

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL



**“BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN
NACIONAL DE EMPLEO JUVENIL “JÓVENES PRODUCTIVOS” EN LA INSERCIÓN
AL CAMPO LABORAL EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO 2019”**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TESISTAS

ACOSTA PÉREZ, ELENA VILMA

ROSALES VELÁSQUEZ, DANIEL

TUCTO SANTOS, JULIO

ASESOR

MAG. JHONEL ROSALES CÓRDOBA

HUÁNUCO – PERÚ

2019

DEDICATORIA

La presente investigación va dedicada a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de nuestras vidas, bendiciéndonos y dándonos fuerzas para continuar con nuestras metas trazadas sin desfallecer.

A nuestros padres y familiares que, con su apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logremos culminar nuestras carreras profesionales practicando la humildad, respeto, honestidad y responsabilidad.

AGRADECIMIENTO

En estas líneas queremos agradecer a todas las personas que hicieron posible en esta investigación y que de alguna manera estuvieron con nosotros en los momentos difíciles, alegres y tristes. Estas palabras son para ustedes.

A nuestros padres por todo su amor, comprensión y apoyo, pero sobre todo gracias infinitas por la paciencia que nos han tenido. No tenemos palabras para agradecerles las incontables veces que nos brindaron su apoyo en todas las decisiones que hemos tomado a lo largo de nuestras vidas, unas buenas, otras malas, otras locas. Gracias por darnos la libertad de desenvolvernos como ser humano.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se centra en el estudio de desempleo y deserción laboral entre los jóvenes de escasos recursos económicos beneficiarios del programa de empleo nacional “Jóvenes Productivos”. En este sentido es necesario destacar dos problemas particulares manifestados por parte de los encuestados: el periodo de tiempo usado durante la capacitación es corto, por el otro lado, el alto índice de deserción laboral debido a dificultades en la comunicación organizacional, entre la sede central lima y sede Huánuco; informalidad de las MYPES e inconveniente en el trabajo de los focalizadores.

Por ello, el presente trabajo pretende contribuir en el conocimiento detallado de las dificultades que presenta el programa para cumplir con los objetivos planteados desde el ministerio de trabajo y promoción del empleo hasta las directivas para su ejecución.

Asimismo, describiremos aspectos relacionados con el interés de las instituciones y los motivos principales que afectan a los jóvenes de escasos recursos económicos para el logro de un empleo de acuerdo a los estándares planteados por el Ministerio.

Para llevar a cabo este estudio, adoptamos el enfoque de la Neuropsicología cognitiva, utilizando la metodología descriptiva, con la finalidad principal de verificar los resultados que se presentaron, antes, durante y después de la inserción laboral. Asimismo, con esta metodología se quiso determinar cuáles son las barreras comunicacionales en la organización del programa y aspectos relacionados con las expectativas de los jóvenes beneficiarios. Con el fin de conseguir este objetivo.

La investigación titulada “Barreras de la Comunicación en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos” en la inserción al campo

laboral en la ciudad de Huánuco 2019, tiene la intención de dar a conocer, de qué manera el programa en mención se ha aplicado en la solución del fenómeno del desempleo social en nuestro país.

PALABRAS CLAVES: Barreras de la Comunicación, Inserción Laboral, "Jóvenes Productivos".

SUMMARY

This research work focuses on the study of unemployment and job dropout among low-income youth who are beneficiaries of the national employment program “Young Productives”. In this sense, it is necessary to highlight two particular problems manifested by the respondents: the period of time used during the training is short, on the other hand, the high rate of work dropout due to difficulties in organizational communication, between Lima headquarters and Huánuco headquarters; informality of the MYPES and inconvenience in the work of the focusers.

For this reason, the present work intends to contribute in the detailed knowledge of the difficulties that the program presents to fulfill the objectives set from the Ministry of Labor and Employment Promotion to the directives for its execution.

Likewise, we will describe aspects related to the interest of the institutions and the main reasons that affect young people with limited economic resources to achieve employment according to the standards set by the Ministry.

To carry out this study, we adopted the approach of cognitive neuropsychology, using the descriptive methodology, with the main purpose of verifying the results that were presented, before, during and after labor insertion. Likewise, with this methodology we wanted to determine what are the community barriers in the organization of the program and aspects related to the expectations of the young beneficiaries. In order to achieve this goal.

The research entitled “Communication barriers in the national youth employment training program “Young Productives” in the insertion to the labor camp in the city of Huánuco 2019, intends to make known, in what way the mentioned program

has been applied in the solution of the phenomenon of social unemployment in our country.

KEY WORDS: Communication Barriers, Labor Insertion, "Young Products".

INTRODUCCIÓN

Las Barreras de la comunicación en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos" con sede en la ciudad de Huánuco 2019, no logra obtener los resultados esperados, debido a la falta oportuna de una comunicación organizacional, sumándose a ello la informalidad de la MYPES inscritas como formales en el ministerio del trabajo y la inoportuna verificación de los datos corroborados por la sede central. Obteniendo como resultado el desfase en la inserción de los jóvenes beneficiarios. Las consecuencias observadas en el fenómeno del estudio, nos motivó, analizar de manera directa como se desarrollan y ejecutan los programas sociales en nuestro país, los cuales muchas veces no contemplan elementos relacionados a las diversas realidades en que se presentan los problemas sociales. Es por ello la importancia de nuestro estudio, el cual mostrará de manera clara y según los resultados obtenidos, que aspectos comunicacionales y de organización, deben considerarse en reajustar y renovar en busca de la mejora del programa y sean los beneficiarios, (Jóvenes en situación de desempleo) quienes resulten satisfechos y se cumplan los objetivos del programa.

En el desarrollo de nuestra investigación pudimos apreciar situaciones de indisposición en la obtención de información por parte de los involucrados en el estudio. Jóvenes que se exacerbaban al responder las encuestas, responsables de las MYPES obstaculizando a dar información, lo cual corroboraba nuestras hipótesis planteadas respecto al mal manejo de las vías de comunicación en muchos aspectos del Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos".

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN.....	IV
SUMMARY.....	VI
INTRODUCCIÓN.....	VIII
CAPITULO I	11
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	11
1.1. Descripción del problema.....	11
1.2. Formulación del Problema.....	13
1. 2.1. Problema General.....	13
2.1.2. Problema Específico	13
1.3. Objetivo.....	13
1.3.1. Objetivo General	13
1.3.2. Objetivos Específicos.....	13
1.4. Hipótesis.....	14
1.4.1. Hipótesis General	14
1.4.2. Hipótesis Específico.....	14
1.5. Variables.....	15
1.5.1. Variable Independiente	15
1.5.2. Variable Dependiente	15
1.6. Justificación e importancia	15
1.7. Viabilidad.....	16
1.8. Limitaciones	16
CAPITULO II	17
MARCO TEÓRICO	17

2. Antecedentes.....	17
2.1. Nivel Internacional.....	17
2.2. Nivel Nacional	20
2.3. Nivel Local	24
2.2. Bases Teóricas.....	25
2.2.1. La Comunicación	25
2.2.2. Comunicación Organizacional	26
2.2.3. Elementos de la comunicación	28
2.2.4. Comunicación Promocional	36
2.2.6. Programa de Capacitación.....	40
2.2.7. Pobreza.....	41
2.2.8. Estudio del programa Nacional de capacitación de empleo juvenil "Jóvenes Productivos"	44
2.2.9. Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos" en la ciudad de Huánuco.....	48
2.2.10. Inserción laboral de los jóvenes.....	49
2.2.11. Deserción Laboral.....	59
2.2.12. Informalidad de las Empresas.....	60
2.3. Definición de Términos Básicos.....	62
CAPITULO III	63
3. MARCO METODOLÓGICO	63
3.1. Nivel y Tipo de Investigación	63
3.2. Diseño de Investigación	63
3.3. Población y Muestra.....	63
3.3. Técnicas de Recojo de Datos.....	63
3.4. Instrumentos de recolección de datos, y validación de datos.	64
El Cuestionario.....	64

CAPÍTULO IV.....	65
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	65
4.1. Procesamiento y Presentación de Datos.....	65
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.....	96
CONCLUSIONES.....	100
SUGERENCIAS.....	102
BIBLIOGRAFÍA.....	104
ANEXOS.....	107

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Según Fernández (1999) comunicación organizacional es conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos y proyectar una imagen favorable o promover sus servicios. Es por ello que el tratamiento de este problema demanda reformas estructurales para determinar la relación que existía entre la comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos" sede - Huánuco, con Sede central - Lima, de esta manera estimulen la generación de empleos formales, por otra garanticen que el sistema educativo dote las habilidades que el mercado laboral demanda. Ante esto, al igual que en otras regiones en el mundo, en América Latina (ALC) los Jóvenes encuentran mayores dificultades que los adultos para insertarse adecuadamente en el mercado laboral. Además en estos tiempos la mitad de los jóvenes empleados se encuentran en empresas informales y existen jóvenes que ni estudian ni trabajan. Es necesario mencionar que a pesar de la importancia de este programa de capacitación que se efectúa en la ciudad de Huánuco, la información sobre los resultados es aún insuficiente y las evaluaciones de impacto de inserción laboral son escasas en cumplimiento de sus objetivos. Es por eso que Según él (Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Mundial 2011), sostienen que desafortunadamente muchos de los Jóvenes que buscan

ingresar actualmente en el mercado Laboral no cuentan con las capacidades requeridas por el sector Empresarial. Asimismo la superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL) en Huánuco determinó que existe más de un 70% de informalidad laboral y que Aproximadamente el 30 % (empresas grandes) cumplen las Normas, es por ello que los jóvenes capacitados para ser insertados en el campo laboral en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos", recurren a empresas informales y no logran conseguir un Empleo digno y decente. Es preciso indicar que el cumplimiento de las funciones de un focalizador es concretizar los datos verídicos de todo joven que cumplen los requisitos para ser beneficiario y lograr el cumplimiento de los objetivos del programa que es la inserción laboral en toda entidad Pública o Privada . Por otro lado, los resultados obtenidos desde el 2018 hasta el 2019 de acuerdo a los informes vertidos por la sede Huánuco a la sede central lima incluyen a un total de 206 jóvenes capacitados y 40 insertados de los cuales solo trabajan 08 jóvenes en la actualidad.

Ante estas situaciones por la cual atraviesa el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos" sede Huánuco con MYPES informales, bajas Inserciones laborales, Deserciones, escasa Comunicación Organizacional, y poca verificación de datos por parte de los focalizadores, buscamos identificar las Causas y efectos de las Barreras de Comunicación que no permiten el cumplimiento de los Objetivos y metas de inserción laboral que tiene el programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos".

1.2. Formulación del Problema

1. 2.1. Problema General

¿ En qué medida las barreras de comunicación en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos” afectan la inserción de los jóvenes al campo laboral en la ciudad de Huánuco - 2019?.

2.1.2. Problema Específico

- a) ¿De qué manera está afectando las barreras comunicacionales en la inserción laboral de los jóvenes?
- b) ¿De qué manera la comunicación organizacional es una barrera en la inserción laboral de los jóvenes del programa?
- c) ¿De qué manera la comunicación promocional es una barrera en la inserción laboral de los jóvenes en el programa?
- d) ¿De qué manera la comunicación didáctica es una barrera en la inserción laboral de los jóvenes en el programa?

1.3. Objetivo

1.3.1. Objetivo General

Determinar en qué medida las barreras de la comunicación afectan a los jóvenes en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos” en la inserción al campo laboral en la ciudad de - Huánuco 2019.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Identificar las características que presenta las barreras de comunicación en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes

Productivos" en la inserción al campo laboral en la ciudad de Huánuco 2019.

- b) Explicar de qué manera la comunicación organizacional es una barrera en la inserción laboral de los jóvenes en el programa de capacitación nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos" Huánuco -2019.
- c) Identificar de qué manera la comunicación promocional es una barrera de comunicación en la inserción laboral de los jóvenes del programa "Jóvenes Productivos".
- d) Explicar de qué manera la comunicación didáctica es una barrera en la inserción laboral de los jóvenes del programa "Jóvenes Productivos" Huánuco - 2019.

1.4. Hipótesis.

1.4.1. Hipótesis General

Las barreras de la comunicación afectan significativamente en la inserción de los jóvenes al campo laboral en la ciudad de Huánuco 2019.

1.4.2. Hipótesis Específico

- a. Las barreras de comunicación están afectando en los aspectos: Comunicación organizacional, promocional y didáctica.
- b. La relación interna, manejo de información y flujo de datos no están funcionando adecuadamente en el programa de capacitación nacional "Jóvenes Productivos".
- c. Los medios impresos, televisivos y redes sociales no están informando adecuadamente los beneficios del programa nacional "Jóvenes Productivos".

- d. El uso del lenguaje, la interrelaciones alumnos docente y recojo de saberes, no se están aplicando adecuadamente en el aprendizaje del joven beneficiario del programa jóvenes productivos Huánuco 2019.

1.5. Variables.

1.5.1. Variable Independiente

Comunicación en el programa

1.5.2. Variable Dependiente

Inserción al campo laboral

1.6. Justificación e Importancia

La presente investigación nos permitió dar conocer cuáles son las políticas públicas del estado para promover el empleo en los Jóvenes mediante el programa "Jóvenes Productivos", quienes son insertados a partir de los 15 a 29 años de edad al campo laboral en la ciudad de Huánuco. Cabe precisar que nuestro objetivo fue determinar en qué medida las Barreras de la Comunicación afectan a los Jóvenes en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos" en la Inserción al Campo Laboral en la Ciudad de Huánuco 2019, quienes a pesar de la capacitación recibida en las áreas de desempeño laboral no permanecen en la empresa donde son insertados para desempeñar el cargo en el cual fueron capacitados, ya que cada vez es mayor la deserción laboral, por el empleo informal, y por ello es necesario analizar y dar a conocer si la Comunicación Organizacional es la adecuada para el desarrollo y ejecución del Programa.

Por todo ello resaltamos la importancia de destacar que todo joven logre alcanzar una afirmación eficiente, eficaz y beneficiosa para la construcción paulatina de su formación con la duración de un adecuado periodo de capacitación.

Es importante que con el proceso de esta investigación como tesis nos permitió evaluar el grado situacional de cada Joven beneficiario por el desarrollo de capacitación generado dentro del programa Jóvenes Productivos para contrarrestar la capacidad de encontrar un empleo formal al 100% sin excluir a los empleos potenciales en donde deben diversificar las potencialidades de actividades para generar sus propios ingresos.

1.7. Viabilidad.

El proyecto de investigación “Barreras de la comunicación en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos” en la inserción al campo laboral en la ciudad de Huánuco-2019” es viable, porque se pudo obtener información idónea con la buena colaboración de los involucrados en el tema de la investigación. Es por ello que esta investigación se logra conocer y recoger las materias de producción y ejecución del incumplimiento de los objetivos y metas del Programa de Capacitación en la Inserción Laboral en la ciudad de Huánuco.

1.8. Limitaciones

Las limitaciones observables durante el proceso de desarrollo de la presente tesis fueron, la falta de comunicación organizacional entre los trabajadores del programa, “Jóvenes Productivos”. Y los responsables de las MYPES negándose a dar información, lo cual corroboraba nuestras hipótesis planteadas respecto al mal manejo de las vías de comunicación en muchos aspectos del Programa.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2. Antecedentes.

2.1. Nivel Internacional

- PALMAR, L. (2013), en su investigación las barreras de comunicación interna en las universidades privadas del municipio Maracaibo, que se presentan durante el desarrollo de los procesos para la vinculación con el sector productivo. ¹⁷ Sustentada por las teorías de los autores: Chiavenato (2004), Fernández (2003), Koontz y Weihrich (1998), Gould (1997), entre otros. La investigación es de tipo descriptiva, con un diseño de campo, no experimental transaccional. La población la conforman las universidades privadas del municipio Maracaibo, específicamente la Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín y la Universidad Cecilio Acosta, con una muestra de catorce (14) informantes clave, responsables de los procesos de vinculación con el sector empresarial. La técnica para recabar los datos fue la encuesta y el instrumento un cuestionario constituido por modalidades de respuesta tipo escala de Likert y opciones múltiples, validado por ocho (08) expertos, su confiabilidad se midió mediante el Estabilidad, con un resultado altamente confiable de 0,976. El análisis de los datos se fundamentó en el cálculo de distribución de frecuencias. Los resultados observados mostraron que las universidades privadas, al momento de desarrollar los procesos de vinculación con el sector empresarial, presentan barreras que limitan los procesos comunicativos, lo que impide el desarrollo de procesos para las prácticas efectivas de relación Universidad-Sector Productivo.

- PEREZ, C. (2015), en su tesis Inserción laboral de universitarios desde la perspectiva psicosocial, tesis de la Universidad de Extremadura. Conclusión: Concluyó que los encuestados perciben tener muy pocas posibilidades de encontrar un trabajo que se ajuste a la preparación y experiencia que tienen, los jóvenes son conscientes de la situación laboral, por lo tanto, están dispuestos a implementar mecanismos que le concedan ajustar sus expectativas al ámbito laboral que experimentan. El problema puede radicar en la falta de motivación para la búsqueda y se refleja en la inserción laboral; sobre la empleabilidad percibida los encuestados mencionaron que existe una pequeña relación entre los dos tipos de empleabilidad aquella que está relacionada con el trabajo para el cual la persona está preparada y aquella que está relacionada en laborar en una empresa que es de su agrado. ¹⁸
- AMAYA, CICILIANO, ESQUIVEL , G. D. (2014), en su tesis Factores determinantes de la inserción laboral de los profesionales universitarios de la carrera de administración de empresas, en el Municipio de La Unión, departamento de La Unión, año 2014, tesis de la Universidad de El Salvador de San Miguel Conclusiones: que para los empresarios lo más importante es contratar profesionales con experiencia, no le dan la oportunidad al nuevo profesional de adquirirla; lo que provoca una desventaja para los recién graduados. Si bien, en algunas empresas, se afirma que contratan a profesionales con una buena formación, aunque no tengan experiencia; de hecho para la inserción laboral se suele plantear exigencias adicionales (de experiencia, conexiones personales, manejo de pautas culturales, esfuerzo individual y otras). Así, a los profesionales que

buscan trabajo por primera vez se les exige excelente formación y experiencia para ingresar al mercado laboral, pero ante la falta de ésta, no se les da la oportunidad de adquirirla. ¹

- IBARRA GONZÁLEZ , S. (2008), en su tesis "Inserción laboral y empleabilidad en el mercado de trabajo en servicios sociales a la comunidad", Universidad de Chile, Santiago, Chile. Conclusiones: El resultado general indica que un 19,3% de las trabajadoras que participaron en el ciclo 2006 del Programa Servicios Comunitarios se habían logrado insertar laboralmente. Otro resultado muestra que el 14,2% de las entrevistadas señalan que el aspecto que más facilitó su inserción laboral fueron las relaciones sociales y contactos que generó a raíz de su participación en el Programa. ³
- KAST SOMMERHOFF, F. (2002), en su investigación sobre la "Evaluación de Impacto de las Capacitaciones Laborales en Chile, Análisis Regional y Sectorial.". Luego de analizar el sistema de capacitaciones en Chile, su funcionamiento, su inversión pública y los programas administrados por el SENCE se procedieron a generar un método de evaluación para medir el efecto que las capacitaciones realizadas en 1998; han tenido en los salarios de los trabajadores. Para esto se utilizó la encuesta CASEN 1998. Se realizó la evaluación bajo el supuesto de que el sesgo de selección en este caso estaría dado por las variables no observables, se propone la utilización de una estimación por máxima verosimilitud corrigiendo el probable sesgo de selección producto de una muestra censurada. Este método requiere de un modelo que explique el tipo de selección que existe en las capacitaciones laborales para corregir el posible

sesgo. Se corrió, entonces, la ecuación de ingreso tipo Mincer con algunas Modificaciones, con los coeficientes estimados y con las variables explicativas de cada persona, se estima en el capítulo anterior el efecto promedio que han tenido las capacitaciones sobre los salarios para los distintos grupos de interés. Con estos resultados se advierte que existe la oportunidad de avanzar hacia una mejor calidad de las políticas públicas. ¹⁵

2.2. Nivel Nacional

- VÁSQUEZ HIDALGO , R. I. (2015), en su tesis titulada Barreras Comunicacionales en Consejería Nutricional del personal de salud a madres de niños menores de 5 años en centros de salud, desarrollada en Ventanilla – Lima – Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Medicina. E.A.P. de Nutrición. Tiene como objetivo general: Explorar las barreras comunicacionales en la consejería nutricional brindada por el personal de salud a madres de niños menores de 5 años de los centros de salud del distrito de Ventanilla 2013. La autora hace uso de un diseño de investigación de tipo descriptivo etnográfico por tratarse de la dilucidación de un problema social como lo son 24 las barreras de la comunicación del personal de las consejerías nutricionales de salud para con las madres de menores de 5 años en el distrito de Ventanilla, maneja un enfoque cualitativo porque busca principalmente investigar los factores que dan origen a las barreras de la comunicación en este caso. El tamaño de la muestra estuvo conformado por 89 consejerías nutricionales. Las consejerías nutricionales otorgadas por el personal de salud a madres de niños menores de 5 años se desarrollaron en las instalaciones de los quince

centros de salud con los que cuenta el distrito de Ventanilla. Los servicios donde se brindan son en el consultorio de enfermería destinado a la atención de crecimiento y desarrollo (CRED) y el consultorio de nutrición. Las técnicas utilizadas para éste tipo de investigación fueron: La observación, las entrevistas (a profundidad y las historias de vida), los grupos focales y las técnicas de proyección. Los instrumentos que se utilizaron en esta exploración fueron: Guía de observación, guía de entrevista, guía de preguntas para el grupo focal y el test de construcción de viñetas. Las conclusiones obtenidas en esta investigación son la presencia de las barreras comunicacionales en su mayoría en medio del ambiente que se realizan las consejerías nutricionales y en el personal de salud que la realiza; 25 en las madres que la reciben, se halló poca presencia de las barreras mencionadas. Las barreras comunicacionales físicas estaban influenciadas por factores ambientales y del entorno. Fueron las más frecuentes las interrupciones, perturbaciones y ausencia de material educativo. Todas estas barreras son subsanables, y la responsabilidad recae sobre los órganos de gestión de las instituciones. Las barreras comunicacionales semánticas que se presentaron en mayor medida fueron los tecnicismos, ambigüedades y desaciertos en el mensaje. Este tipo de barreras se observaron más en el personal de salud, dado que es él quien otorga el mensaje durante la charla en la consejería nutricional. Las barreras comunicacionales personales se manifestaron en el espacio fisiológico (cansancio del personal de salud, bajo volumen de voz de las madres), en el aspecto psicológico (descortesía y poca empatía del personal de salud, prejuicios y temor de las madres), y en el aspecto ideológico (creencias

nutricionales opuestas al conocimiento científico). De estos tres aspectos de las barreras personales son las de tipo psicológico e ideológico las que tuvieron mayor presencia en el estudio. ²⁶

- CAPPILLO SALAZAR, C. F. (2017), en su tesis de Capacitación laboral y la inserción laboral de los beneficiarios del Programa Jóvenes Productivos, sede Lima, 2016, tesis de la Universidad César Vallejo Conclusiones: Concluyó que existe relación directa y moderada entre la capacitación laboral y la inserción laboral en los jóvenes del programa; por otro lado, se encontró relación directa y moderada entre la satisfacción de la capacitación y la inserción laboral, además existe relación directa y moderada entre la evaluación de las competencias de los jóvenes con la inserción laboral luego de la participación en el Programa Jóvenes Productivos. Por otro lado, los jóvenes encuestados manifestaron que la capacitación laboral tuvo un nivel adecuado.⁷
- CASTAÑEDA ESPINOZA, MARÍA LUISA (2018), en su tesis de investigación Capacitación en la inserción laboral en jóvenes de 18 a 29 años beneficiarios del Programa Jóvenes Productivos, sede Lima Metropolitana, 2018. Conclusiones: Concluyo que el resultado muestra que el 70.9% de los jóvenes egresados muestran un nivel eficiente a la capacitación asimismo a la implementación de capacitación, de ellos se tiene que el comportamiento de la inserción laboral de los jóvenes es explicado por el 90.6% por las capacitaciones en jóvenes de 18 a 29 años beneficiarios del Programa Jóvenes Productivos, sede Lima Metropolitana, en el periodo 2018. Asimismo, la variabilidad o el comportamiento de la inserción laboral de los jóvenes es explicado por el 75.4% del diagnóstico

de las necesidades de capacitación en jóvenes de 18 a 29 años beneficiarios del Programa Jóvenes Productivos, sede Lima Metropolitana, en el periodo 2018. La variabilidad o el comportamiento de la inserción laboral de los jóvenes es explicado por el 96% de la implementación de la capacitación en jóvenes de 18 a 29 años beneficiarios del Programa Jóvenes Productivos, sede Lima Metropolitana, en el periodo 2018. Finalmente, el comportamiento de la inserción laboral de los jóvenes es explicado por el 89.1% de la evaluación de la capacitación en jóvenes de 18 a 29 años beneficiarios del Programa Jóvenes Productivos, sede Lima Metropolitana, en el periodo 2018.⁸

- PUMACHAGUA ROSALES, TOLEDO RAMIREZ, P. F. (2019), En su tesis Barreras de la comunicación en el personal administrativo de la municipalidad distrital de Huaura - 2018. Objetivo: Identificar cuáles son las barreras de la comunicación en el personal administrativo de la Municipalidad Distrital de Huaura – 2018. Métodos: La población de estudio de esta investigación fueron 70 colaboradores administrativos de la Municipalidad Distrital de Huaura. El instrumento diseñado para la investigación fue realizado a través de la encuesta que fue elaborada con 16 preguntas de tipo nominal, ordinal (Likert) y de escala. Considerándose como dimensiones, barreras físicas y barreras administrativas. La selección de confiabilidad del instrumento fue validada mediante la plataforma estadística SPSS. Resultados: Los resultados determinan que un 81,43% de la población encuestada considera que existe burocracia en el interior de la Municipalidad Distrital de Huaura, mientras que el 18,57% no lo considera así. En

cuanto a las barreras administrativas, un 58,57% considera que los niveles jerárquicos dentro de la organización afectan en la comunicación. Conclusión: Los resultados obtenidos nos indican que los integrantes del personal administrativo de la Municipalidad Distrital de Huaura consideran mayoritariamente que existe burocracia. Así también la mayoría de esta población considera que los niveles jerárquicos dentro de la organización afectan en la comunicación.²⁰

2.3. Nivel Local

- Martínez Cuba, W. (2010), en su tesis el desempeño laboral en la ciudad de tingo maría 2010, tesis de la Universidad Nacional agraria de la selva Tingo María – Huánuco. Conclusiones: Concluyo Tanto el Gobierno Nacional, como los gobiernos regionales y locales deberán hacer esfuerzos tendientes a reducir las tasas de deserción escolar en todos sus niveles, de modo que al breve plazo el País cuente con una población Joven en condiciones de asumir idóneamente puestos de trabajos idóneos y bien remunerados y por otro lado Diseñar e implementar políticas estimular la investigación y la creación y funcionamiento de proyectos piloto que permitan el acceso de los jóvenes al mercado laboral, orientados a mejorar la productividad, y termina diciendo Priorizar las metas a largo plazo en la inserción de los jóvenes a los programas y no la colocación en empleos de corto plazo. Para mejorar la mano de obra. ¹⁶
- ROJAS MUÑOZ , W. (2018). en su tesis “Factores que determinaron el desempleo en jóvenes de 15-29 años del distrito de amarilis - 2017”. Conclusiones: La Informalidad laboral es un factor determinante del desempleo de los jóvenes del distrito de Amarilis, ya que en ésta subyacen dos

elementos: la escasa calificación laboral, de un lado y la excesiva oferta de mano de obra de otro lado. La escasa calificación laboral de los jóvenes y los bajos niveles educativos en el distrito de Amarilis determinaron el desempleo, ya que más de la media poblacional es decir; el 54,1% de jóvenes en el distrito de Amarilis, no cuenta con empleo, debido a que el nivel educativo preponderante es el de secundaria 56,2%, seguido por educación primaria 38,4%, Educación técnica superior 3% y educación superior universitaria 2,4%, viendo un bajo porcentaje en cuanto a educación superior. Asimismo el 63,8% de jóvenes en el distrito de Amarilis es mano de obra no calificada. Los jóvenes que tienen “empleo” lo hacen de manera informal que no requiere necesariamente de una certificación formal, sino que privilegia el desempeño laboral, un oficio aprendido enseñado por un “Maestro” y que dependerá de las habilidades del joven para poder aprenderlo. ²²

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. La Comunicación

Fernández (1998) señala que “la comunicación es el proceso de transmitir mensajes y compartir significados por medio de símbolos. Los símbolos pueden ser lingüísticos, no verbales, pictóricos, anotaciones o de otra índole” (p.185). ¹¹ ,Así mismo Aragonés (1998) señala: La comunicación es el fundamento de las relaciones entre personas y de su actividad intelectual, cualquiera que sea su forma de expresión, que está determinada por la relación del ser humano con su entorno social en el que se identifican o enfrentan sus posiciones, utilizando un sistema de signos comunes (p.21). Según Irvine (1970, citado por James, 1997) la

“comunicación es un intercambio de información, interpretaciones, ideas, opiniones y decisiones entre los seres humanos”. (p.148).

Para James (1997) en una organización orientada hacia la calidad, la comunicación es una necesidad absoluta y gran parte de la gestión de calidad se basa directamente en la información compartida. Dicha información no puede ser compartida eficazmente, si la información disponible no es comunicada en el tiempo preciso y del modo apropiado.

De lo expuesto por el autor podemos decir que la comunicación en una organización como las instituciones educativas, es de vital importancia, por lo que es necesario que la información sea compartida y comunicada en el tiempo preciso y en el modo apropiado, es decir, con asertividad, utilizando los mecanismos adecuados y sobre todo retroalimentando cada una de las informaciones emitidas.

2.2.2. Comunicación Organizacional

Fernández (2002) la comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación.

Además el autor manifiesta que la comunicación organizacional, es un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización.

Todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. Estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación.

De acuerdo con el autor podemos decir que la comunicación organizacional en una institución educativa, es el conjunto de mensajes que fluyen entre los miembros y que de alguna manera van a influir en las opiniones y conductas tanto de los públicos internos como públicos externos. ¹²

Mass (1998 citado por Gámez, 2007) expresa que hablar de comunicación organizacional es mencionar la primera condición para que exista una institución. De la comunicación y de su adecuado manejo depende, en gran medida, el éxito de una organización, ya que es factor indispensable para posibilitar su desarrollo y mejora continua.

Dolan (2004) señala la importancia de la comunicación en las organizaciones, porque considera un factor esencial, ya que permite mantener unidas las distintas partes que conforman la misma. Así mismo, proporciona un marco adecuado para tomar y llevar a cabo las decisiones, para obtener y transmitir información; así como para modificar los objetivos y exigencias de la organización y adaptarse a un entorno cambiante y si no se presta la debida atención al proceso de comunicación en la organización puede ocurrir lo siguiente: La falta de especificaciones de funciones lo que distorsiona las relaciones entre distintas unidades orgánicas, causando conflictos interpersonales y la creación de un

sistema informal que distorsiona la realidad de los hechos, en vez de informar, debido a las carencias de la estructura formal.

2.2.3. Elementos de la comunicación

Emisor o codificador

Es «el punto de partida, la persona que comunica. Es el origen del mensaje, y a su vez será el receptor de su respuesta» (Ballenato, 2009, p.36). Mario Kaplún (1987) concibe al emisor como el comunicador del proceso, es «el que busca establecer una relación con los destinatarios de su mensaje. (...) Pero tanto como en el contenido del mensaje, pone el énfasis en el destinatario» (p.118).

Codificación

Para kaplún (1987) Es cuando «ponemos nuestra idea en palabras o en otro tipo de signos; “ciframos” nuestro mensaje, lo transformamos en signos transmisibles (p.149).

Código

Para Ballenato, (2009) Es el «Conjunto de normas sistemas de signos, símbolos y reglas común al emisor y decodificarlos» (p.36), De ese modo, «para que se logre la comunicación, el emisor debe emplear el mismo código que usa el destinatario; un código que a éste le resulte inteligible y claro» (Kaplún, 1987, p.150). Como resume Kaplún: «No hay comunicación posible sin un código común, sin identidad de códigos» (1987, p.150). Algunos ejemplos de códigos que nos brindan Kaplún (1987) y la RAE son:

- Señales de tránsito
- Notación musical

- Lenguaje político, diplomático, jurídico
- Código religioso
- “Gestos y ademanes denotan muy diferentes mensajes en cada país y región” (p.148)
- Código morse.
- Código genético.
- Código de barras.

Al receptor, que les permite formular y comprender los mensajes, codificarlos y Mensaje Es el «núcleo de información; son los contenidos elaborados y preparados para su transmisión» (Ballenato, 2009, p.36). Para Mario Kaplún (1987) hay dos tipos de mensajes abiertos y cerrados, «Diríamos que hay mensajes “vivos”, abiertos y mensajes cerrados. Los cerrados son aquellos que hablan por sí mismos, que lo dicen todo; los abiertos, los que abren un espacio a la reelaboración por parte del destinatario y activan su proceso personal de decodificación» (p.195).

Medio, Canal o Producto

Se refiere a «cualquiera de las vías o medios a través de los cuales se emite el mensaje y se transmite la información voz, teléfono, imagen, escritura, correo, módem».

Decodificación

Es cuando «el destinatario percibe –oye, ve o lee- estos signos, los entiende e interpreta, les da su sentido y registra la información; capta la idea que le hemos querido transmitir. Esto es, descifra, decodifica el mensaje» (Kaplún, 1987, p.150).

Retroalimentación

Es la «respuesta, reacción, información de retorno. Procede del receptor y permite al emisor evaluar si se ha producido algún error en la comunicación, e ir regulando progresivamente el proceso» (Ballenato, 2009, p.37). Además, «con la retroalimentación, los comunicadores pueden ajustar sus estrategias de mensajes para comunicarse de manera más efectiva» (Kreps, 1995, p.8).

Contexto

Sobre el contexto comunicativo Martha Rizo explica que está integrado por tres aspectos cultural, situacional y de urgencia.

Toda comunicación tiene lugar en un contexto, conformado por tres aspectos: cultural (marco de referencia actitudinal que la persona desarrolla durante toda su vida), situacional (todas las variables psicológicas, sociológicas y físicas) y de urgencia (necesidad de comunicar o requerimiento de una clase específica de comunicación incluye todas las presiones internas, restricciones y necesidades). (Rizo, 2012,23).

Barreras

Son los «Ruidos, barreras, interferencias, sesgos, obstáculos que dificultan la comunicación e impiden que el mensaje llegue de forma correcta o adecuada» (Ballenato, 2009, p.37). por otra parte (Kaplún, 1987) conceptualiza a barreras como, «ruido es, pues para la teoría de la información, todo lo que altera el mensaje e impide que éste llegue correcta y fielmente al destinatario; todo lo que perturba la comunicación, la obstaculiza, la interfiere o la distorsiona» (p.236).

1. Tipos de Comunicación Organizacional

Según James (1997) la comunicación en la gestión tiene dos tipos principales: verbal y no verbal.”

Comunicación Verbal: Está formada por el uso oral o escrito de las palabras para comunicar un significado. La comunicación escrita puede ser tanto interna como externa.

Comunicación Interna: Fernández (2002) señala: La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales (p. 12). Así mismo, (Thomson y Rodríguez, 2000) señalan: La calidad funcionará cuando las organizaciones se den cuenta de que la comunicación interna tiene un nuevo papel que desempeñar: ayudar a responder las necesidades del cliente. La comunicación ha de ser percibida como la responsable de mejorar la habilidad de la organización de hablar consigo misma (p.122). De lo expuesto por los autores podemos mencionar, que la comunicación organizacional, es un factor relevante para el mantenimiento de las buenas relaciones interpersonales en una organización, porque nos va permitir mantenernos informados y motivados para el logro de los objetivos institucionales y que su “calidad dependerá, en la medida que esta asuma que, la comunicación organizacional interna le va permitir mejorar y hablar consigo misma como manifiestan los autores.”

Comunicación Externa: Rodríguez (2002) señala que “la comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos” (p.12). “De lo expuesto podemos manifestar que la institución educativa es una organización, en donde la comunicación está en la esencia misma del que hacer educativo y se debe establecer los mecanismos para lograr su efectividad en el logro de los objetivos propuestos.”

2. Comunicación no verbal

Se produce cuando la comunicación tiene lugar sin la intervención de los medios orales o escritos. Es una comunicación a través de comportamientos y símbolos que determinan el significado que la persona les da en la comunicación. Las expresiones, los gestos y las posturas corporales proporcionan significados que son reconocidos instantáneamente por las personas.

a. Funciones de la Comunicación Organizacional

Para Robbins (1998) en cualquier organización o grupo, la comunicación tiene cuatro funciones centrales: controlar, motivar, expresar emociones e informar.

Las organizaciones tienen jerarquías de autoridad y lineamientos formales que deben seguir los empleados.

La comunicación alienta la motivación porque les aclara a los empleados qué deben hacer, cómo lo están haciendo y qué pueden hacer para mejorar un rendimiento deficiente. La definición de metas concretas, la retroalimentación sobre el avance logrado

hacia las metas y el reforzamiento de la conducta deseada, estimulan la motivación y requieren que exista comunicación.

La comunicación se convierte en una puerta de expresión emocional de sentimientos y de realización de las necesidades sociales.

La última función de la comunicación se refiere al papel que desempeña cuando facilita decisiones. Ya que, mediante la transmisión de datos para identificar y evaluar las posibles opciones, proporciona la información que necesitan las personas y los grupos para tomar decisiones. Canales Organizacionales de Comunicación. Los mensajes en las organizaciones viajan en muchos canales o rutas diferentes. Los canales de comunicación pueden ser formales o informales y dividirse en categorías determinadas por la dirección que siguen. Hersey (1998) ha investigado cinco sistemas básicos de comunicación interna en las organizaciones: comunicación descendente, ascendente, horizontal, por rumores y en redes. Los cinco sistemas se clasifican en canales de comunicaciones formales e informales.

b. Canales de Comunicación Formales Organización

Los canales de comunicación formal son las rutas oficiales para enviar Información dentro y fuera de la organización. Dentro de estos canales tenemos:

1. Comunicación Descendente

Es la más común. La información fluye hacia abajo en la estructura jerárquica de la organización, su medio de uso es el escrito y trasmite, indicaciones concretas, perfil del puesto, políticas y objetivos, retroalimentación e información ideológica. El contenido de esta comunicación es toda aquella información que ayude a las personas a comprender mejor su función y la de los demás; que incremente el sentido de solidaridad en la empresa; y que refuerce la motivación y autoestima de los trabajadores.”

En primer lugar, la comunicación descendente debe informar a los empleados sobre aspectos como:

- Cuál es la función de la organización,
- Cuáles son sus objetivos,
- Actividades y organización.

Cuál es su lugar orgánico, qué lugar ocupa en la organización y quién es su superior y su supervisor inmediato, ante quien es responsable.

La comunicación descendente puede realizarse directamente desde el superior jerárquico más alto a todos los componentes de la organización, pero esta situación, en una empresa mediana o grande, es prácticamente imposible, por lo que, en la mayoría de los casos la información va llegando en cascada a través de los mandos intermedios, lo que puede dar lugar a que el mensaje final pueda estar desvirtuado con respecto al original.

Una forma peculiar de comunicación descendente es la evaluación del desempeño, es decir, la información a los empleados y subordinados del grado de calidad y cantidad en la realización de sus funciones. Para que la evaluación sea correcta, ha de cumplir las siguientes condiciones: Estar relacionada con el trabajo. Evaluar el trabajo, no la persona. Oportuna en el tiempo. La mejor evaluación es la que se realiza inmediatamente después de terminar la tarea.”

Debe ser específica, en el sentido que debe decir exactamente lo que está mal, evitando las vaguedades como: no sirve para nada, está mal hecho, etc. También, debe ser objetiva, basarse en aspectos observables y comprobables. Deseada, que el subordinado la desee como medio para mejorar y porque no le supone un conflicto al cumplir las condiciones anteriores y confirmar de que se ha entendido. Asegurándose de que el subordinado ha entendido lo que le hemos indicado y sabrá hacerlo bien en posteriores ocasiones.

2. Comunicación Ascendente

Puede ser verbal, no verbal o escrita, brinda retroinformación y no información cotidiana. El líder eficaz se asegura que la comunicación sea honesta y clara. Es aquella que discurre hacia arriba en la estructura jerárquica de la organización. Incluye la comunicación a los superiores de opiniones, sugerencias, ideas, propuestas quejas, y problemas de los empleados. Sería la retroalimentación de la comunicación descendente.

3. Comunicación Horizontal

Es la información entre grupos de trabajo o personas que están al mismo nivel jerárquico, es menos formal, y se difunde con amplitud y rapidez en tiempos de crisis. Es en este tipo de comunicación donde es más factible que aparezca la comunicación informal.

2.2.4. Comunicación Promocional

La Comunicación Promocional, es un conjunto de técnicas que facilitan a las instituciones la posibilidad de insertarse, de manera diferenciada, en un entorno altamente competitivo como el que actualmente existe en el mercado a nivel mundial, al darle promoción a las mercancías que ofrecen las entidades a su público, con el consiguiente ejercicio mercantil.

La Comunicación Promocional es posible definirla como el empleo de todas las técnicas comunicativas que permiten a las empresas emitir mensajes con objetivos comerciales, Según dice (Billorou 1996; citado en Benedit, 2008) a una audiencia real o potencialmente interesada en la adquisición de mercancías para satisfacer necesidades.

Esta definición requiere de una mayor precisión, por cuanto ha de declarar el campo comercial específico al que alude; es decir, si se trata del mercado de bienes, del mercado de los servicios o a ambos. En realidad, la Comunicación Promocional incluye a todo tipo de propósito comercial. Para comunicarse con sus disímiles públicos, las instituciones emplean distintas modalidades comunicativas, que constituyen la plataforma para todo lo que se ejecuta en materia de comunicación, tanto dentro como fuera de la misma.

Porque de lo que se trata es, como dice Rivero, M (2005), disponer de un instrumento promocional “para comunicar la existencia del producto y el servicio, dar a conocer sus características, ventajas, necesidades que satisface, persuadir al comprador potencial de los beneficios que reporta ese producto o servicio ofrecido y, en definitiva, tratar de estimular la demanda.” (TORRES GONZÁLEZ, s.f.) ⁴

Tales funciones están contenidas en la Comunicación Promocional, como herramienta capaz de servir de vehículos empresariales en materia de divulgación acerca de los bienes o servicios que ponen a disposición de los públicos, a fin de que decidan la adquisición de ellos para satisfacer necesidades.

Medio de Comunicación se hace una referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o de comunicación.

Medios Televisivos

La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes y sonido a distancia que simulan movimiento, que emplea un mecanismo de difusión. La transmisión puede ser efectuada por medio de ondas de radio, por redes de televisión por cable, televisión por satélite o IPTV, los que existen en modalidades abierta y pago.

Radio

La radio es un medio de comunicación masivo que permite la transmisión entre quienes están encargados de la realización de un programa radial y la sociedad, de manera tal que se pueda establecer una dinámica informativa.

Medios impresos

Los periódicos son medios de comunicación escrita, que deben su nombre a ser escritas de manera periódica en intervalos de tiempo fijos. Así los diarios, semanarios y anuarios eran tipos de publicaciones periódicas de periodicidad diaria, semanal y anual. Los diarios por su alta periodicidad han sido usados básicamente para temas de actualidad cotidianos y en menor medida para el análisis de cuestiones sociales relevantes.

Redes Sociales

Dentro de la variedad de formas de comunicación basadas en internet, algunas redes sociales virtuales como Twitter y Facebook han probado funcionar como maneras usadas por un gran número de individuos para mantenerse informados sobre la actualidad cotidiana, e incluso como medio de filtraje y selección de mensajes relevantes.

2.2.5. Comunicación Didáctica

La comunicación didáctica es aquella que tiene como objetivo modificar el SABER, el SABER HACER, el SER y el ESTAR del capacitado, es decir, modificar sus conocimientos, sus destrezas, sus habilidades y sus actitudes. Hay que tener en cuenta que no es posible que se produzca ningún tipo de formación sin que exista un proceso de comunicación.

La comunicación didáctica se realiza entre el profesor y el alumno. Ésta puede efectuarse cara a cara, mediante un texto, utilizando métodos audiovisuales o a través de una combinación de algunos o todos los anteriores.

Para establecer una correcta comunicación didáctica, es necesario que se cumplan unos requisitos mínimos. Algunos de ellos son:

- ✓ Determinar la estrategia y las tácticas didácticas que vamos a seguir en la enseñanza-aprendizaje.
- ✓ Experimentar el curso.
- ✓ Seleccionar y comprobar los medios didácticos más adecuados para efectuar la comunicación didáctica.
- ✓ Establecer las características de los alumnos y del grupo a quienes se les impartirá el curso.
- ✓ Tener claros todos los objetivos que queremos alcanzar mediante el curso. ¹⁰

a. Importancia del docente en el proceso comunicativo

En la comunicación didáctica, el docente, emisor del mensaje, es factor fundamental como realizador del principio activo de la intencionalidad de la educación; en consecuencia, es de su estricta responsabilidad la atención a los diversos elementos o componentes que, unidos e interactuando, influyen en los mensajes que envía, para evitar así que se produzcan "ruidos" que puedan alterar o perturbar la "alta fidelidad" que debe caracterizar su comunicación. A tal efecto, son de la mayor importancia:

Las habilidades que posea el docente. Como fuente del mensaje, el docente debe poseer habilidades para codificar el mensaje, propósito de la comunicación;

Sus actitudes. La manera de comportarse (ajuste de la conducta a una situación específica), es también importante en el proceso de la comunicación didáctica, ya que muchas veces la parte más signifi-

cativa y persuasiva de la comunicación es la parte no verbal, tal como la forma de hablar, el tono, las expresiones corporales y faciales, los gestos, la postura, etc. Un mensaje emitido por un docente autoritario, descontento, apático, tiende a fallar; mientras que un mensaje emitido por un docente optimista, entusiasta, sincero, alegre y dialógico, tiende a ser efectivo. De igual manera, cuando la comunicación didáctica se establece de modo indirecto, es de singular importancia la claridad y buen uso del lenguaje empleado, así como el control de cualquier interferencia o ruido en el canal que se utilice para la emisión del mensaje;

Su nivel de conocimiento. Es también importante el conocimiento profundo que posea el docente sobre el tema objeto de la comunicación didáctica, así como su actitud hacia el tema o asignatura objeto de su comunicación, ya que si interés o inclinación al término es positivo, la comunicación didáctica tenderá al fracaso;

2.2.6. Programa de Capacitación

Hay muchos conceptos sobre programas de capacitación para Chiavenato (1998) lo conceptualiza a un programa de capacitación como “un proceso a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas obtienen conocimientos, aptitudes, y habilidades en función de objetivos definidos” (p. 418). De este modo, la capacitación se da por lapsos cortos, pero puede ser continua y facilita la formación integral del individuo con unos propósitos definidos. Y por otro lado Gue-

rrero J. (2015) define al programa de capacitación como un proceso estructurado y organizado por medio del cual se suministra información y se proporcionan habilidades a una persona para que desempeñe a satisfacción un trabajo determinado.

- **Participación de los jóvenes a los programas**

Son acciones de elección que realizan los jóvenes en un determinado programa social, en forma voluntaria y por decisión del interés propio. Con ello precisamos que en la ciudad de Huánuco existen programas sociales que están dirigidos a personas jóvenes, mayores, niños, y ancianas con diferentes formas de brindar el servicio de apoyo. Por su parte el Programa de Capacitación Juvenil “Jóvenes Productivos” tuvo en su mayor proporción la participación de jóvenes de las edades de 15 a 29 años para obtener los beneficios de capacitación e inserción al campo laboral de esta ciudad.

2.2.7. Pobreza

- **Pobreza en la Juventud**

Tres de cada diez peruanos son adolescentes y jóvenes (entre los 15 y los 29 años), más de 8 millones en total. Ellos son una fuerza creativa y transformadora que tiene un enorme potencial para impulsar el desarrollo económico y social del país y contribuir a reducir la pobreza y la desigualdad. Para asegurar su bienestar y capitalizar este valioso recurso, es fundamental garantizarles las oportunidades y las herramientas necesarias para que desarrollen todo su potencial.

En los últimos quince años, la pobreza monetaria extrema se ha reducido a menos de la mitad en la población adolescente y joven entre

los 15 y 29 años, al igual que en todos los otros grupos de edad. Sin embargo, 1 de cada 5 jóvenes aún es pobre.

Existe una mayor proporción de adolescentes y jóvenes mujeres que experimenta pobreza monetaria en comparación con sus pares hombres. Por lugar de residencia, son las y los jóvenes de las zonas rurales quienes presentan los niveles más altos de pobreza, especialmente los adolescentes entre los 15 y los 19 años (SENAJU, UNFPA 2016).²³

- **Reducción de pobreza**

En términos absolutos la reducción de la pobreza ha sido mayor en zonas rurales que en las zonas urbanas (partían de una base más alta), pero la intensidad de la caída ha sido mayor en las ciudades (cuando el cálculo se corrige por esta distorsión). Si bien entre 2004 y 2014 la pobreza rural se redujo en 37 puntos porcentuales (desde 83% hasta 46%) frente a los 33 puntos de las zonas urbanas (desde 48% hasta 15%), hoy la pobreza rural es la mitad que hace 10 años, mientras que la pobreza urbana es apenas un tercio. Distintas mediciones arrojan que al menos alrededor del 70% de la caída de la pobreza en la década se debe a un aumento en el ingreso promedio de las personas derivado del crecimiento de la economía.

Lo anterior no debería sorprender ya que la capacidad de inclusión social que tiene crecimiento del aparato productivo depende críticamente del grado de articulación económica del territorio, siendo las zonas urbanas donde esta característica es más clara. Por ello, el hecho que el Perú como territorio sea más urbano que en el pasado en

parte explica la mayor relevancia que ha tenido el crecimiento en la reducción de la pobreza de las familias asentadas en él. Al año 2014, un 75% de la población peruana vive en ciudades (de diferente tamaño e importancia) a lo largo de una estructura compleja de dependencia económica que va desde una metrópoli consolidada (Lima), tres en proceso de consolidación (Arequipa, Trujillo, Chiclayo), 10 ciudades mayores (sobre todo en la sierra), 7 ciudades intermedias (sobre todo en la costa) y 13 ciudades menores; las cuales se articulan con un entorno urbano-marginal y semi - rural (sobre todo en la costa) y en menor medida con los espacios rurales concentrados (sobre todo en la sierra). Junto con ello, coexiste una pirámide poblacional en evolución cuya base (población hasta los 15 años) es cada vez más delgada cediendo terreno, sobre todo, al segmento medio (entre 25 y 55 años). El cambio no es menor ya que determina una oferta laboral más amplia lo cual junto con el proceso de urbanización y crecimiento económico comentado determina mercados de trabajo urbano más dinámicos.

De igual modo, el gasto social en el Perú ha aumentado (a pesar que sigue siendo uno de los más bajos en América Latina). Usando diferentes definiciones de gasto social (educación, salud, protección social) o infraestructura social (saneamiento, transporte, vivienda) se puede identificar un aumento promedio anual de alrededor del 9% en términos reales en los últimos cinco años (periodo en que las estadísticas oficiales permiten datos comparables entre sí). Este aumento ha sido superior al crecimiento económico lo que ha permitido que la importancia del sector social en términos de PBI también aumente. En

concreto, si es que el gasto social en el año 2009 era ligeramente superior al 9%, para el año 2014 este gasto superaba el 10.5%. El vínculo del gasto social con la reducción de la pobreza monetaria es más tenue y, aunque tiende a sustentar en parte los efectos redistributivos del crecimiento, es mejor compararlo con progresos a nivel de brechas de cobertura concretas. Por ejemplo, con el aumento de 54% a 77% en la cobertura de educación inicial en zonas rurales entre 2009 y 2014 o en el incremento en el acceso a agua potable de 36% a 64% de los hogares en estas mismas zonas, en el mismo periodo. Por ello, al cambiar la definición de pobreza y analizarla más bien bajo un enfoque no monetario, se pueden identificar tendencias similares aunque menos pronunciadas. La pobreza medida por Necesidades Básicas Insatisfechas (condiciones de vivienda, acceso a servicios sociales, cobertura de educación, entre otras) se ha reducido 15 puntos entre 2004 y 2014 (desde 35% hasta 20%).

2.2.8. Estudio del programa Nacional de capacitación de empleo juvenil "Jóvenes Productivos"

A. Reseña histórica del Programa Jóvenes Productivos

En Perú se encuentran programas antecedentes de capacitación laboral bajo la misma normativa sólo con el cambio de denominación. Se hace una reseña del mismo bajo el estudio de Saavedra & Chacaltana (2000):

Antecedentes

El Programa de Capacitación Laboral Juvenil Pro Joven se creó a mediados de 1996 por iniciativa del Ministerio de Trabajo y Promoción

Social de Perú, con dos objetivos fundamentales: mejorar las oportunidades de empleo de los jóvenes, especialmente de escasos recursos, y dinamizar el sistema de capacitación en el país, mejorando la calidad técnica del diseño e implementación de cursos de capacitación ocupacional.

El programa consistía básicamente en financiar la capacitación teórica y práctica de un grupo de beneficiarios pertenecientes a una determinada población objetivo. Para ello PRO Joven convoca a entidades de capacitación (ECAPs) para que organicen los cursos en los cuales participaran los beneficiarios del programa. Cabe destacar que el diseño de PROJoven incentiva a que las ECAPs diseñen cursos en función de los requerimientos de las empresas y de las características de los beneficiarios.

Fases

La fase lectiva de la capacitación de los beneficiarios se desarrolla directamente en las ECAPs, y tiene una duración promedio de tres meses. Es financiada completamente por PROJoven e incluye una subvención mensual al beneficiario para gastos de movilidad, refrigerio y un seguro médico.

Luego de la fase lectiva, los beneficiarios realizan una práctica laboral en una empresa bajo la modalidad contractual de convenio de formación laboral juvenil. Esta fase práctica tiene una duración mínima de tres meses, durante los cuales las empresas pagan una subvención a los alumnos o beneficiarios. Las mujeres con hijos menores de cinco años reciben un subsidio por cuenta del programa.

B. Población objetivo

La población objetivo de la cual provienen los beneficiarios del programa está compuesta por jóvenes de ambos sexos, de 16 a 24 años, de escasos recursos familiares o en situación de pobreza, con bajos niveles de escolaridad y que se encuentren desempleados o subempleados. A través de un proceso de acreditación PRO Joven asegura el cumplimiento de estos requisitos en el grupo de beneficiarios del programa (p. 152). Luego el 20 de Agosto de 2011, mediante el Decreto Supremo N°013-2011-TR, modificado por Decreto Supremo N°004-2012-TR, se creó el Programa Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes a la Obra", el cual se establece sobre la base de la Unidad Ejecutora 002 Capacitación Laboral Juvenil PROJOVEN. Por último, mediante Decreto Supremo N°004-2015-TR de fecha 06 de mayo de 2015, se realiza la modificación por la de Programa Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos". Con esta nueva denominación a partir del gobierno del presidente Ollanta Humala. Es un programa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo que facilita el acceso de los jóvenes al mercado laboral formal a través de capacitación laboral, asistencia técnica para el emprendimiento e intermediación laboral.

En el marco del nuevo gobierno, "Jóvenes Productivos" no sólo busca la inclusión de los jóvenes vulnerables, discriminados por su condición de etnia, género y/o discapacidad sino, también, busca la "inclusión laboral" de los jóvenes rurales y urbanos con esta nueva estrategia de intervención.

Descripción

Jóvenes Productivos es un programa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo que facilita el acceso de los jóvenes al mercado laboral formal a través de capacitación laboral, asistencia técnica para el emprendimiento e intermediación laboral. Brinda formación laboral gratuita. Facilita el acceso al mercado laboral de los jóvenes. Apoya el emprendimiento juvenil. Desarrolla capacidades para la generación de negocios en zonas urbanas y rurales. Jóvenes Productivos interviene a nivel nacional, atendiendo los distritos más pobres del país.

C. Institucionalidad

Es un programa Nacional de Empleo Juvenil que pertenece al Ministerio de Trabajo y promoción del Empleo que tiene como Misión Promover empleo decente y productivo así como el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales de la población Juvenil y como Visión buscan consolidar una “Ciudadanía altamente empleable, protegida en sus derechos laborales, que se desenvuelve en un entorno que contribuye al desarrollo sostenible e inclusivo del país. Los beneficiarios de este Programa son los Jóvenes Pobres y de extrema Pobreza.

D. Características

Según Julián Pérez Porto, es una cualidad que permite identificar a algo o alguien, distinguiéndolo de sus semejantes. Puede tratarse de cuestiones vinculadas al temperamento, la personalidad o lo simbólico. Compartiendo el concepto de este Autor las características del programa “Jóvenes Productivos” en comparación a otros programas de capacitación son:

- Capacita a jóvenes de 15 a 29 años
- Son jóvenes Pobres y de Extrema Pobreza
- Capacita dictando Cursos.
- Busca empleabilidad de jóvenes Pobres
- Brinda apoyo con refrigerios, comidas y pasajes a los jóvenes que se capacita.
- Facilita certificados de capacitación.
- Por ultimo inserta al campo laboral a los jóvenes.

E. Corresponsabilidades y compromisos

Según los Autores Julián Pérez Porto y Ana Gardey Compromiso se utiliza para describir a una obligación que se ha contraído o a una palabra ya dada. "Jóvenes Productivos" Programa que tiene aliados con entidades Públicas, Privadas y Autoridades, para mejorar la calidad de vida de los Jóvenes Pobres y de Extrema Pobreza, de esta manera lograr la inserción laboral en empresas con sueldos dignos y estables.

F. Cobertura

El programa de capacitación en sede Huánuco "Jóvenes Productivos" viene desarrollando a nivel de la Región de Huánuco: Huánuco Distrito, provincias de Yarowilca, Pachitea, Leoncio Prado y Huamiles.

2.2.9. Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil "Jóvenes Productivos" en la ciudad de Huánuco.

El programa de capacitación "Jóvenes Productivos" se viene desarrollando en la ciudad Huánuco, Mediante el Decreto Supremo N.º 004-2015-TR, de fecha seis de mayo de 2015, se aprueba el cambio de

la denominación del Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes a la Obra” por la de Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”. Desde ese año el Programa Jóvenes Productivos viene realizando capacitaciones a centenares de jóvenes en la ciudad de Huánuco y provincias.

- La comunicación y participación de los capacitados y responsables del programa

Los jóvenes luego de estar inscritos y acreditados para ser capacitados por el Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos” asisten a sus clases respetando el horario establecido por el programa. Por otra parte los responsables del programa incentivan a los jóvenes para que sigan asistiendo a sus clases con:

- ✓ Materiales de Estudio
- ✓ Pasajes
- ✓ Refrigerios
- ✓ Almuerzo
- ✓ Certificados de estudio.

2.2.10. Inserción laboral de los jóvenes

A. Teorías de la Inserción Laboral de los Jóvenes

Según Chacaltana (2014) los estudios empíricos sobre empleo en Perú se remontan a inicios de la década de los setenta, cuando se realizan por primera vez en el país las Encuestas de Niveles de Empleo

producidas por el Ministerio de Trabajo. Entre 1970 y 1995, estas encuestas se realizaron sólo en Lima Metropolitana - la Ciudad Capital - que concentra un tercio de la población del país y casi la mitad del mercado laboral urbano. A partir del año 1996, en el marco de un proceso de mejoramiento de encuestas, tanto en el INEI – con sus Encuestas Nacionales de Hogares (ENAHO)- como en el Ministerio de Trabajo – con sus Encuestas de Niveles de Empleo- lograron firmar un Convenio para ampliar la cobertura de esta Encuesta a Nivel Nacional Urbano y luego a nivel Nacional Total (urbano y rural). Así, entre 1996 y 2001, se aplicó en el país, en los terceros trimestres de cada año, una gran encuesta Especializada de Empleo, bajo el mencionado convenio, lo cual constituyó un avance para todo fin práctico de la estadística del mercado laboral. Lamentablemente, a partir del año 2002, ese convenio no fue renovado y actualmente cada institución el INEI y el Ministerio de Trabajo realizan encuestas de empleo cada una por su cuenta, con coberturas y cuestionarios diferentes. Así pues, en la actualidad tenemos una diversidad de disponibilidad de datos, paralelos, y a veces diferentes entre sí, sobre el empleo en el país. Debido a esta realidad estadística nacional, la primera decisión que tuvimos que tomar fue cuál base de datos tomar. Observamos que la mejor encuesta laboral, desde el punto de vista del contenido del cuestionario, es la Encuesta Especializada en Empleo, que otra vez está ejecutando el Ministerio de Trabajo en Lima y algunas ciudades del país. Esta encuesta permite solamente el análisis de dos tipos de series comparativas:

Las series para Lima Metropolitana para el periodo 1970-2002 y las series para el Perú Urbano para el periodo 1996-2001. El interés en esta sección es observar cambios tanto de corto como de mediano plazo en el mercado laboral, razón por la cual optamos por analizar principalmente la serie de encuestas especializadas de Lima Metropolitana. Sin embargo, en el anexo, repetimos los cuadros más importantes de este análisis para el nivel nacional urbano. En la presente sección, presentamos una revisión panorámica de aquellos temas en los que más se ha incidido en la literatura sobre empleo juvenil en años recientes y enfatizamos en la discusión de temas nuevos que aparecen en esta revisión de cifras. Los grandes temas a analizar serán tres:

- La conformación de la oferta laboral en términos de la demografía y la participación laboral;
- La relación entre educación, capacitación y empleo; y
- Los resultados más importantes del mercado laboral: niveles de empleo, condiciones de trabajo, ingresos y desempleo.

B. Teorías del Empleo Juvenil

Según (Huamán, 2015) la noción de desempleo es una construcción, y como tal ha variado a lo largo de la historia y evolución del pensamiento social, económico y político. Por cierto, cada país posee una etimología originaria distinta, que “Frecuentemente tiene una connotación despreciativa e irónica”. El desempleo parece ser algo objetivo con personas de carne y hueso que la padecen los cuales requieren apoyo de parte de la sociedad a través de los Programas que el Estado pueda elaborar. No obstante, sea cual sea concepción definitiva se

trata de un fenómeno evidente que está presente hoy a escala mundial, que incide fuertemente en la organización de las sociedades y en la construcción de proyectos de vida y laboral a nivel individual.

C. Inserción Laboral de los Jóvenes

Según Weller (2007) manifiesta que las debilidades de la inserción laboral de los jóvenes afectan no solamente su propio bienestar, sino también algunos elementos clave del desarrollo socioeconómico en general. Este artículo examina las circunstancias, orígenes y consecuencias de estas debilidades y revisa la información estadística sobre la evolución reciente de las variables laborales juveniles. Las cifras muestran que la situación laboral de los jóvenes empeoró en términos absolutos, en sintonía con el deterioro de los mercados laborales en general, y que, contrariamente a ciertas expectativas, tampoco mejoró en términos relativos. Se observa también una gran heterogeneidad de condiciones laborales, según el nivel educativo, el género y las características del hogar, entre otras cosas. El artículo identifica asimismo una serie de tensiones entre la subjetividad de los jóvenes y la realidad del mercado de trabajo, y pasa revista a opciones para mejorar la inserción laboral juvenil en torno a los temas de empleabilidad, equidad de género, espíritu emprendedor y creación de empleo. ²⁷

D. Clasificación de los Programas de Capacitación para la Inserción laboral de los Jóvenes

Esta categoría comprende programas como Juventud y Empleo de República Dominicana, Jóvenes en Acción de Colombia, PROjoven de Perú, Proyecto Joven de Argentina y Procajoven de Panamá. Si bien

estos programas difieren en cuanto a su diseño, por lo general comparten los elementos que se describen a continuación:

✓ **Ofrecen capacitación en aula y entrenamiento en firma:**

Estos programas prestan en una primera fase, cursos de capacitación en aula que usualmente duran dos a tres meses y, si bien son financiados por el gobierno, son ofrecidos en centros privados de entrenamiento. Generalmente, se trata de cursos técnicos o vocacionales orientados a profesiones como camarero, auxiliar contable, estilista de belleza u operario en el sector de maquila. En la mayoría de los casos, también se ofrecen cursos de formación en capacidades blandas, conocidas también como capacidades socioemocionales, que incluyen habilidades para el trabajo en grupo, el liderazgo y el planteamiento del trabajo. Una vez que 40 han completado los cursos, los jóvenes participantes realizan una pasantía en alguna de las firmas que previamente han sido ubicadas y contactadas por los mismos centros de capacitación que ofrecieron los cursos. Durante las pasantías, los jóvenes reciben entrenamiento dentro de la firma en los oficios en los cuales han recibido capacitación técnica en aula, complementando así en forma práctica la formación recibida anteriormente en las aulas. Las pasantías duran aproximadamente de uno a tres meses, y en ese período los centros de entrenamiento están obligados contractualmente a brindar supervisión y asistencia a los jóvenes. En la mayoría de los casos, las empresas que participan en estos programas no tienen la obligación contractual de remunerar a los jóvenes durante la fase de pasantía ni de contratarlos

luego de la pasantía. En cambio, los administradores del programa otorgan a los jóvenes pasantes un estipendio para cubrir sus gastos de transporte y refrigerio, un seguro médico y un seguro contra accidentes. (p. 12).

✓ **Delegan Buena Parte de la Gestión en Centros Privados de Capacitación:**

Si bien en la mayoría de los casos los Ministerios o las Secretarías de Trabajo son responsables de la implementación de los programas, ciertos aspectos fundamentales de la operación son delegados en los centros privados de capacitación laboral. Los centros tienen la responsabilidad de atraer a los jóvenes, diseñar y suministrar los cursos de capacitación, y ubicar a las firmas en las cuales los jóvenes realizarán las pasantías. El número de centros participantes generalmente es alto y la calidad de sus servicios usualmente es heterogénea. De este modo, la gestión de los organismos gubernamentales se limita al apoyo técnico y la supervisión. (p. 13).

✓ **La Orientación a la Demanda funciona a través de cartas de Intención:**

Estos programas introducen herramientas para que los contenidos de los cursos respondan a las demandas del sector productivo Ibararán y Shady (2014). Específicamente, los administradores de los programas solicitan a los centros de entrenamiento una prueba de que, al diseñar los cursos de capacitación, consultaron las necesidades de las empresas. En la práctica, esta prueba usualmente

consiste en una “Carta de Intención” en la cual las empresas explícitamente aceptan recibir a un número determinado de pasantes y manifiestan que los contenidos de los cursos responden a sus requerimientos de formación del personal.

✓ **Se dirigen a Jóvenes de Estratos Socioeconómicos Bajos:**

En la mayoría de los casos, los programas introducen herramientas de focalización o criterios de elegibilidad que limitan la oferta de servicios a jóvenes de niveles socioeconómicos bajos.

Según Fazio (2013) los programas funcionan mediante licitaciones públicas (convocatorias) que se realizan una o varias veces por año, y en las cuales las instituciones de capacitación compiten presentando propuestas de cursos. El momento en el que se realizan las convocatorias no siempre coincide con las demandas de personal de las empresas y, por el contrario, están ligadas a la disponibilidad presupuestal de los programas. (p. 14).

✓ **Dimensiones de la Inserciones para mejorar la Inserción Laboral de los Jóvenes.**

Según Borda, Gonzáles y García (2015) para avanzar significativamente en la inserción laboral de los jóvenes y enfrentar las tensiones antes identificadas es indispensable contar con un entorno macroeconómico propicio. Ningún programa que mejore la empleabilidad de los jóvenes (es decir, el desarrollo de conocimientos, habilidades y competencias para el empleo), aumente la eficiencia de la intermediación laboral o intervenga en otros aspectos de la inser-

ción en el trabajo puede tener resultados satisfactorios sin una demanda laboral dinámica, producto de tasas de crecimiento económico altas, estables y de expectativas que induzcan a las empresas a contratar más personal, sin un contexto promisorio para la creación de trabajos independientes con perspectivas de trayectorias en subida.

✓ **Dimensión de Empleabilidad**

Este apartado gira en torno a los conceptos de capital humano, capital social y capital cultural. Mientras los economistas tradicionalmente trabajan con el concepto de capital humano y recientemente han “Descubierto” el capital social, los sociólogos suelen distinguir entre el capital social y el capital cultural, el segundo de los cuales incluye los aspectos de educación, capacitación y experiencia laboral que los economistas definen como determinantes del capital humano. Aquí, en cambio, se entiende que para lograr una inserción laboral exitosa se requiere capital humano (Educación y capacitación de buena calidad), capital social (relaciones sociales basadas en la confianza, la cooperación y la reciprocidad).

✓ **Dimensión de Equidad de Género**

Existen barreras específicas que impiden el acceso de muchas mujeres al mercado laboral, sobre todo debido a obstáculos relacionados con pautas tradicionales de la división de trabajo: Las mujeres son relegadas al ámbito privado y están a cargo de la reproducción, mientras los hombres actúan en el ámbito público y son responsables del trabajo productivo. Destacan aquí, por una parte, los roles

asignados a las jóvenes de familias de escasos recursos que viven en zonas rurales, en muchos casos encargadas del cuidado de los hermanos menores u otros oficios del hogar. Y por otra, las madres jóvenes con pocos recursos de zonas urbanas, que suelen tener dificultades para encontrar y financiar servicios de atención a sus hijos durante la jornada de trabajo. Con el objetivo de garantizar la igualdad de oportunidades de género a la hora de la integración en el mundo laboral, las políticas de fomento de la inserción laboral juvenil deben considerar estas necesidades específicas de los distintos grupos de mujeres jóvenes. Cabe resaltar que la integración de los oficios del hogar y la inserción laboral no puede interpretarse como tarea exclusivamente de las mujeres.

✓ **Dimensión de Espíritu Emprendedor**

Las estructuras productivas están en proceso de rápida transformación, a lo que contribuyen en gran medida las nuevas tecnologías de información y comunicación. Estas tecnologías no solo generan y exigen una mayor flexibilidad en los mercados entre ellos, el laboral; sino que también facilitan la inserción productiva independiente con inversiones de capital mucho menores que en la pauta productiva anterior. Estas oportunidades, tecnoproductivas se ven reflejadas en el creciente interés de muchos jóvenes por tener una mayor independencia laboral, en un entorno en el que el empleo asalariado se caracteriza por una mayor precariedad e inestabilidad. En parte

recogiendo estas tendencias, recientemente se ha visto en la promoción de las microempresas y el empleo por cuenta propia una estrategia para abordar el problema del desempleo juvenil.

✓ **Dimensión de Creación de Empleo**

Si bien en algunas empresas se afirma que contratan a jóvenes con una buena formación, aunque no tengan experiencia, de hecho, para la inserción laboral de los jóvenes se suele plantear exigencias adicionales (de experiencia, conexiones personales, manejo de pautas culturales, esfuerzo individual y otras). Entonces, más allá de las correlaciones positivas a nivel agregado, muchos jóvenes perciben que la relación entre escolaridad y acceso a empleo productivo se está debilitando. Así, a los jóvenes que buscan trabajo por primera vez se les exige educación y experiencia para ingresar al mercado laboral, pero ante la falta de experiencia, no se les da la oportunidad de adquirirla. Por lo demás, las deficiencias en el funcionamiento del mercado laboral; faltan de transparencia, mecanismos de exclusión y discriminación agudizan las dificultades para que determinados grupos accedan a ese mercado. De ahí la importancia de fomentar el acceso a un primer empleo con perspectivas de una trayectoria laboral ascendente. En los últimos años han sido varios los países que han creado programas para estimular con diferentes instrumentos un primer empleo formal.

2.2.11. Deserción Laboral

Las personas en el mundo laboral se encuentran en constante movimiento, ya sea dentro de la misma empresa o con entradas y salidas de una organización a otra. Es así, como las empresas pueden caer fácilmente en la inestabilidad laboral, aspecto que genera consecuencias negativas, ya que posteriormente se agudiza cuando resulta extremadamente difícil cubrir el puesto de trabajo vacante.

a. Principales causas de la deserción laboral

Alguna de las causas más comunes y que se sitúan al interior de las organizaciones, pueden ser por desajuste entre el empleado y el jefe directo, la filosofía de la organización, el entrenamiento incorrecto del empleado, la poca remuneración salarial, las políticas de la organización que debilitan la satisfacción.

Por el trabajo (reconocimiento, evaluaciones de desempeño, asuntos de vacaciones, etc.), malas condiciones económicas y financieras de la organización, entre otros.

Sin embargo, es inevitable también, cierta cantidad de movilidad por motivos de enfermedades, accidentes, envejecimiento, muerte y otras razones personales que producen la deserción de un puesto de trabajo. Precisamente al respecto, un rete sondeo de Trabajando.com reveló que el 78% de peruanos ha renunciado alguna vez a su trabajo; de ellos, el 41% lo hizo por un mejor salario, 40% en razón de nuevos retos profesionales, mientras que un 11% lo hizo por una mala relación con sus compañeros o jefes. Un 10% lo hizo por temas de estrés y salud.

2.2.12. Informalidad de las Empresas

Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de la sociedad, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

En su acepción más amplia Empresa es toda actividad humana organizada para la consecución de un fin, sea económico o no. En su significado mercantil o económico, Empresa es una entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad.

La empresa es el sujeto o ente que promueve y dirige la actividad económica mediante la coordinación de los factores productivos, naturaleza, trabajo y capital.

Para crear un bien o servicio se requiere:

- ✓ Que alguna persona o ente conciba que se puede producir un bien o prestar un servicio.
- ✓ Que posea la aptitud para llevar a cabo la acción y disponga de los recursos necesarios.
- ✓ Si esa persona tiene la habilidad y capacidad, pero no posee los recursos necesarios forzosamente deberá buscar la cooperación de alguien que le proporcione los medios
- ✓ Empresa Privada: Es el conjunto de actividades empresariales de los particulares.

- ✓ Empresa Pública: Es la creada y sostenida por el poder público.

Contratos sin beneficios

En un intento por esbozar una definición de contrato de trabajo podemos señalar que es el acuerdo de voluntades por el cual se regula la prestación personal de servicios que efectúa una persona natural denominada trabajador, bajo subordinación o dependencia, en beneficio de otra persona, natural o jurídica, denominada empleador, a cambio de una remuneración. La referencia legal la encontramos en el art. 4º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral (LPCL), que señala: «En toda prestación personal de servicios remunerados y subordinados, se presume la existencia de un contrato de trabajo a plazo indeterminado.

Incumplimiento de acuerdos

No se cumplen los acuerdos pactados, de las empresas de la ciudad de Huánuco, con el Ministerio de Trabajo del programa de capacitación nacional de empleo juvenil jóvenes productivos.

Abuso de autoridad

El abuso de autoridad, también conocido como abuso de poder o abuso de las funciones públicas, son prácticas de intercambio social en las que se ejecuta una conducta basada en una relación de poder, jerarquizada y desigual.

En otras palabras, es una situación donde la autoridad o individuo que tiene poder sobre otro debido a su posición social, jerárquica, de conocimiento o riqueza utiliza ese poder para su beneficio.

2.3. Definición de Términos Básicos

Capacitación: es un proceso educativo a corto plazo, para mejorar la calidad de aprendizaje.

Inserción Laboral: es la labor de integrar a un individuo dentro de la sociedad empresarial para el trabajo.

Deserción Laboral: el abandono de cargo por motivos personales, oferta económica, el trato etc.

Empleabilidad: Es la suma de todas las habilidades, actitudes, conocimientos, experiencias y valores al servicio de las organizaciones o instituciones donde trabajan.

Empleo: Es la acción y el efecto de generar el trabajo y ofrecer puestos laborales.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Nivel y Tipo de Investigación

Tipo: Nuestra investigación tiene el enfoque cuantitativo, Tipo descriptiva cuyo objetivo de este tipo de investigación es únicamente establecer una descripción lo más completa posible de un fenómeno.

3.2. Diseño de Investigación

Esta investigación corresponde al estudio no experimental, diseño transversal descriptivo, que tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables.

3.3. Población y Muestra.

La población de la presente investigación abarca los 45 jóvenes capacitados y, no requiere de muestra dado que se encuestó a todo los capacitados del programa Capacitación Nacional “Jóvenes Productivos en la ciudad de Huánuco 2019. Cuya muestra es probabilístico.

3.3. Técnicas de Recojo de Datos.

La Encuesta:

Se aplicó encuesta total a jóvenes del Programa de Capacitación Nacional “Jóvenes Productivos”, que consta de 45 jóvenes con la finalidad de identificar las barreras de comunicación existentes en el programa.

La Estadística.

Ciencia que utiliza conjuntos de datos numéricos para obtener, a partir de ellos, inferencias basadas en el cálculo de probabilidades.

3.4. Instrumentos de recolección de datos, y validación de datos.

El Cuestionario

Para Bernal (2010) lo define al cuestionario que es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación (p.205).⁶

Cuadros y Gráficos Estadísticos.

Es un arreglo sistemático y ordenado de datos numéricos que son presentados por medio de una tabla, formada por columnas y filas, según ciertos criterios y donde se destacan los aspectos principales de los datos para facilitar la descripción, lectura e interpretación de los hechos estudiados.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

4.1. Procesamiento y Presentación de Datos

Para la sistematización de datos, se utilizó el procesamiento digital programa Excel, a fin de elaborar los cuadros de distribución de frecuencias y los gráficos necesarios.

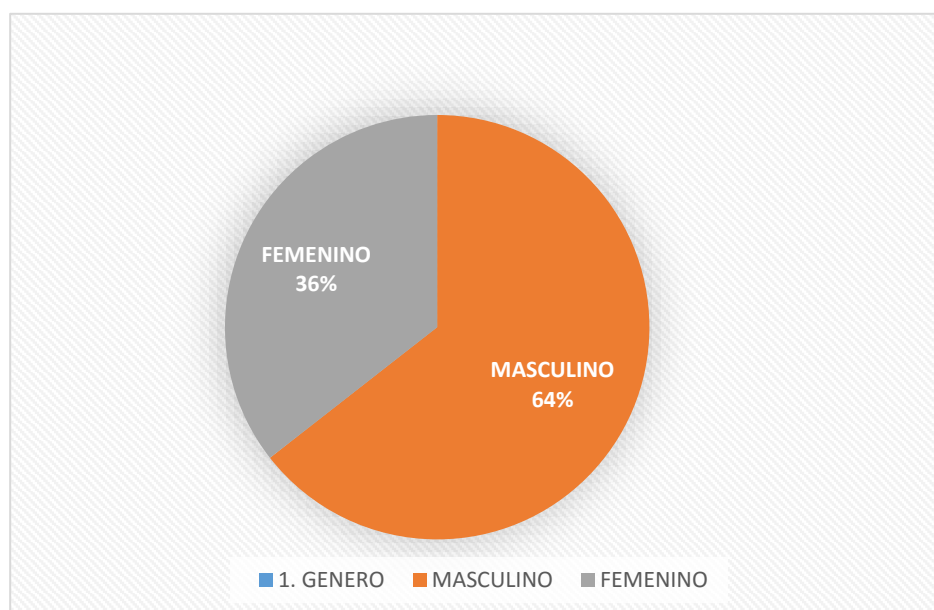
CUADRO N° 1

GENERO

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Masculino	29	36%
Femenino	6	64%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 1



INTERPRETACIÓN

- Según la distribución de la muestra por sexo del 100% de los encuestados, 64 % es masculino y el 36% femenino. Por tanto, la mayoría de las personas que participan de la capacitación nacional de empleo juvenil "Jóvenes Productivos", fueron de género masculino que representa el 64%.

CUADRO N° 2

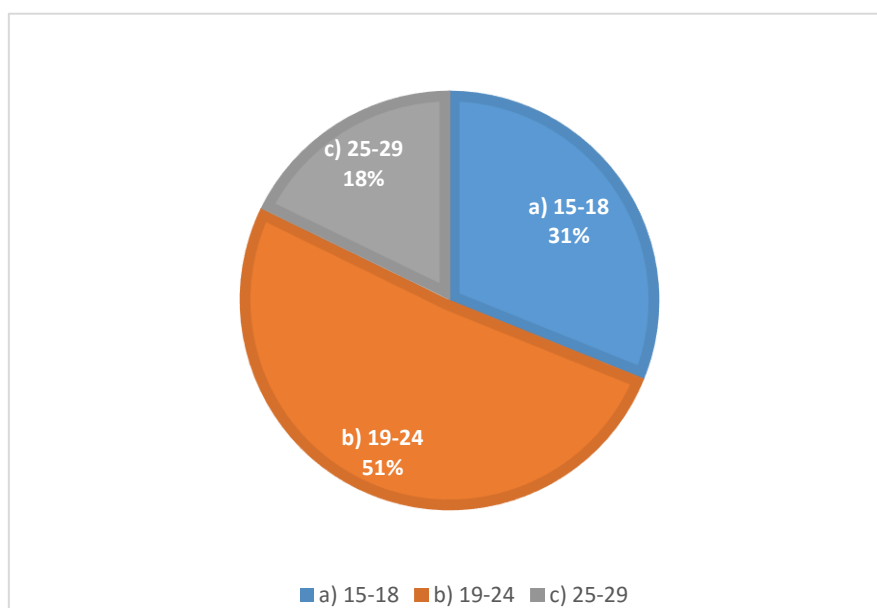
EDAD

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
15-18	14	31%
19-24	23	51%
25-29	8	18%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del programa nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 2



INTERPRETACIÓN

- Según la distribución de la muestra por edad del 100% de los encuestados, el 51% es de 19-24 años, 31% de 15-18 años, 18% de 25-29 años. Por tanto, la mayoría de las jóvenes que participaron de la capacitación nacional de empleo juvenil "Jóvenes Productivos", de acuerdo a las encuestas realizado son de edades de 19-24 años que representa un 51% seguido las personas de 15 a 18 años que representa el 31%, y 25 a 29 años de edad representa el 18%.

CUADRO N° 3

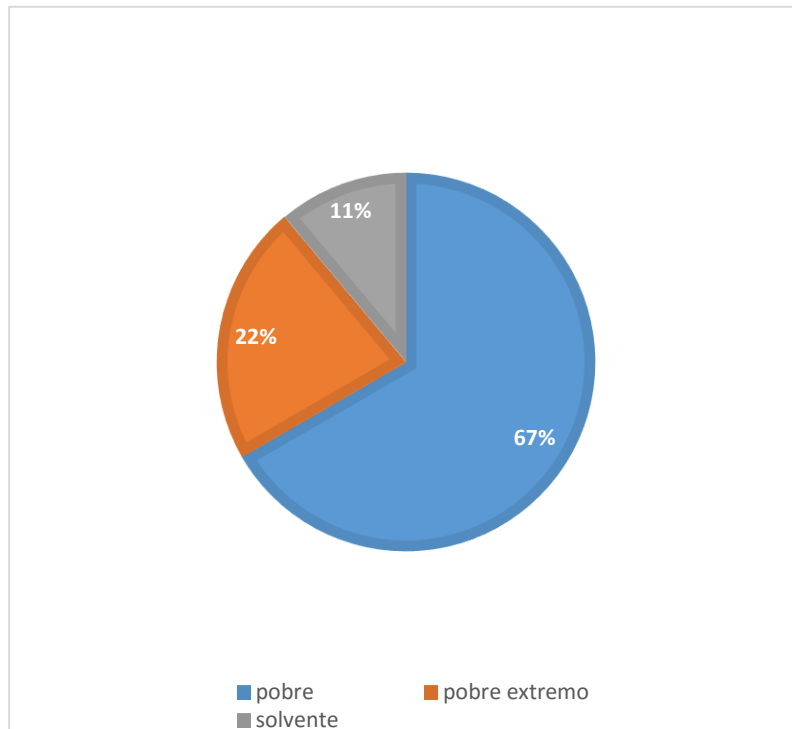
¿ECONÓMICAMENTE, EN QUE CONDICIÓN SE CONSIDERA USTED?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Pobre	30	64%
Pobre extremo	10	22%
c) Solvente	5	11%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 3



INTERPRETACIÓN

- Según la distribución de la muestra por edad del 100% de los encuestados, el 67% de jóvenes indican ser pobres, el 22% indicaron ser de extrema pobreza, mientras un 11 % respondieron ser de condición económica Solvente.

CUADRO N° 4

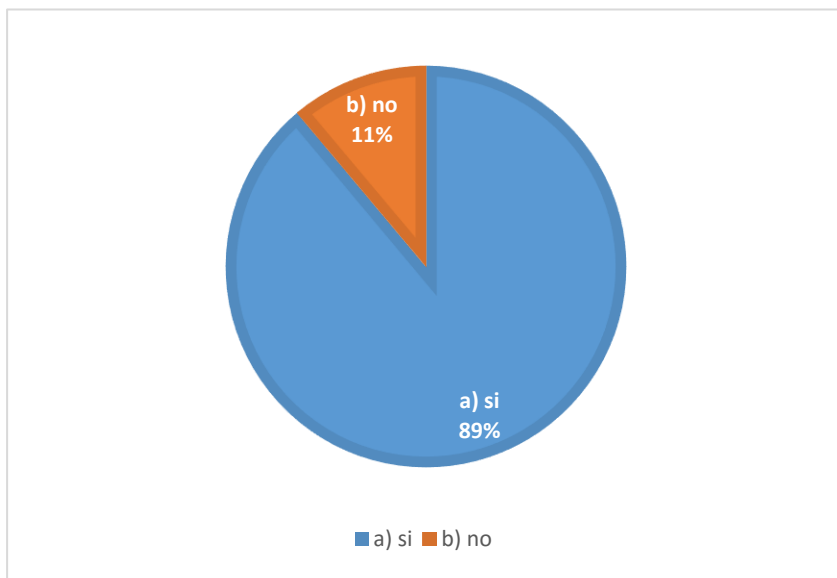
¿TIENE CONOCIMIENTOS PREVIOS SOBRE LOS CURSOS QUE DICTA EL PROGRAMA JÓVENES PRODUCTIVOS?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Si	40	89%
No	5	11%
Total		100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 4



INTERPRETACIÓN

- De acuerdo al gráfico N° 4, del 100% de los encuestados el 89% indicaron que sí, mientras el 11% manifestaron no tienen conocimientos previos sobre los cursos que se dictan en el programa nacional de empleo juvenil “Jóvenes Productivos”.

CUADRO N° 5

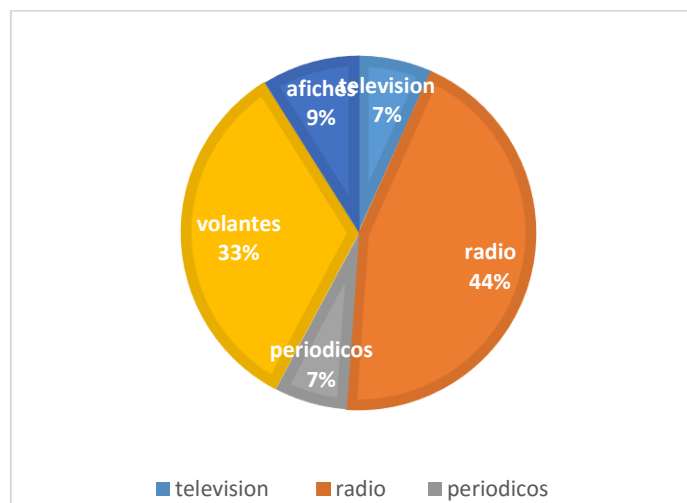
¿PORQUE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE ENTERÓ DEL PROGRAMA NACIONAL DE EMPLEO JUVENIL "JÓVENES PRODUCTIVOS"?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
TELEVISIÓN	3	7%
RADIO	20	44%
PERIÓDICOS	3	7%
VOLANTES	15	33%
AFICHES	4	9%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil "Jóvenes Productivos"

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 5



INTERPRETACIÓN

- Según la distribución de la muestra, se obtuvo que un 44% de jóvenes escucharon los beneficios que ofrece el programa por la radio; mientras que el 33% se enteraron por volantes, un 9% vieron la promoción en afiches y 7% en la televisión y 7% en periódicos.

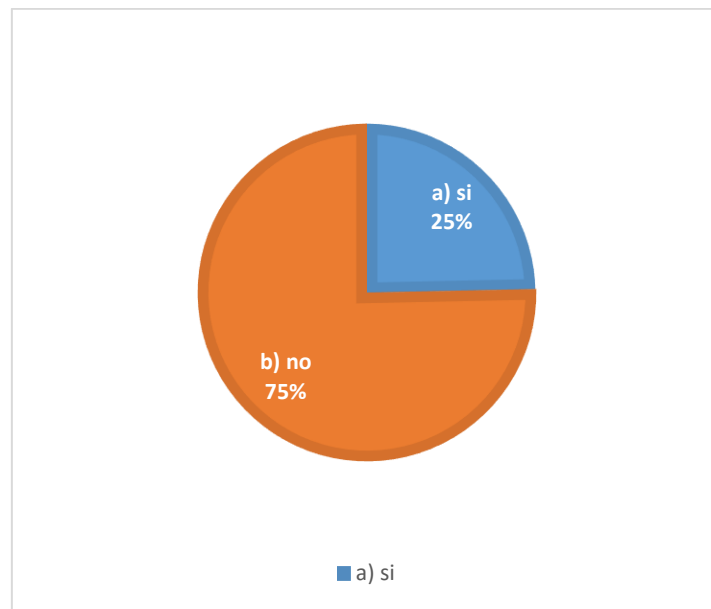
CUADRO N° 6

¿VERIFICARON SU VIVIENDA LOS REPRESENTANTES DEL PROGRAMA NACIONAL DE EMPLEO JUVENIL “JÓVENES PRODUCTIVOS”?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	15	25%
NO	30	75%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 6



INTERPRETACIÓN

- Según la distribución de la muestra del 100% de encuestados; el 75% de jóvenes indicaron no, el 25% manifestaron sí verificaron su vivienda los focalizadores del programa nacional de empleo juvenil “Jóvenes Productivos”.

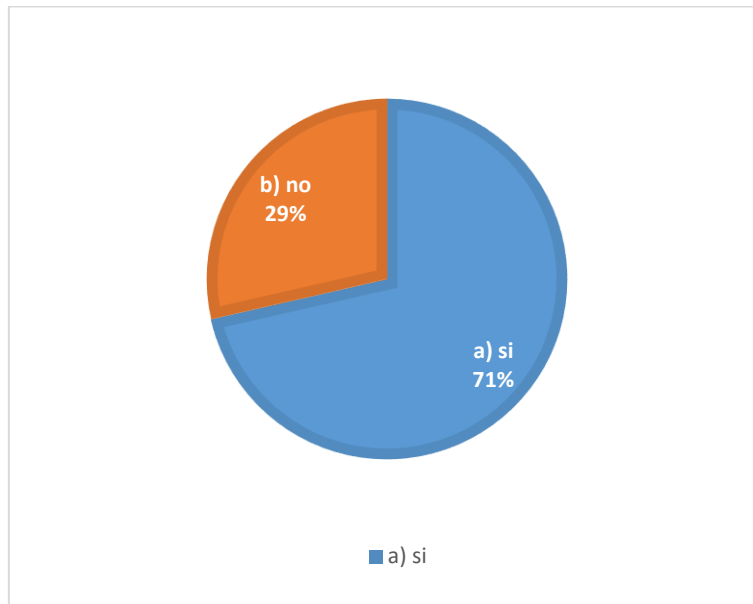
CUADRO N° 7

¿LA CAPACITACIÓN DADA POR EL PROGRAMA NACIONAL DE EMPLEO JUVENIL JÓVENES PRODUCTIVOS FUE CLARA Y ENTENDIBLE?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	25	70%
NO	10	30%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 7



INTERPRETACIÓN

- De acuerdo al grafico N° 7; el 70% de jóvenes declararon sí, mientras el 30% manifestaron no fue clara y entendible en el programa nacional de empleo juvenil “Jóvenes Productivos”

CUADRO N° 8

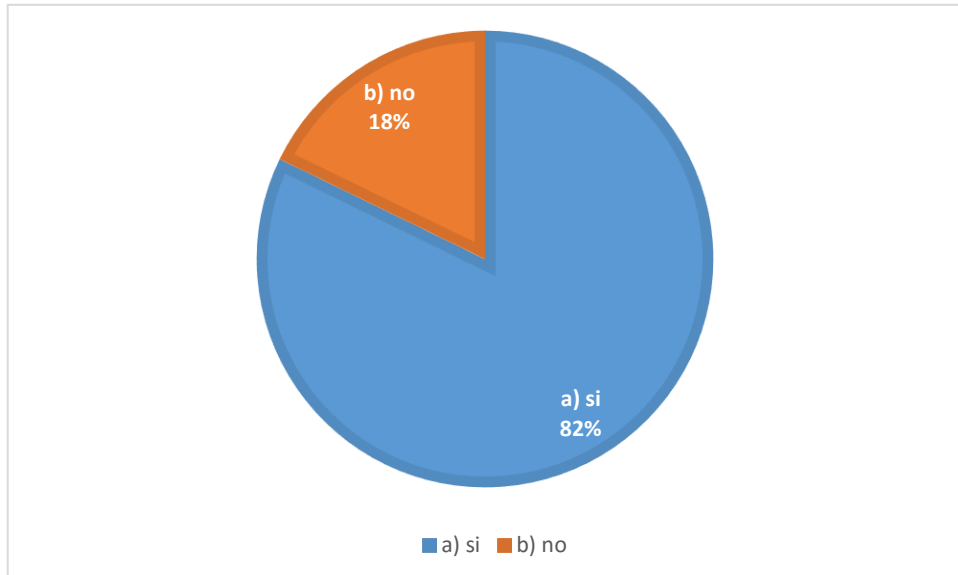
¿LOS TEMAS DICTADOS EN LA CAPACITACIÓN, LE FUE ÚTIL PARA EL DESEMPEÑO DE SU OFICIO LABORAL?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	37	82%
NO	8	18%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 8



INTERPRETACIÓN

- De acuerdo al grafico N° 8, se obtuvo que un 82% de jóvenes dijeron sí, y el 18% indicaron no fue útil los temas dictados para su desempeño laboral.

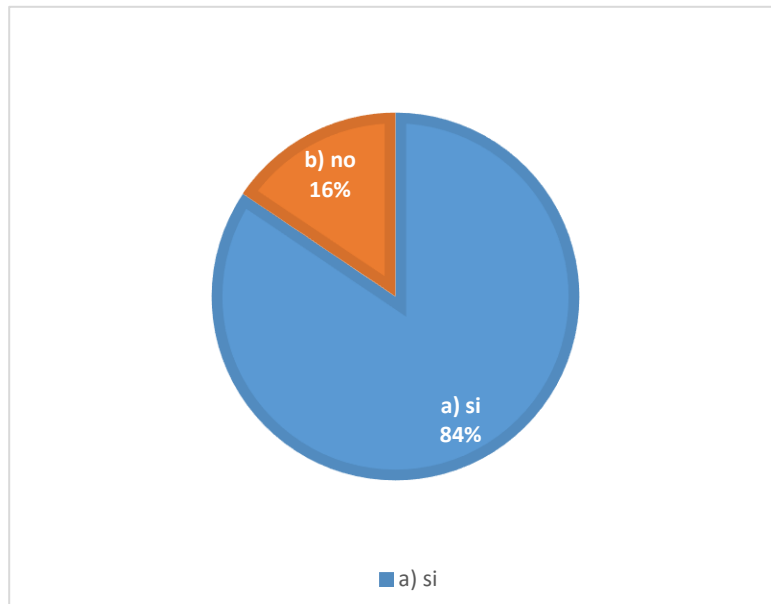
CUADRO N° 9

¿EL SALÓN DE CLASES USADO PARA SU CAPACITACIÓN FUE ADECUADA PARA SU APRENDIZAJE?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	38	84%
NO	7	16%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 9



INTERPRETACIÓN

- De acuerdo al grafico N° 9, del 100% de encuestados se obtuvo que un 84% de jóvenes indicaron si, mientras que el 16% de los encuestados revelaron no fue adecuado el salón para su aprendizaje.

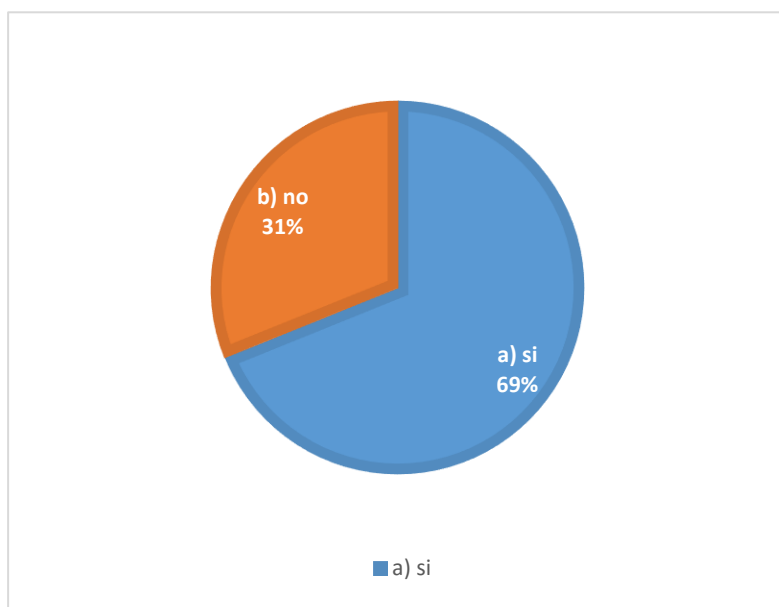
CUADRO N°10

¿ENTENDISTE LA EXPLICACIÓN DEL DOCENTE DURANTE EL DESARROLLO DE LAS CLASES?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	31	69%
NO	14	31%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 10



INTERPRETACIÓN

- De acuerdo al grafico N° 10, del 100% de encuestados se obtuvo que un 69% de jóvenes indicaron que sí, mientras que el 31% de los encuestados que no entendieron la explicación del docente durante el desarrollo de las clases.

CUADRO N° 11

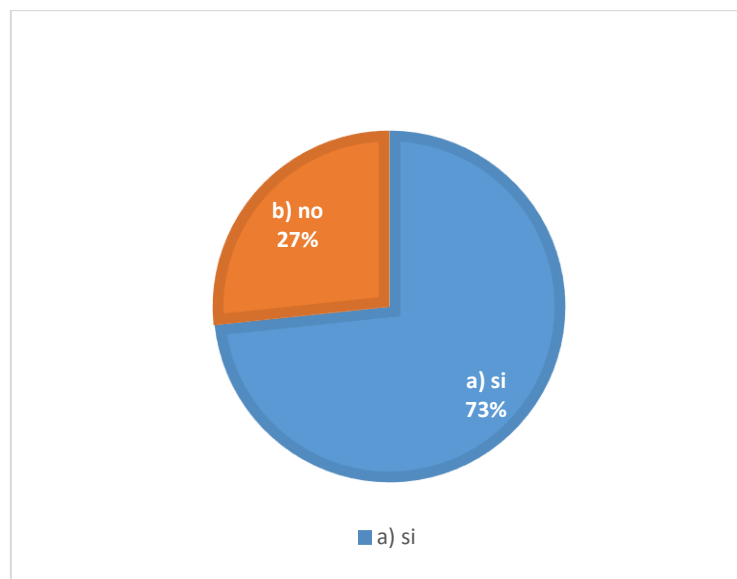
¿EL CAPACITADOR TENIA CONOCIMIENTOS CLAROS SOBRE EL TEMA?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	33	73%
NO	12	27%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 11



INTERPRETACIÓN

- De acuerdo al grafico N° 11, del 100% de encuestados se obtuvo que un 73% de jóvenes indicaron sí, pero el 27% de los encuestados manifestaron no tenía conocimientos claros sobre el tema el capacitador.

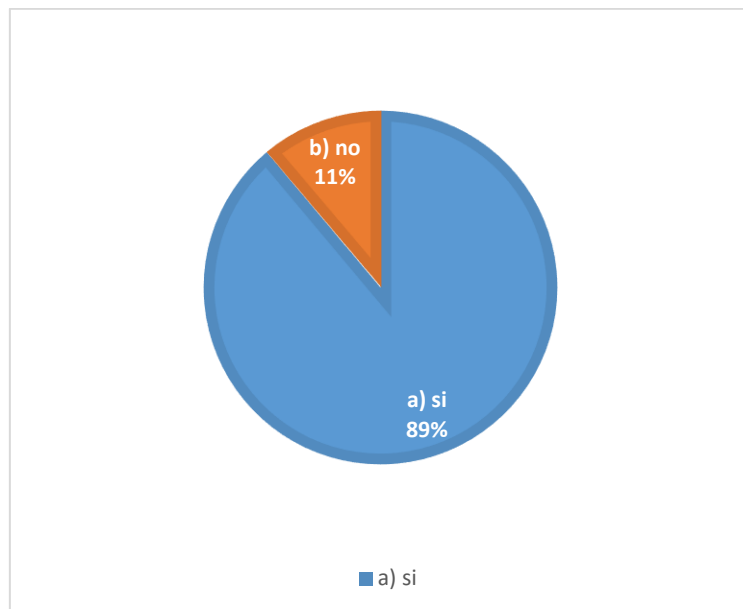
CUADRO N° 12

¿LOS RESÚMENES DE LAS CLASES DESARROLLADOS POR EL PROGRAMA NACIONAL DE EMPLEO JUVENIL “JÓVENES PRODUCTIVOS”, LES SIRVIÓ?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	40	89%
NO	5	11%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 12



INTERPRETACIÓN

- De acuerdo al grafico N° 12, del 100% de encuestados se obtuvo que un 89% de jóvenes indicaron que sí, el 11% de los encuestados que no les sirvió los resúmenes de las clases entregados por el programa nacional de empleo juvenil “Jóvenes Productivos”.

CUADRO N° 13

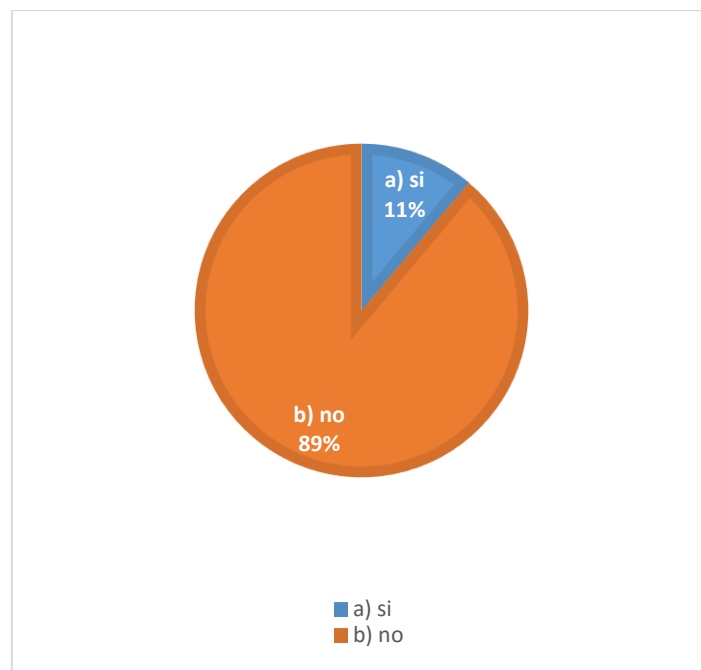
¿EL PROGRAMA NACIONAL DE EMPLEO JUVENIL “JÓVENES PRODUCTIVOS”, CUMPLIÓ CON GENERARLE UN TRABAJO ACTUALMENTE?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	5	11%
NO	40	89%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 13



INTERPRETACIÓN

- De acuerdo al grafico N° 13, del 100% de encuestados se obtuvo que un 11% de jóvenes indicaron si, el 89% de los encuestados indicaron no cumplió con generarles un trabajo actualmente el programa nacional de empleo juvenil “Jóvenes Productivos”

CUADRO N° 14

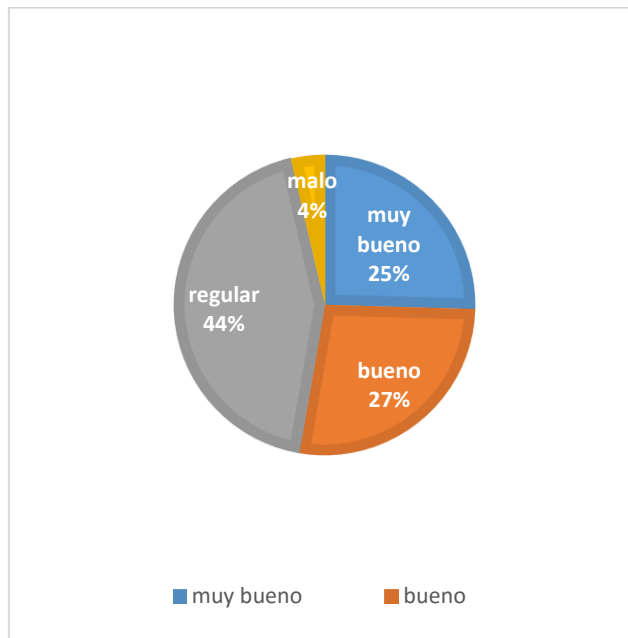
¿COMO CALIFICA EL PROGRAMA NACIONAL DE EMPLEO JUVENIL “JÓVENES PRODUCTIVOS”?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Muy bueno	4	9%
Bueno	15	33%
Regular	24	53%
Malo	2	5%
Muy malo		
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 14



INTERPRETACIÓN

- De acuerdo al grafico N° 14, del 100% de encuestados se obtuvo que un 53% de jóvenes indicaron regular, mientras que el 33% manifestaron bueno, el 9% muy bueno, y el 5% malo.

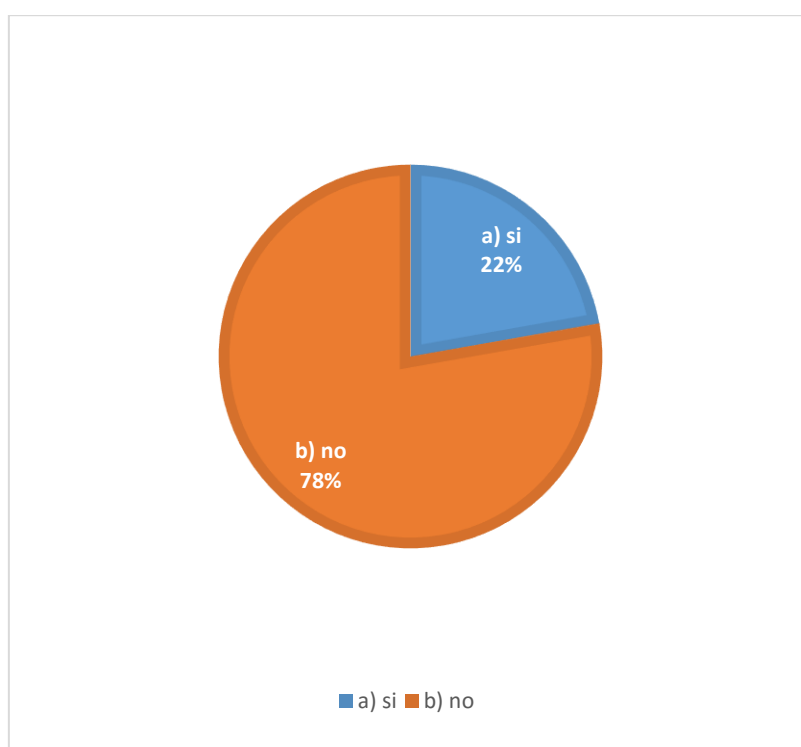
CUADRO N° 15

¿EL PERIODO DE CAPACITACIÓN QUE RECIBISTE DEL PROGRAMA NACIONAL DE EMPLEO JUVENIL “JÓVENES PRODUCTIVOS” FUE ADECUADO?

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
SI	10	22%
NO	35	78%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta realizada a los beneficiarios del Programa Nacional de empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 15



INTERPRETACIÓN

- De acuerdo al grafico N° 15, del 100% de encuestados se obtuvo que un 78% de jóvenes encuestados indicaron que sí, mientras, el 22% de los encuestados manifestaron no fue adecuado el periodo de capacitación que recibió del programa nacional de empleo juvenil “Jóvenes Productivos”.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

- ✓ El resultado del cuadro N° 1, muestra que del 100%, el 64 % de los jóvenes son del género Masculino, y el 36 % del género femenino. Con ello demostrando que en su mayor porcentaje los jóvenes beneficiarios capacitados en el periodo 2018 fueron varones.
- ✓ Según el resultado del cuadro N° 2, de muestra que del 100% de las edades de los jóvenes Beneficiarios del Programa, el 51 % eran de 19-24 años, el 31% 15-18 años y el 18% eran de las edades de 25-29 años. Con ello indica que los jóvenes capacitados para la inserción laboral en las empresas eran más de las edades de 19 a 24 años.
- ✓ El resultado del cuadro N° 3 sobre la condición Socio Económica muestra que del 100%, el 64 % son Pobres, el 22% son de extrema Pobreza, y solo el 11% de jóvenes beneficiarios son solventes. Con esto se muestran datos contradictorios a las metas y objetivos que busca cumplir el Programa.
- ✓ El resultado del cuadro N° 4 sobre si conocían el curso de capacitación que ofrecía el Programa, del 100% el 89% indico que "Si" y el 11% que "No", con ello mostrando que la mayor cantidad de Jóvenes Beneficiarios tenían conocimiento del Curso a Capacitarse.
- ✓ El resultado del cuadro N° 5 muestran que del 100% sobre porque Medios de Comunicación se informaron del curso de Capacitación jóvenes productivos, el 44% indicaron que fue la Radio, el 33% Los Volantes, Afiches y Televisión con un 9%, Periódicos 7%. Con esto queda demostrado que

la Promoción del programa de Capacitación de empleo nacional Jóvenes productivos promociona el programa por la radio.

- ✓ El resultado del cuadro N° 6 Según los resultados en cuanto a la verificación de las visitas domiciliarias por parte de los focalizadores del programa nacional de empleo juvenil “Jóvenes Productivos” del 100% el 75% indicaron que “No” y el 25% “Si”. Con ello mostrando que en su mayoría los Jóvenes beneficiarios no tuvieron sus verificaciones domiciliarias.
- ✓ Según el cuadro N° 7 el resultado del 100% de los encuestados, el 70% indicaron que “Si” y el 30% “No”. Con esto queda demostrado que en mayor porcentaje los Jóvenes Capacitados en el Programa Nacional de Empleo Juvenil “jóvenes Productivos” entendieron las clases.
- ✓ Según el cuadro N° 8 la muestra de que si, los temas tratados en la Capacitación fueron útiles para el desempeño laboral de los jóvenes, el 82% indicaron que “Si”, mientras que un 18% respondieron que “No”, con ello resulta que los temas vertidos en la Capacitación fueron adecuados para lograr obtener una opción Laboral.
- ✓ Según el cuadro N° 9 en cuanto al resultado sobre el salón de clase, si fue adecuado para el aprendizaje de los jóvenes Beneficiarios, el 84% respondieron que “Si” y el 16% “No”, con esto nos muestran que el salón de Clase fue adecuado para el Aprendizaje de los Jóvenes Beneficiarios del Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”.
- ✓ Según el cuadro N° 10 la Muestra en cuanto si entendieron la Explicación del capacitador en el desarrollo de Clase, el 69% respondieron que “Si” y el 31% que “No”, con ello demostrando que los jóvenes Beneficiarios

- si entendieron la capacitación por parte del capacitador del Programa “Jóvenes Productivos”.
- ✓ Según el cuadro N° 11 en base a la muestra que si el Capacitador del Programa “Jóvenes Productivos” Conocía ampliamente el Curso, el 73% indicaron que “Si” y el 27% indicaron que “No”, con ello dando resultado que en mayor porcentaje los jóvenes Beneficiarios Aprueban que el Capacitador del Programa si conocía ampliamente el Curso.
 - ✓ Según el cuadro N° 12 del 100% de los encuestados, el resultado arrojó, el 89% respondieron que “Si” y el 11% indicaron que “No”, quedando así que los resúmenes de clase si les ha servido a los jóvenes Beneficiarios del programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”.
 - ✓ Según el cuadro N° 13 en cuanto al resultado si el Programa ha cumplido en Generarle un puesto de trabajo Actualmente, el 11% respondieron que “Si” y el 89% indicaron que “No”, con ello dando la Muestra que en mayor porcentaje los jóvenes beneficiarios capacitados aun no laboran, y esto amerita al incumplimiento del Objetivo del Programa sobre la Inserción Laboral.
 - ✓ Según el cuadro N° 14 en cuanto a la calificación por parte de los jóvenes Beneficiarios sobre el Programa, el 53% lo califican como “Regular”, el 33% lo califican como “Bueno”, un 9% “muy Bueno” y un 5% “Malo”, con base a estas respuestas el resultado es que en mayor porcentaje los jóvenes beneficiarios califican al programa como “regular”.
 - ✓ Según el cuadro N° 15 en cuanto al periodo de duración de la Capacitación si es adecuado para los jóvenes Beneficiarios, afirmaron lo siguiente, el 78% indicaron que “No” y el 22% que “Si” con ello arrojando

el resultado que en el mayor porcentaje para los jóvenes es Corto el periodo de duración de la capacitación que ofrece el Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos”.

CONCLUSIONES

1. Las barreras de comunicación ocasionaron el incumplimiento de los objetivos y metas planteados del Programa “Jóvenes Productivos”, las cuales son evidentes en la falta de una comunicación fluida y eficaz entre la sede central lima y sede Huánuco.
2. Las verificaciones domiciliarias para medir el nivel socioeconómico de los jóvenes a capacitar por el Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes productivos” no fueron concretadas, ni verídicas y esto muestra que el Programa capacito a Jóvenes que no cumplen con ser de pobre o pobreza extrema.
3. Las informaciones del programa “Jóvenes Productivos” promocionadas por los medios de comunicación no llegaron oportunamente al público objetivo que son del nivel socio económico baja.
4. La falta de comunicación organizacional con las Empresas en la ciudad de Huánuco, por parte del Programa Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos” generó no contar con un directorio Empresarial, esto ocasionando las inserciones laborales de Jóvenes Capacitados, a Empresas informales, que no cumplen con contratar y ofrecer sus salarios con beneficios.
5. La limitación del periodo de capacitación que ofrece el Programa “Jóvenes Productivos”, afectó a los Jóvenes beneficiarios el aprendizaje en la adquisición de habilidades y el buen desempeño en el campo laboral.

6. La comunicación entre el docente y el alumno fue regular, pero la comunicación en el desarrollo de la capacitación del curso para el desempeño laboral, no fue lo eficiente, porque los resultados muestran que los jóvenes al ser insertado en las Empresas, demostraron desconocimiento de las funciones a desempeñar, generando esto abandono del cargo .
7. La comunicación organizacional con los Jóvenes Capacitados, no fue tan fluido, porque esto generó el poco interés de los estudiantes luego de concluido la capacitación, en ser insertado en las Empresas para trabajar.
8. El incumplimiento de funciones del área de Promoción, Focalización y Supervisión, ha generado que los objetivos a cumplir del programa "jóvenes productivos", no se haya logrado ya que el público objetivo del programa son los jóvenes de nivel socioeconómico de pobre y extrema pobreza ha generado el poco interés hacia la inserción laboral.
9. La falta de acuerdos y compromisos del programa " Jóvenes productivos" con las empresas de la ciudad de Huánuco, refleja el incumplimiento de los objetivos y metas a cumplir, obteniendo de esto los resultados como deserción y rechazo a beneficios laborales.

SUGERENCIAS.

1. Sede Central Lima debería realizar supervisiones constantes a las sedes descentralizadas “Jóvenes Productivos” para mejorar la Comunicación Organizacional para el cumplimiento de los objetivos y metas que tiene el programa.
2. Manejar un directorio actualizado de las empresas formales que existe en el medio y mantener una comunicación fluida de acercamiento laboral, antes, durante y después de la Capacitación que se efectúa a los Jóvenes beneficiarios del Programa.
3. Mejorar el Área de Promoción del Programa “Jóvenes Productivos” para que los jóvenes pobres que residen en la partes más alejadas de la ciudad, conozcan de los beneficios que ofrece el Programa, ya que por estos lugares, los medios de comunicación tienen poco acceso de difusión.
4. El capacitador debe utilizar una comunicación didáctica y/o comprensible, hacia los jóvenes beneficiarios, y estos tengan una retroalimentación clara y precisa con el aprendizaje.
5. Establecer, diagnósticos reales de las necesidades socioeconómicas mediante capacitaciones a los focalizadores, para obtener datos verídicos de cada joven que es beneficiario para ser capacitado, y esto responda a la necesidad de la empresa a fin de disminuir la deserción laboral.
6. Aumentar el periodo de capacitación teórico y práctica, demostrando preparación eficiente para el cumplimiento de los objetivos de Inserción laboral que tiene el Programa.

7. Tomar acuerdos y compromisos formales con las empresas del medio local, para brindar las Capacitaciones eficientes a los jóvenes beneficiarios según el requerimiento de personal que tiene la empresa, y así logre el cumplimiento del beneficio que ofrece el programa y se cumpla con los objetivos trazados.
8. Fortalecer el área de Vinculación empresarial con asesoramiento dinámico y efectivo a los jóvenes beneficiarios del programa “Jóvenes Productivos”, para potenciar el curricular vitae, y presentación personal al ser insertados al campo laboral.

BIBLIOGRAFÍA

1. Amaya, Ciciliano, Esquivel , G. D. (2014). *Factores determinantes de la inserción laboral de los profesionales universitarios de la carrera de Administración de Empresas, en el municipio de La Unión*. El salvador de san miguel: volumen |.
2. Flores Calderón, Macharé Marcelo, C. (2016). *Informe de las juventudes 2016-2017*. lima : SENAJU, Ministerio de Educación.
3. Ibarra González , S. (2008). *Inserción laboral y empleabilidad en el mercado de trabajo en servicios sociales a la comunidad*. santiago de chile: tesis de licenciatura, universidad de chile facultad de ciencias sociales departamento de sociología .
4. TORRES GONZÁLEZ, N. (s.f.). Obtenido de Comunicacion Promocional: Monografias.com
5. ABDALA ERNESTO. (2013). *La evaluacioación de los programas de capacitación laboral para jóvenes en sudamerica*. mexico: vol. 15, núm. 59, enero-marzo, 2009, pp. 11-82.
6. BERNAL TORRES, C. A. (2014). *Metodología de la investigación*. Colombia: pearson Tercera Edición .
7. Cappillo Salazar, C. F. (2017). *Capacitación laboral y la inserción laboral de los beneficiarios del Programa Jóvenes Productivos, sede Lima, 2016*. lima: Tesis para optar grado academico de maestro en Gestión Pública.
8. CASTAÑEDA. (2018). *Capacitación en la inserción laboral en jóvenes de 18 a 29 años beneficiarios del Programa Jóvenes Productivos, sede Lima Metropolitana, 2018*. Lima: Tesis en Maestria Escuela de Posgrado Cesar Vallejo Lima.
9. CIARLO, M. (17th de junio de 2012). *Comunicacion Didactica y el Clima de Aula*. Obtenido de <https://elblogdedidactica.blogspot.com/>
10. COMUNICACION DIDACTICA. (17 th de junio de 2012). Obtenido de Mara Ciarlo: <https://elblogdedidactica.blogspot.com/>
11. FERNADEZ COLLADO, C. (1999). *La Comunicación Organizacional*. Mexico: TRILLAS.
12. FERNANDEZ COLLADO, c. (2002). *Comunicación humana en el mundo contemporáneo*. mexico: tercera edicion - MG GRAW.

13. GUEROLA, , M. L. (2018). *Análisis de la Comunicación Interna en la Institución Educativa Cedeunsa Arequipa, 2017*. Arequipa : Tesis de Licenciatura, Universidad Católica De Santa María Arequipa.
14. HERNÁNDEZ SAPIERI, MENDOZA TORRES, R. (2018). *Metodología de la Investigación*. MEXICO: Mc Graw Hill Education.
15. KAST SOMMERHOFF, F. (2002). *Evaluación de Impacto de las Capacitaciones Laborales en Chile* . Chile : (Tesis Maestría, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile). Recuperada de http://economia.uc.cl/wp-content/uploads/2015/07/tesis_fkast.pdf .
16. MARTINEZ CUBA, W. (2010). *El desempleo juvenil en la ciudad de tingo maria*. Tingo Maria - Huánuco: (Tesis de licenciatura), Universidad Nacional Agraria de la Selva - Tingo María – Huánuco.
17. PALMAR, L. (2013). *Barreras de Comunicación Interna Universitaria en el Desarrollo ee los Procesos Para la Vinculación con el Sector Productivo*. Venezuela: Tesis Licenciatura Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín.
18. PEREZ, C. (2015). *Inserción laboral de universitarios desde la perspectiva*. España: (Tesis doctoral) Universidad de Extremadura, Extremadura España.
19. PINO GOTUZZO, R. (2007). *Metodología de la Investigación* . lima: San Marcos.
20. PUMACHAGUA ROSALES, TOLEDO RAMIREZ, P. F. (2019). *Barreras de la comunicación en el personal administrativo de la municipalidad distrital de Huaura - 2018*. Huacho - Perú: (tesis de licenciatura), Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho.
21. Ramos Herrera, I. d. (2015). *Elementos de la Comunicación Institucional entre directivos y personal docente que labora en el Liceo Salvadoreño*. salvador: (tesis maestria) Liceo Salvadoreño.
22. ROJAS MUÑOZ , W. (2018). *Factores que determinaron el desempleo en jóvenes de 15-29 años del distrito de amarilis - 2017*. Huánuco: (Tesis de Licenciatura), Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco.
23. SENAJU, U. (2016). *Resultado estratégico relacionado del IX Programa de País del UNFPA y el Estado peruano: Leyes, políticas y programas abordan la salud y los derechos sexuales y reproductivos de adolescentes y jóvenes*. LIMA PERÚ: primera edicion S.A.C.

24. TUESTA CALDERÓN, N. D. (2013). *Autoevaluación de la Calidad de la Comunicación Organizacional Interna en la Institución Educativa "Santo Toribio de Mogrovejo-Zaña, 2010"*. CHICLAYO - PERU: TESIS DE MAESTRIA.
25. Vásquez Hidalgo , R. I. (2015). *Barreras comunicacionales en consejería nutricional del personal de salud a madres de niños menores de 5 años en centros de salud de Ventanilla 2013*. Ventanilla - Lima : (tesis de licenciatura), Universidad Nacional Mayor de San Marcos, lima.
26. WELLER , J. (agosto de 2007). Inserción Laboral de los jóvenes. *revista de la CEPAL 92* , (p61-p80).

ANEXOS

ANEXO 01

“BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN NACIONAL DE EMPLEO JUVENIL “JÓVENES PRODUCTIVOS” EN LA INSERCIÓN AL CAMPO LABORAL EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO 2019”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>General ¿En qué medida las Barreras de Comunicación en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos” Afectan la Inserción de los Jóvenes al campo laboral en la ciudad de Huánuco 2019?.</p>	<p>General Determinar en qué medida las barreras de la comunicación Afectan a los jóvenes en el “Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil” “Jóvenes Productivos” en la inserción al campo laboral en la ciudad de Huánuco 2019.</p>	<p>General Las Barreras de la Comunicación Afectan significativamente en la Inserción de los Jóvenes al campo laboral en la ciudad de Huánuco 2019.</p>	<p>Variable Independiente Comunicación en el Programa Nacional Jóvenes Productivos</p> <p>Variable Dependiente Inserción al campo laboral en la ciudad de Huánuco 2019</p>	<p>Tipo de Investigación Descriptivo</p> <p>Diseño de la Investigación No experimental</p>
<p>Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿De qué manera está afectando las barreras comunicacionales en la inserción laboral de los jóvenes? ¿De qué manera la comunicación organizacional es una barrera en la inserción laboral de los jóvenes del programa? ¿De qué manera la comunicación promocional es una barrera en la inserción laboral de los jóvenes en el programa? ¿De qué manera la comunicación didáctica es una barrera en la inserción laboral de los jóvenes en el programa 	<p>Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> Identificar las características que presenta las barreras de comunicación en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil “Jóvenes Productivos” en la inserción al campo laboral en la ciudad de Huánuco 2019 explicar de qué manera la comunicación organizacional es una barrera en la inserción laboral de los jóvenes en el Programa de Capacitación Nacional de Empleo Juvenil” “Jóvenes Productivos- Huánuco 2019. Identificar de qué manera la comunicación promocional es una barrera de comunicación en la inserción laboral de los jóvenes del programa jóvenes productivos-Huánuco explicar de qué manera la comunicación didáctica es una barrera en la inserción laboral de los jóvenes del programa jóvenes productivos-Huánuco 2019 	<p>Secundaria</p> <ol style="list-style-type: none"> Las barreras de comunicación están afectando en los aspectos: comunicación organizacional, promocional y didáctica. la relación interna, manejo de información y flujo de datos no están funcionando adecuadamente en el programa de capacitación nacional jóvenes productivos los medios impresos, televisivos y redes sociales no están informando adecuadamente los beneficios del programa nacional jóvenes productivos el uso del lenguaje, la interrelaciones alumno-docente y el recojo de saberes, no se están aplicando adecuadamente en el aprendizaje del joven beneficiario del programa jóvenes productivos –Huánuco 2019. 		

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
COMUNICACIÓN EN EL PROGRAMA (Independiente)	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Relaciones internas Flujo de información Manejo de datos
	COMUNICACIÓN PROMOCIONAL	Medios televisivos Medios impresos Redes sociales
	COMUNICACIÓN DIDÁCTICA	Uso de lenguaje Interrelaciones docente-alumno Uso de saberes
INSERCIÓN AL CAMPO LABORAL (Dependiente)	BAJO ÍNDICE DE INSERCIÓN	Plazos mensuales Plazos semestrales Plazos anuales
	DESERCIÓN LABORAL	Abandono de cargo Disconformidad en el salario Bajo rendimiento
	INFORMALIDAD DE LAS EMPRESAS	Contratos sin beneficios Incumplimiento de acuerdos Abuso de autoridad

ENCUESTA APLICADA A LOS JÓVENES CAPACITADOS DEL PROGRAMA JÓVENES PRODUCTIVOS

Estimado Joven la presente encuesta pretende recaudar valiosa información con la finalidad de brindar posibles mejoras al programa de capacitación Nacional Empleo juvenil "Jóvenes Productivos" y apoyar a nuestra labor de tesistas. Desde ya le agradecemos por contestar con total veracidad las preguntas: **Marque sólo una alternativa a la respuesta que Ud. crea conveniente. Gracias.**

1. Genero:

- a) Masculino b) Femenino

2. Edad:

- a) 15 - 18 años
b) 19 - 24 años
c) 25 - 29 años

3. Económicamente en que condición se considera usted

- a) Pobre
b) Pobre extremo
c) Solvente

4. ¿Tiene conocimientos previos sobre los cursos que dicta el programa Jóvenes Productivos?

- a) Sí
b) No

5. ¿Porque medios de comunicación se enteró del programa nacional de empleo juvenil "jóvenes productivos"?

- a) Televisión
b) Radio
c) Periódicos
d) Volantes
e) Afiches

6. ¿Verificaron su vivienda los representantes del programa nacional de empleo juvenil "jóvenes productivos"?

- a) Sí
b) No

7. ¿La capacitación dada por el programa nacional de empleo juvenil jóvenes productivos fue clara y entendible?

- a) Sí
b) No

8. ¿Los temas dictados en la capacitación, le fue útil para el desempeño de su oficio laboral?

- a) Sí b) No

9. ¿El salón de clases usado para su capacitación fue adecuada para su aprendizaje?

- a) Sí
b) No

10. ¿Entendiste la explicación del docente durante el desarrollo de las clases?

- a) Sí
b) No

11. ¿El capacitador tenia conocimientos claros sobre el tema?

- a) Sí
b) No

12. ¿Los resúmenes de las clases desarrollados por el programa nacional de empleo juvenil "jóvenes productivos", les sirvió?

- a) Sí
b) No

13. ¿El programa nacional de empleo juvenil "jóvenes productivos", cumplió con generarle un trabajo actualmente?

- a) Sí
b) No

14. ¿Cómo califica el programa nacional de empleo juvenil "jóvenes productivos"?

- a) Muy bueno
b) Bueno
c) Regular
d) Malo
e) Muy malo

15. ¿El periodo de capacitación que recibiste del programa nacional de empleo juvenil "jóvenes productivos" fue adecuado?

- a) Sí
b) No

ANEXO 03



ENCUESTADA, SEÑORITA CAPACITADO EN EL PROGRAMA JÓVENES PRODUCTIVOS E INSERTADO AL CAMPO LABORAL TRABAJA CORPORACIÓN OSORIO.



ENCUESTA APLICADA A LA SEÑORITA CAPACITADO POR EL PROGRAMA JÓVENES PRODUCTOS, INSERTADO AL CAMPO LABORAL, TRABAJA EN "SERVICIOS MÚLTIPLES JACARANDA" HUÁNUCO.

ANEXO 4 CUADRO DE INSERCIÓN DE LOS JÓVENES CAPACITADOS EN PROGRAMA JÓVENES PRODUCTIVOS 2019

MES	BENEFICIARIO APELLIDOS Y NOMBRES	N° DNI	EMPRESA CONTRATANTE	N° RUC	NOMBRE DEL PUESTO	FECHA DE INICIO DEL EMPLEO
MAYO	MELGAREJO REYES DOLOMIA PAOLA	77023806	FANERO SAC - ENTEL	204699955411	PROMOTOR DE VENTA	05 MAYO 2019
MAYO	SUAREZ DIONICIO MELINA MIREYA	74747038	FANERO SAC - ENTEL	204699955411	PROMOTOR DE VENTA	05 MAYO 2019
MAYO	SOLÓRZANO LEÓN MAGDALENA	76557794	FANERO SAC - ENTEL	204699955411	PROMOTOR DE VENTA	05 MAYO 2019
MAYO	SALAZAR DURAN RUTH PILAR	74997358	FANERO SAC - ENTEL	204699955411	PROMOTOR DE VENTA	05 MAYO 2019
MAYO	ISIDRO ELGUERA FLOR NIVIA	74534583	FANERO SAC - ENTEL	204699955411	PROMOTOR DE VENTA	05 MAYO 2019
MAYO	MATEO RAMÍREZ DÍAS	76355170	SERVICIOS MÚLTIPLES JACA- RANDA	20573144129	PROMOTOR DE VENTA	23 DE ABRIL 2019
MAYO	CUSTODIO ATANACIO LUZ KARINA	76639777	RESTAURANTE HUÁNUCO SAC - RUSTICA	20573144129	PROMOTOR DE VENTA	14 MARZO 2019
MAYO	CARHUA VARGAS LIDIA NORES	48256107	OECHSLE	20600414276	PROMOTOR DE VENTA	07 MAYO 2019
MAYO	NOLASCO PONE DANY DEYSI	70217149	CORPORACIÓN JAUNI	10417675618	PROMOTOR DE VENTA	02 MAYO 2019
MAYO	CHÁVEZ SERÁFICO DORILA YO- LANDA	74728525	CORPORACIÓN JAUNI	10417675618	PROMOTOR DE VENTA	02 MAYO 2019
MAYO	DOROTEO SOLANO YONEL JAVIER	71054888	OVEROL ORIENTE - CLARO	20600848497	PROMOTOR DE VENTA	05 FEBRERO 2019
MAYO	JONATÁN CARLOS FLORIDO	75931616	CORPORACIÓN OSOSRIO EIRL	20573077734	PROMOTOR DE VENTA	15 DE ABRIL 2019
MAYO	ALAYO CISNEROS JOSUE	73587016	MUNDO DEL CARGUERO	104235957	GERENTE	27 ABRIL 2019

Anexo 05

RELACIÓN DE EMPRESAS COLABORADORES EN EL PROGRAMA JÓVENES PRODUCTIVOS

N°	EMPRESAS COLABORADORAS
1	TELESUP
2	SERVICIOS MÚLTIPLES JACARANDA
3	RESTAURANTE HUÁNUCO SAC - RUSTICA
4	OECHSLE
5	FANERO SAC - ENTEL
6	CORPORACIÓN OSORIOS EIRL
7	CORPORACIÓN JAUNI
8	CORPORACIÓN SIC - MOVISTAR
9	GALLO MAS GALLO
10	MUNDO CARGUERO - RONCO
11	OVERAL ORIENTE - CLARO