



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**Percepción de las competencias digitales en la empleabilidad en los  
estudiantes entre VI y X ciclo en la Universidad San Martín de Porres,  
Lima – Perú 2023**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE**

**Bachiller en Marketing e Innovación**

**Bachiller en Comunicación Estratégica**

**PRESENTADO POR:**

Espinoza Cox, Joseph - Marketing e Innovación

Focacci Merino, Gia - Comunicación Estratégica

Peña Vizcarra, Gonzalo - Comunicación Estratégica

Vargas Vidal, Rodrigo - Marketing e Innovación

**ASESOR:**

Karina Lisbeth Landeo Minaya

**LIMA – PERÚ**

**2023**

## **MIEMBROS DEL JURADO**

### **PRESIDENTE DEL JURADO:**

Dr. Mario Villacorta

### **MIEMBROS DEL JURADO:**

Sandra Saco Vertiz

Jorge Cerna

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Joseph Ricardo Espinoza Cox Identificado (a) con DNI N° 44832562 perteneciente al Programa de Marketing e Innovación, siendo mi asesor el Sr(a) Karina Lisbeth Landeo Minaya, identificado (a) con DNI N°: 08888348, y cuyo código ORCID es 0000-0002-7003-0622.

Yo, Gia Focacci Merino Identificado (a) con DNI N° 74172083 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr(a) Karina Lisbeth Landeo Minaya, identificado (a) con DNI N°: 08888348, y cuyo código ORCID es 0000-0002-7003-0622.

Yo, Gonzalo Peña Vizcarra Identificado (a) con DNI N° 71400838 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr(a) Karina Lisbeth Landeo Minaya, identificado (a) con DNI N°: 08888348, y cuyo código ORCID es 0000-0002-7003-0622.

Yo, Rodrigo Fabián Vargas Vidal Identificado (a) con DNI N° 70437083 perteneciente al Programa de Marketing e Innovación, siendo mi asesor el Sr(a) Karina Lisbeth Landeo Minaya, identificado (a) con DNI N°: 08888348, y cuyo código ORCID es 0000-0002-7003-0622.

### DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Somos los autores del documento académico titulado **“Percepción de las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X ciclo en la Universidad San Martín de Porres, Lima – Perú 2023”**.
- b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual no excede del 25% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.

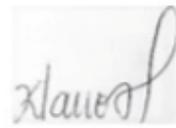
d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 04-09-2023

**Firmas de los autores:**

<b>Nombres</b>	<b>Apellidos</b>	<b>DNI</b>	<b>Firma</b>
<b>Joseph Ricardo</b>	<b>Espinoza Cox</b>	<b>44832562</b>	
<b>Gia</b>	<b>Focacci Merino</b>	<b>74172083</b>	
<b>Gonzalo</b>	<b>Peña Vizcarra</b>	<b>71400838</b>	
<b>Rodrigo Fabián</b>	<b>Vargas Vidal</b>	<b>70437083</b>	

**Firma del asesor:**

<b>Nombres</b>	<b>Apellidos</b>	<b>DNI</b>	<b>Firma</b>
<b>Karina Lisbeth</b>	<b>Landeo Minaya</b>	<b>08888348</b>	

## ÍNDICE

### Contenido

<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>13</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>15</b>
1.2.1 PROBLEMA GENERAL.....	15
1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	15
<b>1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>15</b>
1.3.1 OBJETIVO GENERAL .....	16
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
<b>1.4 JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>17</b>
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA .....	17
1.4.2. JUSTIFICACIÓN SOCIAL.....	19
1.4.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA .....	19
<b>1.5 LIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:.....</b>	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>21</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>21</b>
2.1.1. BREVE MARCO HISTÓRICO .....	21
2.1.1 ANTECEDENTE INTERNACIONAL .....	22
2.1.2 ANTECEDENTE NACIONAL .....	24
<b>2.2 BASES TEÓRICAS .....</b>	<b>25</b>
2.2.1. TEORÍA DEL CONECTIVISMO.....	25
2.2.1.1. CARACTERÍSTICAS DEL CONECTIVISMO .....	25

2.2.2. MODELO DE EDUCACIÓN POR COMPETENCIAS .....	26
2.2.2.1. CARACTERÍSTICAS DEL MODELO DE EDUCACIÓN POR COMPETENCIAS .....	26
2.2.2.1.1. CONCEPTO DE COMPETENCIAS DIGITALES .....	26
2.2.3. TEORÍA DEL CAPITAL HUMANO .....	27
2.2.3.1. TIPOS/CARACTERÍSTICAS.....	27
2.3.3.1.1. CONCEPTO DE EMPLEABILIDAD (VARIABLE 2) .....	27
2.3.3.1.1.1. TÉRMINOS BÁSICOS .....	28
<b><u>2.4 HIPÓTESIS GENERAL.....</u></b>	<b><u>30</u></b>
<b><u>2.5 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS .....</u></b>	<b><u>31</u></b>
<b><u>CAPÍTULO III .....</u></b>	<b><u>35</u></b>
<b><u>METODOLOGÍA .....</u></b>	<b><u>35</u></b>
<b><u>3.1. MÉTODO Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN .....</u></b>	<b><u>35</u></b>
<b><u>3.2 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN: .....</u></b>	<b><u>35</u></b>
<b><u>3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....</u></b>	<b><u>35</u></b>
<b><u>3.4 POBLACIÓN .....</u></b>	<b><u>36</u></b>
<b><u>3.5 MUESTRA.....</u></b>	<b><u>36</u></b>
<b><u>3.6 TIPO DE MUESTREO.....</u></b>	<b><u>36</u></b>
<b><u>3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....</u></b>	<b><u>37</u></b>
3.7.1. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	37
3.7.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	37
<b><u>3.8 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS .....</u></b>	<b><u>38</u></b>
<b><u>3.9 ASPECTOS ÉTICOS .....</u></b>	<b><u>38</u></b>
3.9.1 CONSENTIMIENTO INFORMADO .....	38
3.9.2 CONFIDENCIALIDAD Y ANONIMATO.....	38
3.9.3 PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS .....	39
3.9.4 HONESTIDAD Y TRANSPARENCIA .....	39
<b><u>3.10 RESULTADOS.....</u></b>	<b><u>39</u></b>

<b><u>CAPÍTULO IV:</u></b> .....	<b>46</b>
<b><u>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u></b> .....	<b>46</b>
<b><u>4.1 CONCLUSIONES</u></b> .....	<b>46</b>
4.1.1 ACCESO A OPORTUNIDADES DE EMPLEO .....	47
4.1.2 FORTALECIMIENTO DE LA MARCA PERSONAL.....	47
4.1.3 ADAPTACIÓN AL ENTORNO LABORAL DIGITAL.....	47
<b><u>4.2 RECOMENDACIONES</u></b> .....	<b>48</b>
4.2.1. DESARROLLAR Y FORTALECER COMPETENCIAS DIGITALES.....	48
4.2.2. ACTUALIZARSE CONSTANTEMENTE .....	49
4.2.3. CREAR UNA PRESENCIA DIGITAL SÓLIDA .....	49
4.2.4 FOMENTAR EL APRENDIZAJE AUTODIRIGIDO .....	49
4.2.5 BUSCAR OPORTUNIDADES DE PRÁCTICA Y EXPERIENCIA .....	50
<b><u>REFERENCIAS</u></b> .....	<b>51</b>
<b><u>MATRIZ OPERACIONALIZACIÓN</u></b> .....	<b>53</b>

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X ciclo en la Universidad San Martín de Porres, Facultad de las Ciencias de Comunicación, Turismo y Psicología, Lima – Perú 2023. La investigación tendrá un enfoque cuantitativo debido a que se obtendrán datos por medio de una encuesta para el análisis y la validación de la hipótesis planteada.

La población de esta investigación consta de aproximadamente 3,000 alumnos, considerando que esta cifra representa el grupo de estudiantes que se encuentra dentro de los ciclos mencionados. La encuesta se diseñará de manera que permita evaluar las competencias digitales de los estudiantes y su percepción sobre cómo estas habilidades impactan en su empleabilidad.

El análisis de los datos recopilados en la encuesta proporcionará información valiosa para comprender la relación entre las competencias digitales adquiridas durante la educación universitaria y las oportunidades de empleo que enfrentan los estudiantes en el contexto laboral actual. Los resultados esperados de esta investigación podrían contribuir a orientar políticas educativas y programas de formación que preparen a los estudiantes para un mercado laboral cada vez más digitalizado.

## **PALABRAS CLAVE**

Competencias digitales, empleabilidad; estudiantes universitarios; VI ciclo, X ciclo, Universidad San Martín de Porres, percepción, habilidades digitales, mercado laboral, formación digital, inserción laboral, aprendizaje digital, educación superior.

## ABSTRAC

Nowadays, we currently have a lot of technology which leads to thousands of problems and skills in young people in terms of finding employment and technology is replacing many of these positions and providing tools to more people, which generates a lot of unemployment to people close to graduating. Our research was carried out on students in the last cycles of the University San Martín de Porres. Our objective is to determine the influence of digital skills on employability in students between VI and X semester at the University San Martín de Porres, Faculty of Comunicacion Sciences, Tourism and Psychology.

This research will be done in a descriptive way, since we will carry out surveys of the students with the main objective of the research, which is to determine if it exists and what is the influence of digital skills on employability, rather than understanding the reason for this. Support: eight out of ten companies use workers with digital and soft skills, that is, they require a transversal professional profile.

Support 2: The demand for digital skills in the market is increasingly strong, its importance lies in the need to interconnect not only people, but also different systems and platforms. The digital transformation in company structures is inevitable, even more so when the COVID-19 pandemic untimely accelerated this process, however, this only means more and better job opportunities.

Through the surveys we were able to obtain very striking results and that is, more than 80% of our respondents are going through this situation and it is difficult for them to get a job due to a lack of some skills that technology offers them today.

Companies are taking into account your intellectual and digital level when interviewing you and if you don't know something it is very easy for them to look for a new employer that meets their expectations. Many of those surveyed agree that maintaining an active profile in the networks helps to make you stand out in job calls, if you do not use your networks, you will have fewer opportunities to find a job.

Finally, it has been demonstrated through this research and surveys of students at the Universidad San Martín de Porres that, in a digital age, young people who do not have digital skills will have to learn them urgently or they will live at a constant disadvantage compared to other professionals, will find it difficult to find a job anywhere in the world due to lack of skills and will not appear in different job portals because they lack digital profiles. To get a job nowadays it is crucial to be registered in some portal and have an active social network which allows you to appear in such a fickle labor map.

## KEYWORDS

Digital skills, employability; University students; VI cycle, X cycle, San Martín de Porres University, perception, digital skills, labor market, digital training, job placement, digital learning, higher education.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Descripción del problema

En la sociedad actual, caracterizada por la constante evolución de la sociedad digital, es fundamental desarrollar habilidades y competencias digitales para adaptarse a los cambios y demandas del mercado laboral. La globalización de los mercados, el teletrabajo y la revolución digital han llevado a una mayor conexión de las personas a través de dispositivos electrónicos, como móviles, ordenadores y tabletas. La coyuntura del Covid-19 ha enfatizado más esta tendencia, requiriendo que las organizaciones adapten sus procesos y modelos de negocio a la nueva realidad. Estos cambios tienen un impacto significativo en la gestión del negocio, y aún más en las personas que trabajan en esas organizaciones (Vidal et al., 2019).

En Perú, el 81% de los jóvenes enfrentan dificultades para encontrar empleo, y el 40% de ellos lleva más de 6 meses buscando trabajo. De manera alarmante, el 22% ha estado buscando empleo durante más de un año. La globalización de los mercados, el teletrabajo y la revolución digital han llevado a una mayor conexión de las personas a través de dispositivos electrónicos. Muchas empresas han incorporado competencias digitales en los perfiles requeridos en sus ofertas laborales, y la presencia digital juega un papel relevante en la búsqueda activa de oportunidades de empleo (Cámara de Comercio de Lima, 2022).

En este estudio, se tiene como objetivo analizar la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad San Martín de Porres, entre el VI y X ciclo. Se entiende por competencias digitales la capacidad de utilizar eficazmente las tecnologías de la información, herramientas y la comunicación para buscar, evaluar, crear y comunicar información de manera crítica, creativa y colaborativa, especialmente en el contexto de la búsqueda activa de empleo (Vidal et al., 2019). Por otro lado, la empleabilidad se refiere a la capacidad de un individuo para obtener y mantener un empleo en el mercado laboral, lo cual implica poseer las habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para cumplir con las demandas y requisitos del trabajo (Vidal et al., 2019).

El propósito de este estudio es examinar la relación entre las competencias digitales y la empleabilidad en los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad San Martín de Porres, entre el VI y X ciclo, con el fin de identificar las fortalezas y debilidades de los estudiantes en este ámbito y ofrecer recomendaciones para mejorar su formación y preparación para el mercado laboral.

Recuerda que es importante ajustar y revisar el parafraseo para que se ajuste a tu estilo y necesidades específicas, y asegurarte de seguir las pautas de formato APA para las citas y referencias bibliográficas.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema General**

¿De qué manera influyen las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología?

### **1.2.2 Problemas específicos**

P.E.1. ¿Qué relación existe entre las competencias digitales y la empleabilidad de los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología?

P.E.2. ¿Qué competencias digitales son las más valoradas para la empleabilidad de los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología?

P.E.3. ¿Qué relación existe entre presencia digital y empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

El objetivo de la presente investigación es determinar la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad de los estudiantes entre VI y X semestre de la Universidad San Martín de Porres, Facultad de las Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, 2022.

Se definen tres objetivos específicos, Analizar la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad de los estudiantes entre VI y X semestre de la

Universidad San Martín de Porres, Facultad de las Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, 2022, determinar la percepción de la presencia digital en el acceso a la postulación de empleo en los estudiantes entre VI y X semestre de la Universidad San Martín de Porres, Facultad de las Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, 2022 y determinar el impacto del uso de los medios digitales en la tasa de empleabilidad de los estudiantes entre VI y X semestre de la Universidad San Martín de Porres, Facultad de las Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, 2022.

### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

O.E.1. Analizar la percepción del uso de los medios digitales en la tasa de empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de Comunicación, Turismo y Psicología.

O.E.2. Determinar la percepción de la presencia digital en el acceso a la postulación de empleo en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de Comunicación, Turismo y Psicología.

O.E.3. Medir el impacto del uso de los medios digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de Comunicación, Turismo y Psicología.

## **1.4 Justificación**

### **1.4.1. Justificación teórica**

La presente investigación sobre la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad de los estudiantes de últimos ciclos universitarios tiene como objetivo principal contribuir al ámbito educativo y laboral al identificar los beneficios y aportes que estas competencias pueden ofrecer a los estudiantes a nivel general. Esta investigación se enmarca dentro de la línea de investigación de las habilidades digitales en el contexto educativo y su relación con el éxito profesional. El eje temático abordado es el desarrollo de competencias digitales y su impacto en la empleabilidad de los estudiantes.

En primer lugar, el aporte fundamental de esta tesis radica en el reconocimiento de la importancia de las competencias digitales como un componente esencial para la empleabilidad en el mundo actual. A través de la revisión teórica y el análisis empírico, se identificarán las habilidades digitales más demandadas por las empresas en diversos sectores y se explorará cómo estas competencias pueden mejorar la empleabilidad de los estudiantes. Esto permitirá a los estudiantes comprender la relevancia de adquirir y desarrollar estas habilidades en su formación académica y profesional.

Además, esta investigación contribuirá a mejorar la preparación de los estudiantes de últimos ciclos universitarios al proporcionar un marco teórico sólido sobre las competencias digitales y su relación con la empleabilidad. A

través del análisis de las características y requisitos de las competencias digitales, se brindará a los estudiantes una guía clara sobre las habilidades que deben desarrollar para aumentar sus oportunidades de empleo y destacarse en el mercado laboral actual altamente competitivo y digitalizado.

Otro aporte significativo de esta tesis es la identificación de las brechas existentes entre las competencias digitales requeridas por las empresas y las habilidades actuales de los estudiantes de últimos ciclos universitarios. A través del análisis de estas brechas, se podrán proponer estrategias de formación y capacitación que ayuden a cerrar la brecha entre la demanda laboral y las habilidades de los estudiantes. Esto permitirá a los estudiantes fortalecer sus competencias digitales y aumentar sus posibilidades de empleabilidad y éxito en el mercado laboral.

Por último, esta investigación también busca fomentar la reflexión sobre la importancia de la educación continua y el desarrollo de habilidades digitales a lo largo de la vida. Al destacar la rápida evolución tecnológica y la necesidad de adaptación constante, se resalta la importancia de que los estudiantes adquieran una mentalidad de aprendizaje continuo y estén dispuestos a actualizar y ampliar sus competencias digitales a medida que avanza su carrera profesional.

En resumen, esta tesis aporta al campo educativo y laboral al destacar la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad de los estudiantes de últimos ciclos universitarios. Al identificar los beneficios de estas competencias, proporcionar orientación sobre las habilidades requeridas, abordar las brechas existentes y fomentar una mentalidad de aprendizaje continuo, se espera empoderar a los estudiantes para que se conviertan en

profesionales competentes y exitosos en un entorno laboral cada vez más digitalizado.

#### **1.4.2. Justificación social**

La relevancia social de esta investigación es evidente, ya que su alcance se extiende a toda la sociedad, especialmente a los estudiantes universitarios y a las empresas que buscan contratar personal capacitado y con competencias digitales. Los resultados de esta investigación pueden beneficiar a los estudiantes universitarios al proporcionarles información sobre las competencias digitales que son necesarias para mejorar su empleabilidad, así como a las empresas que pueden utilizar estos resultados para identificar y contratar a los candidatos más adecuados para sus necesidades.

#### **1.4.3. Justificación práctica**

Las implicaciones prácticas de esta investigación son importantes, ya que los resultados obtenidos pueden ayudar a resolver problemas reales en el mercado laboral y mejorar la empleabilidad de los estudiantes universitarios. Además, la información obtenida puede tener implicaciones trascendentales para una amplia gama de problemas prácticos, como la formación de los estudiantes, la identificación de habilidades requeridas en el mercado laboral, y la mejora de las políticas educativas y empresariales.

#### **1.5 Limitación de la investigación:**

En relación a las limitaciones, estas pueden situarse en la poca participación de los estudiantes y su limitada receptividad a la solicitud. Además, la poca o nula sinceridad y/o veracidad de las respuestas, lo cual causa contraste con la

realidad observada por la investigación. Por otro lado, las preguntas realizadas podrían no responder en totalidad los tópicos necesarios para el correcto desenvolvimiento de la investigación y su posterior resultado preciso. Por último, tanto la medición de las competencias digitales como la medición de la empleabilidad se basan, mediante el instrumento, en la percepción de los estudiantes y no se usa un examen estandarizado, lo que podría afectar la validez de los resultados.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

##### 2.1.1. Breve marco histórico

Esta investigación se enfoca en la evolución de las tecnologías de la información, competencias digitales y su impacto en el mercado laboral. La era digital ha cambiado la forma en que las empresas operan y cómo se desarrollan los trabajos. En la década de 1970, la introducción de la tecnología de la información en el ámbito laboral condujo a la automatización de muchos procesos empresariales y a la creación de nuevos trabajos especializados en tecnología (Sánchez-Otero, et al., 2019).

Durante los años 90 y principios de los 2000, la aparición de Internet y la conectividad global transformó el mundo laboral aún más. Las empresas comenzaron a contratar empleados con habilidades en tecnología de la información para manejar sus sitios web, bases de datos y sistemas de red. Además, el teletrabajo se convirtió en una opción viable para muchas empresas.

En la actualidad, la revolución digital ha dado lugar a una gran demanda de habilidades digitales. La mayoría de las empresas requieren que sus empleados posean habilidades en tecnología de la información, desde el uso de software básico hasta el desarrollo de aplicaciones personalizadas. Además, las habilidades digitales se han convertido en un factor clave en la contratación y promoción de empleados, especialmente en industrias como la tecnología, el marketing y las finanzas.

En resumen, la evolución de las tecnologías de la información ha transformado el mercado laboral y ha aumentado la demanda de habilidades digitales. Esta investigación se enfoca en cómo las competencias digitales influyen en la empleabilidad de los estudiantes universitarios de los últimos ciclos, en un contexto de rápida evolución tecnológica.

### **2.1.1 Antecedente Internacional**

Aláez (2019) realizó una tesis en Valladolid, España, sobre las competencias para la empleabilidad en el grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos, con el propósito de determinar las exigencias de la capacitación profesional demandada por la sociedad para los futuros egresados en dicha área. La investigación se basó en 142 encuestas realizadas a egresados de las tres últimas promociones del grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos. El instrumento utilizado para recopilar la información fue una encuesta titulada "Competencias para la empleabilidad en el grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos", a través de la plataforma SurveyMonkey. La encuesta incluyó preguntas con enfoque cuantitativo y cualitativo. Los resultados destacaron que el autoconocimiento y la comunicación fueron las competencias mejor valoradas, ya que desempeñan un papel clave en la diferenciación durante los procesos de selección (Aláez, 2019).

Por otro lado, Carvajal-Clavijo (2012) llevó a cabo un artículo en Bogotá, Colombia, que se centró en las competencias digitales claves para mejorar la empleabilidad de los aprendices del SENA con discapacidad. El objetivo de la investigación fue analizar las competencias digitales que el SENA debe desarrollar para el año 2025, con el fin de mejorar el nivel de empleabilidad de

las personas con discapacidad en la ciudad de Bogotá. Para ello, se contó con la participación de 8 expertos del sector educativo y empresarial, quienes utilizaron herramientas de prospectiva estratégica, como el análisis estructural (Micmac) y la matriz de actores (Mactor). Los resultados identificaron 15 competencias directa o indirectamente relacionadas con los procesos digitales en una organización, así como las percepciones potenciales en áreas como la inteligencia artificial y el trabajo en la nube. Estas competencias serán esenciales para el año 2025, según las interacciones en los nodos identificados (Carvajal-Clavijo, 2012).

Además, Infante et al. (2021) llevaron a cabo un análisis de las competencias digitales en el Máster de Turismo de la Universidad de Huelva. El objetivo de la investigación fue realizar un diagnóstico sobre la mediación de la tecnología en la educación durante la primera etapa de la pandemia, así como evaluar la opinión de los estudiantes y docentes sobre la adaptación de la enseñanza remota de emergencia. Para ello, se utilizó un enfoque cuantitativo y se encuestó a 21 estudiantes de último curso y 10 profesores del máster que provenían del ámbito empresarial del sector turístico. Se utilizó un cuestionario validado compuesto por 43 ítems para evaluar las competencias tecnológicas. Los resultados revelaron diferencias significativas entre el nivel de dominio de las competencias digitales de los estudiantes y las exigencias del sector, así como diferencias en la importancia otorgada por los estudiantes y los profesionales del sector a la adquisición de estas competencias para el futuro desempeño profesional (Infante et al., 2021).

### **2.1.2 Antecedente Nacional**

En el artículo de Cruz-Carcausto (2020), se examinó el tema de las competencias digitales desde una perspectiva de aprendizaje constructivista digital para el empoderamiento digital en el contexto educativo. Se abordaron las dimensiones personales, ética y profesional de estas competencias, en contraposición al enfoque conectivista que prioriza la dimensión profesional y funcional. La investigación utilizó un enfoque cuantitativo y se tomó como muestra a todo el profesorado del sector de Educación e Idiomas de la Universidad César Vallejo. Se emplearon herramientas de prospectiva estratégica de Michel Godet, como el análisis estructural (Micmac) y la matriz de actores (Mactor). Los hallazgos revelaron la necesidad de que el profesorado fortalezca estas competencias tanto en sí mismos como en las comunidades educativas, con el objetivo de promover la equidad y la ética en la formación de estudiantes de diferentes niveles. Se concluyó que las competencias digitales se definen en términos de componentes humanísticos, enfocados en la adquisición de información, el crecimiento personal y la formación de ciudadanía digital, especialmente en el contexto de la educación remota o virtual, considerando su relevancia en situaciones coyunturales de salud pública y su utilidad en cualquier etapa del desarrollo humano en el futuro.

En su investigación, García (2019) examinó el nivel de competencias digitales de estudiantes de ingeniería en una universidad pública peruana ubicada en Lima, Perú. El estudio se enfocó en las habilidades relacionadas con la búsqueda y el manejo de información, la comunicación social y el aprendizaje. Utilizando un enfoque cuantitativo, se analizó una muestra de 140 estudiantes pertenecientes a los ciclos I, III y IV de la asignatura de matemáticas. Los datos

se recopilaron a través de una encuesta de autorregistro. Los resultados revelaron una correlación entre el rendimiento en la asignatura de matemáticas y las competencias digitales, ya que el 47.6% de los estudiantes con un nivel de competencia digital de nivel 1 habían cursado la asignatura de matemáticas. Al analizar los resultados, se evidenció que la mayoría de los estudiantes de ingeniería no habían recibido formación en herramientas de la Web 2.0 o software social, aunque contaban con computadoras e Internet en sus hogares, desde donde se conectan regularmente.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1. Teoría del conectivismo**

La Teoría del conectivismo se sustenta en la propuesta de George Siemens. Así esta se considera una teoría educativa que se enfoca en cómo las redes de conexiones y la tecnología pueden influir en el aprendizaje y la educación. Esta teoría fue desarrollada y se basa en la idea de que el aprendizaje se produce a través de conexiones entre diferentes fuentes de información. De esta forma, el aprendizaje ocurre cuando los individuos crean y mantienen estas conexiones (Siemens, 2004).

#### **2.2.1.1. Características del conectivismo**

Las principales características del conectivismo son la importancia de las redes de conexiones, la tecnología y el aprendizaje colaborativo. Según Siemens, las redes de conexiones pueden proporcionar una fuente inagotable de información y conocimientos, lo que permite que el aprendizaje se produzca en cualquier

momento y en cualquier lugar. Además, la tecnología juega un papel fundamental en la creación y mantenimiento de estas conexiones. Finalmente, el aprendizaje colaborativo se convierte en una estrategia fundamental para la construcción de conocimientos en red (Siemens, 2004).

### **2.2.2. Modelo de educación por competencias**

El modelo de educación por competencias se enfoca en el desarrollo de habilidades y competencias prácticas en los estudiantes, en lugar de centrarse únicamente en la transmisión de conocimientos teóricos. Este modelo se basa en el aprendizaje centrado en el estudiante, donde el objetivo principal es el desarrollo de competencias relevantes para la vida y el trabajo (López, 2021).

#### **2.2.2.1. Características del modelo de educación por competencias**

Las principales características del modelo de educación por competencias son la personalización del aprendizaje, la integración de la teoría y la práctica, y la evaluación basada en el desempeño. Según López (2021), este modelo se enfoca en desarrollar competencias prácticas en los estudiantes, lo que significa que el aprendizaje debe estar basado en la experiencia y en situaciones reales de la vida. Además, la evaluación debe centrarse en el desempeño del estudiante, en lugar de simplemente evaluar el conocimiento teórico.

##### **2.2.2.1.1. Concepto de competencias digitales**

Las competencias digitales se refieren a la capacidad de los individuos para utilizar las tecnologías digitales de manera efectiva y eficiente. Estas competencias incluyen la capacidad de utilizar herramientas digitales, buscar y

evaluar información en línea, comunicarse y colaborar en línea, y comprender el impacto de la tecnología en la sociedad (Fraillon et al., 2019).

### **2.2.3. Teoría del capital humano**

La teoría del capital humano se enfoca en la idea de que la educación y la formación pueden mejorar las habilidades y competencias de los individuos, lo que aumenta su valor en el mercado laboral. Esta teoría sugiere que el capital humano es un recurso valioso para las empresas y la economía en general, y que su desarrollo debe ser fomentado a través de la educación y la formación continua (Becker, 2019).

#### **2.2.3.1. Tipos/Características**

El capital humano, según la teoría del capital humano, se refiere a la inversión que las personas realizan en su educación, capacitación y habilidades para mejorar sus oportunidades laborales y aumentar su productividad. Dentro de las características que se relacionan con la tesis, se pueden mencionar: Conocimientos y habilidades técnicas en el ámbito digital, habilidades blandas, como trabajo en equipo, liderazgo, comunicación efectiva, entre otras (Ocampo Ulloa et al., 2019).

#### **2.3.3.1.1. Concepto de empleabilidad (Variable 2)**

La empleabilidad se refiere a la capacidad de una persona para conseguir y mantener un empleo. Esto implica no solo tener habilidades y conocimientos técnicos, sino también habilidades blandas, como capacidad de comunicación, adaptabilidad, liderazgo, trabajo en equipo, entre otras. En el contexto de la tesis,

la empleabilidad de los estudiantes universitarios se relaciona con su capacidad para aplicar sus competencias digitales en el mercado laboral y en diferentes áreas profesionales, para conseguir y mantener un empleo adecuado a sus habilidades y experiencia (Martínez Clares et al., 2018).

#### **2.3.3.1.1.1. Términos básicos**

**Habilidades digitales:** Se refiere a las competencias y conocimientos necesarios para utilizar de manera efectiva las tecnologías digitales y las herramientas relacionadas. Esto incluye la capacidad de utilizar dispositivos digitales, navegar por Internet, manejar software y aplicaciones, comunicarse en entornos digitales, buscar y evaluar información en línea, entre otros.

**Herramientas tecnológicas:** Son programas, software o dispositivos utilizados para realizar tareas específicas en el ámbito digital. Estas herramientas pueden incluir software de diseño gráfico, programas de edición de video, plataformas de gestión de proyectos, herramientas de análisis de datos, entre otros.

**Plataformas digitales:** Son espacios en línea donde los usuarios pueden interactuar, compartir información y realizar diversas actividades. Estas plataformas pueden ser redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles o cualquier otro entorno digital que permita la interacción y colaboración entre usuarios.

**Mercado laboral:** Es el entorno económico en el que se encuentran las ofertas y demandas de empleo. Se refiere al conjunto de oportunidades de trabajo disponibles, las condiciones laborales, las tendencias y los requisitos específicos que se buscan en los candidatos.

**Medios digitales:** Son los canales de comunicación y herramientas utilizadas para transmitir información en formato digital. Incluyen internet, redes sociales, correo electrónico, aplicaciones de mensajería instantánea, blogs, entre otros.

**Ofertas laborales:** Son las oportunidades de trabajo que se presentan en el mercado laboral. Estas ofertas pueden ser publicadas por empresas, agencias de empleo u otros medios, y describen los requisitos, responsabilidades y condiciones del puesto de trabajo.

**Acceso a oportunidades de empleo:** Hace referencia a la capacidad de los individuos para encontrar y aprovechar las oportunidades de trabajo disponibles en el mercado laboral. Esto implica utilizar medios digitales y otras fuentes para buscar empleo, enviar solicitudes y establecer conexiones con posibles empleadores.

**Entorno laboral digital:** Es el contexto en el que se desarrolla el trabajo en la era digital, caracterizado por la utilización de tecnologías digitales en las actividades laborales. Incluye el uso de herramientas digitales, la comunicación en línea, la colaboración virtual y la adaptación a los cambios tecnológicos en el entorno de trabajo.

**Presencia digital:** Se refiere a la visibilidad y reputación que una persona o empresa tiene en línea. Esto incluye perfiles en redes sociales, sitios web, blogs y otros canales digitales donde se comparte contenido y se interactúa con otros usuarios.

**Redes de contactos profesionales:** Son las conexiones y relaciones establecidas con personas que comparten intereses y objetivos profesionales. Estas redes

pueden formarse tanto en entornos físicos como digitales, y son utilizadas para el intercambio de información, colaboración, búsqueda de oportunidades laborales y desarrollo profesional.

Contenido multimedia: Se refiere a cualquier tipo de contenido que combina diferentes formatos, como texto, imágenes, vídeos, audio, gráficos, entre otros. El contenido multimedia es ampliamente utilizado en entornos digitales para transmitir información de manera más visual y atractiva.

Personal branding: Es el proceso de construir y gestionar una marca personal. Implica identificar y comunicar de manera estratégica las habilidades, conocimientos y valores propios, con el objetivo de diferenciarse y destacar en el ámbito profesional. El personal branding se basa en la creación de una reputación sólida y auténtica en línea y fuera de línea.

## **2.4 Hipótesis general**

Existe una percepción en las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. Puesto que, se está demostrando la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad de los estudiantes universitarios en las fechas de estudio. Además, como objeto de estudio en contextos similares, como el ámbito universitario, contribuyen a reforzar el impacto de las competencias digitales en el acceso al trabajo. Debido a que los estudiantes con habilidades digitales y manejo al entorno con la tecnología obtienen mayor empleabilidad y adaptación para enfrentar los desafíos del mercado laboral actual ya que los estudiantes que

poseen estas habilidades tienen mayores oportunidades de inserción laboral y adaptación al entorno laboral.

## 2.5 Hipótesis específicas

Hi.1. Existe percepción del uso de los medios digitales en la tasa de empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.

Hi.2. Existe percepción de la presencia digital en el acceso a la postulación de empleos en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.

Hi.3. Existe el nivel de percepción de las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.

Acceso a oportunidades de empleo: El uso de medios digitales puede ampliar las oportunidades de empleo para los estudiantes. A través de las plataformas digitales, los estudiantes pueden buscar empleo en línea, acceder a ofertas laborales y establecer contactos profesionales (Zhang et al., 2019). Un mayor uso y aprovechamiento de los medios digitales puede aumentar las posibilidades de encontrar empleo y mejorar la tasa de empleabilidad de los estudiantes.

Fortalecimiento de la marca personal: Los medios digitales ofrecen a los estudiantes la posibilidad de construir y fortalecer su marca personal en línea. A través de la creación de perfiles profesionales en redes sociales y la publicación de contenido relevante, los estudiantes pueden mostrar sus habilidades, conocimientos y experiencia a posibles empleadores. Esto puede influir en su empleabilidad, ya que los empleadores pueden evaluar su presencia digital como un factor adicional al considerar candidatos para una posición (Mishra & Yadav, 2019).

Adaptación al entorno laboral digital: En un entorno laboral cada vez más digitalizado, el uso de medios digitales es fundamental para adaptarse y tener éxito en el ámbito profesional. Los estudiantes que están familiarizados con el uso de herramientas digitales y medios de comunicación digital pueden tener una ventaja competitiva en el mercado laboral, ya que están preparados para enfrentar los desafíos y demandas de la era digital (Bennett & Maton., 2020).

2.5.2. Existe percepción de la presencia digital en el acceso a la postulación de empleos en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. Sobre la base de la visibilidad en el mercado laboral con la presencia digital de los estudiantes, a través de perfiles profesionales en redes sociales y plataformas de empleo en línea que potencian su empleabilidad puede aumentar su visibilidad en el mercado laboral. Los reclutadores y empleadores suelen utilizar Internet y las redes sociales para buscar candidatos y conocer más sobre ellos. Tener una presencia digital sólida puede facilitar el acceso a oportunidades de empleo y aumentar la probabilidad de ser considerado para puestos vacantes (Mishra & Yadav., 2019).

Redes de contactos profesionales: La presencia digital permite a los estudiantes establecer y fortalecer redes de contactos profesionales en línea. A través de plataformas como LinkedIn u otras redes sociales enfocadas en lo profesional, los estudiantes pueden conectarse con profesionales de su campo de estudio, participar en grupos y comunidades relacionadas y acceder a oportunidades laborales. Estas conexiones y contactos pueden facilitar el acceso a información sobre empleos, recomendaciones y referencias laborales (Chen et al., 2021).

Personal branding: La presencia digital también permite a los estudiantes construir su marca personal en línea. Mediante la creación de un perfil profesional coherente y la publicación de contenido relevante, los estudiantes pueden destacar sus habilidades, conocimientos y logros ante posibles empleadores. Una fuerte presencia digital puede transmitir una imagen positiva y profesional, lo que puede influir en la decisión de los empleadores al considerar a los candidatos para una posición (Mishra & Yadav., 2019).

Acceso a información y oportunidades: La presencia digital brinda a los estudiantes acceso a una amplia gama de información y oportunidades de empleo en línea. Mediante el seguimiento de páginas y grupos relacionados con su área de estudio o interés profesional, los estudiantes pueden estar al tanto de las últimas ofertas de empleo, eventos y actividades relevantes. Además, la presencia digital les permite buscar y postular a empleos de manera más eficiente y oportuna, maximizando sus oportunidades de obtener una entrevista y avanzar en el proceso de selección (Zhang et al., 2019).

2.5.3. Existe el nivel de percepción de las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San

Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. En razón a, que en la actualidad identificamos como requisito indispensable poseer competencias digitales en el mercado laboral, pues se debe hacer uso efectivo de las herramientas y tecnologías para adaptarse adecuadamente a los entornos laborales.

Demandas de la industria en la comunicación, el turismo y la psicología: En las áreas de comunicación, turismo y psicología, el uso de tecnologías digitales se ha vuelto esencial. Por ejemplo, en la comunicación, es fundamental tener habilidades en redes sociales, marketing digital y producción de contenido multimedia. En turismo, se requiere conocimiento en sistemas de reservas en línea y gestión de plataformas digitales. En psicología, el uso de herramientas digitales para la evaluación y el tratamiento se ha vuelto cada vez más común. Las competencias digitales son relevantes y necesarias para destacar en estos campos (Chen et al., 2020)

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Método y enfoque de investigación**

La metodología del trabajo de investigación comprende un conjunto de métodos de análisis y técnicas de recolección de datos con el objetivo de probar la hipótesis predeterminada. Desde ese punto de vista, el enfoque del proyecto es cuantitativo con un tipo de paradigma hipotético-deductivo (Vera Solórzano., 2020). Por ello, el enfoque cuantitativo es una investigación que busca describir, explicar, comprobar y predecir los fenómenos, generar y probar teorías (Sampieri, 2014).

#### **3.2 Tipo y nivel de investigación:**

Tipo de investigación básico, con nivel de investigación descriptivo donde las variables fueron descritas y medidas una vez y en base a los resultados obtenidos se desarrollaron los análisis de la data obtenida sin intervención de los investigadores en el medio (Álvarez Risco, A. 2020)

#### **3.3 Diseño de investigación**

Tipo de diseño no experimental, transversal de tipo descriptivo porque se refiere a un estudio en el cual no se manipulan las variables independientes (causa) para analizar los efectos de la variable consecuente. (Álvarez Risco, A. 2020)

### **3.4 Población**

Según el autor Ariasv (2006) define población como un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

### **3.5 Muestra**

En su trabajo, Arias (2006) establece que la muestra se refiere a un subconjunto finito y representativo extraído de la población accesible. En línea con esto, el presente estudio se realizará utilizando una muestra representativa cuyas características sean similares a las del conjunto, lo que permitirá generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido.

### **3.6 Tipo de muestreo**

Según Pimienta (2000), las encuestas probabilísticas se utilizan para estudiar los métodos de selección y observación de una muestra que se considera representativa de la población, con el propósito de realizar inferencias sobre el total. La representatividad de una muestra se logra mediante una selección metodológicamente adecuada de las unidades de muestreo que están sujetas a investigación.

### **3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Las técnicas de recolección de datos se refieren a los métodos y procedimientos utilizados para obtener información relevante y válida en un estudio de investigación.

#### **3.7.1. Técnicas de recolección de datos**

En esta fase de la investigación, se procedió a recopilar los datos pertinentes a las variables relacionadas con el estudio de las estrategias de aprendizaje en relación a la inteligencia emocional. De acuerdo con Arias (2006), las técnicas de recolección de datos son los diferentes métodos o enfoques utilizados para obtener la información necesaria. El autor también destaca que los instrumentos son herramientas materiales utilizadas para recopilar y almacenar los datos

#### **3.7.2. Instrumentos de recolección de datos**

La incorporación de herramientas digitales en la recopilación de datos, como las entrevistas cuantitativas realizadas a través de Google Forms, se ha demostrado como una opción eficiente y efectiva para obtener información de manera estructurada. Estas tecnologías facilitan la participación de un gran número de individuos y permiten un procesamiento y análisis rápido de los datos recopilados utilizando programas como Excel (Smith, 2019).

De esta manera, a través de la implementación de encuestas, se obtuvieron resultados destacados, ya que más del 80% de los encuestados experimentan dificultades para encontrar empleo debido a la falta de habilidades digitales.

### **3.8 Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

La investigación se analizará de acuerdo al procesamiento de datos con la estadística descriptiva, en la cual se examina un grupo de datos sin realizar conclusiones. Pues esta se discutirá con los resultados. Mediante la estadística descriptiva en Excel, por ejemplo, se establecen la media, el margen de error, y la moda de un conjunto, entre otras cuestiones se hará de manera descriptiva, ya que se realizarán encuestas a los estudiantes con el objetivo principal de determinar si existe y cuál es el grado de percepción de las competencias digitales en la empleabilidad, más que comprender el porqué de esto, Sustento: ocho de cada diez empresas buscan trabajadores con competencias digitales y blandas, es decir, requieren un perfil profesional transversal (El Peruano, 2023).

### **3.9 Aspectos éticos**

#### **3.9.1 Consentimiento informado**

Es fundamental obtener el consentimiento informado de los participantes en tu investigación. Esto implica informarles sobre los objetivos, procedimientos, beneficios y posibles riesgos del estudio, y obtener su consentimiento de manera voluntaria y libre. Según Bryman (2016), el consentimiento informado es un principio ético básico en la investigación científica.

#### **3.9.2 Confidencialidad y anonimato**

Debes garantizar la confidencialidad y protección de la identidad de los participantes. Esto implica utilizar códigos o identificadores en lugar de nombres reales, y asegurarte de que los datos recopilados no sean accesibles para

personas no autorizadas. Según Bell (2017), la confidencialidad es un aspecto ético crucial en la investigación social.

### **3.9.3 Privacidad y protección de datos**

Es esencial cumplir con las leyes y regulaciones sobre privacidad y protección de datos en tu país o institución. Debes asegurarte de que los datos recopilados se almacenen y gestionen de manera segura, y que se tomen medidas para proteger la privacidad de los participantes. Según Saunders et al. (2018), la protección de datos es un aspecto ético y legal crucial en la investigación.

### **3.9.4 Honestidad y transparencia**

Es importante mantener la honestidad y la transparencia en la presentación de tus resultados y en la forma en que interpretas y discutes los hallazgos. Evita la manipulación de datos o la tergiversación de resultados. Según Creswell (2014), la honestidad y la integridad son principios éticos fundamentales en la investigación.

## **3.10 Resultados**

Hipótesis general: Existe una percepción en las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. Puesto que, se está demostrando la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad de los estudiantes universitarios en las fechas de estudio. Además, como objeto de estudio en contextos similares, como el ámbito universitario, contribuyen a reforzar el impacto de las competencias digitales en

el acceso al trabajo. Debido a que los estudiantes con habilidades digitales y manejo al entorno con la tecnología obtienen mayor empleabilidad y adaptación para enfrentar los desafíos del mercado laboral actual.

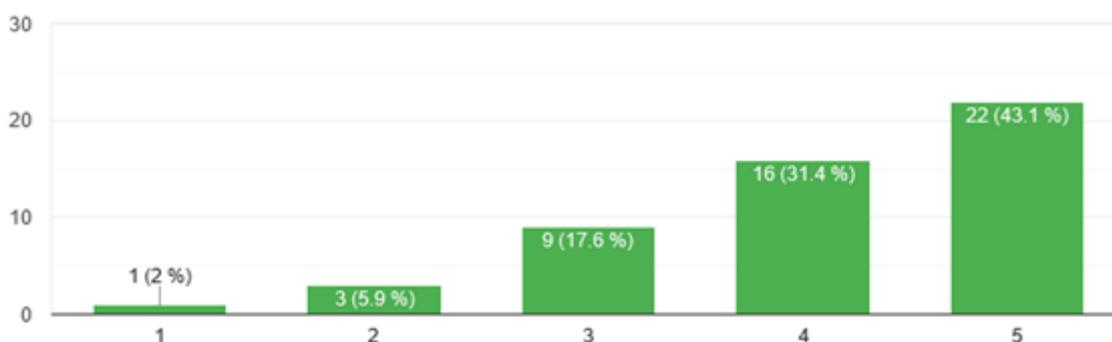
Variable: Competencias Digitales

Dimensión: Perfil activo en Bolsa Laboral

Indicador: Participación en bolsas laborales digitales

Indicador: Capacidad para crear una reputación laboral

Gráfica: P.1 ¿Usted considera que creando una reputación laboral digital podría ser más atractivo para los empleadores?



Interpretación: Este resultado sugiere que existe una alta valoración por parte de los encuestados hacia la creación y gestión de una reputación laboral en el entorno digital.

El hecho de que un porcentaje significativo de los encuestados (74.5%) considere que es importante o muy importante tener una reputación laboral digital indica que existe una conciencia generalizada sobre la percepción positiva que puede tener una buena reputación digital en la atracción de empleadores. Esto sugiere que los encuestados reconocen la importancia de tener una

presencia digital sólida y positiva para destacarse en el mercado laboral actual, donde la tecnología y las plataformas digitales desempeñan un papel fundamental.

Estos resultados respaldan la relevancia de desarrollar y mantener una reputación laboral digital para mejorar las oportunidades de empleo. La percepción positiva de los encuestados hacia la importancia de la reputación laboral digital indica que están conscientes de que los empleadores pueden buscar información en línea sobre los candidatos y considerar su presencia y actividades digitales como un factor adicional en el proceso de selección.

Estos hallazgos pueden tener implicaciones significativas para los estudiantes y profesionales que buscan destacarse en el mercado laboral actual. Es recomendable que los encuestados consideren invertir tiempo y esfuerzo en la creación y gestión de su reputación laboral digital, lo que podría incluir el desarrollo de perfiles profesionales en redes sociales, participación activa en comunidades en línea relacionadas con su campo de estudio o carrera, y la promoción de logros y habilidades relevantes a través de plataformas digitales.

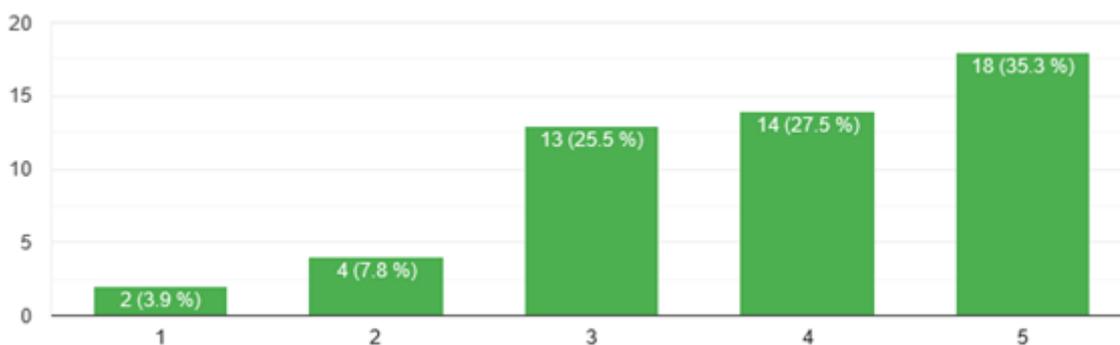
Dimensión 2: Registro en diversas bolsas laborales

Indicador 1: Uso de plataformas de búsqueda de empleo

Indicador 2: Muestra y aplica habilidades personales

Gráfica: P.7 ¿Ud. considera que estar registrado en diversas bolsas laborales le permite poder tener acceso a mayores oportunidades para obtener un empleo?

Percepción de las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X ciclo en la Universidad San Martín de Porres, Lima – Perú 2023.



Interpretación: Estos resultados respaldan la idea de que la inscripción en múltiples bolsas laborales puede ser una estrategia efectiva para aumentar la visibilidad y mejorar las posibilidades de ser considerado para oportunidades laborales. Al registrarse en diferentes bolsas laborales, los encuestados pueden acceder a una variedad de ofertas de empleo y tener más opciones para encontrar una posición que se ajuste a sus intereses y habilidades.

El hecho de que un porcentaje significativo de los encuestados (63.8%) considere importante o muy importante estar registrado en diversas bolsas laborales sugiere que reconocen la importancia de ampliar sus posibilidades de búsqueda de empleo más allá de una única fuente. Este hallazgo indica que los encuestados están conscientes de que la diversificación de las plataformas de búsqueda laboral puede ofrecer una mayor cantidad y variedad de oportunidades de empleo.

Estos hallazgos sugieren que los encuestados están adoptando una mentalidad proactiva al reconocer la importancia de buscar activamente oportunidades de empleo desde diversas fuentes. Al diversificar sus esfuerzos de búsqueda laboral, los encuestados pueden aumentar sus posibilidades de encontrar un

empleo adecuado y potencialmente mejorar su empleabilidad en el mercado laboral actual.

## DISCUSIÓN

Expuestos los resultados, la pregunta principal convenía en determinar la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes del VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. En ese sentido, se ha observado una estrecha relación entre las competencias digitales y la empleabilidad de los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. La demanda de habilidades digitales en el mercado laboral es cada vez más evidente, ya que las empresas buscan candidatos capaces de adaptarse a entornos digitales y utilizar eficientemente las herramientas tecnológicas disponibles. La transformación digital, acelerada por la pandemia de la COVID-19, ha impulsado aún más la necesidad de estas competencias, abriendo nuevas y mejores oportunidades laborales.

El estudio realizado reveló que la mayoría de los estudiantes de la Universidad San Martín de Porres poseen diversas habilidades digitales, lo que les brinda una ventaja competitiva en el mercado laboral. Sin embargo, se identificaron algunas brechas en ciertos estudiantes que aún deben desarrollar estas habilidades. Es crucial que los estudiantes reconozcan la importancia de adquirir competencias digitales y se esfuercen por cerrar estas brechas, ya que, de lo contrario corren el riesgo de quedar rezagados y desfavorecidos en comparación con otros profesionales. Esto podría dificultar su búsqueda de empleo y aumentar significativamente la desempleabilidad en los sectores de la industria, bienes y servicios.

En respuesta a la pregunta de cuáles son los principales hallazgos del estudio, se confirma la percepción del uso de los medios digitales en la tasa de empleabilidad en los estudiantes de la Universidad San Martín de Porres. El desarrollo de habilidades digitales, como la capacidad para utilizar herramientas tecnológicas, comunicarse a través de plataformas digitales y acceder a información relevante en línea, se ha identificado como un factor determinante para mejorar la empleabilidad de los estudiantes. Estas habilidades son altamente demandadas en el mercado laboral actual y pueden abrir puertas a oportunidades de empleo. Esto se halla en concordancia con lo manifestado.

Además, el uso de medios digitales también tiene un impacto en el acceso a oportunidades de empleo. A través de plataformas digitales, los estudiantes pueden buscar empleo en línea, acceder a ofertas laborales y establecer contactos profesionales. Esto amplía sus posibilidades de encontrar empleo y mejora su tasa de empleabilidad. Asimismo, el fortalecimiento de la marca personal en línea mediante la creación de perfiles profesionales en redes sociales y la publicación de contenido relevante puede influir en la percepción de los empleadores y aumentar las oportunidades laborales de los estudiantes.

Por último, el uso de medios digitales también se relaciona con la adaptación al entorno laboral digital. En un contexto donde la digitalización es cada vez más prevalente, los estudiantes que están familiarizados con el uso de herramientas digitales y medios de comunicación digital tienen una ventaja competitiva. Están preparados para enfrentar los desafíos y demandas de la era digital, lo que les otorga una mayor empleabilidad en el mercado laboral.

## CAPÍTULO IV:

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

Respecto al análisis realizado se colige que existe la demanda de habilidades digitales en el mercado, su importancia recae en la necesidad de interconectar no solo a las personas, sino también a diferentes sistemas y plataformas. La transformación digital en las estructuras de las empresas es inevitable, aún más cuando la pandemia de la COVID-19 aceleró intempestivamente este proceso, sin embargo, esto solo significa mayores y mejores oportunidades laborales. Visto lo anterior, se ha podido demostrar sobre la base de la data recolectada en las encuestas que los estudiantes de la Universidad San Martín de Porres poseen diversas habilidades digitales, mientras que aquellos que tienen brechas deberán aprenderlas con urgencia, bajo el constante temor y desventaja de quedar desfasados y poco capacitados respecto a otros profesionales. De esta forma se puede proyectar que les costará encontrar un trabajo y aumentará significativamente la desempleabilidad en los sectores industria, bienes y servicios.

En ese sentido, se responde a la Hipótesis si existe percepción del uso de los medios digitales en la tasa de empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. Debido al desarrollo de habilidades digitales entre ellos la capacidad para utilizar herramientas tecnológicas, comunicarse a través de plataformas digitales y acceder a información relevante

en línea. Estas destrezas son más demandadas en el mercado laboral y pueden aumentar la empleabilidad de los estudiantes.

#### **4.1.1 Acceso a oportunidades de empleo**

El uso de medios digitales puede ampliar las oportunidades de empleo para los estudiantes. A través de las plataformas digitales, los estudiantes pueden buscar empleo en línea, acceder a ofertas laborales y establecer contactos profesionales (Zhang et al., 2019). Un mayor uso y aprovechamiento de los medios digitales puede aumentar las posibilidades de encontrar empleo y mejorar la tasa de empleabilidad de los estudiantes.

#### **4.1.2 Fortalecimiento de la marca personal**

Los medios digitales ofrecen a los estudiantes la posibilidad de construir y fortalecer su marca personal en línea. A través de la creación de perfiles profesionales en redes sociales y la publicación de contenido relevante, los estudiantes pueden mostrar sus habilidades, conocimientos y experiencia a posibles empleadores. Esto puede influir en su empleabilidad, ya que los empleadores pueden evaluar su presencia digital como un factor adicional al considerar candidatos para una posición (Mishra & Yadav, 2019).

#### **4.1.3 Adaptación al entorno laboral digital**

En un entorno laboral cada vez más digitalizado, el uso de medios digitales es fundamental para adaptarse y tener éxito en el ámbito profesional. Los estudiantes que están familiarizados con el uso de herramientas digitales y medios de comunicación digital pueden tener una ventaja competitiva en el

mercado laboral, ya que están preparados para enfrentar los desafíos y demandas de la era digital (Bennett & Maton., 2020).

En conclusión, los resultados de este estudio respaldan la importancia de las competencias digitales en la empleabilidad de los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. El desarrollo de estas competencias, el uso efectivo de los medios digitales y la adaptación al entorno laboral digital son aspectos cruciales para mejorar las oportunidades de empleo y la tasa de empleabilidad de los estudiantes en el mercado laboral actual. Estos hallazgos resaltan la necesidad de que los estudiantes adquieran y fortalezcan sus competencias digitales para asegurar una transición exitosa al mundo laboral.

## **4.2 Recomendaciones**

En base a todo lo analizado e identificado, se recomienda lo siguiente:

### **4.2.1. Desarrollar y fortalecer competencias digitales**

Con base en los hallazgos de nuestra investigación, es recomendable que los estudiantes de últimos ciclos universitarios se enfoquen en desarrollar y fortalecer sus competencias digitales. Esto implica adquirir habilidades específicas en el uso de herramientas tecnológicas, comunicación en plataformas digitales y búsqueda y evaluación de información en línea. Esto les permitirá estar preparados para las demandas del mercado laboral y mejorar su empleabilidad.

#### **4.2.2. Actualizarse constantemente**

El campo digital está en constante evolución, por lo tanto, es importante que los estudiantes se mantengan actualizados con los avances tecnológicos y las nuevas tendencias en su área de estudio. Esto puede implicar la participación en cursos de formación, talleres, conferencias u otras actividades de aprendizaje que les permitan mantenerse al día con las últimas herramientas y tecnologías digitales relevantes para su campo.

#### **4.2.3. Crear una presencia digital sólida**

Los estudiantes deben considerar la importancia de establecer y mantener una presencia digital sólida. Esto implica la creación de perfiles profesionales en redes sociales y la participación activa en comunidades en línea relevantes para su campo de estudio. Una presencia digital sólida puede ayudar a los estudiantes a mostrar sus habilidades y conocimientos, establecer contactos profesionales y acceder a oportunidades laborales.

#### **4.2.4 Fomentar el aprendizaje autodirigido**

Dado que el campo digital está en constante cambio, es esencial que los estudiantes desarrollen habilidades de aprendizaje autodirigido. Esto implica la capacidad de buscar y adquirir conocimientos por cuenta propia, utilizar recursos en línea, participar en comunidades de aprendizaje en línea y estar dispuestos a adaptarse y aprender nuevas habilidades a medida que surjan nuevas demandas en el mercado.

#### **4.2.5 Buscar oportunidades de práctica y experiencia**

Además de adquirir conocimientos teóricos, es importante que los estudiantes busquen oportunidades de práctica y experiencia en entornos digitales. Esto puede incluir pasantías, proyectos prácticos, trabajo voluntario o colaboraciones en línea que les permitan aplicar sus habilidades digitales en situaciones reales y desarrollar su portafolio profesional.

## Referencias

Becker, (2019) "Human capital". Revista The University of Chicago Press.

<https://www.nber.org/system/files/chapters/c3730/c3730.pdf>

Bryman, A. (2016). The Nature and process of social media en Social Research Methods. (pp. 145-293 Vol. 5th Edition). Oxford University Press.

<https://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2014/02/social-research-methods-alan-bryman.pdf>

Creswell J. (2017). Third Edition. "Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches".

[https://www.ucq.ac.me/skladiste/blog\\_609332/objava\\_105202/fajlovi/Creswell.pdf](https://www.ucq.ac.me/skladiste/blog_609332/objava_105202/fajlovi/Creswell.pdf)

González, A. (2022, 11 de octubre) Título del artículo. "Profesionales podrán formarse en habilidades digitales para mejorar su empleabilidad" Diario "El Peruano".

<https://www.elperuano.pe/noticia/193702-profesionales-podran-formarse-en-habilidades-digitales-para-mejorar-su-empleabilidad>

La cámara (2022, 02 de septiembre) Título del artículo. "El 81% de los jóvenes en Perú tiene problemas para encontrar trabajo". Revista Digital La Cámara de Comercio de Lima.

<https://lacamara.pe/el-81-de-jovenes-en-peru-tiene-problemas-para-encontrar-trabajo/#:~:text=En%20Per%C3%BA%2C%20el%2081%25%20de,los%20J%C3%B3venes%202022%E2%80%9D%20de%20ManpowerGroup>

Medrano, A. (2022, 11 de octubre) Título de la obra. "Es hoy: el talento digital el auge en el mercado del trabajo para esta nueva era"

<https://cide.pucp.edu.pe/es-hoy-talento-digital-el-auge-en-el-mercado-del-trabajo-para-esta-nueva-era/>

Ríos, A. (2022, 28 de noviembre) Título de la obra.

"Las habilidades digitales incrementan la empleabilidad".

Diario El peruano

<https://www.elperuano.pe/noticia/197903-las-habilidades-digitales-incrementan-la-empleabilidad>

Siemens, G (2005). "Connectivism: A learning theory for the digital age"

International Journal of Instructional and Distance Learning

[https://jotamac.typepad.com/jotamacs\\_weblog/files/connectivism.pdf](https://jotamac.typepad.com/jotamacs_weblog/files/connectivism.pdf)

## Matriz de consistencia

Validado por DR. PEDRO ALFONSO VELÁSQUEZ TAPULLIMA

Matriz de consistencia					
Línea de investigación: Determinar si existe y cuál es la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad.					
Título: PERCEPCIÓN DE LAS COMPETENCIAS DIGITALES EN LA EMPLEABILIDAD EN LOS ESTUDIANTES ENTRE VI Y X CICLO EN LA UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES, LIMA - PERÚ 2022					
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 1	Dimensiones	Metodología
¿De qué manera influyen las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología?	Determinar la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.	Existe una percepción en las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. Puesto que, se está demostrando la percepción de las competencias digitales en la empleabilidad de los estudiantes universitarios en las fechas de estudio.	Competencias Digitales	<b>Perfil activo en bolsa laboral</b> <b>Crear una reputación laboral digital</b> <b>Red social laboral activa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enfoque: Cuantitativo.</li> <li>Tipo de investigación: Cuasi experimental.</li> <li>Diseño: Numérica y cuasiexperimental.</li> <li>Técnica de recolección de datos: Encuesta.</li> <li>Instrumento de recolección de datos: Google Forms.</li> <li>Población: 3000 alumnos.</li> <li>Muestra: 280 alumnos.</li> </ul>
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipotesis Específicas	Variable 2	Dimensiones	Encuesta: La muestra está constituida por 280 personas.
¿Qué relación existe entre las competencias digitales y la empleabilidad de los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología?	Analizar la percepción del uso de los medios digitales en la tasa de empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.	Existe percepción del uso de los medios digitales en la tasa de empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.	Empleabilidad	Registro en diversas bolsas laborales	
¿Qué competencias digitales son las más valoradas para la empleabilidad de los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología?	Determinar la percepción de la presencia digital en el acceso a la postulación de empleo en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.	Existe percepción de la presencia digital en el acceso a la postulación de empleos en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.		Habilidades personales	
¿Qué relación existe entre presencia digital y empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología?	Medir el impacto del uso de los medios digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de Comunicación, Turismo y Psicología.	Existe el nivel de percepción de las competencias digitales en la empleabilidad en los estudiantes entre VI y X semestre en la Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.		Habilidades digitales	

## Matriz Operacionalización

Matriz operacionalización de variables													
Título: PERCEPCIÓN DE LAS COMPETENCIAS DIGITALES EN LA EMPLEABILIDAD EN LOS ESTUDIANTES ENTRE VI Y X CICLO EN LA UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES, LIMA – PERÚ 2022													
Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	N	Items	Valoración (Siendo 1: No me interesa y Siendo 5: Me interesa)						
V1: Competencias Digitales	Las competencias digitales se refieren a la capacidad de los individuos para utilizar las tecnologías digitales de manera efectiva y eficiente. Estas competencias incluyen la capacidad de utilizar herramientas digitales, buscar y evaluar información en línea, comunicarse y colaborar en línea, y comprender el impacto de la tecnología en la sociedad (Fraillon et al., 2013).	Operacionalmente las competencias digitales se orientan hacia tres dimensiones cómo tener un perfil activo en bolsa, crear una reputación laboral y tener una red social laboral activa.	Perfil activo en bolsa laboral	Participación en bolsas laborales digitales	1	¿Ud. considera que manteniendo su perfil activo y actualizado en bolsas laborales lo ayudará a obtener una mayor oportunidad para conseguir un trabajo?	1	2	3	4	5		
					2	¿Ud. considera que al estar activo en bolsas laborales lo ayuda a mantenerse informado de las competencias y perfiles más buscados en su rubro?	1	2	3	4	5		
					3	¿Ud. considera que creandose una reputación laboral digital podría ser más atractivo para los empleadores?	1	2	3	4	5		
					4	¿Ud. considera que al tener una reputación laboral digital ayudará para que su perfil destaque en una convocatoria laboral?	1	2	3	4	5		
					5	¿Ud. considera que tener una red social activa lo ayuda para tener mayor interacción con empresas?	1	2	3	4	5		
					6	¿Ud. considera que tener una red social activa lo ayuda a tener mayor acceso a oportunidades laborales mediante el networking?	1	2	3	4	5		
V2: Empleabilidad	Se refiere a la capacidad de una persona para conseguir y mantener un empleo. Esto implica no solo tener habilidades y conocimientos técnicos, sino también habilidades blandas como liderazgo, trabajo en equipo, entre otras. En el contexto de la tesis, la empleabilidad de los estudiantes universitarios se relaciona con su capacidad para aplicar sus competencias digitales en el mercado laboral (Martínez Clares et al., 2018).	Operacionalmente se entiende que la empleabilidad se orienta hacia tres dimensiones cómo registrarse en bolsa laboral, tener habilidades personales y habilidades digitales.	Registro en diversas bolsas laborales	Uso de plataformas de búsqueda de empleo	7	¿Ud. considera que estar registrado en diversas bolsas laborales le permite poder tener acceso a mayores oportunidades para obtener un empleo?	1	2	3	4	5		
					8	¿Ud. considera que al estar registrado en diferentes bolsas laborales le permite una mayor exposición en el mercado?	1	2	3	4	5		
					9	¿Ud. considera que contar con habilidades personales mejora su desenvolvimiento durante una entrevista laboral?	1	2	3	4	5		
			Habilidades personales	Muestra y aplica habilidades personales	10	¿Ud. considera que contar con habilidades personales influye a la hora de ser seleccionado para una potencial entrevista de trabajo?	1	2	3	4	5		
					Habilidades digitales	Conocimiento y manejo de herramientas digitales específicas	11	¿Ud. considera que contar con habilidades digitales logra que destaque entre todos los candidatos?	1	2	3	4	5
							12	¿Ud. considera que, en la actualidad, los empleadores están buscando contratar candidatos que cuenten con habilidades digitales?	1	2	3	4	5

## ANEXO

### Similarity Report

PAPER NAME	AUTHOR
Ep4.pdf	RODRIGO FABIAN VARGAS VIDAL
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
8871 Words	48904 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
36 Pages	240.9KB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jul 10, 2023 10:10 PM GMT-5	Jul 10, 2023 10:10 PM GMT-5

● **25% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 22% Internet database
- 8% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 16% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material

Espinoza Cox, Joseph

Focacci Merino, Gia

Peña Vizcarra, Gonzalo

Vargas Vidal, Rodrigo

Landeo Minaya, Karina Lisbeth