo los graduados de las promociones 2023-II y 2024-I se posicionan en el mercado laboral y qué factores influyen en su capacidad para obtener empleo en la industria de la comunicación. Al centrarnos en estos conceptos, podemos analizar no solo la formación académica que los graduados han recibido (capital cultural), sino también las redes de contacto y relaciones que han construido durante su formación (capital social) y los recursos materiales de los que disponen (capital económico). A través de esta lente teórica, es posible identificar los obstáculos que enfrentan los graduados, así como las oportunidades que podrían estar siendo limitadas por una falta de capital en alguna de estas dimensiones.

En última instancia, la teoría de Bourdieu nos permite mirar la inserción laboral de los graduados desde una perspectiva estructural, considerando las interacciones entre los diferentes tipos de capital y el campo en el que se desarrollan, lo que ofrece una comprensión más profunda y matizada de los factores que influyen en la empleabilidad de los graduados de Comunicación Social.

4. Marco normativo

Constitución Política de Colombia

La Constitución establece derechos y principios clave relacionados con la educación y el trabajo, que fundamentan la relevancia de analizar la inserción laboral de los graduados:

- Artículo 67: Garantiza el derecho a la educación como un servicio público con una función social, orientado a la calidad y al acceso equitativo. Esto implica que las instituciones educativas, como la Universidad Santo Tomás, tienen la obligación de formar a profesionales que puedan integrarse al mercado laboral.

- Artículo 25: Reconoce el trabajo como un derecho fundamental y establece que el Estado debe garantizar condiciones que promuevan el empleo.

- Artículo 54: Ordena al Estado y a los empleadores brindar formación y oportunidades para que los trabajadores se ajusten a las demandas del mercado.

La relación entre la formación universitaria y las oportunidades laborales está directamente vinculada a estos principios constitucionales, destacando la necesidad de que los programas académicos respondan efectivamente a las necesidades del mercado.

Ley 13 30 de 2019

Esta ley regula la educación superior en Colombia y establece lineamientos específicos para garantizar la pertinencia y calidad de los programas académicos:

- Fortalecimiento de la calidad educativa: Estipula que las instituciones de educación superior deben implementar programas y procesos de calidad que preparen adecuadamente a los estudiantes para la vida laboral.

- Capacitación para la empleabilidad: La ley señala la importancia de diseñar currículos que incluyan competencias demandadas por el mercado laboral, tales como habilidades tecnológicas, blandas y específicas de cada profesión.

- Seguimiento de graduados: Uno de los aspectos relevantes de esta ley es la obligación de las universidades de llevar un seguimiento de la trayectoria profesional de sus graduados, para evaluar la pertinencia y efectividad de su formación.

Ley 30 de 1992: Ley de la Educación Superior

La Ley 30 de 1992, conocida como la "Ley de la Educación Superior", es una de las leyes más importantes en Colombia para el ámbito educativo, ya que regula y establece el marco general de la educación superior. Esta ley tiene como propósito garantizar la calidad, la accesibilidad y la equidad en los programas académicos y el acceso a la educación superior en el país.

Aspectos clave de la Ley 30 que impactan la inserción laboral:

- **Artículo 3. Principios y fines de la educación superior:** La ley establece que la educación superior tiene como objetivo no solo formar profesionales competentes para el mercado laboral, sino también generar un pensamiento crítico y científico, lo que permite a los graduados insertarse en un mundo laboral en constante cambio. La ley, por lo tanto, obliga a las universidades a formar profesionales que sean capaces de adaptarse a las exigencias del mercado laboral. En este sentido, el programa de Comunicación Social debe asegurar que sus graduados tengan las competencias necesarias para enfrentar las demandas del sector de la comunicación, como la adaptabilidad a las nuevas tecnologías y a la evolución de los medios.
- **Artículo 5. Autonomía universitaria:** La Ley 30 también reconoce la autonomía de las universidades en cuanto a la administración de sus programas académicos. Esto implica que las instituciones educativas tienen la libertad de adaptar sus currículos según las necesidades del entorno social y laboral. Así, la Universidad Santo Tomás, como una institución de educación superior, tiene la facultad de ajustar el plan de estudios de Comunicación Social para asegurar que sus graduados tengan la preparación adecuada para las demandas del mercado.

- **Artículo 28.** Evaluación de la educación superior: La ley establece que las instituciones de educación superior deben someterse a procesos de evaluación, acreditación y seguimiento. Esto busca garantizar la calidad educativa y la relevancia de los programas académicos frente al mercado laboral. Para la carrera de Comunicación Social, este artículo es clave, pues permite a las universidades revisar y mejorar continuamente sus programas de formación, adaptándolos a los cambios de la industria de la comunicación.

- **Artículo 36. Inserción laboral de los graduados:** Aunque no es explícitamente un apartado dedicado a la inserción laboral, la Ley 30 también impulsa a las universidades a fomentar la empleabilidad de sus graduados mediante la creación de alianzas con empresas y organizaciones del sector. Además, la ley establece que los graduados deben estar capacitados para enfrentar los retos del mercado laboral, lo que subraya la importancia de la formación de competencias laborales específicas.

Constitucionalización de la Educación: El Derecho a la Educación

La constitucionalización de la educación hace referencia a la inclusión de la educación en la Constitución Nacional, lo que implica que el acceso a la educación es un derecho fundamental de los ciudadanos. En Colombia, el artículo 67 de la Constitución Política de 1991 establece que la educación es un derecho que debe ser garantizado por el Estado, lo que implica que las políticas públicas deben asegurar el acceso y la calidad de la educación en todos los niveles, incluyendo la educación superior.

Implicaciones de la constitucionalización de la educación en la inserción laboral:

- **Artículo 67 de la Constitución:** El artículo establece que el Estado debe garantizar el acceso a la educación de calidad a todos los ciudadanos. En este sentido, el gobierno tiene la obligación de asegurar que los graduados de la educación superior, como los de Comunicación Social, tengan la preparación necesaria para competir en el mercado laboral. Además, esta garantía también implica que las universidades deben promover la inclusión y la equidad en la formación de los estudiantes, ofreciendo programas que permitan a todos los graduados acceder a un empleo digno.

- **Equidad y acceso a la educación superior:** La inclusión de la educación como derecho fundamental ha favorecido la creación de políticas para que las universidades ofrezcan formación gratuita o de bajo costo para los estudiantes de bajos recursos. Esto ha permitido la inclusión de estudiantes de diversas clases sociales en la educación superior. Sin embargo, esta inclusión debe ir acompañada de un enfoque de calidad que permita a los graduados competir de manera efectiva en el mercado laboral. Para el programa de Comunicación Social, esto implica que se debe garantizar que todos los estudiantes, independientemente de su origen social o económico, reciban una formación de alta calidad.

- **Formación para el trabajo:** En términos de inserción laboral, la constitución también impulsa a las universidades a ofrecer programas que no solo se enfoquen en el conocimiento teórico, sino también en la preparación práctica para el trabajo. Esto se relaciona directamente con la formación de competencias laborales, como el trabajo en equipo, el dominio de tecnologías de la información y la comunicación, y la capacidad de adaptación a un mercado laboral cambiante. La Universidad Santo Tomás, a través de su programa de Comunicación Social, tiene la responsabilidad de asegurar que sus graduados estén listos para enfrentar las exigencias del mercado.

Puntos clave de la política y su relación con la inserción laboral:

- **Enfoque por competencias:** En esta política se subraya la importancia de que los programas académicos, como el de Comunicación Social, se enfoquen en el desarrollo de competencias laborales específicas, las cuales son demandadas por las empresas. Las universidades deben preparar a los estudiantes no solo en conocimientos académicos, sino también en habilidades prácticas que les permitan desempeñarse eficazmente en sus puestos de trabajo.
- **Fortalecimiento de la formación dual:** La política también impulsa la implementación de la formación dual, que consiste en la combinación de la formación teórica con la práctica en el entorno laboral. Para los graduados de Comunicación Social, esto implica realizar prácticas profesionales y proyectos de vinculación con empresas y organizaciones del sector, lo que mejora su inserción laboral al generar experiencia y redes de contacto en el campo.
- **Adaptación a las nuevas demandas del mercado:** La política también hace énfasis en la necesidad de adaptar los programas educativos a las nuevas demandas del mercado laboral, que en el caso de la Comunicación Social incluyen el manejo de nuevas tecnologías y el dominio de nuevas plataformas de comunicación digital. Las universidades deben estar atentas a las tendencias de la industria y ajustar sus planes de estudio para garantizar que sus graduados estén bien preparados para enfrentar estos cambios.

Implicaciones Legales y su Relación con la Inserción Laboral de los graduados

Los marcos legales analizados, como la Ley 30 de 1992 y la constitucionalización de la educación, tienen una influencia directa en la inserción laboral de los graduados. En primer lugar, la Ley 30 establece las bases para que las universidades se adapten a las demandas del mercado laboral y ofrezcan programas que aseguren la empleabilidad de sus estudiantes. Al mismo tiempo, la Constitución garantiza que la educación debe ser inclusiva y de calidad, lo que implica que las universidades deben ofrecer formación que prepare a los estudiantes no solo en el ámbito teórico, sino también en las competencias necesarias para enfrentar el mercado laboral.

El marco legal también fomenta la implementación de políticas educativas que favorezcan el desarrollo de competencias laborales, la inclusión de estudiantes de diferentes sectores sociales, y la colaboración de las universidades con el sector empresarial. Esto contribuye a mejorar la empleabilidad de los graduados y les permite enfrentar los retos del mercado laboral de manera más efectiva.

Diseño Metodológico:

La metodología de esta investigación se fundamenta en un enfoque cuantitativo de carácter descriptivo, apoyado en el uso de la encuesta estructurada como principal instrumento de recolección de información. Este método permite recopilar y analizar datos numéricos y categóricos para comprender, con base en la evidencia, el nivel de inserción laboral y las percepciones que tienen los graduados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás sobre la pertinencia de su formación académica frente a las demandas del entorno profesional actual.

Asimismo, se integraron estrategias inspiradas en el método Design Thinking, con el propósito de promover una lectura empática y visual de los resultados, centrada en la experiencia del egresado como usuario final del proceso formativo. Esta aproximación permitió comprender las trayectorias, percepciones y desafíos desde una mirada humana, crítica y orientada a la mejora continua del programa

Objetivos específicos, tareas e instrumentos

Objetivo específico	Tareas metodológicas	Herramientas e instrumentos aplicados
1. Identificar las trayectorias profesionales de los graduados de las promociones 2023-II y 2024-I, determinando áreas de desempeño y características de los empleos obtenidos.	- Diseñar y aplicar una encuesta estructurada dirigida a graduados. - Sistematizar los datos de inserción laboral (tiempo de vinculación, tipo de contrato, rango salarial, relación con la carrera). - Analizar los resultados a través de indicadores gráficos y comparativos.	Encuesta digital (Google Forms). Inserción laboral. Herramienta de análisis: Evaluación del valor para graficar niveles de empleabilidad y satisfacción.
2. Evaluar la	- Analizar las	Método Blueprint

percepción de los graduados sobre la pertinencia y efectividad del currículo académico frente a las demandas del mercado laboral y las competencias adquiridas.	respuestas del Bloque 1 (formación académica) y Bloque 2 (competencias y sello institucional). - Identificar puntos fuertes y oportunidades de mejora en el currículo. - Representar la experiencia del egresado en el recorrido formativo.	(Bloque 1) para mapear la experiencia formativa. Mapa del sistema (Bloque 2) para relacionar competencias y valores institucionales.
3. Evaluar los principales desafíos que enfrentan los graduados en su proceso de búsqueda de empleo, incluyendo la falta de experiencia, expectativas salariales y competencia sectorial.	- Procesar los datos obtenidos en los ítems de percepción laboral. - Clasificar obstáculos y tendencias del mercado laboral. - Contrastar los hallazgos con la pertinencia curricular.	Bloque 4 – Proyección y percepción del programa. Instrumento: Tarjetas rojas y verdes para identificar percepciones positivas y negativas.
	- Sistematizar la información proveniente de los cinco bloques. - Contrastar los resultados con el perfil de	Bloque 5 – Evaluación integral. Instrumento: Matriz de feedback para organizar hallazgos y proponer

	egreso institucional. - Formular estrategias de mejora y actualización curricular.	recomendaciones.
--	---	------------------

Enfoque y diseño:

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y diseño transversal, al buscar medir y describir las tendencias y percepciones de los egresados en un momento determinado.

El instrumento principal fue una encuesta estructurada, aplicada en el marco de la jornada institucional denominada Noche de Tarjetas, desarrollada en modalidad virtual mediante la plataforma Microsoft Teams.

Esta jornada académica, creada por el programa de Comunicación Social, tiene una doble función:

1. Investigativa, al servir como escenario de aplicación formal del instrumento de recolección de datos.
2. Formativa, al propiciar un espacio de diálogo y retroalimentación entre los graduados y la universidad sobre sus experiencias laborales, formativas y profesionales.

Durante la Noche de Tarjetas, los graduados de las promociones 2023-II y 2024-I participaron en una sesión sincrónica en la que se presentó el propósito del estudio y se les invitó a diligenciar la encuesta en línea, elaborada en Google Forms.

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y diseño transversal, orientado a analizar las percepciones y experiencias de inserción laboral de los egresados del programa de Comunicación Social en un momento determinado. Este enfoque permitió identificar tendencias, patrones y relaciones entre la formación académica, las competencias adquiridas y la vinculación laboral posterior a la graduación.

Asimismo, la investigación integró estrategias metodológicas inspiradas en el enfoque Design Thinking, con el propósito de complementar el componente cuantitativo mediante una aproximación empática, visual y centrada en la experiencia del egresado. Este modelo metodológico permitió traducir los resultados de la encuesta en representaciones comprensibles y significativas, manteniendo al graduado como usuario final y fuente directa de retroalimentación sobre el proceso formativo.

El Design Thinking, entendido como un enfoque de innovación centrado en las personas, fue aplicado en esta investigación como una metodología de análisis educativo y mejora institucional. Su uso permitió observar los datos más allá de su dimensión estadística, favoreciendo una lectura interpretativa y sistémica de la experiencia del graduado, desde el momento de su formación hasta su inserción laboral. Esta mirada integradora facilitó la identificación de aciertos, brechas y oportunidades en la formación profesional, aportando evidencia cualitativa para la mejora continua del programa.

El proceso metodológico se desarrolló considerando las etapas adaptadas del Design Thinking:

- **Empatizar:** comprender la realidad del egresado desde su experiencia personal, laboral y emocional, a través de las respuestas narrativas y percepciones registradas en la encuesta.

- **Definir:** organizar la información recolectada en bloques temáticos (formación, competencias, inserción laboral, proyección y percepción del programa), delimitando las principales necesidades y áreas de mejora.
- **Idear:** generar propuestas y alternativas de fortalecimiento curricular y acompañamiento institucional a partir del análisis de tendencias y hallazgos.
- **Prototipar:** representar los resultados mediante herramientas visuales (Blueprint, Mapa del sistema, Evaluación del valor, Tarjetas rojas y verdes, Matriz de feedback) que permitieron identificar visualmente los puntos críticos y las oportunidades del proceso formativo.
- **Evaluar:** validar los hallazgos y recomendaciones en coherencia con los objetivos institucionales, el perfil del egresado y los lineamientos del Modelo Educativo Pedagógico Tomasino (MEPT).

Esta integración metodológica permitió que el proceso investigativo no se limitara al análisis numérico de los datos, sino que avanzara hacia una comprensión humanizada y propositiva de la experiencia del graduado. De este modo, el Design Thinking se constituyó en una matriz de interpretación y mejora, que posibilitó conectar la investigación con los propósitos institucionales de calidad, pertinencia y transformación social.

En síntesis, el uso de este enfoque aportó una dimensión innovadora al estudio, al combinar el rigor del análisis cuantitativo con la visión empática, participativa y reflexiva del diseño centrado en las personas. Gracias a esta articulación, fue posible construir un diagnóstico integral de la inserción laboral de los graduados, al tiempo que se generaron insumos visuales y conceptuales que orientan la toma de decisiones para el fortalecimiento del programa académico.

Muestra:

La muestra estuvo conformada por 12 graduados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, pertenecientes a las promociones 2023-II y 2024-I.

De ellos, 8 son mujeres y 4 hombres, seleccionados mediante un muestreo intencional, que consistió en elegir a aquellos egresados con una experiencia reciente de inserción laboral, ya sea a tiempo completo o parcial.

Este criterio de selección garantizó que los participantes pudieran aportar información relevante y actual sobre la transición entre la formación universitaria y el ejercicio profesional.

Técnica e instrumento:

La técnica empleada en esta investigación es la Noche de Tarjetas, una jornada institucional de aplicación del instrumento de recolección de datos, desarrollada en modalidad virtual. Este espacio constituye una estrategia académica creada por el programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás para fortalecer el vínculo entre los graduados y la institución, además de servir como escenario de recolección de información para los procesos de autoevaluación y mejora curricular.

Durante la Noche de Tarjetas, los graduados de las promociones 2023-II y 2024-I participan de una sesión formal a través de Microsoft Teams, en la cual se presenta el propósito del estudio y se les invita a diligenciar el instrumento diseñado para recopilar información sobre sus experiencias laborales, percepciones sobre la formación académica y desafíos de inserción en el mercado profesional. Este espacio no solo cumple una función investigativa, sino también formativa, al propiciar el diálogo entre los participantes y la universidad acerca de su proceso de formación y desempeño profesional.

El instrumento de recolección de datos es una encuesta estructurada elaborada en Google Forms que está compuesto por veinticuatro (38) preguntas, organizadas en seis secciones temáticas que responden a los objetivos de investigación:

Categoría	Variable / Indicador	Secciones del Instrumento
Datos socio demográficos	Edad, género, año de graduación, cohorte del programa	Sección 1: Datos personales y académicos
Formación académica y experiencia educativa	Modalidad de estudio, equilibrio, teoría-práctica, inclusión, investigación, interdisciplinariedad, pertinencia curricular	Sección 2: Formación y experiencia académica
Desarrollo de competencias y sello institucional	Competencias de innovación, creatividad, emprendimiento, sello para la paz, internacionalización	Sección 3: Desarrollo de competencias y sello institucional
Inserción laboral y empleabilidad	Situación laboral, tipo de contrato, tiempo para conseguir empleo, relación con la carrera, rango salarial, satisfacción	Sección 4: Inserción y situación laboral actual

Percepción del mercado laboral	Disponibilidad de empleo, sectores de oportunidad, obstáculos, formación complementaria	Sección 5: Percepción de oportunidades laborales
Proyección y evaluación del programa académico	Pertinencia de opciones de grado, satisfacción general, recomendación del programa, aspectos por mejorar	Sección 6: Proyección y percepción del programa

El instrumento combina preguntas cerradas, semiabiertas y abiertas, lo que permite obtener tanto información cuantitativa como cualitativa.

El formulario incluye una introducción explicativa que detalla los fines de la investigación, la confidencialidad de los datos y la voluntariedad de la participación. El consentimiento informado se obtiene antes de iniciar el cuestionario, garantizando el cumplimiento de los principios éticos y de protección de datos personales.

De este modo, la técnica de la Noche de Tarjetas y el instrumento de encuesta en línea constituyen la base metodológica central del estudio, ya que permiten obtener información precisa, accesible y representativa sobre la inserción laboral y la percepción del programa de Comunicación Social por parte de sus graduados.

Los criterios de selección serán:

- Graduados de las promociones 2023-II y 2024-I.
- Graduados que hayan obtenido su título y se encuentren trabajando en el área de la Comunicación Social, periodismo, o áreas afines.
- Graduados que se encuentren en procesos de búsqueda activa de empleo en el sector de la comunicación (si no tienen trabajo).
- Disposición para participar en una encuesta semiestructurada.

Validez y confiabilidad del instrumento:

1. **Validez de contenido:** Juicio de 2 expertos (un directivo del programa y un docente con experiencia en currículo). Se emplea matriz de valoración por relevancia, claridad y pertinencia.
2. **Piloto:** Aplicación de voluntarios fuera de las cohortes objetivas (o dentro, si no se contamina), para verificar comprensión, tiempos y lógica de saltos. Ajustes menores antes de la aplicación final.

Procedimiento de recolección:

1. Convocatoria por correo institucional, WhatsApp y redes del programa (mensaje con objetivo, duración, confidencialidad y enlace al formulario).
2. Jornada “Noche de Tarjetas” (virtual) por Microsoft Teams: breve introducción (5–7 min), resolución de dudas y llenado en vivo del formulario.

Instrumentos de recolección y análisis de información

Para el desarrollo de esta investigación se emplearon dos instrumentos principales que permitieron recopilar y analizar la información relacionada con la inserción laboral y la

pertinencia del currículo del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás:

1. Cuestionario estructurado (encuesta de graduados):

Este instrumento fue diseñado con base en los objetivos de la investigación y los lineamientos del Sistema de Aseguramiento de la Calidad (SIAC). Contuvo preguntas cerradas y abiertas orientadas a recopilar datos sobre la situación laboral actual de los egresados, su nivel de satisfacción con la formación recibida, la pertinencia del currículo y la relación entre las competencias adquiridas y las exigencias del mercado laboral. La encuesta se aplicó en formato digital a través de un formulario de Google, durante la jornada “Noche de Tarjetas”, con la participación de graduados de las promociones 2023-II y 2024-I.

2. Matriz de análisis basada en Design Thinking:

Como complemento del cuestionario, se utilizó una matriz de análisis inspirada en los principios del Design Thinking (empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar). Esta herramienta permitió sistematizar la información de manera visual y reflexiva, facilitando la identificación de percepciones, emociones y experiencias de los graduados frente a su tránsito entre la formación académica y el ejercicio profesional. Asimismo, orientó la formulación de conclusiones y recomendaciones curriculares a partir de los hallazgos.

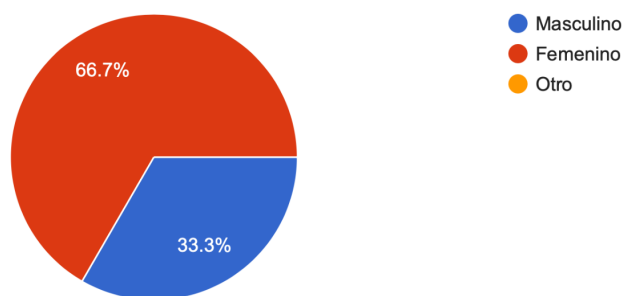
Estos instrumentos se seleccionaron por su capacidad para integrar enfoques cuantitativos y cualitativos, permitiendo una comprensión amplia y profunda de la experiencia de inserción laboral de los egresados tomasinos.

La medición de graduados constituyó una fase esencial de la investigación, orientada a evaluar la inserción laboral, la pertinencia del currículo y el impacto formativo del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, a partir de la experiencia de sus graduados de las promociones 2023-II y 2024-I.

El objetivo principal de la medición fue recolectar información confiable y actualizada sobre la situación laboral y la percepción de los graduados respecto a la calidad y pertinencia de su formación profesional. Con ello, se buscó establecer la relación entre las competencias adquiridas durante la carrera y las exigencias del mercado de trabajo contemporáneo, así como identificar factores que inciden positiva o negativamente en la empleabilidad de los comunicadores sociales tomasinos.

El instrumento de medición fue aplicado a un total de doce (12) graduados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, correspondientes a los periodos 2023-I y 2024-II. La muestra estuvo conformada por ocho (8) mujeres y cuatro (4) hombres, lo que refleja una participación mayoritaria del género femenino, tendencia que coincide con la composición general de la matrícula del programa en los últimos años.

Género
12 respuestas



De manera complementaria, esta fase metodológica se articuló con la matriz de análisis basada en los principios del Design Thinking, que permitió integrar un enfoque empático, visual y participativo al proceso de medición. A través de esta matriz, se buscó comprender la experiencia del egresado más allá de los datos cuantitativos, reconociendo las emociones, percepciones y aprendizajes asociados a su tránsito entre la formación académica y el mundo laboral.

El uso del Design Thinking permitió abordar la medición desde cinco dimensiones interrelacionadas:

- Empatizar, comprendiendo la experiencia formativa del egresado a través de su recorrido académico.
- Definir, identificando los puntos de conexión entre las competencias adquiridas y el sello institucional tomasino.
- Idear, visualizando los retos y oportunidades de la inserción laboral desde la percepción de los graduados.
- Prototipar, diferenciando las fortalezas y debilidades del programa mediante la clasificación de percepciones positivas y negativas.
- Evaluar, integrando los hallazgos de todos los bloques en una matriz de feedback que orienta la formulación de recomendaciones curriculares y estratégicas.

Este enfoque permitió que la medición de graduados no se limitara a un ejercicio estadístico, sino que se convirtiera en un proceso interpretativo, reflexivo y propositivo, orientado a detectar oportunidades de mejora educativa y a fortalecer el vínculo entre el egresado y la institución.

En este sentido, la matriz de Design Thinking sirvió como herramienta de análisis y visualización, facilitando la síntesis de resultados, la comprensión de las trayectorias profesionales y la construcción de estrategias de innovación curricular coherentes con las necesidades del entorno profesional actual.

De forma complementaria, la medición permitió valorar el grado de satisfacción con la experiencia educativa, identificar oportunidades de mejora en el currículo y reconocer los aportes del programa al desarrollo de habilidades profesionales, investigativas y sociales. En este sentido, la medición no solo cumple una función diagnóstica, sino también estratégica, al

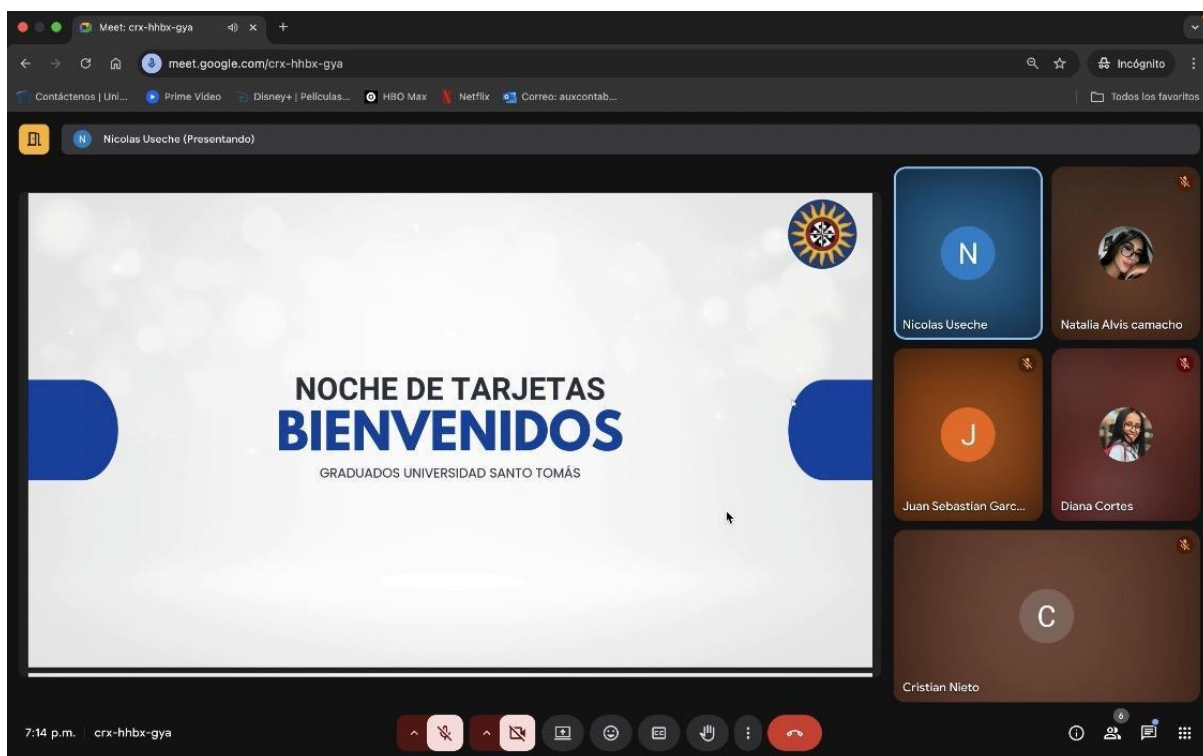
proveer información útil para la toma de decisiones académicas y administrativas dentro del proceso de acreditación y evaluación del programa.

Por lo tanto, se analizaron algunas de las respuestas de los graduados de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás con el objetivo interpretar y sistematizar las percepciones y experiencias de los graduados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, con el fin de evaluar la pertinencia del currículo, el desarrollo de competencias profesionales y la efectividad del proceso formativo frente a las demandas del mercado laboral actual.

Desarrollo de la Noche de Tarjetas

La aplicación del instrumento se llevó a cabo en el marco de una jornada institucional denominada Noche de Tarjetas, realizada el jueves 16 de octubre de 2025 a las 7:00 p.m., en modalidad virtual mediante la plataforma Microsoft Teams. Este espacio tuvo como propósito principal favorecer la participación activa de los graduados y garantizar un proceso de recolección de información claro, ético y acompañado.

Durante la sesión, se conectaron cinco (5) de los doce (12) graduados que conformaron la muestra total del estudio. A través de una presentación institucional elaborada para la ocasión, se explicó en detalle el objetivo general de la investigación, la estructura de la encuesta y la importancia de su participación dentro del proceso de análisis sobre la inserción laboral de los graduados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás.



“Noche de tarjetas virtual”

La dinámica de la jornada se organizó en tres momentos:

1. **Introducción y contextualización:** se dio la bienvenida a los participantes y se presentó el propósito del espacio, destacando su relevancia dentro de los procesos de autoevaluación y fortalecimiento curricular del programa.
2. **Explicación del instrumento:** se socializó la división de la encuesta en bloques temáticos (formación académica, competencias y sello institucional, inserción laboral, proyección y percepción del programa, y evaluación integral), detallando el tipo de preguntas y los resultados esperados.
3. **Aplicación y cierre:** los participantes diligenciaron la encuesta digital, un proceso que tomó entre 10 y 20 minutos según la velocidad de cada graduado. Durante este tiempo, se mantuvo un acompañamiento virtual para resolver dudas o dificultades técnicas.



NOCHE DE TARJETAS BIENVENIDOS

GRADUADOS UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS



1

El instrumento proviene de una encuesta previamente validada a nivel de posgrado por la Facultad, adaptada al nivel de pregrado.

2

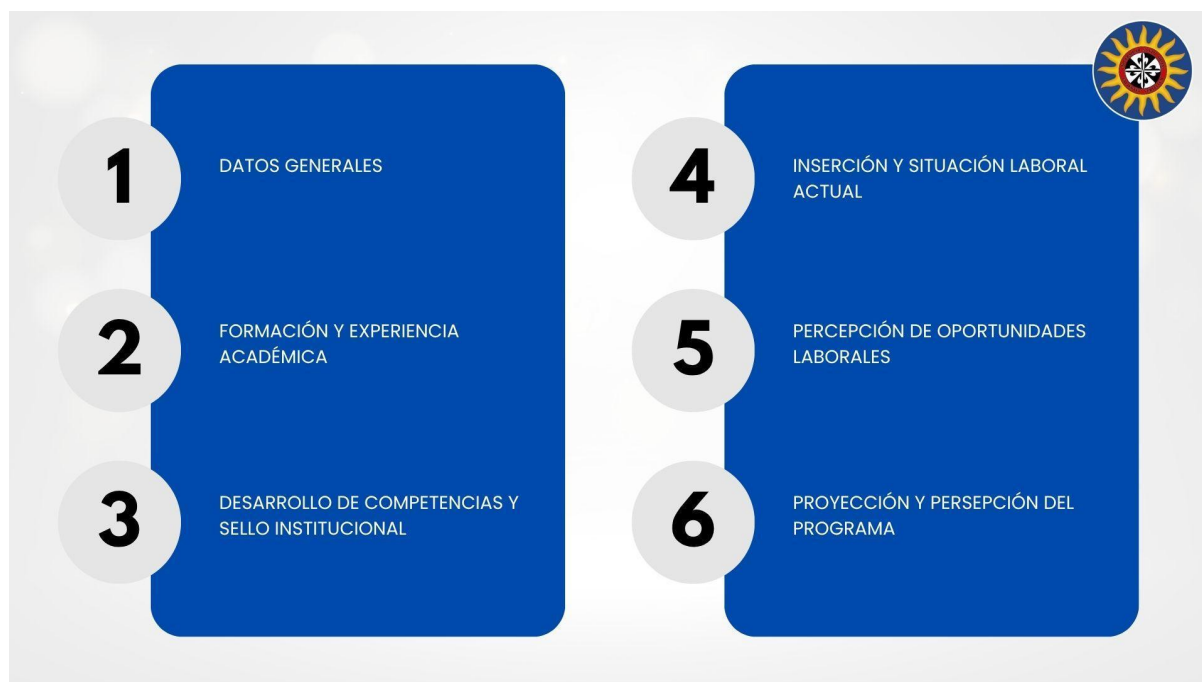
El instrumento está compuesto por 36 ítems que combinan preguntas cerradas, de opción múltiple y abiertas.

3

su aplicación permitirá obtener datos cuantitativos y cualitativos, fundamentales para realizar la triangulación de resultados con las entrevistas.

NOCHE DE TARJETAS

La Noche de Tarjetas será una jornada formal de aplicación del instrumento de investigación, diseñada para recopilar información sobre la inserción laboral de los egresados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás Sede Principal.



RESULTADOS ESPERADOS



- Recolección de información válida y confiable sobre la preparación académica, las oportunidades laborales y la percepción del programa.
- Identificación de patrones comunes en la transición entre universidad y empleo.
- Aporte al mejoramiento curricular del programa de Comunicación Social.
- Construcción de un perfil actualizado de egresados, útil para la Facultad y la Universidad.



GRACIAS

La jornada concluyó a las 7:40 p.m., momento en el cual se agradeció a los asistentes por su tiempo y compromiso, resaltando que su participación era clave para el desarrollo de los objetivos del análisis de inserción laboral. El espacio también permitió fortalecer el vínculo entre la Universidad y sus egresados, promoviendo una cultura de participación y sentido de pertenencia institucional.

En términos metodológicos, la Noche de Tarjetas cumplió una doble función: investigativa y formativa. Por un lado, posibilitó la aplicación guiada del instrumento en condiciones controladas, asegurando la validez y confiabilidad de los datos recolectados; y por otro, generó un espacio de diálogo e intercambio entre la Universidad y los graduados, en coherencia con el enfoque humanista tomasino y con los principios del Design Thinking, que busca comprender las experiencias desde la perspectiva del usuario para generar procesos de mejora continua.

Formación y experiencia académica

Esta categoría analiza las percepciones de los graduados respecto al proceso formativo recibido durante su carrera, las condiciones pedagógicas, la pertinencia del currículo y el equilibrio entre los componentes teóricos y prácticos del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás. Las respuestas reflejan una valoración positiva hacia la modalidad presencial, el enfoque humanista e inclusivo del programa y la necesidad de incorporar nuevas tecnologías y metodologías actualizadas.

Pregunta 1. ¿De qué manera considera que la modalidad presencial en la que cursó el programa influyó en su proceso de aprendizaje?

Respuestas:

1. Influyó mucho, ya que me generó una rutina de comportamiento ante mis estudios y cómo actuar en situaciones reales del contexto laboral.

2. Influyó bastante; estar presente en las clases ayuda a estar más atento para poder interactuar y participar en las actividades propuestas.
3. Mucho, ya que aprendo más con la práctica y de manera presencial, siento que era más efectiva.
4. Permitió una interacción directa con profesores y compañeros, favoreciendo el trabajo en equipo y la comprensión práctica.
5. Para mí, la modalidad presencial influyó positivamente en mi aprendizaje porque pude aplicar los conocimientos en ejercicios reales e interactuar con mis compañeros y maestros.
6. Siento que la modalidad presencial me ayudó a entender mejor los temas y a sentirme parte activa del proceso académico.
7. La modalidad presencial es fundamental para el aprendizaje en el aspecto comunicativo y de medios.
8. Frente a la construcción de relaciones y la confianza en entornos.
9. La modalidad presencial influyó positivamente en mi proceso de aprendizaje, ya que me permitió interactuar directamente con docentes y compañeros, resolver dudas en el momento y participar en actividades prácticas.
10. La modalidad presencial me ayudó mucho porque me permitió aprender de forma más práctica y tener un contacto directo con los docentes y compañeros, lo que hizo el proceso más dinámico y real.
11. Me ayudó a aprender mejor gracias al intercambio constante con profesores y compañeros.
12. Bastante, siento que fortalece el aprendizaje teórico y lo lleva a lo práctico.

La mayoría de los egresados coincidió en que la modalidad presencial tuvo un impacto

altamente positivo en su proceso de aprendizaje. Las respuestas reflejan que la presencialidad favoreció la disciplina académica, la comprensión de los contenidos, la participación activa y, sobre todo, la aplicación práctica de los conocimientos en contextos reales.

Varios egresados resaltaron que el aprendizaje presencial fortalece la interacción social y el trabajo en equipo, lo cual es fundamental en el campo de la comunicación social. También señalaron que durante la pandemia, la virtualidad generó distanciamiento y redujo la efectividad de la formación práctica.

Pregunta 2. ¿De qué formas el programa promovió la inclusión y el respeto por la diversidad social y cultural en el aula y las prácticas académicas?

Respuestas:

1. En el dar un amplio aspecto a materias del ahora.
2. Siempre estuvo presente; nunca se discriminó o excluyó ningún grupo o colectivo diferente, siempre tuvo un enfoque hacia la paz y resolución de conflictos.
3. Siento que fueron semestres muy amenos, todos nos respetábamos, y además las charlas o capacitaciones que realizaban en la Semana de la Comunicación también aportaban.
4. A través de debates, trabajos grupales y espacios donde se valoraron distintas perspectivas.
5. El programa promovió la inclusión y el respeto a través de proyectos grupales con compañeros de diversos contextos sociales y culturales.
6. Se realizaron actividades donde se abordaron problemáticas sociales desde una mirada empática.

7. N/A.
8. A través de los mensajes que constantemente se daban a conocer en las clases y las dinámicas de integración.
9. El programa promovió la inclusión y el respeto por la diversidad social y cultural a través de diferentes iniciativas y espacios de reflexión, como la Semana de la Paz y Komunika.
10. Durante el programa se promovió la inclusión al permitir la participación de diferentes puntos de vista y contextos, siempre con respeto y apertura hacia las diferencias culturales y sociales.
11. Siempre se dio espacio al respeto por las diferencias y a compartir distintas perspectivas.
12. Se manejaron diferentes materias y trabajos donde su centro era eso.

Las respuestas evidencian que el programa fomentó la inclusión y el respeto por la diversidad a través de actividades académicas, debates, proyectos grupales y eventos institucionales (como la Semana de la Paz o Komunika). Los egresados perciben un ambiente de respeto y empatía dentro del aula, donde se valoraban las diferencias culturales, sociales y personales.

Algunos destacan que la facultad promovió espacios de reflexión sobre paz, equidad y convivencia, consolidando así el enfoque humanista y social propio de la Universidad Santo Tomás.

Pregunta 3. Según el perfil de formación, ¿de qué manera se podría adaptar el currículo con nuevos contenidos, metodologías o actividades?

Respuestas:

1. Es recomendable enfatizar en el proceso de la aplicación de la IA en los nuevos formatos de estudio.
2. Se pueden adaptar nuevos contenidos de acuerdo con cómo avanza el tiempo y las nuevas tecnologías. Sería bueno incluir materias enfocadas en la inteligencia artificial y su aplicación como herramienta de apoyo.
3. Siento que realizando más eventos externos, con medios de comunicación y organizaciones.
4. Incorporando herramientas digitales, metodologías activas y temas actualizados.
5. Incorporando talleres o clases de innovación, creatividad y herramientas de inteligencia artificial.
6. Reforzando los espacios prácticos y los convenios con empresas del sector.
7. Para la realidad actual, si bien es importante el énfasis en paz, los contenidos deben dirigirse también a los medios. Mejorar la enseñanza de programas de edición y ejecución de proyectos.
8. Alrededor de los nuevos formatos para comunicar, el relacionamiento con medios de comunicación y el funcionamiento de las agencias.
9. El currículo podría adaptarse, incluyendo temas actuales como sostenibilidad, diversidad cultural y herramientas digitales.
10. Podría incluirse más formación en herramientas digitales y comunicación estratégica, ya que son competencias muy necesarias en el campo laboral actual.
11. Sería bueno incluir más herramientas digitales y metodologías participativas.
12. Se podría expandir más a lo práctico.

Las respuestas evidencian que el programa fomentó la inclusión y el respeto por la diversidad

a través de actividades académicas, debates, proyectos grupales y eventos institucionales (como la Semana de la Paz o Komunika). Los egresados perciben un ambiente de respeto y empatía dentro del aula, donde se valoran las diferencias culturales, sociales y personales.

Algunos destacan que la facultad promovió espacios de reflexión sobre paz, equidad y convivencia, consolidando así el enfoque humanista y social propio de la Universidad Santo Tomás.

Pregunta 4. ¿Qué balance observó entre los contenidos teóricos y las experiencias prácticas durante su formación?

Respuestas:

1. Un balance bueno, ya que me ha servido en el contexto laboral.
2. Siempre fue más lo práctico que lo teórico; las experiencias modulares y los trabajos de grado hicieron que cada semestre fuera diferente.
3. Ambos son muy relevantes, pero siento que es más interactivo combinar lo teórico con algún trabajo práctico.
4. Hubo un equilibrio adecuado, aunque podría reforzarse la aplicación práctica en contextos reales.
5. Hubo una buena relación entre teoría y práctica, lo que facilitó aplicar los conceptos aprendidos en contextos reales.
6. Las prácticas académicas me ayudaron a consolidar los conocimientos teóricos.
7. No hubo balance; mis prácticas fueron en el campo organizacional, que se vio poco y es lo que el mercado laboral exige más.

8. Apliqué los conocimientos teóricos para mi experiencia práctica; sin embargo, la llegada a un ambiente laboral me permitió afianzar mejor lo que conocía.
9. Pienso que hubo un buen balance entre la teoría y la práctica, sobre todo gracias a los espacios de la emisora y proyectos de campo.
10. Hubo un buen equilibrio, aunque en algunos semestres sentí que hacía falta más práctica.
11. Hubo buen equilibrio, aunque a veces faltó más práctica en campo.
12. Aunque fue más lo teórico, cada campo práctico que vimos fortaleció habilidades en el mundo laboral.

Las respuestas muestran una percepción mayoritariamente positiva respecto al equilibrio entre teoría y práctica, aunque con matices. La mayoría de egresados considera que el programa ofreció una buena articulación entre ambos componentes, resaltando la utilidad de los modulares, las prácticas y los proyectos aplicados como espacios que permitieron trasladar la teoría al campo real de la comunicación.

No obstante, varios participantes mencionan que en algunos semestres predominó lo teórico, lo que generó cierta distancia con la práctica profesional. También se observa que quienes realizaron sus prácticas en áreas organizacionales o institucionales sintieron que el componente práctico fue más débil en comparación con los medios y el periodismo, lo que indica la necesidad de mayor diversidad en los entornos de práctica.

Pregunta 5. Frente a los cambios y exigencias del campo profesional, ¿de qué manera el currículo puede fomentar la interacción interdisciplinaria y la actualización constante?

Respuestas:

1. La influencia es mucha, ya que es su hoja de presentación a la vida laboral.
2. Promoviendo proyectos integradores entre distintas áreas y actualizando los contenidos según las demandas del entorno laboral.
3. Charlas con exalumnos acerca de las funciones y responsabilidades que tienen en sus trabajos dependiendo del enfoque.
4. Promoviendo alianzas entre programas académicos con materias compartidas entre diferentes facultades.
5. Con actividades que integren la teoría comunicativa con la práctica empresarial.
6. La demanda de nuevas capacidades alrededor de la llegada de tecnologías alternativas y las nuevas formas de comunicarse.
7. El mundo laboral está lleno de retos, por eso el currículo debería incluir más espacios de trabajo interdisciplinario y temas como producción audiovisual y redes sociales.
8. El currículo podría integrar más proyectos con otras carreras y talleres sobre tendencias digitales y nuevos medios.
9. Actualizando las materias cada cierto tiempo para responder a las nuevas tendencias del mercado.
10. Incluyendo proyectos con otras carreras y talleres sobre tendencias actuales.
11. La demanda de nuevas capacidades alrededor de la llegada de tecnologías alternativas y las nuevas formas de comunicarse.
12. Actualizando las materias cada cierto tiempo y generando espacios colaborativos con otras facultades.

Los graduados reconocen que el currículo promueve la actualización y la interdisciplinariedad en cierta medida, especialmente a través de proyectos integradores, talleres y charlas con egresados o profesionales del sector. Sin embargo, coinciden en que es necesario fortalecer los vínculos entre facultades y promover materias compartidas con otras disciplinas (como marketing, diseño, tecnología o administración).

Las respuestas también reflejan una preocupación por la velocidad del cambio en el campo profesional, por lo que los egresados recomiendan actualizar periódicamente los contenidos y metodologías para responder a nuevas tendencias digitales, inteligencia artificial, producción audiovisual y gestión de redes sociales.

Pregunta 6. ¿Cómo describiría la formación de competencias en investigación en el plan de estudios?

Respuestas:

1. Bueno.
2. Fue sólida en los fundamentos teóricos, aunque podría fortalecerse con más experiencias aplicadas y acompañamiento en proyectos reales.
3. Completa, diseñada para que como egresados tuviéramos las herramientas necesarias para lanzarnos al mundo laboral.
4. Muy relevante, porque no debemos quedarnos con información de primera mano; es importante siempre indagar a fondo.
5. Fue buena, con bases sólidas en metodologías.
6. La universidad ofreció buenos recursos, pero faltó más práctica investigativa.

7. Si bien la relación de investigación es adecuada, hace falta más ejecución en el proceso.
8. Se aplican alrededor de un enfoque de impacto social que puede tener una estrategia de comunicación.
9. Considero que la formación en investigación ha sido una de las fortalezas del programa; los profesores demostraron gran experiencia y compromiso.
10. Fue una formación sólida en teoría, pero podría fortalecerse con más ejercicios prácticos de investigación aplicada.
11. Fue clara, pero podría tener más ejercicios aplicados.
12. Fue buena, aunque al principio se sintió muy teórica, después se volvió más práctica.

La mayoría de egresados considera que la formación en investigación fue una de las principales fortalezas del programa, valorando la rigurosidad metodológica, el acompañamiento docente y la exigencia académica.

Mencionan que las materias del área metodológica aportaron bases teóricas sólidas y promovieron la capacidad crítica, el análisis y la producción académica responsable.

Sin embargo, varios egresados señalan que los espacios investigativos fueron más teóricos que aplicados, y que sería necesario incluir proyectos de investigación práctica, con enfoque en análisis de datos, tendencias digitales y observatorios comunicativos. También sugieren vincular más los semilleros con el entorno profesional, para que la investigación tenga impacto real y social.

Pregunta 7. ¿Qué aspectos del currículo recomendaría fortalecer o cambiar para mejorar su pertinencia y calidad en relación con su formación profesional?

Respuestas:

1. Más práctica y menos teoría.
2. Reforzar la práctica profesional, la formación en habilidades digitales y la conexión con el sector laboral actual.
3. Hicieron falta más electivas, ya que no fueron del todo atractivas para quienes buscaban caminos laborales distintos (organizacional, educativo, investigativo, etc.).
4. Siento que ahora influye mucho todo el tema digital, como la IA, que interviene en el campo de la comunicación.
5. Mayor enfoque en herramientas digitales y análisis de datos.
6. Fortalecer la formación audiovisual.
7. En su momento mencioné la necesidad de ampliar la jornada nocturna y diversificar la planta docente.
8. Fortalecimiento de habilidades blandas y acercamiento al uso de la tecnología.
9. Ampliar la orientación práctica y crear espacios de perfilamiento profesional vinculados al entorno laboral.
10. Reforzar contenidos sobre redes sociales, SEO y herramientas digitales para medios.
11. Fortalecer la parte tecnológica y de comunicación digital.
12. Renovar el enfoque de algunas clases teóricas para que sean más dinámicas.

La mayoría de los egresados coincide en que el currículo debe fortalecer su componente práctico y tecnológico, adaptándose a los retos contemporáneos del campo comunicativo.

Las respuestas muestran una tendencia clara hacia la actualización de contenidos en temas como inteligencia artificial, comunicación digital, análisis de datos, SEO, redes sociales y producción audiovisual, lo que refleja una comprensión crítica de las transformaciones del sector.

Muchos egresados también destacan la necesidad de más electivas y mayor flexibilidad curricular, que les permitan especializarse según sus intereses (por ejemplo, comunicación organizacional, investigación o docencia). Este punto evidencia el deseo de una formación más personalizada, interdisciplinaria y orientada a nichos profesionales específicos.

Por otro lado, se enfatiza el valor de la práctica profesional, no solo como requisito final, sino como una estrategia transversal de aprendizaje desde los primeros semestres. han señalado que las

Esto implica fortalecer los vínculos universidad-empresa, ampliar los escenarios de práctica profesional, y fomentar proyectos reales con impacto social o mediático.

Finalmente, algunas respuestas sugieren mejorar la oferta docente y la disponibilidad horaria (por ejemplo, abrir jornada nocturna o cursos flexibles), lo que refleja una preocupación institucional por la cobertura y accesibilidad del programa.

Tendencias generales:

Dimensión de	Hallazgos	Tendencias y
---------------------	------------------	---------------------

análisis	principales (percepción de los egresados)	recomendaciones institucionales
Modalidad presencial y aprendizaje	La modalidad presencial favoreció el aprendizaje, la interacción con docentes y compañeros, y la aplicación práctica de los contenidos. Durante la pandemia, se percibió una pérdida de dinamismo y de contacto humano.	Mantener la presencialidad como eje formativo, incorporando herramientas digitales complementarias (modelo híbrido). Fortalecer la práctica experiencial en aula.
Inclusión y respeto por la diversidad	El programa promovió valores de inclusión, empatía y convivencia mediante debates, trabajos grupales y actividades institucionales (Semana de la Comunicación, Semana de la Paz).	Consolidar estrategias que integren la diversidad social y cultural en proyectos académicos y comunitarios. Ampliar actividades con enfoque en derechos humanos y comunicación para la paz.
Actualización curricular y metodologías	Los egresados reconocen la pertinencia del currículo, pero piden mayor	Revisar periódicamente los contenidos curriculares.

	actualización frente a tecnologías emergentes (IA, marketing digital, analítica de datos).	Incluir materias sobre innovación, inteligencia artificial, comunicación digital y análisis de tendencias.
Equilibrio teórico-práctico	Se valora positivamente el equilibrio entre teoría y práctica, aunque algunos consideran que la práctica debería tener mayor protagonismo y diversidad de escenarios.	Fortalecer los espacios prácticos desde los primeros semestres. Ampliar convenios de prácticas y proyectos reales con medios, agencias y organizaciones.
Interdisciplinaria y actualización constante	Se reconoce la necesidad de vincular el programa con otras áreas del conocimiento (marketing, diseño, tecnología, administración).	Promover proyectos inter facultades y actividades conjuntas. Desarrollar talleres de actualización profesional y seminarios sobre innovación en comunicación.
Formación en investigación	La investigación se percibe como una de las principales fortalezas del programa. Sin embargo, se	Mantener el enfoque metodológico sólido. Implementar investigación aplicada, observatorios de

	menciona que en ocasiones fue más teórica que aplicada.	medios y proyectos interdisciplinarios con impacto social.
Aspectos a fortalecer o cambiar en el currículo	Se demanda más práctica, electivas atractivas, enfoque digital, formación audiovisual y diversificación docente. Se mencionan necesidades de flexibilidad horaria y actualización tecnológica.	Renovar el currículo hacia un enfoque más práctico, tecnológico y flexible. Incluir nuevas rutas de profundización (comunicación digital, organizacional, investigativa). Reforzar vínculos con el sector laboral.

Análisis general:

El análisis integral evidencia una percepción globalmente positiva de la formación en Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás.

Los egresados reconocen la solidez teórica, el compromiso ético, la formación investigativa y la promoción de valores humanistas, pero también plantean retos concretos:

Design Thinking:

Se abordó mediante un enfoque cualitativo narrativo y se representó a través del método Blueprint, con el objetivo de visualizar el recorrido formativo y la experiencia del estudiante durante su paso por la universidad, identificando momentos de valor y posibles puntos de mejora en el proceso educativo.

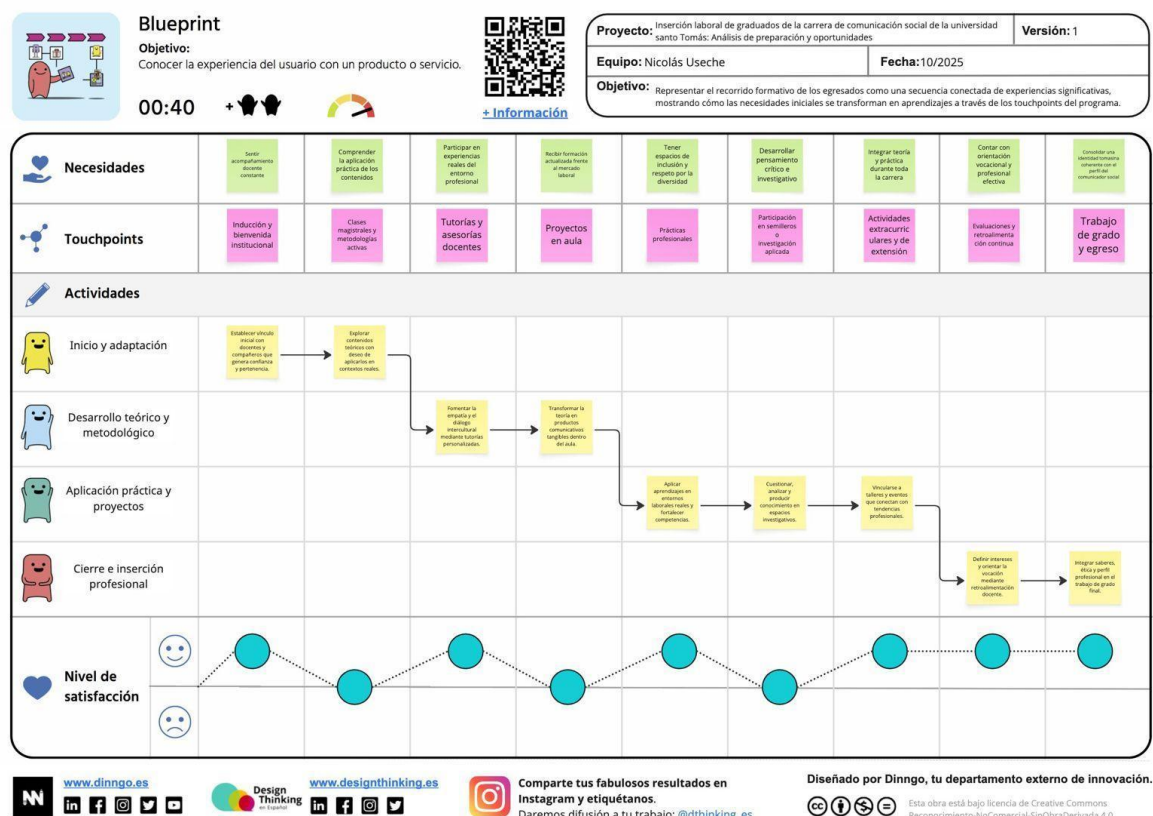


Figura 1: “Blueprint”

Blueprint del recorrido formativo de los egresados del programa de Comunicación Social.

Fuente: Elaboración propia a partir de plantilla de Dinngo (s.f.), disponible en

<https://designthinking.es/tecnicas-de-innovacion/>

Objetivo:

Visualizar el recorrido formativo del egresado dentro del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, identificando cómo vivieron las distintas etapas del proceso académico, qué aprendizajes destacan y qué oportunidades de mejora perciben.

Análisis:

El desarrollo de este bloque permitió comprender la experiencia educativa de los graduados como punto de partida de su trayectoria profesional, en coherencia con el objetivo general del estudio. A través del Blueprint, se representó gráficamente el recorrido formativo desde la inducción hasta el egreso, evidenciando los principales puntos de contacto entre los estudiantes y el programa académico —como clases magistrales, tutorías, proyectos, prácticas y actividades extracurriculares.

El análisis reveló que los egresados valoran positivamente el acompañamiento docente, la aplicación práctica de los contenidos y las oportunidades de participación profesional, aspectos que fortalecieron su sentido de pertenencia y contribuyeron al desarrollo de competencias comunicativas y éticas. No obstante, también se identificaron áreas susceptibles de mejora, especialmente en la integración entre teoría y práctica, y en la continuidad de espacios de orientación profesional e investigación.

De esta manera, el Blueprint permitió visualizar el vínculo entre la formación académica y la preparación para el mundo laboral, aportando evidencia sobre cómo las experiencias vividas durante el proceso educativo influyen en la percepción que los graduados tienen de la pertinencia y efectividad del currículo frente a las demandas del mercado.

Desarrollo de competencias y sello institucional

Esta categoría analiza cómo los graduados perciben la formación recibida en cuanto al fomento de competencias transversales, la innovación, la creatividad, el emprendimiento y el sello distintivo para la paz promovido por la Universidad Santo Tomás. Asimismo, explora la valoración de los espacios de investigación y las oportunidades de internacionalización, elementos claves para la consolidación de una formación integral y pertinente.

Pregunta 1. ¿Cómo se promovieron en el programa las competencias relacionadas con la innovación, la creatividad y el emprendimiento?

Respuestas:

1. Por materias que se ven en los últimos semestres.
2. A través de proyectos integradores, trabajos colaborativos y asignaturas que incentivaron la generación de ideas.
3. Bien, no hubo ningún problema en este tipo de desarrollo de competencias.
4. Bien, siento que los trabajos y las actividades fueron muy dinámicas.
5. A través de materias donde podíamos desarrollar proyectos propios y poner en práctica nuestras ideas.
6. Siento que faltó más acompañamiento en temas de emprendimiento.
7. N/A.
8. En los modulares, presentando nuevas maneras de obtener un impacto o generar nuevos contenidos.
9. Pienso que la innovación y la creatividad sí se promovieron en los proyectos modulares de investigación, aunque faltó más enfoque en emprendimiento.

10. Se promovieron a través de proyectos y trabajos grupales donde podíamos proponer ideas nuevas y desarrollar iniciativas propias.
11. Por medio de trabajos donde podíamos proponer ideas y proyectos propios.
12. Se impulsó con espacios como exposiciones y modulares que ayudaban a la innovación.

Los egresados coinciden en que el programa favoreció la creatividad y la innovación a través de los proyectos modulares, los trabajos colaborativos y las asignaturas prácticas, especialmente en los últimos semestres. Estos espacios permitieron desarrollar ideas originales, explorar formatos comunicativos diversos y aplicar conceptos teóricos a proyectos concretos.

Sin embargo, la mayoría percibe que el emprendimiento no tuvo un desarrollo suficiente dentro del plan de estudios. Si bien hubo actividades que fomentaron la generación de ideas, faltaron estrategias y acompañamiento institucional para la creación de proyectos sostenibles o modelos de negocio propios. Algunos egresados mencionan que este componente podría haberse vinculado con semilleros o talleres enfocados en emprendimiento comunicativo, innovación social o gestión cultural.

Pregunta 2. Desde su experiencia, ¿de qué manera considera que durante su formación se promovió y fortaleció el sello distintivo para la paz?

Respuestas:

1. En mi caso no lo vi; sin embargo, a las personas que dedicaron su trabajo de grado a esa forma siento que sí.

2. Los modulares y trabajos de campo lograron desfilan ese enfoque que la universidad tenía planeado para los estudiantes que eran profesionales en desarrollo de conflictos.
3. Solo lo sentí en la rama investigativa; sería interesante que las fortalecieran en las otras.
4. Mediante actividades que fomentaron el diálogo, la empatía y el respeto por las diferencias, integrando la paz como valor transversal.
5. Se trabajó en varios proyectos que abordaban temas de reconciliación y convivencia.
6. No fue algo constante, pero sí se mencionaba en algunas asignaturas.
7. N/A.
8. A través de las cátedras y los espacios teóricos, además del discurso que promovían los docentes.
9. Durante mi formación se promovió la paz de manera constante, en espacios académicos y proyectos centrados en convivencia y narrativas de paz.
10. Se reflejó en las clases y proyectos que fomentaban el diálogo, la empatía y el compromiso social frente a las problemáticas del país.
11. Se trabajó desde la reflexión social y el respeto hacia los demás.
12. Aunque no fue un tema permanente, sí se reforzó en proyectos de intervención social y ciudadana.

Los egresados reconocen la presencia del sello institucional para la paz como un eje formativo constante, visible en la orientación ética de las clases, los proyectos académicos y los espacios reflexivos. Se mencionan actividades como la Semana de la Paz, la Semana de la

Comunicación y los proyectos modulares como instancias donde se promovió la empatía, el respeto y la resolución pacífica de conflictos.

No obstante, algunos participantes consideran que el enfoque de paz se trabajó más en la teoría que en la práctica, y proponen fortalecerlo a través de experiencias de campo o proyectos sociales que involucren comunidades y organizaciones reales. En general, las respuestas reflejan que este sello es percibido como un valor diferenciador de la formación tomasina, aunque su aplicación podría ampliarse hacia contextos más vivenciales.

Pregunta 3. ¿Considera suficientes los espacios de investigación y producción académica que ofrece actualmente el plan de estudios? ¿Por qué?

Respuestas:

1. Sí, porque da respuestas a lo realmente importante.
2. Sí, pero se pudo incluir más cátedras que ayudaran verdaderamente a desarrollar habilidades de opinión y debate.
3. Sí, solo realizarlos más dinámicos e interactivos.
4. Son adecuados, aunque podrían ampliarse para fomentar una participación más activa en proyectos y publicaciones estudiantiles.
5. En general sí, aunque sería ideal tener más acompañamiento en los procesos investigativos.
6. Si, pero faltó mayor continuidad en los proyectos.
7. N/A.
8. Me parece que deberían estar adaptados alrededor de las dinámicas y la realidad del entorno laboral.
9. Creo que los espacios de investigación y producción académica son suficientes y permiten aprender mucho, aunque debería haber mejor retroalimentación.

10. Son buenos, pero podrían ampliarse para que más estudiantes participen en semilleros o publiquen sus trabajos.
11. Son útiles, pero deberían abrirse más convocatorias o espacios de participación.
12. Sí, pero se podrían implementar más espacios opcionales.

Las percepciones son mayoritariamente positivas: los egresados destacan que los espacios de investigación proporcionaron bases sólidas en metodología, redacción académica y pensamiento crítico, además de fomentar la curiosidad intelectual.

No obstante, varios señalan la necesidad de que estos espacios sean más dinámicos, participativos y vinculados al entorno profesional. Se propone fortalecer la articulación entre la investigación y la producción académica mediante proyectos interdisciplinarios, publicaciones estudiantiles, participación en semilleros y eventos académicos.

Algunos egresados también mencionan la importancia de la retroalimentación constante de los docentes y de ampliar los escenarios donde los estudiantes puedan socializar sus resultados de investigación.

Pregunta 4. ¿Cómo podemos fortalecer los procesos de internacionalización del programa?

Respuestas:

1. Con más cursos de actualidad.
2. Con la ayuda de las nuevas tecnologías.
3. Con diferentes organizaciones multinacionales.

4. Impulsando convenios académicos, intercambios estudiantiles y la inclusión de docentes y contenidos con enfoque global.
5. Creo que se podría fortalecer creando convenios con universidades extranjeras para intercambios o cursos virtuales.
6. A través de alianzas con medios y organizaciones internacionales.
7. N/A.
8. Por medio de incentivos.
9. Creo que la internacionalización del programa es muy importante, pero actualmente no es muy visible; deberían promocionarse más los convenios y programas internacionales.
10. Podrían ofrecer más convenios con universidades extranjeras y promover proyectos conjuntos con estudiantes de otros países.
11. Con más convenios, intercambios y proyectos con otras universidades.
12. A través de la participación en proyectos de cooperación internacional.

Las respuestas reflejan una percepción unánime: los procesos de internacionalización existen, pero son poco visibles y limitados en su alcance. Los egresados proponen múltiples estrategias para reforzarlos, tales como establecer nuevos convenios con universidades extranjeras, promover intercambios académicos y docentes, e incluir en el currículo contenidos con enfoque global o bilingüe.

Asimismo, se sugiere implementar proyectos colaborativos internacionales, cursos virtuales compartidos y actividades de movilidad académica que acerquen a los estudiantes a contextos culturales y comunicativos diversos. Algunos participantes resaltan la importancia

de fortalecer el dominio del inglés como competencia transversal y requisito de competitividad global.

Dimensión de análisis	Hallazgos principales (percepción de los egresados)	Tendencias y recomendaciones institucionales
Innovación, creatividad y emprendimiento	Los egresados reconocen que la creatividad y la innovación se promovieron a través de proyectos modulares, trabajos grupales y asignaturas prácticas. Sin embargo, consideran que el componente de emprendimiento fue limitado y con poco acompañamiento institucional.	Fortalecer la formación en emprendimiento comunicativo y gestión de proyectos, mediante asignaturas o semilleros específicos. Vincular la innovación con proyectos reales y modelos de negocio sostenibles.
Sello institucional para la paz	El sello tomasino se percibe como un elemento transversal en la formación,	Mantener el sello para la paz como valor institucional, pero reforzar

	enfocado en la empatía, el respeto y la convivencia. No obstante, algunos egresados señalan que se trabajó principalmente desde lo teórico y con menor proyección práctica.	su aplicación práctica a través de proyectos comunitarios, campañas sociales y ejercicios de comunicación transformadora.
Espacios de investigación y producción académica	La mayoría valora positivamente los espacios investigativos por su aporte al pensamiento crítico y metodológico. Sin embargo, se percibe la necesidad de mayor dinamismo y participación activa en semilleros, publicaciones y proyectos interdisciplinarios.	Fomentar la investigación aplicada y la producción académica visible. Estimular la participación estudiantil en semilleros, congresos y revistas. Mejorar la retroalimentación docente en los procesos investigativos.
Internacionalización del programa	Se reconoce la importancia de la internacionalización, pero los egresados perciben poca visibilidad y escasas oportunidades de intercambio académico o	Consolidar alianzas internacionales, promover intercambios académicos y docentes, e incluir un enfoque bilingüe en el plan de estudios. Difundir los convenios y programas

	cultural. Se demanda una proyección más global del programa.	internacionales disponibles para estudiantes y egresados.
--	--	---

Design Thinking:

Se analizó desde un enfoque relacional y reflexivo, aplicando un Mapa de empatía que permitió comprender cómo los graduados perciben, piensan y valoran las competencias adquiridas durante su formación, y de qué manera estas se articulan con el sello humanista tomasino. Este método facilitó la identificación de patrones comunes en las percepciones de los egresados, al mismo tiempo que permitió visibilizar los aspectos emocionales y cognitivos que influyen en su desarrollo profesional y en su relación con los valores institucionales.

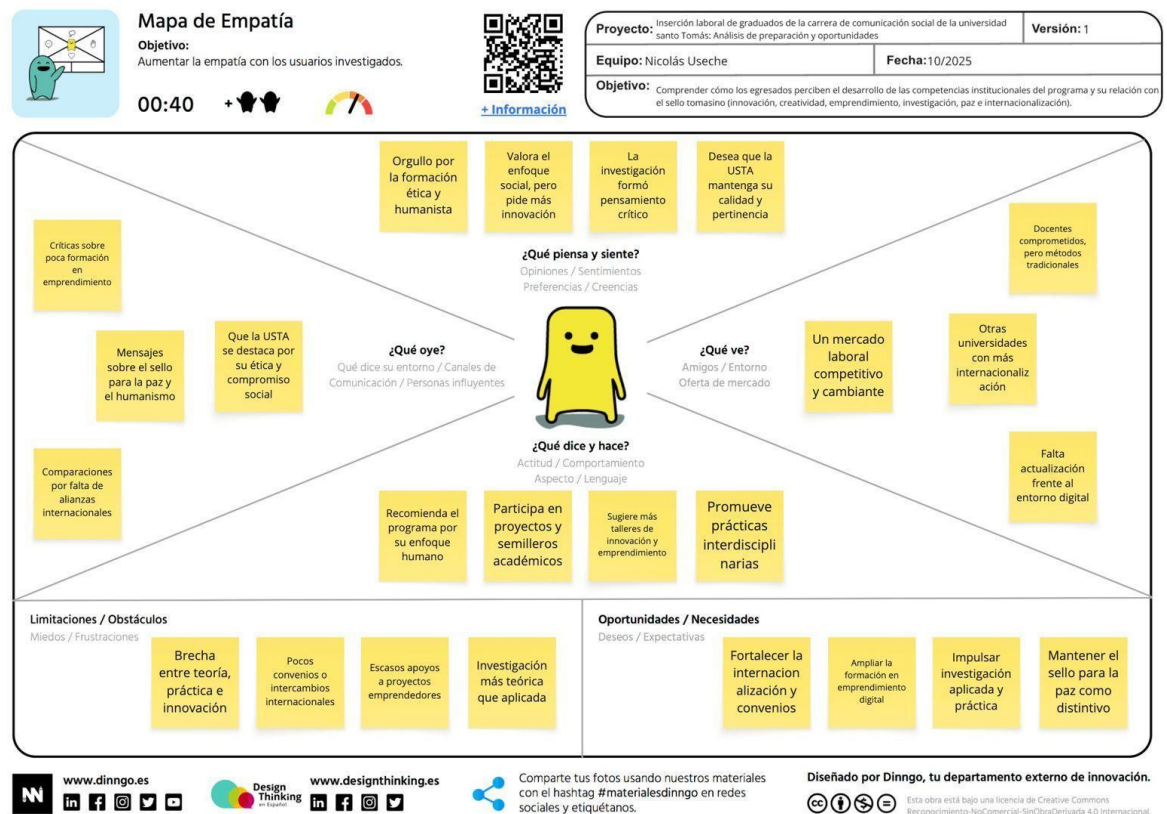


Figura 2: “Mapa de Empatía”

Mapa de empatía de los egresados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás.

Fuente: Elaboración propia a partir de plantilla de Dinngo (s.f.), disponible en <https://designthinking.es/tecnicas-de-innovacion/>

Objetivo:

Comprender cómo los egresados perciben el desarrollo de las competencias institucionales del programa de Comunicación Social y su relación con el sello tomasino, reconociendo los aspectos que valoran, las necesidades que identifican y las oportunidades de mejora en la formación profesional.

Análisis:

El Mapa de empatía permitió representar de manera integral la voz y las percepciones de los graduados, evidenciando cómo interpretan las competencias adquiridas durante su formación y su conexión con los valores institucionales de la Universidad Santo Tomás. A través de este ejercicio se identificó que los egresados sienten orgullo por la formación ética y humanista recibida, valoran el enfoque social y la reflexión crítica promovidos por el programa, y destacan la coherencia entre la formación y los principios tomasinos. No obstante, también manifestaron la necesidad de fortalecer la innovación, la formación en emprendimiento digital y la internacionalización académica.

El análisis permitió observar una brecha entre la teoría, la práctica y la aplicación de la innovación, lo que sugiere la importancia de incorporar metodologías más actualizadas frente a los retos del entorno digital y profesional. Asimismo, los participantes reconocen la

relevancia de mantener el sello institucional como un elemento distintivo, especialmente en su enfoque ético y social, pero reclaman mayor apertura hacia la interdisciplinariedad y la conexión con el mercado laboral global.

En síntesis, este bloque contribuye directamente al objetivo general de la investigación al evaluar la percepción de los egresados sobre la pertinencia del currículo y las competencias adquiridas, destacando cómo la formación recibida impacta en su desarrollo profesional, su identidad ética y su capacidad para enfrentar los desafíos actuales del campo de la comunicación.

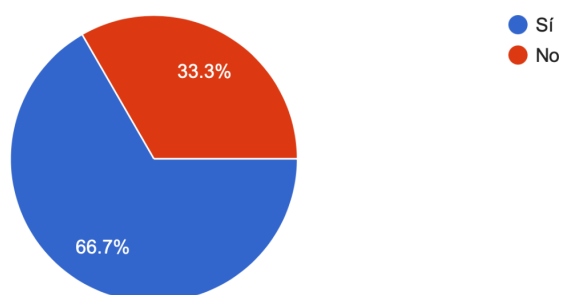
Inserción y situación laboral actual

Esta categoría analiza la vinculación profesional y la experiencia laboral de los graduados del programa de Comunicación Social, evaluando la relación entre la formación recibida y las oportunidades de empleo, el nivel de satisfacción, el tipo de contratación y el rango salarial. Los resultados permiten comprender la efectividad del proceso formativo frente a las demandas del entorno laboral contemporáneo.

Pregunta 1.

¿Actualmente se encuentra trabajando?

12 respuestas

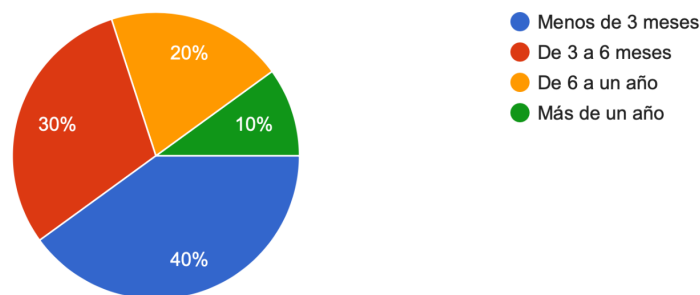


De los doce egresados encuestados, nueve (75%) se encuentran trabajando actualmente y tres (25%) no lo están, lo cual refleja un índice de empleabilidad alto para el programa. Este resultado sugiere que la formación académica adquirida ha facilitado la inserción laboral de la mayoría de los graduados, especialmente en áreas afines a la comunicación, el marketing y la gestión de contenidos digitales.

El grupo que no se encuentra vinculado laboralmente menciona causas asociadas a la alta competencia del mercado y a la falta de experiencia exigida por las empresas, lo que evidencia la necesidad de fortalecer las estrategias institucionales de acompañamiento en transición al empleo.

Pregunta 2.

Tiempo que tardó en conseguir su primer empleo tras graduarse
10 respuestas



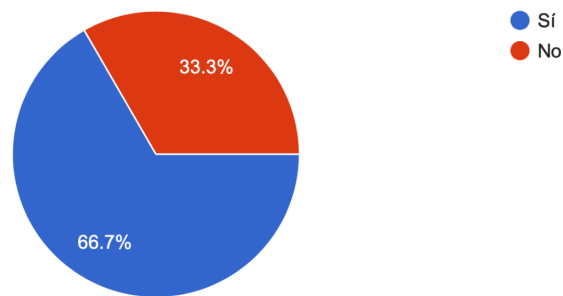
La mayoría de los graduados logró conseguir su primer empleo en un período menor a seis meses tras la graduación, lo que indica una inserción laboral rápida. Cuatro egresados lo lograron en menos de tres meses, tres entre tres y seis meses, y dos entre seis meses y un año.

Estos resultados sugieren que el programa prepara adecuadamente a los estudiantes para integrarse al mercado laboral, aunque el tiempo de búsqueda puede variar según el área de interés, la experiencia previa o el tipo de contrato disponible.

Pregunta 3.

¿Su empleo actual está relacionado con la carrera de Comunicación Social?

9 respuestas



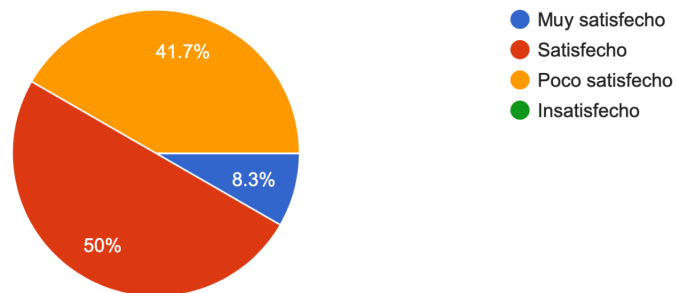
El 75% de los egresados afirma que su empleo está directamente relacionado con la carrera, mientras que un 25% trabaja en áreas no comunicativas. Esto evidencia que la mayoría logra aplicar sus conocimientos en contextos profesionales afines.

Los egresados que no trabajan en áreas directamente vinculadas mencionan que su perfil comunicativo les ha permitido adaptarse a funciones transversales, como ventas, servicio al cliente o coordinación administrativa, donde las habilidades de comunicación siguen siendo valiosas.

Pregunta 4.

¿Qué tan satisfecho se siente con su situación laboral actual?

12 respuestas



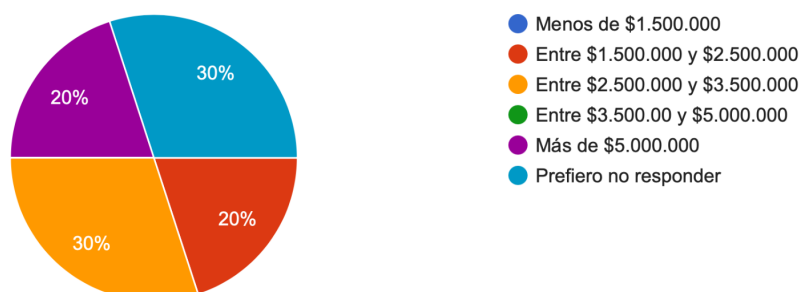
La mayoría de los graduados manifiesta estar satisfecha o muy satisfecha con su situación laboral actual. Solo dos participantes expresaron estar poco satisfechos, lo que indica una percepción positiva del desempeño y las oportunidades laborales.

Las razones de satisfacción se asocian con el crecimiento profesional, la estabilidad laboral y el desarrollo de competencias afines a la comunicación. En contraste, los casos de menor satisfacción se relacionan con limitaciones salariales o ausencia de oportunidades de ascenso.

Pregunta 5.

Rango salarial aproximado actual

10 respuestas



Los rangos salariales reportados se concentran principalmente entre \$2.500.000 y \$3.500.000, con algunos casos que superan los \$5.000.000. Este comportamiento sugiere una remuneración media acorde con el mercado colombiano para profesionales del área de comunicación.

Sin embargo, los egresados manifiestan que el salario no siempre corresponde al nivel de responsabilidad o la carga laboral, lo que refleja una brecha entre la formación profesional y el reconocimiento económico en el sector.

Design Thinkin:

Se adoptó un enfoque cuantitativo y analítico, utilizando la herramienta de Evaluación del valor para graficar y medir los niveles de empleabilidad, satisfacción y pertinencia del programa en el contexto profesional actual, brindando una visión objetiva y comparativa de los resultados obtenidos.

 Evaluación del valor Objetivo: Confirmar que aportamos valor a nuestros usuarios con las soluciones que estamos desarrollando. 01:30 +    + Información Proyecto: Inserción laboral de graduados de la carrera de comunicación social de la universidad Santo Tomás: Análisis de preparación y oportunidades Versión: 1 Equipo: Nicolás Useche Fecha: 10/2025 Objetivo: Analizar el valor percibido por los egresados en su inserción y situación laboral actual, identificando la coherencia entre su formación y las condiciones del mercado profesional.						
Insights Aspectos a evaluar	Relevancia formativa	Satisfacción laboral	Oportunidades del mercado	Obstáculos laborales	Proyección profesional	Σ TOTAL 1-5
Inserción laboral	La mayoría consiguió empleo entre 3 y 6 meses.	Se sienten satisfechos al lograr empleo pronto.	El mercado reconoce su perfil, pero con alta competencia.	Falta de experiencia inicial dificulta el acceso.	La inserción temprana motiva a seguir formándose.	4
Tipo de institución	Predomina el empleo en empresas privadas y agencias.	Perciben ambientes laborales dinámicos.	El sector privado ofrece más oportunidades.	Poca oferta en medios tradicionales.	Permite adquirir experiencia en nuevos formatos digitales.	4
Relación con la carrera	El 70 % trabaja en áreas afines a la comunicación.	Alta satisfacción por aplicar lo aprendido.	La comunicación digital es la más demandada.	Algunos cargos no reconocen el valor del comunicador.	Refuerza la identidad y pertinencia del egresado tomasino.	4
Funciones principales	Gestión de redes, redacción, relaciones públicas.	Valoran la variedad de funciones.	El marketing digital amplía el campo laboral.	Sobrecarga de tareas o falta de especialización.	Fortalece competencias versátiles y creativas.	4
Satisfacción y salario	Reconocen estabilidad emocional más que económica.	Satisfacción moderada con el entorno laboral.	Escasos salarios frente a la exigencia profesional.	Falta de equidad salarial y reconocimiento.	Motiva a buscar mejores condiciones y formación continua.	3
Tipo de contratación	Predomina la prestación de servicios.	Inseguridad y falta de estabilidad.	Contrataciones temporales limitan crecimiento.	Precariedad del sector comunicativo.	Impulsa el deseo de emprender o especializarse.	2
Oportunidades y obstáculos	Perciben pocas oportunidades sostenibles.	Se sienten poco valorados en el mercado.	Exceso de competencia y bajos salarios.	Falta de redes y experiencia profesional.	Plantean innovar o diversificar su perfil.	2
Formación continua y actualización	La mayoría busca cursos o posgrados tras el grado.	Satisfacción alta con el aprendizaje adicional.	La formación digital mejora su empleabilidad.	Costos y tiempo son limitantes.	Favorece la proyección profesional y ascensos.	5



www.dinngo.es



www.designthinking.es



Comparte tus fotos usando nuestros materiales con el hashtag #materialesdinngo en redes sociales y etiquétanos.

Diseñado por Dinngo, tu departamento externo de innovación.
Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas 4.0 Internacional.

Figura 3: “Evaluación del valor”

Evaluación del valor percibido por los egresados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás.

Fuente: Elaboración propia a partir de plantilla de Dinngo (s.f.), disponible en

<https://designthinking.es/tecnicas-de-innovacion/>

Objetivo:

Analizar el valor percibido por los egresados en su proceso de inserción y situación laboral actual, identificando la coherencia entre la formación recibida en la Universidad Santo Tomás y las condiciones reales del mercado profesional.

Análisis:

La aplicación de la herramienta Evaluación del valor permitió examinar de manera cuantitativa los principales aspectos relacionados con la empleabilidad, la satisfacción laboral y las oportunidades de desarrollo profesional de los graduados. Los resultados evidenciaron un panorama mayoritariamente favorable, con valores altos (4–5) en indicadores como inserción laboral, tipo de institución, relación con la carrera y formación continua, lo que refleja una adecuada correspondencia entre las competencias adquiridas y las demandas del campo comunicativo. La mayoría de los egresados logró vincularse laboralmente entre tres y seis meses después de su graduación, principalmente en empresas privadas y agencias, aplicando de forma efectiva los conocimientos aprendidos durante su formación.

En contraste, los indicadores con valor medio (3) satisfacción laboral y salario reflejan una percepción de bienestar moderado, donde los egresados valoran positivamente el entorno laboral, pero manifiestan inconformidad frente a los niveles de remuneración y reconocimiento profesional. Finalmente, los valores bajos (2) se concentraron en tipo de contratación y oportunidades generales, evidenciando la precariedad de algunos empleos en el sector comunicativo, la alta competencia en el mercado y la predominancia de contratos por prestación de servicios.

En conjunto, el análisis demuestra que los graduados perciben su formación como pertinente y útil para desempeñarse en contextos laborales cambiantes, aunque reconocen desafíos relacionados con la estabilidad, la equidad salarial y la necesidad de fortalecer redes profesionales. Este bloque se articula directamente con los objetivos de la investigación al ofrecer una visión integral sobre la relevancia formativa, la empleabilidad y las condiciones laborales actuales de los egresados, aportando evidencia empírica para la mejora continua del programa académico.

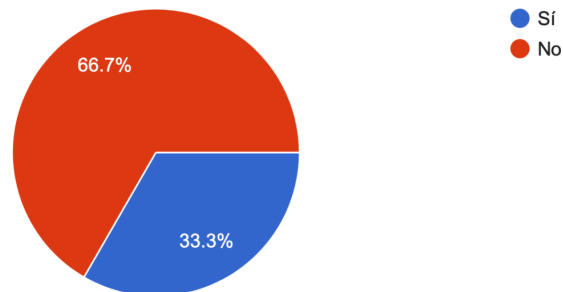
Percepción de oportunidades laborales

Esta categoría examina la visión que los graduados tienen sobre las oportunidades de empleo disponibles para los comunicadores sociales en Colombia, los sectores con mayor demanda, los principales obstáculos de inserción y la relevancia de la formación complementaria.

Pregunta 1.

¿Considera que existen suficientes oportunidades laborales para los comunicadores sociales en Colombia?

12 respuestas



Pregunta 1: “¿existen oportnidades laborales en Colombia?”

Las respuestas muestran una percepción dividida entre los egresados.

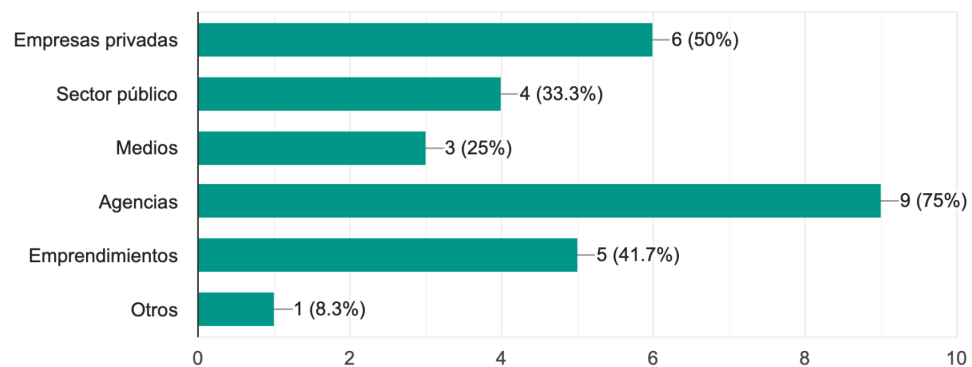
Aproximadamente la mitad considera que sí existen oportunidades laborales, aunque la otra mitad opina que el mercado es limitado y altamente competitivo.

Quienes tienen una percepción positiva argumentan que la expansión de los medios digitales, las redes sociales y el marketing de contenidos ha abierto nuevos espacios laborales para los comunicadores sociales.

En contraste, los que manifiestan desacuerdo señalan que, aunque hay oferta, las condiciones laborales son precarias con bajos salarios, sobrecarga de funciones y escasas oportunidades de crecimiento, además de la subvaloración del rol comunicativo dentro de las organizaciones.

Pregunta 2.

¿Qué sectores considera que ofrecen mayores oportunidades laborales para los comunicadores?
12 respuestas



Pregunta 2: “Sectores con mayores oportunidades laborales”

Los graduados identifican como principales sectores de inserción las agencias de comunicación y marketing, seguidas de los medios tradicionales y digitales, los emprendimientos personales y las empresas privadas. También se mencionan oportunidades en el sector público, aunque con menor frecuencia.

El énfasis en agencias y medios refleja una tendencia hacia la comunicación estratégica, el marketing digital y la gestión de contenidos como áreas con mayor crecimiento. Asimismo, el auge de los emprendimientos muestra una búsqueda de autonomía profesional ante la limitada oferta de empleos formales.

Design Thinkin:

Se desarrolló bajo un enfoque cualitativo valorativo, mediante el uso de Tarjetas rojas y verdes para clasificar percepciones positivas y negativas sobre el programa, las oportunidades y los desafíos identificados por los graduados.



Figura 4 “tarjetas rojas y verdes”

Tarjetas rojas y verdes sobre percepciones positivas y oportunidades de mejora del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás.

Fuente: Elaboración propia a partir de plantilla de Dinngo (s.f.), disponible en <https://designthinking.es/tecnicas-de-innovacion/>

Objetivo:

Identificar las percepciones positivas y negativas de los graduados sobre el programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, con el fin de valorar su pertinencia, proyección y las oportunidades de mejora que contribuyan a fortalecer la calidad formativa y su relación con el entorno laboral.

Análisis:

El uso de la dinámica Tarjetas rojas y verdes permitió clasificar las opiniones de los egresados según sus valoraciones favorables o críticas frente a distintos aspectos del programa. Entre los resultados más destacados se encuentran valoraciones positivas hacia el acompañamiento docente, la formación ética y humanista y la pertinencia de las opciones de grado, elementos que consolidan la identidad tomasina y refuerzan el compromiso pedagógico del cuerpo docente. De igual forma, las experiencias prácticas fueron reconocidas como un componente esencial para la aplicación temprana de los conocimientos adquiridos y el fortalecimiento de las competencias profesionales.

En contraste, las tarjetas de color rojo revelaron aspectos susceptibles de mejora, especialmente en la actualización curricular, la internacionalización, la vinculación laboral y los recursos tecnológicos. Los egresados identificaron la necesidad de incorporar mayores oportunidades de movilidad académica, convenios institucionales y actualización en herramientas digitales y audiovisuales. También señalaron limitaciones en la articulación con empresas y medios externos, lo que influye directamente en su inserción profesional.

En conjunto, este bloque permitió obtener una visión equilibrada del programa desde la perspectiva de los graduados, combinando reconocimiento hacia los valores institucionales con propuestas de mejora orientadas a la modernización del currículo y a la consolidación de estrategias de empleabilidad. Los hallazgos fortalecen la comprensión de cómo las percepciones de los egresados inciden en la evaluación de la pertinencia y efectividad del programa académico, contribuyendo al análisis integral de su impacto formativo y laboral.

Proyección y percepción del programa

Esta categoría analiza la valoración que los graduados hacen del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, especialmente en lo relacionado con la pertinencia de las opciones de grado, la satisfacción general con la formación recibida, la disposición a recomendar el programa, y las sugerencias de mejora para fortalecer su calidad y proyección futura.

Pregunta 1. ¿Recomendaría la carrera de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás a otros estudiantes?

Respuestas:

1. Sí, por la calidad de los docentes y el enfoque humanista que caracteriza a la universidad.
2. Sí, porque la formación ética y crítica que recibimos es fundamental para cualquier campo de la comunicación.
3. Tal vez, si se actualizan los contenidos frente a las nuevas tendencias digitales y tecnológicas.
4. Sí, el ambiente académico fue positivo y permitió desarrollar muchas habilidades profesionales.
5. Sí, la universidad ofrece una formación integral que va más allá de lo técnico.
6. Sí, porque me ayudó a formarme como una persona con pensamiento crítico y sentido social.

7. Tal vez, porque aunque el programa es bueno, le falta más conexión con el mercado laboral.
8. Sí, la carrera me dio bases sólidas para entender el papel del comunicador en diferentes contextos.
9. Sí, recomendaría la carrera por la exigencia académica y la cercanía de los profesores.
10. Sí, por el compromiso de los docentes y la formación en valores.

La mayoría de los egresados expresa una percepción positiva del programa y lo recomendaría a futuros estudiantes. Se valora especialmente la formación integral, el compromiso docente y el sello humanista de la universidad.

Las opiniones más prudentes como tal vez señalan la necesidad de mayor conexión entre el plan de estudios y las exigencias del mercado laboral, evidenciando una demanda de actualización tecnológica y digital.

Pregunta 2. ¿Qué aspectos destacaría del programa académico?

Respuestas:

1. La calidad y preparación de los docentes.
2. El equilibrio entre teoría, práctica e investigación.
3. El enfoque humanista y ético en la formación profesional.
4. Las oportunidades de aprendizaje práctico en modulares y proyectos.
5. La exigencia académica que prepara para el entorno laboral.
6. El acompañamiento constante de los profesores durante todo el proceso formativo.
7. La posibilidad de aplicar los conocimientos a proyectos reales y comunitarios.

8. El trabajo interdisciplinario que se fomentaba entre diferentes asignaturas.
9. La formación en pensamiento crítico y comunicación para la paz.
10. Los espacios investigativos que fortalecen la escritura y la argumentación.

Los graduados reconocen como principales fortalezas la excelencia del cuerpo docente, el acompañamiento cercano y la formación crítica y ética. También valoran los modulares y espacios prácticos, que les permitieron aplicar lo aprendido en contextos reales.

Estas respuestas refuerzan la percepción de una formación sólida y coherente con los valores institucionales de la Universidad Santo Tomás.

Pregunta 3. ¿Qué aspectos considera que deben mejorarse o actualizarse?

Respuestas:

1. Actualizar las asignaturas frente a las nuevas herramientas digitales y tecnológicas.
2. Incluir más formación en comunicación digital, redes sociales y análisis de datos.
3. Fortalecer los vínculos con el sector empresarial para ampliar las oportunidades de práctica.
4. Revisar las electivas para que sean más acordes con los intereses de los estudiantes.
5. Renovar el enfoque de algunas clases teóricas para hacerlas más participativas.
6. Incorporar cursos o talleres sobre inteligencia artificial aplicada a la comunicación.
7. Modernizar los equipos y laboratorios de producción audiovisual.
8. Fortalecer los convenios con medios y organizaciones para prácticas reales.

9. Integrar un espacio para el desarrollo de proyectos de emprendimiento comunicativo.
10. Incrementar la presencia de docentes invitados con experiencia en medios digitales y estrategias de comunicación contemporánea.

Existe consenso en la necesidad de modernizar el currículo frente a las nuevas tendencias tecnológicas y mediáticas. Los egresados proponen ampliar la formación en competencias digitales, redes sociales, SEO, marketing de contenidos y producción audiovisual, así como crear espacios de articulación con empresas e instituciones.

Esto refleja una expectativa de evolución constante del programa, manteniendo su sello humanista pero adaptado a las exigencias del entorno profesional actual.

Design Thinkin:

Se incorporó un enfoque de síntesis interpretativa, apoyado en una Matriz de feedback que permitió organizar los hallazgos, integrar las evidencias de los bloques anteriores y formular recomendaciones concretas para el fortalecimiento curricular y la mejora continua del programa.

Apuntes de Testeo		Proyecto: Inserción laboral de graduados de la carrera de comunicación social de la universidad Santo Tomás: Análisis de preparación y oportunidades		Versión: 1
 Objetivo: Recopilar toda la información de las técnicas de testeo.	 + Información	Equipo: Nicolás Useche	Fecha: 10/2025	
00:40 	Objetivo: Sintetizar la percepción sobre el acompañamiento docente, la conexión universidad-empresa y las competencias fortalecidas, para generar recomendaciones de mejora institucional.			

 ¿Qué funciona? • El acompañamiento cercano y empático de los docentes durante la carrera. • La formación en valores y el sello humanista tomasino. • Las experiencias prácticas que conectan teoría y realidad. • La claridad y organización de los contenidos académicos. • La disposición de los profesores para orientar proyectos y monografías. • El fortalecimiento de competencias comunicativas, críticas y éticas.	 ¿Qué se puede mejorar? • Actualizar el plan de estudios con enfoque en herramientas digitales. • Fortalecer la relación con el sector productivo y laboral. • Ofrecer más oportunidades de prácticas y pasantías externas. • Mejorar la infraestructura tecnológica y los recursos audiovisuales. • Aumentar la formación en emprendimiento y gestión de proyectos. • Garantizar seguimiento docente en los últimos semestres.
 ¿Qué preguntas nos hacen? • ¿Cómo puede la universidad apoyar la inserción laboral de los egresados? • ¿Qué estrategias existen para actualizar los contenidos del plan académico? • ¿Se contemplan nuevas alianzas o convenios con empresas del sector? • ¿Cómo se evalúan las competencias prácticas dentro del programa? • ¿Habrán espacios para los egresados en proyectos de innovación? • ¿Qué iniciativas se están implementando para mejorar la internacionalización?	 ¿Qué ideas nos proponen? • Crear una red activa de egresados que brinde apoyo laboral y académico. • Incorporar asignaturas de marketing, analítica y comunicación digital. • Diseñar un programa de mentorías entre docentes y estudiantes. • Realizar ferias o encuentros entre empresas y futuros comunicadores. • Promover talleres interdisciplinarios con otras facultades. • Implementar un portafolio digital de proyectos para visibilizar el talento tomasino.

 www.dinngo.es	 www.designthinking.es	 Comparte tus fotos usando nuestros materiales con el hashtag #materialesdinngo en redes sociales y etiquétanos.	Diseñado por Dinngo, tu departamento externo de innovación.  Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinDerivada 4.0 Internacional.
---	---	--	--

Figura 5 “Design Thinkin”

Apuntes de testeo sobre percepciones, mejoras y propuestas de los egresados del programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás.

Fuente: Elaboración propia a partir de plantilla de Dinngo (s.f.), disponible en

<https://designthinking.es/tecnicas-de-innovacion/>

Objetivo:

Sintetizar la percepción de los egresados sobre el acompañamiento docente, la conexión universidad-empresa y las competencias fortalecidas durante la formación, con el propósito de generar recomendaciones de mejora institucional orientadas a fortalecer la pertinencia del programa y su impacto en la inserción laboral.

Análisis:

El bloque de Evaluación integral permitió consolidar los hallazgos de los bloques anteriores, integrando las percepciones, necesidades y propuestas de los graduados en torno a la experiencia formativa y profesional. Los resultados muestran una valoración positiva del acompañamiento docente, la claridad de los contenidos académicos y la formación ética y humanista, considerados pilares esenciales en la consolidación del perfil profesional tomasino. Asimismo, los egresados destacaron las experiencias prácticas como un puente efectivo entre la teoría y la realidad laboral, y reconocieron el fortalecimiento de competencias comunicativas, críticas y éticas.

En cuanto a las oportunidades de mejora, se identificaron aspectos prioritarios como la actualización curricular con enfoque digital, el fortalecimiento de la relación con el sector productivo, el incremento de las oportunidades de prácticas y la modernización de los recursos tecnológicos. De igual forma, se propusieron acciones concretas orientadas a la mejora institucional, entre ellas la creación de una red activa de egresados, la implementación de un portafolio digital de proyectos, el diseño de programas de mentoría y la inclusión de asignaturas relacionadas con marketing, analítica y comunicación digital.

En síntesis, este bloque funcionó como un ejercicio de retroalimentación global que permitió vincular la voz de los egresados con la gestión académica y administrativa del programa, generando insumos para la toma de decisiones estratégicas y la actualización de los procesos formativos. Su análisis contribuye directamente al objetivo general de la

investigación, al ofrecer una visión integral de la pertinencia del currículo y su alineación con las demandas actuales del entorno laboral.

Conclusiones y recomendaciones:

Conclusiones

La presente investigación permitió comprender de manera profunda las dinámicas de transición entre la formación universitaria y el campo laboral contemporáneo, evidenciando la relación existente entre las competencias adquiridas durante el proceso formativo, las expectativas profesionales de los egresados y las oportunidades reales de empleo en el contexto nacional.

A partir del análisis de la información recolectada mediante la encuesta aplicada a doce (12) graduados de las promociones 2023-II y 2024-I, se identificó que la formación académica tomados ha sido un factor determinante en la construcción de perfiles profesionales sólidos, éticos y con pensamiento crítico. Los egresados destacan la modalidad presencial como un elemento esencial en su proceso de aprendizaje, al propiciar la interacción directa con docentes y compañeros, el desarrollo de habilidades comunicativas, la práctica constante y la reflexión frente a los retos del entorno.

El estudio evidenció que el currículo del programa ha logrado consolidar una estructura coherente con la misión institucional, basada en la comunicación para la paz, la diversidad y la responsabilidad social. Sin embargo, los resultados también revelan la necesidad de actualizar los contenidos académicos para responder a las transformaciones del mercado laboral, especialmente en lo relacionado con la digitalización de los medios, el manejo de herramientas tecnológicas, la analítica de datos, la inteligencia artificial aplicada a la comunicación y las estrategias de marketing digital.

Respecto a la formación en investigación, los participantes reconocen el valor de los espacios académicos dedicados al pensamiento crítico, la redacción científica y la producción académica. No obstante, algunos sugieren ampliar los escenarios de práctica investigativa aplicada y fortalecer los vínculos entre investigación, innovación y desarrollo profesional.

En cuanto a la inserción laboral, los hallazgos indican que la mayoría de los graduados logra emplearse en un periodo inferior a seis meses después de su egreso, en sectores diversos como empresas privadas, agencias de comunicación, medios y emprendimientos. Este dato refleja una capacidad de adaptación profesional favorable, aunque también se detectan dificultades relacionadas con la alta competencia laboral, los bajos salarios iniciales y la exigencia de experiencia previa.

Asimismo, la percepción de los egresados sobre las oportunidades laborales muestra una mezcla de optimismo y crítica. Si bien reconocen la existencia de nuevos campos profesionales para el comunicador especialmente en entornos digitales, consideran que aún falta mayor reconocimiento social, estabilidad y valorización económica del trabajo comunicativo.

El análisis permitió evidenciar que el sello institucional tomasino se mantiene presente en la práctica profesional de los egresados, quienes reflejan valores de responsabilidad, compromiso social, pensamiento ético y liderazgo transformador. Estos rasgos distintivos constituyen un elemento diferenciador frente a otros perfiles en el mercado laboral, reforzando el valor del enfoque humanista del programa.

Finalmente, la integración del Design Thinking como herramienta metodológica de análisis permitió reinterpretar los resultados de manera participativa, empática y visual. Gracias a sus fases empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar se logró comprender la experiencia del egresado desde una perspectiva integral, reconociendo no solo los datos

cuantitativos, sino también las emociones, expectativas y percepciones humanas que acompañan su proceso de inserción profesional. Este enfoque humanizado permitió transformar los resultados en oportunidades de innovación educativa, alineadas con los procesos de mejora continua y aseguramiento de la calidad del programa.

En conclusión, la investigación confirma que el programa de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás forma profesionales competentes y comprometidos socialmente, pero enfrenta el desafío de fortalecer la actualización curricular, la empleabilidad y la vinculación institucional con el sector productivo, en coherencia con los cambios de la sociedad digital y las nuevas demandas del mercado.

Recomendaciones

A partir del análisis de los resultados y en coherencia con las conclusiones anteriores, se presentan las siguientes recomendaciones dirigidas a la Facultad de Comunicación Social, a los docentes, y a la Universidad Santo Tomás como institución formadora:

1. En el ámbito curricular

- Es necesario emprender una actualización integral del currículo del programa, asegurando que las competencias formativas se alineen con las transformaciones tecnológicas, mediáticas y laborales del campo de la comunicación contemporánea.
- En primer lugar, se recomienda incorporar contenidos y asignaturas electivas orientadas a la comunicación digital, la inteligencia artificial aplicada, la analítica de datos, el SEO, el storytelling estratégico y la gestión de redes y plataformas multimedia. Estos saberes

emergentes no solo fortalecen la empleabilidad del egresado, sino que amplían su campo de acción profesional, permitiéndole participar en entornos globales y competitivos.

- Asimismo, se sugiere promover metodologías de aprendizaje activas, tales como el aprendizaje basado en proyectos, el aprendizaje colaborativo, el design thinking y la gamificación, que favorezcan el desarrollo de competencias prácticas desde los primeros semestres. Estas estrategias permiten articular la teoría con la práctica, fortaleciendo la autonomía, la creatividad y la capacidad de resolución de problemas.

- En relación con la formación investigativa, se recomienda fortalecer los espacios de investigación aplicada y de transferencia de conocimiento, integrando los proyectos académicos con las necesidades reales del sector productivo y de las comunidades. La creación de semilleros enfocados en comunicación organizacional, digital, social y para el desarrollo puede convertirse en un eje de articulación entre estudiantes, egresados y docentes investigadores.

- Finalmente, se propone revisar la estructura modular del programa para optimizar la progresión de las competencias, garantizando una secuencia pedagógica que vincule las dimensiones teóricas, prácticas y éticas del proceso formativo, en coherencia con el modelo educativo pedagógico tomasino (MEPT).

2. En relación con la inserción laboral

- Los resultados del estudio evidencian la necesidad de fortalecer los mecanismos institucionales de acompañamiento al egresado, con el propósito de facilitar su tránsito del entorno académico al profesional.

- Se recomienda la creación de un programa institucional de orientación y acompañamiento laboral, que brinde herramientas prácticas para la búsqueda de empleo, la elaboración de portafolios digitales, la redacción de hojas de vida especializadas y la preparación para entrevistas. Dicho programa puede funcionar de manera articulada con la Oficina de Egresados y el Centro de Proyección Social, consolidando una ruta integral de empleabilidad.
- De igual manera, se sugiere establecer alianzas estratégicas con empresas del sector privado, medios de comunicación, agencias de marketing, organizaciones no gubernamentales y entidades públicas, con el fin de ofrecer espacios de práctica profesional, pasantías y empleos formales que garanticen experiencias de aprendizaje reales. Estas alianzas también contribuirían a fortalecer la relación universidad-empresa y a posicionar la marca institucional en el ámbito laboral.
- Además, se plantea la creación de un Observatorio Permanente de Graduados, que funcione como sistema de monitoreo continuo de las condiciones laborales, niveles de satisfacción, brechas de empleabilidad y tendencias del mercado comunicativo. Este observatorio permitiría disponer de datos actualizados que respalden los procesos de autoevaluación y mejoramiento continuo del programa.

3. Sobre la actualización profesional

- En un entorno de cambio acelerado, la actualización profesional se convierte en una condición indispensable para la competitividad laboral y la sostenibilidad del ejercicio profesional.

- Por ello, se recomienda incentivar la participación de los egresados en programas de educación continua, tales como cursos cortos, diplomados, certificaciones especializadas y talleres prácticos, enfocados en tecnologías emergentes, innovación en comunicación digital, producción multimedia, gestión de marca personal y emprendimiento comunicativo.
- De igual forma, se propone fomentar la creación de una comunidad de aprendizaje entre egresados y estudiantes activos, mediante redes de mentoría, charlas profesionales, paneles y encuentros periódicos de actualización. Este intercambio intergeneracional no solo fortalece el vínculo con la institución, sino que genera un ecosistema de colaboración y aprendizaje colectivo.
- Para reconocer la trayectoria y el impacto de los egresados, se sugiere implementar mecanismos institucionales de reconocimiento, como distinciones, premios o menciones honoríficas a quienes sobresalgan por su liderazgo, innovación o aporte social en el campo de la comunicación. Estas acciones refuerzan el sentido de pertenencia y contribuyen al posicionamiento reputacional del programa.

4. En el plano institucional y de calidad

- Desde la perspectiva de la calidad académica, los hallazgos de este estudio deben ser integrados al plan de mejoramiento del programa y a los informes de autoevaluación presentados ante el Consejo Nacional de Acreditación (CNA). La retroalimentación obtenida de los graduados constituye evidencia fundamental para la consolidación de los procesos de aseguramiento de la calidad y para el diseño de estrategias que fortalezcan la pertinencia social del programa.

- Se recomienda consolidar la estrategia de internacionalización, fomentando la firma de convenios académicos, la movilidad docente y estudiantil, la participación en proyectos colaborativos internacionales y la incorporación de asignaturas con enfoque global. Esto no solo ampliará las oportunidades de desarrollo profesional, sino que potenciará la visibilidad del programa en redes académicas internacionales.
- Adicionalmente, se sugiere incorporar el enfoque de Design Thinking como herramienta transversal en la planeación académica, en la estructuración de prácticas profesionales y en los mecanismos de retroalimentación con egresados. Este enfoque permitiría abordar los procesos de innovación educativa desde una perspectiva empática, creativa y centrada en la experiencia del estudiante y del graduado.
- En términos institucionales, se recomienda fortalecer los canales de comunicación interna entre las áreas de docencia, investigación, extensión y egresados, de modo que la información sobre resultados, logros y necesidades fluya de forma constante y sistemática.

5. En la dimensión formativa y humanista

- Finalmente, se reafirma la necesidad de mantener y fortalecer el sello institucional tomasino como eje articulador del proceso formativo. La ética, la comunicación para la paz, el respeto por la dignidad humana y el compromiso con la transformación social deben seguir siendo valores transversales que orienten la práctica docente y profesional.
- Se recomienda desarrollar espacios de reflexión crítica sobre responsabilidad social, comunicación para el cambio, sostenibilidad y cultura de paz, integrando estos enfoques en los cursos, seminarios y proyectos de aula. Tales espacios permitirían consolidar

el perfil del comunicador social tomasino como un profesional ético, consciente de su papel en la construcción de una sociedad más justa e inclusiva.

- Además, se sugiere promover una cultura universitaria basada en la innovación educativa, el pensamiento crítico y la empatía, pilares que distinguen la formación en Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás. Esto implica fomentar prácticas pedagógicas que incentiven la curiosidad, el diálogo interdisciplinario y el trabajo colaborativo, consolidando una educación más participativa, experiencial y comprometida con la transformación social.

- En suma, estas recomendaciones buscan que el programa de Comunicación Social fortalezca su pertinencia académica, amplíe las oportunidades de desarrollo profesional de sus graduados y consolide su compromiso institucional con la formación integral de comunicadores capaces de liderar procesos de cambio, promover la paz y aportar al desarrollo sostenible del país.

Referencias:

Acosta, E. A. L. (2011). *El currículo: concepciones, enfoques y diseño*. Revista Unimariana.

Recuperado de:

<https://revistas.umariana.edu.co/index.php/unimar/article/download/217/193/783>

Álvarez Altamiranda, L. P. (2021). *Las dos caras del desajuste educativo: efectos sobre el ingreso laboral y su distribución* (Tesis de pregrado). Universidad de los Andes. Recuperado de:

<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstreams/1ca99995-e166-446f-a769-cab5bb882110/download>

Bourdieu, P. (1986). *La distinción: Criterio y bases sociales del juicio*. Ediciones Siglo XXI.

Recuperado de:

https://www.u-cursos.cl/facso/2017/1/TS01023/1/material_docente/bajar?id_material=1700641

Congreso de la República de Colombia. (1992). *Ley 30 de 1992: Por la cual se organiza el servicio público de la educación superior en Colombia*. Diario Oficial No. 40.700.

Recuperado de:

https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85860_archivo_pdf.pdf

Congreso de la República de Colombia. (2019). *Ley 1955 de 2019: Plan Nacional de Desarrollo 2018–2022 “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”*. Diario Oficial No.

50.964. Recuperado de:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=93970>

Constitución Política de Colombia. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Diario Oficial No. 37.791. Recuperado de:

<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ConstitucionPoliticaColombia-1991.pdf>

Gómez Ortega, J. J. (2022). *Inserción laboral de los graduados en el programa de Comunicación Social* [Trabajo de investigación]. Repositorio Institucional. Recuperado de: <https://repositorio.cecarr.edu.co/server/api/core/bitstreams/bfc6ca83-70a3-44dd-92fa-3c6be57a5c54/content>

Hernández Molina, I., Llanos Gómez, I., Martínez Julio, K., & Vargas Gómez, S. (2024). *Competencias digitales en la formación de comunicadores: una exploración al plan de estudios del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena*. Universidad de Cartagena. Recuperado de: <https://repositorio.unicartagena.edu.co/server/api/core/bitstreams/abe9b23a-cd67-4e3a-90f5-c23ca2d5184c/content>

Llorente Muñoz, P. (2021). *Inserción laboral y teoría del capital humano (Labour Insertion and Human Capital Theory)*. Universidad de Zaragoza. Recuperado de: <https://zaguan.unizar.es/record/108943/files/TAZ-TFG-2021-1681.pdf>

Martínez, S., & Herrera, C. (2025). *Transformaciones del campo laboral del comunicador social en el contexto digital colombiano*. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/69321>

Ministerio de Educación Nacional (Colombia). (2018, 22 de agosto). *Lineamientos curriculares*. Recuperado de: <https://www.mineducacion.gov.co/1780/w3-article-339975.html>

Ministerio de Educación Nacional (MEN). (2023). *Seguimiento a graduados y pertinencia de los programas de educación superior en Colombia*. Observatorio Laboral para la Educación.

Recuperado de:

<https://www.mineduccion.gov.co/observatoriolaboral/seguimiento-graduados-2023.pdf>

Ministerio de Educación Nacional. (2010). *Decreto 1295 de 2010: Por el cual se reglamenta el registro calificado y se establecen disposiciones sobre la oferta de programas académicos de educación superior*. Diario Oficial de la República de Colombia. Recuperado de:

https://www.mineduccion.gov.co/1759/articles-229430_archivo_pdf_decreto1295.pdf

Ministerio de Educación Nacional. (s. f.). *Derecho a la educación en Colombia*. Gobierno de Colombia. Recuperado de:

https://www.mineduccion.gov.co/1780/articles-406545_recurso_2.pdf

Ministerio de Educación Nacional. (s. f.). *Sistema de aseguramiento de la calidad de la educación superior*. Gobierno de Colombia. Recuperado de:

<https://www.mineduccion.gov.co/portal/Educacion-superior/Sistema-de-Educacion-Superior/235585:Sistema-de-aseguramiento-de-la-calidad-de-la-educacion-superior>

Navarrete Acosta, N. (2024). *Análisis en el impacto del mundo laboral de los graduados de la carrera de pregrado de Comunicación Social del 2019-II y 2020-I de la Universidad Santo Tomás*. Recuperado de:

Prías Márquez, E. Y. (2021). *Evaluación del seguimiento a graduados de la UT* (Tesis de maestría). Universidad Externado de Colombia. Recuperado de:

<https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstreams/a694b9e2-294a-44e4-8384-a1a9b16c1fbd/download>

Prieto Hernández, E. L. (2023). *Análisis del perfil de egreso en la inserción laboral del profesional del programa Administración Financiera en la región Orinoquía, Colombia entre el periodo 2017–2022*. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.

Recuperado de:

<https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/b6f5a35c-3280-45aa-a1df-54ad734c2871/content>

Quetamá Pinto, E. (2022). *La inserción laboral de jóvenes con formación tecnológica: el caso de los egresados del SENA*. Universidad del Valle. Recuperado de:

<https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/b6f5a35c-3280-45aa-a1df-54ad734c2871/content>

Sánchez-Olavarria, C. (2014). *Los graduados de comunicación y el mercado laboral*. Revista de Comunicación. Recuperado de:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007287214719523>

Universidad Santo Tomás. (2020). *Políticas y lineamientos multicampus de aseguramiento de la calidad*. Bogotá: USTA. Recuperado de:

<https://aseguramiento-calidad.usta.edu.co/index.php/siac>

Universidad Santo Tomás. (s. f.). *Sistema Interno de Aseguramiento de la Calidad (SIAC)*. Recuperado de:

<https://aseguramiento-calidad.usta.edu.co/>

Vargas Rodríguez, G. P. (2021). *Evaluación de un programa de graduados* (Tesis).

Universidad Externado de Colombia. Recuperado de:

<https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstreams/f6b33e6e-8845-4ce9-a6da-d324a2429720/download>

Vílchez, N. G. (2004). *Una revisión y actualización del concepto de currículo. TELOS*. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6436492.pdf>

Anexos

https://usantotomaseduco-my.sharepoint.com/:f/g/personal/nicolasuseche_usantotomas_educo/Epl7zhezyUJHl8622v-nik0BvkvA0S5xIX6-hWi8CH7WQQ?e=JyE9Qr