

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



PODCAST SOBRE EXPERIENCIAS LABORALES Y DE FORMACIÓN PARA ORIENTAR A ESTUDIANTES A ENCONTRAR SU VOCACIÓN

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Ridel Nicolle De los Rios Pozo

Código 20173270

Claudia Milagros Marroquin Guerra

Código 20170901

Asesor

Beatriz Muñoz Iturburu

Lima – Perú

Mayo de 2023

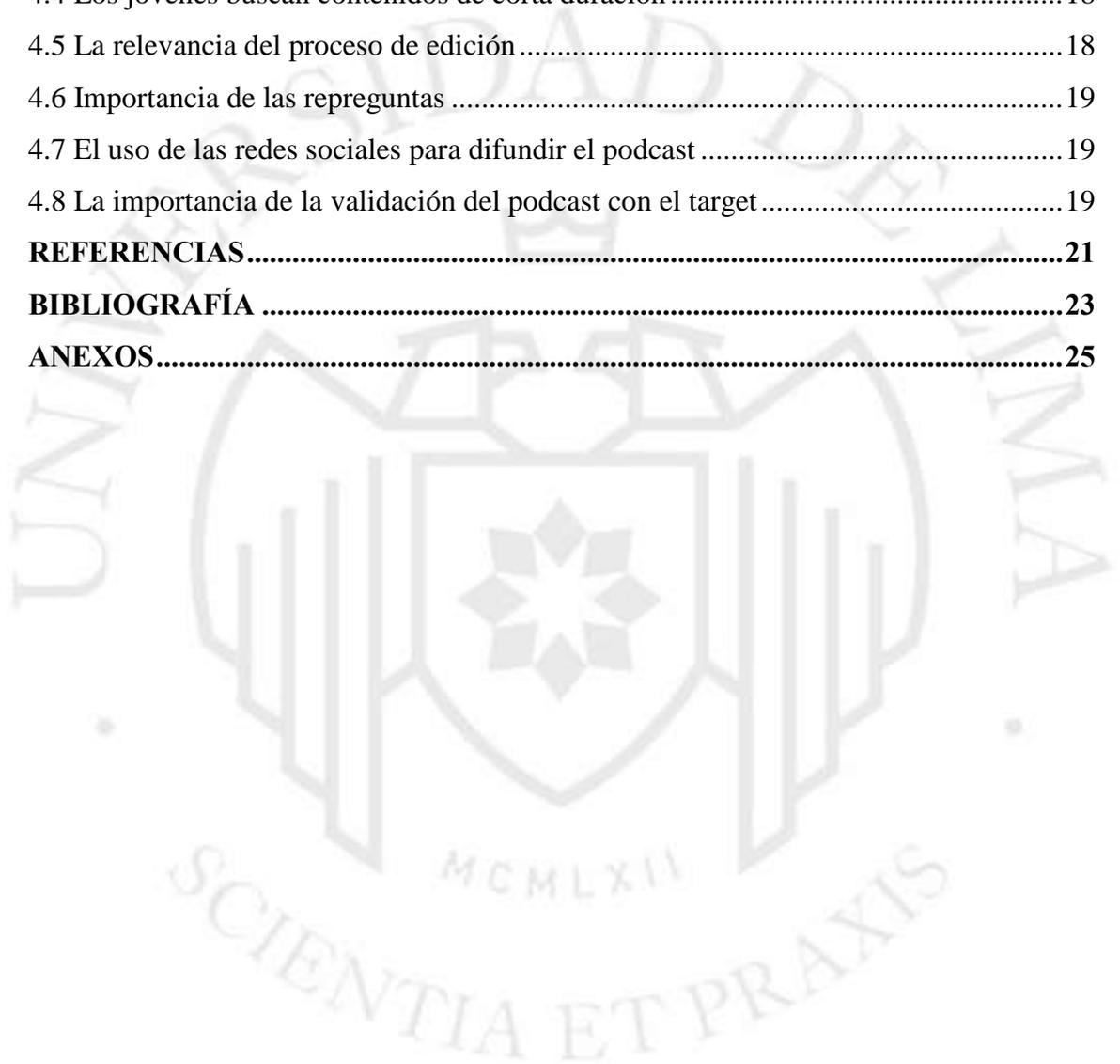


**PODCAST ON WORK AND TRAINING
EXPERIENCES TO HELP STUDENTS FIND
THEIR VOCATION**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	VI
ABSTRACT.....	VII
CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN.....	1
1.1 Objetivos del proyecto	1
1.2 Material #1: Episodio 1 de Encuentra tu vocación	1
1.3 Material #2: Episodio 2 de Encuentra tu vocación	2
1.4 Material #3: Episodio 3 de Encuentra tu vocación	2
1.5 Material #4: Episodio 4 de Encuentra tu vocación	3
1.6 Material #5: Episodio 5 de Encuentra tu vocación	3
1.7 Material #6: Episodio 6 de Encuentra tu vocación	4
1.8 Material #7: Episodio 7 de Encuentra tu vocación	4
1.9 Material #8: Episodio 8 de Encuentra tu vocación	4
1.10 Material #9: Perfil en Instagram	5
CAPÍTULO II: ANTECEDENTES	6
2.1 Descripción del contexto	6
2.1.2 Las redes sociales y las nuevas plataformas de comunicación	7
2.1.3 Instagram y Spotify: las nuevas plataformas de entretenimiento transmedia.....	8
2.1.4 El podcast.....	8
2.1.5 Casos referenciales	9
2.2 Público objetivo	10
CAPÍTULO III: FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL	11
3.1 Preproducción, realización y posproducción del Podcast.....	11
3.1.1 Preproducción	11
3.1.2 Realización.....	12
3.1.3 Ejes de contenido del podcast	12
3.1.4 Post Producción	13
3.2 Logotipo del podcast.....	13
3.3 Instagram como red social elegida.....	14

3.4 Resultados.....	14
CAPÍTULO IV: LECCIONES APRENDIDAS.....	17
4.1 Cambio de formato: Nada mejor que una buena conversación	17
4.2 El cuidado en la selección del invitado.....	17
4.3 La importancia del programa de grabación y el sonido del ambiente en el proceso edición.....	18
4.4 Los jóvenes buscan contenidos de corta duración	18
4.5 La relevancia del proceso de edición	18
4.6 Importancia de las repreguntas	19
4.7 El uso de las redes sociales para difundir el podcast	19
4.8 La importancia de la validación del podcast con el target.....	19
REFERENCIAS.....	21
BIBLIOGRAFÍA	23
ANEXOS.....	25



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Feed de Encuentra tu vocación Podcast	5
Figura 3.1 ¿Escuchaste el episodio completo?	14
Figura 3.2 ¿Te pareció correcto el tiempo de duración del episodio?	15
Figura 3.3 ¿Prefieres que sea una carrera, dos carreras o varias carreras por episodio?	16



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Validación del primer episodio	26
Anexo 2: Logo del podcast	27
Anexo 3: ¿Por qué no escucharon el podcast completo?	27
Anexo 4: ¿Qué te pareció la introducción del podcast?	28
Anexo 5: ¿Qué te parecieron las preguntas planteadas en los bloques?	28
Anexo 6: ¿Qué te pareció la música seleccionada?	29
Anexo 7: Focus Group a 6 adolescentes de 17 años en Lima Metropolitana	30
Anexo 8: Preguntas de la encuesta de validación a jóvenes de 16 a 19 años de Lima Metropolitana	32
Anexo 9: Guion (referencia guía para el formato de las entrevistas)	34
Anexo 10: Entrevista a Javier Echevarría	35
Anexo 11: Permiso de los padres de familia de los jóvenes menores de edad que participaron en la segunda validación del podcast	40



RESUMEN

El presente proyecto se basa en la creación y producción de ocho capítulos del podcast llamado “Encuentra tu vocación” el cual es de corte ameno conducido por Claudia Marroquín y Nicolle De los Ríos. Este proyecto está dirigido a estudiantes de colegios particulares de 16 a 19 años que viven en Lima Metropolitana. El objetivo es orientar a estudiantes que quieren escoger una carrera en una universidad o instituto, y así puedan elegir su vocación. El podcast se encuentra en la plataforma Spotify y se puede llegar a ellos a través de un enlace en la cuenta de Instagram.

Los ocho episodios tratan sobre las experiencias personales y laborales de estudiantes universitarios y profesionales que cuentan cómo hallaron su vocación en las diversas carreras de universidades privadas de Lima Metropolitana. En cada episodio, el invitado cuenta sobre su desarrollo personal, universitario y profesional que lo llevaron a encontrar su vocación. Los episodios comienzan con un gancho inicial siendo este un “mito” o “pregunta llamativa” sobre las suposiciones relacionadas a las carreras y vida universitaria, el cual se irá desmintiendo o respondiendo a lo largo de la conversación. Además, cada episodio consta de tres bloques en los cuales se abordarán progresivamente las etapas por las que atravesó cada estudiante. Al final del episodio, el invitado da un consejo para los oyentes que los inspire y motive a encontrar y seguir su vocación.

Palabras clave: Vocación, carrera, vida universitaria, experiencia profesional, experiencia personal.

ABSTRACT

The project is based on the creation and production of eight episodes of the podcast "Encuentra tu vocación" (Find your vocation), which is an entertaining podcast hosted by Claudia Marroquin and Nicolle De los Ríos. The episodes can be found on the Spotify platform and at the same time they can be reached through the Instagram account, where there is a link with the social networks, Instagram and Spotify are located. The objective is to guide and help students who want to choose a career in a university or institute and thus be able to choose their vocation.

The episodes are about the personal and work experiences of university students and professionals who tell how they found their vocation in the various careers of private universities in Metropolitan Lima. This project is aimed at students from private schools between 16 and 19 years old who live in Metropolitan Lima. In each episode, the guest tells about their personal, university and professional development that led them to find their vocation. The episodes begin with an initial hook being a "myth" or "striking question" about the assumptions related to careers and university life, which will be disproved throughout the conversation. In addition, each episode consists of three blocks in which the stages of a student will be progressively addressed. At the end of the episode, the guest gives a piece of advice to the listeners to inspire and motivate them to find and follow their vocation.

Keywords: Vocation, career, university life, professional experience, personal experience.

CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN

Este proyecto consiste en la creación de un programa en formato podcast en el cual se entrevistó a estudiantes que hayan realizado prácticas preprofesionales y egresados quienes compartirán experiencias, historias e información sobre diversas carreras con el objetivo de inspirar y orientar a jóvenes en la búsqueda de su vocación. Bajo el nombre de "Encuentra tu vocación", este programa tiene como propósito llegar a aquellos estudiantes de 16 a 19 años que deseen obtener más información sobre las carreras disponibles y con suerte, tal vez incluso encontrar la que mejor se adapte a sus intereses y habilidades. Los entrevistados serán una fuente de inspiración y consejos para aquellos que buscan información de primera mano sobre las carreras y las diferentes experiencias en el mundo laboral.

1.1 Objetivos del proyecto

Objetivo principal

- Realizar la producción de los ocho episodios del podcast “Encuentra tu vocación”.

Objetivos secundarios

- Hacer la selección correcta de los invitados de cada episodio.
- Seleccionar adecuadamente la información difundida de cada carrera en los episodios del podcast.
- Hacer la validación del podcast por parte del público objetivo elegido.

1.2 Material #1: Episodio 1 de Encuentra tu vocación

Carrera: Ingeniería de sistemas

Invitado: Anderson Lazo

Ubicación: <https://open.spotify.com/episode/6HoeRKcoM3Ky9vsltUB7zG>

Gancho inicial: ¿Te imaginas conocer tu vocación desde toda tu vida?

El invitado de este episodio fue Anderson Alfredo Lazo Hilario, él ya sabía desde muy pequeño lo que quería estudiar, su pasión y vocación, pues el desarrollo tecnológico le apasiona. Él tiene 23 años. Actualmente, se encuentra en décimo ciclo estudiando Ingeniería de Sistemas en la Universidad de Lima.

1.3 Material #2: Episodio 2 de Encuentra tu vocación

Carrera: Comunicaciones (Periodismo)

Invitado: Laura Espinoza

Ubicación: <https://open.spotify.com/episode/1DLjyejvOtyi4yzR33Yz6j>

Gancho inicial: ¿Y si te armas de valor para seguir tu vocación?

La invitada de este episodio fue Laura Espinoza, ella tiene 23 años, es egresada de la carrera de comunicaciones de la Universidad de Lima. Actualmente, se encuentra trabajando en el área de redacción en una de las secciones del Diario El Comercio. Además, hizo sus prácticas preprofesionales en el medio “Infobae”, lo que le otorgó mucha experiencia para que se desarrollara en sus posteriores empleos como en Movistar Tv.

1.4 Material #3: Episodio 3 de Encuentra tu vocación

Carrera: Administración Hotelera

Invitada: Claudia Vidal

Ubicación: <https://open.spotify.com/episode/35nRp6T2jDaLq6grPQp320>

Gancho inicial: ¿Y si conectas todo lo que te apasiona para hallar tu vocación?

La invitada de este episodio fue Claudia Vidal, ella tiene 22 años, estudia en la Universidad San Ignacio De Loyola, cursa el último año de Administración Hotelera. Ella quería estudiar algo que tuviera que ver con el servicio hacia los demás, lo cual vio reflejado en su carrera actual. Además, ella ha practicado en una importante cadena de restaurantes, Acurio Restaurantes, del cual obtuvo mucha experiencia que le ayudó a seguir adelante y amar cada vez más su carrera.

1.5 Material #4: Episodio 4 de Encuentra tu vocación

Carrera: Comunicaciones

Invitada: Armando Machuca

Ubicación: <https://open.spotify.com/episode/4kfQgh1hf3Oy0TnRFqhRV3>

Gancho inicial: ¿Te imaginas estudiar una carrera y encontrar diferentes pasiones dentro de ella?

El invitado de este episodio fue Armando Machuca, él es actor, director, improvisador, productor y comunicador. Estudió comunicaciones en la Universidad de Lima. Él comentó cómo es que su vocación transformó. Al principio, él buscaba una carrera que se relacione con el mundo actoral, ya que siempre le gustó el teatro y la televisión. Armando describió lo duro que fue el camino para llegar a donde está con esfuerzo y dedicación. Él ahora cuenta con una productora propia y es el fundador de su taller de improvisación.

1.6 Material #5: Episodio 5 de Encuentra tu vocación

Carrera: Terapia Física / Fisioterapia

Invitada: Winny Rodríguez

Ubicación: <https://open.spotify.com/episode/3APxzCAxt7eC5b29k8lZLB>

Gancho inicial: La motivación de tu vocación puede estar más cerca de lo que te imaginas.

La invitada de este episodio fue Winny Rodríguez. Ella estudió Fisioterapia en el Instituto Ricardo Palma. Ella contó cómo es que nació su vocación por ayudar a los demás, ya que de pequeña tuvo una experiencia con un familiar muy cercano que necesitaba terapias físicas. Ello la inspiró a seguir la carrera por querer servir y aportar a la rehabilitación de las personas afectadas con algún problema físico. Ella siempre supo cuál era la motivación que la ayudó a encontrar su vocación porque entre las carreras que ella quería estaba medicina, pediatría y educación.

1.7 Material #6: Episodio 6 de Encuentra tu vocación

Carrera: Ingeniería Civil

Invitada: Daniel Zamora

Ubicación: <https://open.spotify.com/episode/3mZI4EiEyTyyfhlDUEIxy3>

Gancho inicial: ¿Y si te tomas tu tiempo para decidir cuál es tu vocación?

El invitado de este episodio es Daniel Zamora, él está cursando el último ciclo de la carrera de Ingeniería Civil en la Universidad de Lima. Él contó que no sabía qué estudiar, pues se encontraba confundido, estaba entre las carreras de Arquitectura, Ingeniería Civil y Derecho que eran las que más llamaron su atención. Finalmente, él decidió por Ingeniería Civil, ya que disfrutaba mucho los temas de construcción.

1.8 Material #7: Episodio 7 de Encuentra tu vocación

Carrera: Educación

Invitada: Claudia Aliaga

Ubicación: <https://open.spotify.com/episode/0yBJDC4zJ2S3WUQa7k5vYj>

Gancho inicial: ¿Y si pruebas lo que te gusta para encontrar tu vocación?

La invitada de este episodio fue Claudia Aliaga, estudió Educación en la Universidad Marcelino de Champagnat. Ella pasó por muchas barreras para encontrar su vocación y especialidad, porque al principio, quería enfocarse en el área de inicial, pero, un problema físico impidió que se hiciera posible, entonces pasó al nivel primaria. Ahora, se desempeña laboralmente en la carrera de sus sueños impartiendo conocimientos a los niños, y ella siente que es una pieza clave en su formación académica y personal de sus pequeños alumnos.

1.9 Material #8: Episodio 8 de Encuentra tu vocación

Carrera: Derecho

Invitada: Ramiro Rojas

Ubicación: <https://open.spotify.com/episode/3hZUMFIMI35CA2nlM9PCcL>

Gancho inicial: ¿Si tu carrera no es para ti, te atreverías a cambiarla?

El invitado del último episodio de la primera temporada del podcast fue Ramiro Rojas, él tiene 23 años, estudia Derecho en la Universidad de Lima. A Ramiro siempre le llamó la atención la carrera de Derecho, ya que le gustaba defender e impartir justicia para las personas que más necesitan de su ayuda. Él contó que enfrentó un proceso de cambio, y, además, cómo fue que dejó la carrera de Administración para estudiar Derecho. Actualmente, se encuentra cursando el último ciclo.

1.10 Material #9: Perfil en Instagram

Se eligió la plataforma de Instagram (Figura 1) para que, a través de esta, los usuarios puedan enterarse del proyecto, y mediante un link, se dirijan a Spotify para que escuchen los episodios.

Figura 1.1

Feed de Encuentra tu vocación Podcast



Nota. Publicaciones del Instagram del Podcast (2023)
(<https://www.instagram.com/encuentratuvocacionpodcast>)

CAPÍTULO II: ANTECEDENTES

2.1 Descripción del contexto

2.1.1 La realidad de los postulantes en Lima Metropolitana

Según IPSOS Perú (2022), el 25% de los jóvenes postulantes de 16 a 19 años de Lima Metropolitana se encuentran indecisos con respecto a lo que quieren estudiar. En cuanto al otro 75% de jóvenes, el 23% solo quiere estudiar, mientras que el 52% restante quiere estudiar y trabajar al mismo tiempo. Además, el estudio indica que de ese mismo 75% de jóvenes, el 13% de estudiantes se cambió de carrera, el 17% se cambió de instituto, el 18% se cambió de universidad inicial, y el 27% pospuso sus estudios.

En un estudio de Grupo Educación al Futuro acerca del tema, que se mencionó en Diario Gestión (2022), el 80% de los escolares no sabe qué carrera profesional estudiar al terminar el colegio. Al respecto, Justo Zaragoza, director del Grupo Educación al Futuro, indica como uno de los resultados del estudio, que 3 de cada 15 estudiantes dejan su vida estudiantil, mientras que otros 2 estudiantes se cambian a otra carrera durante el proceso, y de los 5 que llegan a concluir la carrera, solo 2 indican que volverían a estudiar lo mismo. Los jóvenes estudiantes que acaban el colegio prefieren la elección de carreras conocidas, sin investigar las diferentes opciones que existen en el mercado y la demanda laboral que hay.

Zaragoza (2022) informa que las razones principales por las cuales los estudiantes no terminan su carrera son: escasos recursos para poder pagar sus estudios, no se encuentran bien informados sobre la carrera que estudiaban, la falta de vocación y estar influenciados por familiares o amigos.

También, según un estudio que realizó Mario Gutiérrez, decano de la facultad de comunicaciones de UCAL, que se mencionó en el diario Gestión (2019), el 45% de los egresados técnicos y universitarios no son felices con las carreras que estudiaron. Además, Gutiérrez afirma que el 40% de los estudiantes que logra comenzar una carrera universitaria no la termina.

Como parte del presente proyecto, se entrevistó a Javier Echevarría, especialista en temas de orientación vocacional en Perú, para obtener más información sobre el tema de vocación, el cual argumenta que es necesario que se difunda con mayor énfasis información sobre las diferentes carreras que existen y que los jóvenes estén en constante contacto con este tipo de contenidos, y que se publiquen en plataformas que los jóvenes utilicen como las redes sociales. Echevarría mencionó la diferencia entre vocación, profesión y ocupación. Él afirma que son tres conceptos diferentes, pero están conectadas. La profesión es un medio y herramienta, la carrera que se va a seguir. La vocación es el llamado de atención desde que se nació, pues, existe un historial de las cosas que han sido del agrado de las personas desde pequeños, que muchas veces, hacen vibrar a quienes las desarrollan. Finalmente, la ocupación es la obligación o trabajo que se realiza en la vida. Otro punto importante, que Echevarría menciona es que a los jóvenes les cuesta mucho investigar, pues, pretenden que se les entregue toda la información en un párrafo, por ello, es necesario crear plataformas que compartan las características de las carreras de manera más amena y entretenida.

Echevarría, a través de sus redes sociales, se dedica a informar al respecto, además de participar en diferentes eventos y charlas en universidades sobre cómo encontrar la vocación.

2.1.2 Las redes sociales y las nuevas plataformas de comunicación

Según la Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores (2023), en la actualidad, el consumo de medios y la forma de comunicación ha evolucionado, esto se dio por la aparición de las nuevas tecnologías y redes sociales como Instagram y Spotify. Se originó una narrativa transmedia que consiste en contar historias o el storytelling usando distintas plataformas o canales digitales, esto no significa que el contenido será el mismo en todos los canales. Se trata más bien de encontrar una estrategia para diversificar los contenidos, pero donde haya una temática central creando coherencia y atractivo para todos los consumidores, ya que estos sentirán que están muy involucrados y activos en cuanto a la información que se les brinda.

2.1.3 Instagram y Spotify: las nuevas plataformas de entretenimiento transmedia

Instagram es una pieza clave para la promoción del podcast “Encuentra tu vocación”. Según el portal Marketing Ecommerce (2022), esta red social creada por Kevin Systrom y Mike Krieger surgió en el año 2010, con la intención de publicar fotografías, luego, se le vio potencial para poder entregar más herramientas a su público objetivo. Esto fue el inicio para la aparición de influencers y la creación de comunidades, lo que se tomó como una oportunidad para la monetización por parte de las empresas y la publicidad, se convirtió en la vitrina de los negocios, ya que se puede alcanzar miles de seguidores y usuarios a partir de las publicaciones que se hacen constantemente y la información instantánea que se brinda a través de esta.

Por otro lado, según Diario El País (2020), los principales medios que se asocian con la creación de contenido audible son Apple Podcast y Spotify, que se han convertido en medios importantes para la difusión y escucha de música, podcast y contenido audible.

Spotify es una plataforma de servicio de música, podcasts y vídeos digitales que te brinda acceso a millones de canciones y a otro contenido de creadores de todo el mundo, según Perú Retail (2019), cuenta con 14 millones de usuarios oyentes peruanos mensuales en 2022.

2.1.4 El podcast

Los podcasts son una serie de contenidos que se graban mediante audios y son subidos a las redes sociales y plataformas, de las cuales Spotify es la más conocida y usada. Estos, además pueden ser propuestos en distintos formatos sobre un tema en especial. La palabra podcast surge entre la unión de Pod (demanda de personas) y broadcast (que significa transmisión) (García, 2022). Existen diferentes tipos de podcast, tales como: de entretenimiento, ficción, información, formación, entrevistas, formato conversacional, diario, periodismo o de información y programa de radio en diferido. Para el presente proyecto, los formatos elegidos para la construcción del podcast son el conversacional y entrevistas.

2.1.5 Casos referenciales

- Y tú, ¿Qué vas a estudiar?: Es un podcast de orientación vocacional de origen peruano el cual se desarrolla en YouTube, y también, suben episodios en su página web <https://www.ytuquevasaestudiar.pe/index.html>. No utilizan la plataforma Spotify solo YouTube; y cuentan con 439 suscriptores y 93 videos en YouTube.
- La página web “Queestudiar.la”, es la primera página orientada al tema de vocación profesional que usa inteligencia artificial para estudiantes de nivel de secundaria para brindar información sobre carreras actuales, dar un proceso de autoconocimiento, comparar carreras a través de sus habilidades y tipos de personalidad (Redacción EC, 2021).
- La página web “Ponte en Carrera” da información veraz y gratuita sobre la oferta académica y demanda laboral para ayudar a los jóvenes a tomar una mejor decisión con respecto a su vida laboral.
- La página web “carreras.pe”, ofrece información y ayuda con respecto a la orientación vocacional y asesoramiento a jóvenes para que encuentren la carrera adecuada para ellos.
- La página web “descubretucarrera.pe”, la cual consta de realizar un test de cuatro secciones con distintas dinámicas donde se tiene que marcar las opciones que más convengan al estudiante.

Se tomó como referencia para la creación del podcast diferentes contenidos audiovisuales que sirvieron de inspiración para el aspecto de la producción de contenido, estos son:

- TED en español: Lo que logramos extraer de este podcast y canal de YouTube es el tema de que los invitados hablan de distintas pasiones y actividades que tienen una estrecha relación con su vocación y carrera. En la actualidad, cuentan con más de 600 mil seguidores en Instagram.
- BBVA Aprendemos juntos: De este podcast, lo que se extrae es la manera de entrevistar a sus invitados en el cual se muestran personas con vocación, también, las preguntas clave y directas. Finalmente, la sensación que produce el uso del fondo musical para hacerlo más dinámico y entretenido. Este proyecto cuenta con más de 700 mil seguidores en Instagram.

2.2 Público objetivo

Hombres y mujeres jóvenes de 16 a 19 años de Lima Metropolitana, que estén en el proceso de elección de su vocación, ingresando a la universidad o instituto, o que ya estén cursando los primeros ciclos en la universidad.

Según IPSOS Perú (2022), el 75% de los jóvenes de 16 a 19 años de Lima Metropolitana quieren estudiar en institutos o universidades, el 40% de esos jóvenes quieren estudiar en una universidad pública, el 31% en una universidad privada y el 29% en un instituto. El mismo estudio indica que el 75% de los estudiantes quieren estudiar y trabajar, y el 25% están indecisos o solo quieren trabajar. Finalmente, se menciona que el 73% de los jóvenes postulantes poseen smartphones, el cual usan para buscar entretenimiento e información.

Un estudio que publicó el Diario El Comercio (2022) nos menciona Prabhakar Raghavan, vicepresidente de Google, que el 40 % de los usuarios adolescentes prefiere Instagram para realizar búsquedas, en lugar de hacerlas a través del buscador de Google. Además, el 33% de los jóvenes postulantes buscan información sobre su educación en diferentes plataformas en sus smartphones, según Ipsos (2022). Otro dato importante es que la principal red social que usan los jóvenes de 16 a 19 años es Instagram (58%).

CAPÍTULO III: FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

La elección del proyecto “Encuentra tu vocación” fue desarrollado en formato podcast dado que brinda diversas ventajas tales como: en primer lugar, la facilidad de producción y realización de entrevistas en forma de audio desde cualquier dispositivo y en cualquier parte del mundo, brindando la posibilidad de que como locutoras se pueda ser constantes en términos de grabaciones; en segundo lugar, el formato de podcast ofrece la ventaja de ser atemporal, ya que permite escuchar el contenido en cualquier momento y lugar; en tercer lugar, brinda libertad de creación en cuanto a los horarios de publicación, plataformas en las que se va a difundir y los distintos temas que se pueden abordar en los episodios; en cuarto lugar, permite llegar a los jóvenes de manera instantánea, debido a su forma de reproducción y almacenamiento en Spotify; finalmente, el tipo de formato es más rentable por lo que no se necesita de gran presupuesto para hacerlo realidad.

Ipsos Perú (2022) indica que el público objetivo elegido cuenta con la facilidad de tener un smartphone (70% de los jóvenes adolescentes) para la búsqueda de información y entretenimiento, ya que ellos prefieren buscar temas educativos relevantes a través de plataformas digitales como Spotify e Instagram. En adición, según datos de Spotify Perú (2019), el 60% de las reproducciones en el país se dan a través del celular.

3.1 Preproducción, realización y posproducción del Podcast

3.1.1 Preproducción

En esta parte inicial, se hace la búsqueda de la persona que será entrevistada con dos semanas de anticipación. El entrevistado debe tener ciertas características para participar en el podcast, tales como: tener vocación y pasión por su carrera, cruzar los últimos ciclos de su carrera para que pueda explicar los diferentes cursos desde el primer año hasta el último, haber realizado las prácticas, y debe ser empático para que le brinde un buen consejo a los oyentes sobre la carrera que ama. Luego, se arma una audición, en la cual se eligen a 10 personas, a las cuales se les hacen un par de preguntas sobre la entrevista, y quien se desenvuelva mejor queda como el invitado de la semana. Una vez pactada la

entrevista, se indica la fecha y hora al invitado para que se presente vía la plataforma virtual Zencastr.

3.1.2 Realización

Cuando la reunión comienza, se le pide al invitado que se encuentre en un lugar tranquilo para que pueda realizar la entrevista con calma. Luego, inicia la grabación en la cual se presenta al invitado, y se le hace entrar en confianza con los oyentes y con las locutoras. Se eligió este formato, también, debido a que se permite grabar desde los hogares de cada miembro de la entrevista, sin necesidad de acudir a un lugar en específico con tal de que no haya ruidos fuertes que puedan interferir con la entrevista.

3.1.3 Ejes de contenido del podcast

Los episodios se encuentran repartidos en bloques, los cuales describen diferentes etapas de la vida académica y profesional de los profesionales y estudiantes invitados tales como: la etapa de finalización de colegio y la decisión de seguir su vocación, los primeros ciclos de universidad y la primera experiencia laboral. Se eligió este formato porque se creyó conveniente contar las experiencias en forma cronológica de manera más atractiva y divertida, por eso, también, se colocó esos nombres a los títulos de los bloques.

- **Primer bloque: Facultad de los confundidos:** En el primer bloque se aborda la experiencia de la etapa escolar del invitado para saber cuáles son sus gustos, pasiones y si tenía conocimiento de qué estudiar en tal etapa. Además, se habla de cómo y en qué momento escogió su carrera y por qué fue que tomó esa decisión. De esta manera los oyentes podrán conocer el proceso y la experiencia del invitado, desde su etapa escolar hasta el motivo por el cual escogió su vocación.
- **Segundo bloque: A sus marcas, listos, ¡ingresa!:** En el segundo bloque, el invitado cuenta acerca de su experiencia al ingresar a la universidad, sus primeros ciclos, lo qué lo motivó a seguir ese camino, además de hablar sobre su desenvolvimiento en los diferentes cursos y su asignatura favorita. También, dice si hubo algún profesor que lo inspira, qué hizo que le gustara más la

carrera en la cual se encuentra. De esta manera los oyentes conocen más sobre la carrera del invitado y cómo fue su proceso para sobrellevar el momento al enfrentarse a la realidad universitaria.

- **Tercer bloque: Licenciados y novatos:** En el tercer bloque se habla de la introducción al mundo laboral del invitado, cómo fueron sus primeras prácticas profesionales, si tuvo alguna mala experiencia dentro de ellas, cuál es el mejor aprendizaje que le dejó y si fue como realmente imaginó que sería. Gracias a este bloque, el oyente tendrá un pequeño indicio de cómo es trabajar por primera vez en la carrera que escogieron.

3.1.4 Post Producción

Cada episodio grabado en el programa Zencastr se descarga para ser editado en el programa Reaper. Cada episodio se edita con un mismo orden para que la información brindada esté bien organizada, el cual será explicado a continuación:

El episodio comienza con el gancho, seguido de la música introductoria. Luego, se continúa con la presentación de las locutoras junto con el título del podcast y sobre qué trata. Después de ello, se presenta al invitado (su nombre, edad, carrera y centro de estudio) y se desarrollan los bloques. Finalmente, se brinda el consejo, la despedida y la música final que es la misma que la introductoria.

Los episodios deben tener una duración de 10 a 12 minutos, pues en la validación del primer episodio (Anexo 1), los participantes mencionaron que sería mejor de esa forma.

Una vez finalizada la edición, se exportará en el formato mp3 y se procederá a subir a Spotify, el cual será la plataforma oficial del podcast.

3.2 Logotipo del podcast

El logo del podcast presenta el tono verde agua que simboliza la esperanza, prosperidad, libertad, lealtad, verdad y seriedad, que son términos relacionados a la vocación. Además, tiene un micro en vez de la letra “o” que representa al podcast. El birrete que está en la parte superior derecha simboliza la etapa universitaria que el público objetivo tiene que

afrontar para profundizar sus conocimientos sobre la carrera elegida. El tipo de letra elegido presenta muchas curvas, lo cual le da mayor notoriedad y alegría al logo. (Anexo 2).

3.3 Instagram como red social elegida

Se eligió la plataforma de Instagram para que, a través de esta, los usuarios puedan enterarse del proyecto, y mediante un enlace, se dirijan a Spotify para que escuchen los episodios. También, según Ipsos (2022), el 53% de los jóvenes de 16 a 19 años usa la red social, debido a la instantaneidad de la información que se difiere por este medio.

Se formó un feed con distintas publicaciones sobre los episodios del podcast con pequeños fragmentos de estos para que el público objetivo se anime a escuchar el podcast. Además, se publicaban las fechas de estreno, quiénes eran los invitados y las carreras que se iban a desarrollar.

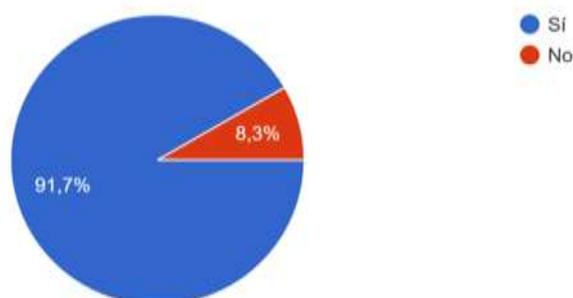
3.4 Resultados

Se realizó una encuesta de validación de los 8 episodios del podcast, 48 adolescentes de 16 a 19 años de Lima Metropolitana. Cada episodio fue validado por 6 jóvenes del target objetivo (50% hombres y 50% mujeres).

Acerca de la primera pregunta, el 91% dijo que sí escuchó el episodio completo y solo el 8,3% (4 personas) contestó que no.

Figura 3.1

¿Escuchaste el episodio completo?



En la segunda pregunta “¿Por qué no lo escuchaste completo?” (Anexo 3), las respuestas fueron 50 % para la opción “muy largo”, y el otro 50% para “no tengo tiempo”. Los episodios de las carreras que no fueron totalmente escuchados fueron Derecho, Ingeniería de Sistemas, Administración Hotelera e Ingeniería Civil.

Acerca de la tercera pregunta “¿Qué te pareció la introducción del podcast?” (Anexo 4), los resultados fueron 52% para la opción “llamativa”, 45,8% para “muy llamativa” y 2,1% “poco llamativa”. Del cual, la respuesta negativa fue del episodio de “Derecho”.

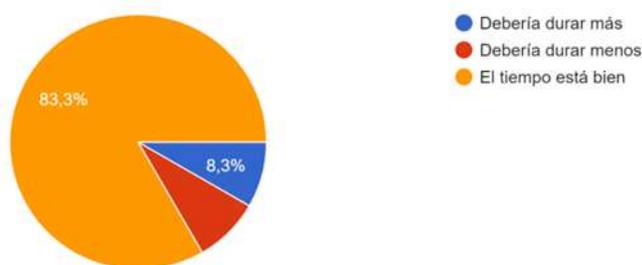
Acerca de la cuarta pregunta “¿Qué te pareció la persona entrevistada?” (Anexo 5), las respuestas fueron 60,4% para “muy motivadora” y 39,6 % para “motivadora”, lo cual indica que la elección de los invitados es correcta para las personas validadas.

Para la quinta pregunta “¿Qué te parecieron las preguntas planteadas en los bloques?” (Anexo 6), la opción con mayor porcentaje fue “muy adecuadas” con 56, 3%, y la que le sigue es “adecuadas” con 43, 8%, lo que indica que las preguntas están bien hechas para el público objetivo de la validación.

En la sexta pregunta “¿Qué te pareció la música seleccionada?” (Anexo 7), la mayoría contestó la opción de “muy adecuada” con 52,1% y el otro 47,9% marcó “adecuada”, lo que propone un enfoque positivo a este elemento usado.

Figura 3.2

¿Te pareció correcto el tiempo de duración del episodio?



En la séptima pregunta, la mayoría marcó que “el tiempo está bien” con 83,3%, el 8,3% (4 adolescentes) respondió que “debería durar más”, y el 8,3% (4 adolescentes) restante marcó que “debería durar menos”.

Figura 3.3

¿Prefieres que sea una carrera, dos carreras o varias carreras por episodio?



En la octava pregunta, la mayoría marcó “una sola carrera” con 93,8%, y el 6,2% restante pretende que sean “dos carreras”. Se concluye en base a lo anteriormente mencionado, que una sola carrera por episodio es lo adecuado, ya que se puede desarrollar más la información correcta.

La última pregunta fue abierta para que los adolescentes puedan sugerir mejoras en los episodios del podcast. Las respuestas más destacadas fueron:

- “Estuvo bueno el episodio, pero me hubiese gustado que incluyan preguntas del público que los oye.”
- “Solo que dure un poco más para abordar sobre la carrera o preguntas que se hayan dejado en redes.”
- “Me pareció muy interesante la entrevista, pero creo que podrían hacer más preguntas sobre su experiencia laboral.”
- “Creo que puede durar 10 minutos máximo con información más precisa”.
- “Quizá regular el sonido para que se escuche todo de forma pareja” - Episodio 2 (Comunicación Periodismo)

En conclusión, los resultados fueron positivos para los episodios validados, puesto que, a los adolescentes encuestados les agrada el formato, la música, las preguntas formuladas a los invitados les parecieron adecuadas y los temas que se abarcan en cada bloque. Algunos aspectos que se deben mejorar son el tiempo de los episodios, ahondar más en el área laboral y agregar preguntas del público objetivo en relación con lo que sugieren en redes sociales.

CAPÍTULO IV: LECCIONES APRENDIDAS

A lo largo del proyecto se han realizado muchos cambios y mejoras para poder lograr un contenido de calidad teniendo presente siempre el objetivo de inspirar a los oyentes para encontrar su vocación.

4.1 Cambio de formato: Nada mejor que una buena conversación

Lo primero que se aprendió fue que el tipo de formato con el que se comenzó el proyecto, que fue el formato de entrevista, no era funcional, debido a que no había mucho dinamismo, ya que al tener preguntas muy específicas no se podía dar los puntos de vista de cada locutora, solo se limitaba a la pregunta y respuesta por parte del invitado. Esa premisa fue confirmada y corroborada después al realizar un Focus Group en el que las respuestas indicaron que sí les gustaría a los oyentes que las locutoras intervengan más. Debido a estos resultados, se decide cambiar el formato a una conversación, en la cual el invitado seguiría compartiendo sus experiencias y tendría el protagonismo, pero, ahora también, agregando los comentarios, opiniones y acotaciones de parte de las locutoras. Lo que agrega dinamismo al contenido.

4.2 El cuidado en la selección del invitado

Se aprendió la importancia de la selección del invitado. Al comienzo en las grabaciones de los episodios se hicieron varias entrevistas en las cuales se descubrió que en algunas de ellas no se brindaba información relevante y motivadora, no todos los invitados lograron compartir la experiencia dando información de calidad, y lo más importante, demostrando y transmitiendo que realmente aman lo que hacen y que la carrera escogida es su vocación. Por ello, se decide optar por hacer un casting con preguntas de filtro relacionadas a la entrevista para así poder seleccionar a los invitados correctos.

4.3 La importancia del programa de grabación y el sonido del ambiente en el proceso edición

El programa escogido fue Zencastr, ya que tiene la opción de grabar los audios de manera independiente por cada participante cuando habla. Sin embargo, a veces, se escuchaba el eco de las locutoras reproduciéndose en la computadora del invitado debido a la baja conexión a internet. Como solución, se establece que para poder continuar el proyecto y dar con el objetivo de un mejor resultado, se debe evaluar el ambiente del invitado y ser más detallistas con ello, asegurándonos de que no haya ruidos externos ni mala conexión o grabar presencialmente en una cabina con equipos profesionales. En este caso, se opta por la primera opción de solución.

4.4 Los jóvenes buscan contenidos de corta duración

El tiempo de duración de cada episodio ha ido variando de acuerdo con cada participante, ya que algunos se explayan más que otros, sin embargo, se cree conveniente no cortar al invitado para mantener su fluidez y naturalidad al hablar, para después, escoger la información más relevante en el proceso de edición. Lo óptimo en cuanto a la duración, es que todos los episodios mantengan la misma base de tiempo que se propuso; entre diez a doce minutos, ya que algunos episodios resultaron ser muy largos y esto no es conveniente, pues los jóvenes de hoy están acostumbrados a consumir contenidos más cortos sobre todo en plataformas de audios y redes sociales, según un estudio realizado por Channel Factory publicado en el portal web “Puro Marketing” (PuroMarketing, 2022).

4.5 La relevancia del proceso de edición

En cuanto al proceso de edición, se aprendió mucho acerca de la importancia que tiene esta etapa, ya que el resultado final debe ser impecable para lograr que sea considerado una grabación profesional, ello incluye omitir silencios largos y sonidos externos, falta de fluidez en la conversación y comentarios/preguntas que no aportan a obtener más información del invitado. También, se debe mantener la música en el nivel adecuado para que no haya picos altos de sonido que desarmonice el audio en los episodios. Como

solución, se plantea ser mucho más minuciosos en esta etapa y poder brindar un producto final de calidad.

Por otro lado, a partir de la primera validación, se decidió agregar los bloques con sonido de introducción y finalización en cada uno para hacerlo más entretenido para los oyentes y se diferencien las etapas que pasan los invitados en la elección de sus carreras.

4.6 Importancia de las repreguntas

En el proceso, se aprendió sobre la importancia de las repreguntas por cada bloque en base a lo que los invitados van contando para que de esta manera se obtenga información más precisa, natural y fluida. Además de recalcar la información más relevante que se ha querido transmitir en los episodios.

4.7 El uso de las redes sociales para difundir el podcast

Cuando se inició el proyecto, no se había planificado cómo difundir el podcast para llegar al público objetivo. Se escogió Instagram como red social para promocionar todos los episodios. Todo ello con el objetivo de llegar a más jóvenes y así visibilizar de manera orgánica. Posteriormente, se pudo ver un antes y un después en cuanto al uso de Instagram para difundir el podcast, puesto que se llegó a más a los jóvenes y poco a poco se fue interactuando más con ellos, logrando así ser más escuchados por personas que necesitan la información brindada. Se considera en un futuro, dados los hábitos de consumo de las redes sociales por parte de los jóvenes, agregar al proyecto la red social TikTok como plataforma que promueva el podcast para conseguir más visitas a Instagram y a Spotify, debido a que el 40% del target utiliza TikTok, según Ipsos (2022).

4.8 La importancia de la validación del podcast por parte del target objetivo

Se validó el podcast con la finalidad de saber qué opiniones tenían los oyentes de nuestro público objetivo ante el contenido. Entre los resultados se obtuvieron comentarios positivos y críticas constructivas para mejorar el podcast tales como, agregar una sección de preguntas que el público haga a través de Instagram, ya que brinda mayor cercanía al target; además de, poner más énfasis en la experiencia laboral de los invitados, debido a

que se considera fundamental dentro de lo que quieren saber los oyentes. Lo anteriormente mencionado se consideran cambios que si se pueden realizar en episodios a futuro.



REFERENCIAS

- Agencia Europa Press. (14 de Julio de 2022). Google: ¿por qué los adolescentes prefieren TikTok o Instagram al realizar búsquedas online? El Comercio: <https://elcomercio.pe/tecnologia/redes-sociales/google-por-que-los-adolescentes-prefieren-tiktok-o-instagram-al-realizar-busquedas-online-noticia>
- Espinosa De los Monteros, M. J. (16 de Octubre de 2020). El imparable auge del 'podcast'. El País: https://elpais.com/elpais/2020/10/09/eps/1602258181_939048.html
- Garcia, K. (11 de Mayo de 2022). Qué es un podcast: aprende todo con nuestra guía completa para crear el tuyo. Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-podcast>
- Gil Mena, F. (22 de Marzo de 2019). El 45% de egresados técnicos y universitarios no es feliz con la carrera que estudió, ¿por qué? Gestión: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/45-egresados-tecnicos-universitarios-feliz-carrera-estudio-262087-noticia>
- Gil, C. (6 de Octubre de 2022). Historia de Instagram, la app que revolucionó la forma de compartir fotos online. Marketing 4 Ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-instagram-app>
- Ipsos. (2022). Perfil del postulante. <https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2640>
- Pastrana, C. (21 de Abril de 2023). Narrativa Transmedia y Storytelling: el arte de contar. IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-narrativa-transmedia-social-media-social-media>
- Perú Retail. (11 de Febrero de 2019). 14 millones de peruanos usan Spotify y cerca del 70% son millennials. PerúRetail: <https://www.peru-retail.com/14-millones-de-peruanos-usan-spotify-y-cerca-del-70-son-millennials>
- Ponte en Carrera. (s.f.). Recuperado 2023, de Ponte en carrera.pe: <https://www.ponteencarrera.pe>
- PuroMarketing. (17 de Mayo de 2022). El 52% de los usuarios consumen vídeos sociales de contenidos cortos para entretenerse y relajarse. PuroMarketing: <https://www.puromarketing.com/113/36345/usuarios-consumen-videos-sociales-contenidos-cortos-para-entretenerse-relajarse>
- Redacción EC. (29 de Diciembre de 2021). Queestudiar: Primera plataforma de orientación vocacional en utilizar inteligencia artificial. El Comercio: <https://elcomercio.pe/viu/educacion-primera-plataforma-de-orientacion-vocacional-en-utilizar-inteligencia-artificial-nndc-noticia>

Redacción RPP. (20 de Junio de 2022). El 80% de los estudiantes no sabe qué carrera elegir tras terminar el colegio. RPP: <https://rpp.pe/economia/economia/el-80-de-los-estudiantes-no-sabe-que-carrera-elegir-tras-terminar-el-colegio-noticia-1412841>

Ríos, M. (18 de Julio de 2022). El 80% de escolares no sabe qué carrera profesional estudiar al terminar el colegio. Gestión: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/80-escolares-carrera-profesional-estudiar-terminar-colegio-266166-noticia>



BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Europa Press. (14 de Julio de 2022). *Google: ¿por qué los adolescentes prefieren TikTok o Instagram al realizar búsquedas online?* El Comercio: <https://elcomercio.pe/tecnologia/redes-sociales/google-por-que-los-adolescentes-prefieren-tiktok-o-instagram-al-realizar-busquedas-online-noticia>
- BBVA. (s.f.). *BBVA: Aprendemos juntos 2030*. Recuperado 2023, de <https://aprendemosjuntos.bbva.com>
- Carreras.pe. (s.f.). *Carreras.pe*. Recuperado 2023, de <https://carreras.pe>
- Espinosa De los Monteros, M. J. (16 de Octubre de 2020). *El imparable auge del 'podcast'*. El País: https://elpais.com/elpais/2020/10/09/eps/1602258181_939048.html
- García, K. (11 de Mayo de 2022). *Qué es un podcast: aprende todo con nuestra guía completa para crear el tuyo*. Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-podcast>
- Gil Mena, F. (22 de Marzo de 2019). *El 45% de egresados técnicos y universitarios no es feliz con la carrera que estudió, ¿por qué?* Gestión: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/45-egresados-tecnicos-universitarios-feliz-carrera-estudio-262087-noticia>
- Gil, C. (6 de Octubre de 2022). *Historia de Instagram, la app que revolucionó la forma de compartir fotos online*. Marketing 4 Ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-instagram-app>
- Ipsos. (2022). *Perfil del postulante*. <https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2640>
- Pastrana, C. (21 de Abril de 2023). *Narrativa Transmedia y Storytelling: el arte de contar*. IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-narrativa-transmedia-social-media-social-media>
- Perú Retail. (11 de Febrero de 2019). *14 millones de peruanos usan Spotify y cerca del 70% son millennials*. PerúRetail: <https://www.peru-retail.com/14-millones-de-peruanos-usan-spotify-y-cerca-del-70-son-millennials>
- Ponte en Carrera. (s.f.). Recuperado 2023, de [Ponte en carrera.pe: https://www.ponteencarrera.pe](https://www.ponteencarrera.pe)
- PuroMarketing. (17 de Mayo de 2022). *El 52% de los usuarios consumen videos sociales de contenidos cortos para entretenerse y relajarse*. PuroMarketing: <https://www.puromarketing.com/113/36345/usuarios-consumen-videos-sociales-contenidos-cortos-para-entretenerse-relajarse>

Redacción EC. (29 de Diciembre de 2021). *Que estudiar: Primera plataforma de orientación vocacional en utilizar inteligencia artificial*. El Comercio: <https://elcomercio.pe/viu/educacion-primera-plataforma-de-orientacion-vocacional-en-utilizar-inteligencia-artificial-nndc-noticia>

Redacción RPP. (20 de Junio de 2022). *El 80% de los estudiantes no sabe qué carrera elegir tras terminar el colegio*. RPP: <https://rpp.pe/economia/economia/el-80-de-los-estudiantes-no-sabe-que-carrera-elegir-tras-terminar-el-colegio-noticia-1412841>

Ríos, M. (18 de Julio de 2022). *El 80% de escolares no sabe qué carrera profesional estudiar al terminar el colegio*. Gestión: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/80-escolares-carrera-profesional-estudiar-terminar-colegio-266166-noticia>

TED en español. (s.f.). Recuperado 2023, de TED en Español: <https://www.ted.com/about/programs-initiatives/ted-en-espanol>

Y tú ¿qué vas a estudiar? (s.f.). Recuperado 2023, de Y tú ¿qué vas a estudiar?: <https://www.ytuquevasaestudiar.pe>





Anexo 1: Validación del primer episodio

Validación con el profesor Carlos Rivadeneyra

- Replantear la manera en cómo dar a conocer la información utilizando una conversación estructurada para lograr respuestas útiles al oyente
- Para lograr recopilar la información adecuada, incluir preguntas clave en cada bloque de acuerdo con el tema que se maneja en cada uno de ellos, como, por ejemplo:
 - a. ¿De qué trata la profesión?
 - b. ¿Cuántas ramas existen en esa carrera?
 - c. ¿Cómo son los estudios?
 - d. ¿Cuándo te diste cuenta de que lo tuyo era tal carrera?
 - e. ¿Cómo son los cursos en tal carrera?
 - f. ¿Qué curso fue el más enriquecedor en el aprendizaje de tu carrera?
 - g. ¿Qué etapa fue la más retadora para ti en tu vida universitaria?
 - h. ¿Cómo son tus prácticas en tu campo laboral?
 - i. ¿Cómo fue tu experiencia buscando prácticas en tu carrera?
 - j. ¿Cuánto tiempo estudias al día?
 - k. ¿Cuánto va a ganar en sus prácticas?
- Las entrevistadoras deberían tener diferentes roles y a partir de la postura de cada una frente al tema realizar las preguntas
- Tratar de convocar a personas que puedan explicar rápido, fluido, corto y hablando sencillo
- Mejorar la edición y los niveles de registro de voz de cada participante debe estar más uniforme
- Poner una voz en los bloques que permita comprender correctamente lo que se dice
- Realizar preguntas que vayan en tono del efecto de sonido como opción en vez de agregar efectos de sonido en post producción
- La conversación suena un poco formal, pero por el público objetivo que se tiene, debería ser más “entradora”, utilizando un léxico muy fácil de comprender.

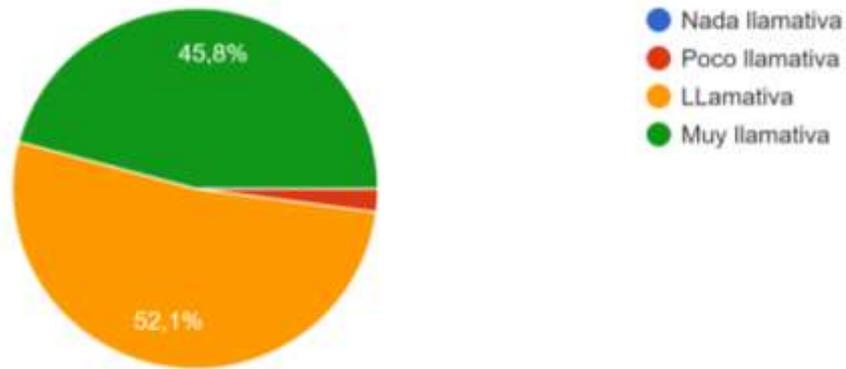
Anexo 1: Logo del podcast



Anexo 2: ¿Por qué no escucharon el podcast completo?



Anexo 3: ¿Qué te pareció la introducción del podcast?



Anexo 4: ¿Qué te parecieron las preguntas planteadas en los bloques?



Anexo 5: ¿Qué te pareció la música seleccionada?



Anexo 6: Focus Group a 6 adolescentes de 17 años en Lima Metropolitana

Preguntas:

1. ¿Cómo describirías el episodio escuchado?
2. ¿Qué te parecieron las experiencias de la persona invitada?
3. Del 1 al 5, ¿Cuánto te inspiró el episodio a buscar tu vocación por alguna carrera?
4. ¿Qué te parecieron los efectos de sonido en el episodio? ¿Los lograste identificar?
5. ¿Estarías dispuest@ a seguir escuchando los episodios cuando se estrene el podcast en alguna plataforma? ¿Por qué?
6. ¿Qué otra cosa agregarías al episodio para que pueda mejorar?

Resultados del Focus Group

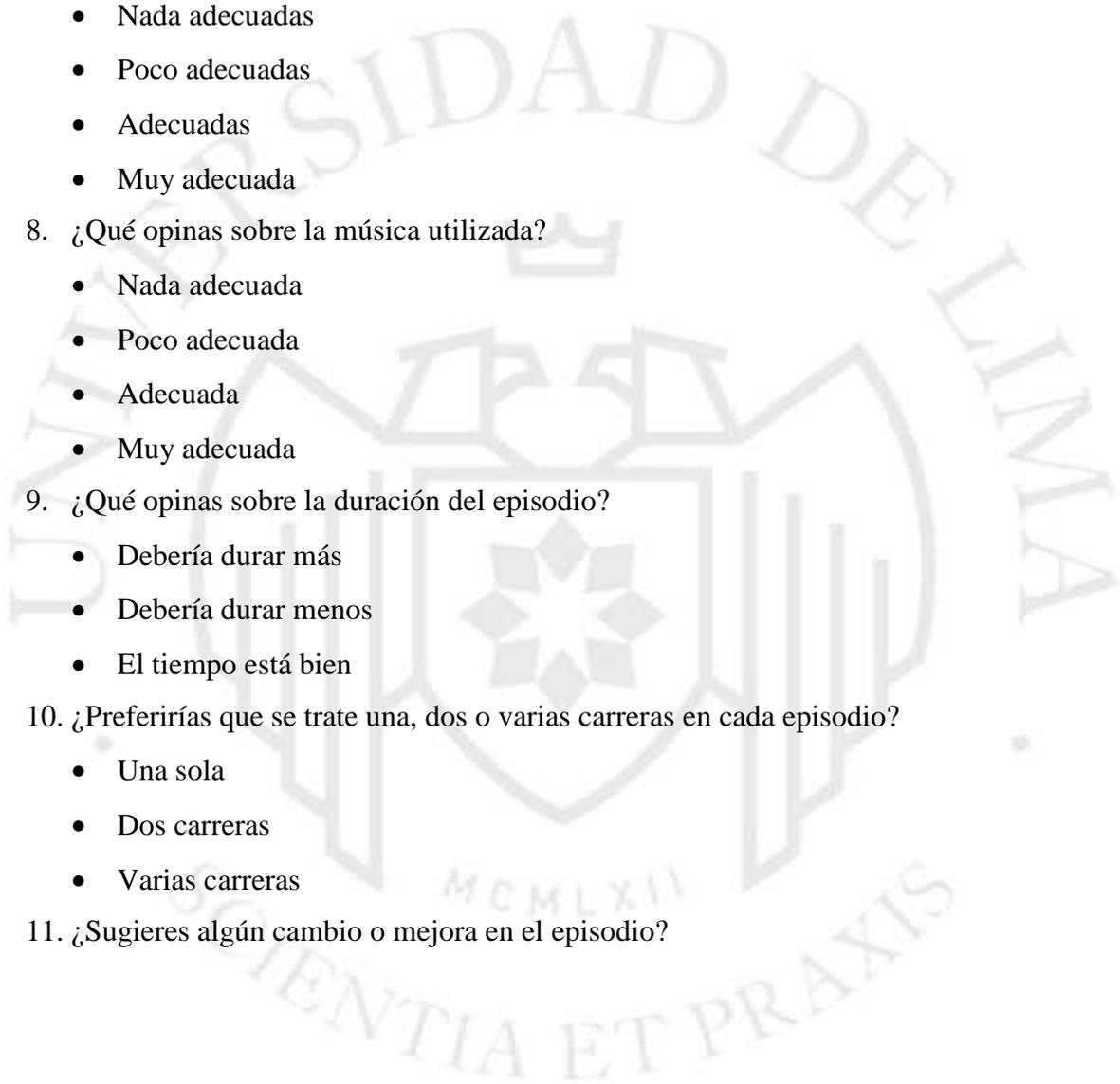
- Las experiencias del invitado fueron interesantes para las entrevistadas porque nunca habían escuchado una manera tan fácil de hablar de una carrera tan complicada como es ingeniería de sistemas, aparte las motivó para seguir buscando información acerca de esta, ya que les gustó el tema de crear la propia aplicación desde cero, y ver todas las partes que incluyen su construcción, también, les pareció una persona muy empática, extrovertida y que su forma de hablar y aconsejar es como si ya tuviera años desarrollando su carrera por los tips que dio, y la descripción que dio el cómo debe ser un ingeniero de sistemas.
- Además, tres de las entrevistadas dijeron que las locutoras dirigieron bien las preguntas, lo cual ayudó a desarrollar bien todas las aristas necesarias para dar a conocer más la carrera, aparte de que dieron mucha confianza al hablarle al invitado, lo que les gustó mucho.
- La mayoría de las entrevistadas dijeron que si las motivó a buscar su verdadera vocación y a encontrar ese sentido y pasión por lo que van a estudiar o están estudiando actualmente, impactó de una manera positiva en ellas, prendió ese ánimo que tanto necesitaban para seguir en el camino de encontrar lo que las haga felices.

- Ellas dicen que se puede tocar una carrera por episodio, sin embargo, en ciertos episodios se podría hacer una comparación entre ambas.
- Implementar un bloque de preguntas que el público quiera hacer a los invitados dependiendo de la carrera que se presentará en él.
- Proponen que se den carreras universitarias y técnicas para ampliar el rango de llegada al público, pues, no todos pueden ser beneficiados al ir a una universidad.
- Comentaron que les gustó que las locutoras animaran a los invitados a conversar más sobre su carrera y experiencias personales, pues, eso llama más la atención, ya que hablar de su vida y cómo impactó ese cambio o mejora de la elección, es un tema relevante.
- La pregunta de introducción es llamativa para ellos, pues provoca el interés inmediato porque es una guía para saber de lo que trata el episodio, sin embargo, pidieron que se desarrollé más eso y no ir por las ramas de otros temas porque genera confusión y pierde la esencia de lo que se tomará en cuenta como lo importante y central.

Gracias a la información que brindaron las validaciones anteriores pudimos mejorar el contenido con respecto a los efectos de sonido, la música, las caretas de los bloques y lograr un mayor orden de los conocimientos que dan los invitados. Además, se reflexionó sobre las preguntas que se tenían que hacerles a los invitados, y así otorguen información buena para que los oyentes tengan un enfoque diferente, lo que se refleja en los episodios posteriores.

Anexo 7: Preguntas de la encuesta de validación a jóvenes de 16 a 19 años de Lima Metropolitana

1. ¿Qué edad tienes?
 - 16 años
 - 17 años
 - 18 años
 - 19 años
2. ¿Qué episodio escuchaste?
 - Episodio 1 - Ingeniería de Sistemas
 - Episodio 2 - Comunicación (Periodismo)
 - Episodio 3 - Administración Hotelera
 - Episodio 4 - Comunicación
 - Episodio 5 - Fisioterapia
 - Episodio 6 - Ingeniería Civil
 - Episodio 7 - Educación
 - Episodio 8 - Derecho
3. ¿Escuchaste todo el episodio completo?
 - Sí
 - No
4. Si tu anterior respuesta fue NO, ¿Por qué no escuchaste el episodio completo?
 - Muy largo
 - No tengo tiempo
 - Otra...
5. ¿Qué opinas sobre la introducción del episodio (presentación del episodio, locutoras e invitado)?
 - Nada llamativa
 - Poco llamativa
 - Nada motivadora
 - Nada motivadora

- 
6. ¿Qué opinas sobre la persona entrevistada?
- Muy motivadora
 - Motivadora
 - Poco motivadora
 - Nada motivadora
7. ¿Qué opinas sobre las preguntas planteadas en la entrevista?
- Nada adecuadas
 - Poco adecuadas
 - Adecuadas
 - Muy adecuada
8. ¿Qué opinas sobre la música utilizada?
- Nada adecuada
 - Poco adecuada
 - Adecuada
 - Muy adecuada
9. ¿Qué opinas sobre la duración del episodio?
- Debería durar más
 - Debería durar menos
 - El tiempo está bien
10. ¿Preferirías que se trate una, dos o varias carreras en cada episodio?
- Una sola
 - Dos carreras
 - Varias carreras
11. ¿Sugieres algún cambio o mejora en el episodio?

Anexo 8: Guion (referencia guía para el formato de las entrevistas)

- **PRIMER BLOQUE: FACULTAD DE LOS CONFUNDIDOS**
 - ¿Cuándo y cómo te diste cuenta de que lo tuyo era la carrera que estudias? (siempre lo supiste, tus padres no tuvieron problemas)
 - ¿Qué te inspira y te hace sentir segura de estudiar?

- **SEGUNDO BLOQUE: A SUS MARCAS, LISTOS, ¡INGRESA!**
 - ¿Qué es lo más importante y necesario que has aprendido en los cursos para tu carrera?
 - ¿Cuál fue el mayor reto que tuviste que enfrentar en la universidad o instituto?

- **TERCER BLOQUE: LICENCIADOS Y NOVATOS**
 - ¿Cómo fue tu experiencia buscando prácticas en tu carrera?
 - ¿Cómo ha sido tu experiencia con tus prácticas?
 - ¿Sabes cuánto gana un practicante?

Anexo 9: Entrevista a Javier Echevarría

Nicolle (00:01)

Bienvenidos al podcast de hoy Encuentra tu vocación. En este episodio, tenemos el honor de entrevistar a Javier Echevarría, un experto en el tema sobre encontrar la vocación. Con una vasta experiencia en el campo de la orientación vocacional y profesional, Javier nos compartirá su sabiduría sobre cómo encontrar la vocación adecuada.

Claudia (00:18)

También, escogeremos juntos cómo identificar el miedo o la incertidumbre en el proceso de buscar la vocación adecuada, así como la superación de obstáculos y desafíos en el camino hacia la realización profesional. Así que, sin más, comencemos.

Nicolle (00:32)

Bueno, Javier, es un honor tenerte aquí. Estamos muy, muy felices. Gracias. Y entusiasmadas. Gracias. Emocionadas. Sí, también. Y bueno, pues la primera pregunta que tenemos para ti es, ¿cuáles crees que son los desafíos más comunes que enfrentan los jóvenes cuando toman decisiones sobre la elección de su carrera?

Javier (00:55)

A ver, creo que el mayor desafío ahorita es la toma de decisiones en general. O sea, al joven no le gusta tomar decisiones. Es decir, siempre tomar decisiones es difícil, pero a diferencia del joven de antes, donde tenías tan pocas opciones, entonces estás acostumbrado un poco a decidir sobre la base de la carencia de oportunidades. Ahora que hay una cantidad de caminos, una cantidad de posibilidades, el chico o la chica le cuesta decidir. Es como decidir qué película veo en Netflix hoy, cuando tengo un catálogo de 500 películas. Entonces, de por sí, la posibilidad de decidir y asumir el camino hacia el crecimiento les cuesta, porque también en estos tiempos está más de moda ser adolescente eterno. Entonces, ¿por qué voy a ser hasta 18 si puedo ser adolescente hasta los 30? Entonces, no me hagas hacerme cargo de mí mismo mí mismo. Eso es lo más difícil para ellos.

Nicolle (02:04)

Sí, totalmente concuerdo. Inclusive a mí me cuesta a veces escoger una película y escoger una carrera que es para toda tu vida.

Javier (02:15)

Y eso es lo primero que hay que aclarar. No es una carrera para toda tu vida.

Nicolle (02:20)

Esa es la que se cree, ¿no? Creo que es una premisa que siempre se cree.

Javier (02:25)

No son autopistas en la que te metes. No, la vida tiene muchas distorsiones. Tú estás decidiendo los primeros pasos.

Claudia (02:34)

Eso es muy interesante, porque creo que lo ven como una responsabilidad muy grande que tienen que tomarla sí o sí, esa decisión al toque. Y es como que eso fácil desanima a los chicos para que puedan escoger la carrera que de verdad les gusta, porque si bien es cierto, ahorita pueden estudiar algo que les sirva en ese momento, pero más adelante también pueden estudiar otra cosa. O sea, el estudio nunca va a acabar.

Javier (02:56)

Mira, la carrera universitaria tiene un nombre bien poco glamoroso, que los jóvenes no saben, pues se llama pregrado. Pregrado, suena primer grado. Entonces para el chico puede 15, 16 años. La carrera, se trata de primer grado nomás. Es como que tenga la posibilidad de estudiar primaria nuevamente, pero la primaria de la adultez. Y luego del pregrado vienen posgrado, diplomado, maestría o si no quieres el camino de los estudios, la práctica, el campo que finalmente te da la experiencia laboral para que encuentres tu lugar. Y eso termina pesando más y a medida que pasa el tiempo, claro, un chico de 22 años, su currículum tiene una línea, estudié esto, y está al colegio, dos líneas tienen su currículum. Pero en la medida que tú vas avanzando y vas adquiriendo más líneas en tu currículum, en la base de tu experiencia, la gente ya no te pregunta ni siquiera qué estudiaste, y menos en qué universidad. Te preguntan cuál fue tu trabajo anterior y qué logros tuviste en tu chamba, y qué cartas de referencia tuviste. Y quiero leer tus

referencias. Y de paso te pueden preguntar, Oye, ¿verdad que estudiaste? Y tú ya terminas a veces siendo como un elemento anecdótico.

Javier (04:14)

Por supuesto, depende de qué carrera, porque hay carreras que tu firma, si es importante, hay un conjunto de carreras donde tu firma es importante, donde evidentemente eso pesa. Pero entre un comunicador, por ejemplo, un administrador, al final pueden terminar realizando la misma labor y la firma no es que si yo firmo es porque no, es válido que esto está hecho por un comunicador. No, no es así.

Claudia (04:45)

Claro. Y en base a lo que tú decías de la indecisión de los jóvenes, ¿cuál es tu enfoque para trabajar con jóvenes que tienen dificultades para identificar sus intereses y habilidades profesionales? ¿Tú cómo trabajas con eso, con ellos? Porque tú eres su orientador vocacional. Entonces, ¿nos puedes contar un poquito sobre eso?

Javier (05:02)

Claro. Lo primero es que ellos hagan la diferencia, que es lo que yo siempre menciono, porque de ahí surge la confusión entre vocación, profesión y ocupación. Son tres cosas diferentes. Están conectadas, pero son cosas diferentes. Entonces el chico viene pensando en la profesión. No, la profesión es un medio. No tiene ningún sentido que no conozcas tu punto de partida, no sepas tu punto de llegada y quieras elegir un puente que conecte A con B. No tiene ningún sentido. Pero el chico viene así. No sé qué profesión estudiar. Bueno, la profesión es una herramienta. Primero veamos quién eres tú. Conozcamos tu vocación. Tu vocación es tu llamado. Es lo que te ha llamado la atención desde que naciste. Hay una larga historia de las cosas que te han gustado que naciste y has ido acumulando un montón de cosas que de forma natural te gustan y que muchas veces esas cosas que te hacen vibrar, vibrar, están acompañados de talentos. Muchas veces, salvo en el arte y el deporte, que son las dos vocaciones que a veces lo que te hace vibrar no está acompañado del talento, en las otras cosas está acompañado. Es decir, si a ti te llama la atención y siempre te ha encantado la matemática, es raro que diga, pero no sé sumar, es raro.

Javier (06:23)

Por lo general, lo que te hace vibrar está acompañado del talento. Vuelvo a repetir, quitando el deporte y el arte. Entonces, pero igual hay que analizar, ¿no? Eso que te hace vibrar, ese llamado, esa pasión y ese talento, si es que está acompañado. El orden para mí es ese, no al revés. Al revés trae confusión, porque cuando tú ves primero el talento, pues claro, ves que alguien es bueno, qué sé yo, le encanta leer. Entonces comienzas a pensar en opciones a partir de un cliché. Y en realidad, ¿en qué profesión no va a servir que sepas leer? O lo mismo en matemática, que son las dos cosas que siempre los chicos se preguntan, lectura y números, por supuesto que hay muchas más cosas, muchísimas más cosas, pero digamos las dos cosas comunes que el chico se pregunta si te gusta la matemática, entonces piensas, pues cliché, entonces voy a ser ingeniero. Bueno, yo soy un psicólogo que me encanta la matemática, que mi primera chamba fue profesor de matemática y que mi concepción de mi modelo vocacional, que he elaborado tiene una estructura matemática. Entonces, A, entonces B, no es lo mismo que B, entonces A, que es ese silogismo lógico de decir que todos perros tienen cuatro patas, pero no todo animal con cuatro patas es perro.

Lo mismo. Todo ingeniero le gusta la matemática, pero no a todo el que le gusta la matemática es ingeniero. Por eso es que primero hay que ver lo que te hace vibrar, porque ese es el faro, esa es la guía. Y luego ver si el talento te acompaña hacia eso. Y si no te acompaña, tratar de entender por qué, qué ha pasado, cómo así te encanta esto y no tienes el talento para hacerlo. Vuelvo a repetir por tercera vez, porque la gente siempre se confunde, quitando el deporte y el arte que tienen tratamiento especial.

Nicolle (08:21)

Claro, es verdad. A veces creo que queremos encasillarnos. Nuestros gustos, tal cosa, va con tal carrera. Porque a mí me gusta esto, esto es para mí. Pero en realidad puede gustarte muchísimas cosas y, aun así, como dices, una cosa no tiene nada que ver con la otra. Y el final, la carrera que al final tú escoges puede ser más que eso. O sea, tu personalidad, lo que te gusta puede ser mucho más que eso. Entonces, sí concuerdo totalmente contigo.

Javier (08:52)

Mira, algo interesante. Me gustan muchas cosas y esto no tiene necesariamente que ver con lo otro. Mi primera chamba en el taller es ¿y qué tal si buscamos la relación?

De repente sí tiene que ver. De pronto ahí está el secreto escondido. De pronto hay una conexión entre esto, que ahí está el futuro.

Claudia (09:14)

Claro, la cuestión está en indagar más y acercarnos más a la carrera, porque la carrera es un mundo al cual tú nada más ves lo superficial. Entonces, si tú le muestras a las personas, bueno, a los chicos en este caso, el cómo es en verdad el mundo de esa carrera, creo que podría ya él ver la posibilidad si estudiarla o no, o si quiere adentrarse más.

Javier (09:37)

Ese es para mí, como te digo, el tercer paso. El primer paso es conocer tu vocación, quién eres tú y tu vocación, y tiene que ver con además aprender a amar eso que tú eres, eso que a ti te gusta, eso que a ti te llama la atención, y encontrar conexiones entre eso, porque de pronto, vuelvo a repetir, aparentemente no está conectado y de pronto sí está muy conectado.



Anexo 10: Permiso de los padres de familia de los jóvenes menores de edad que participaron en la segunda validación del podcast

Lima, Perú; 01 de mayo del 2023

Señores: PADRES DE FAMILIA

Cordial saludo.

Por medio de la presente me permito solicitar su autorización y consentimiento para la participación de su hijo en el proyecto de investigación “Podcast sobre experiencias laborales y de formación para orientar a estudiantes a encontrar su vocación”, para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación en la Universidad de Lima.

Dicho proyecto cuenta con las siguientes características:

El proyecto se basa en la creación y producción de ocho capítulos del podcast llamado “Encuentra tu vocación” el cual es de corte ameno conducido por Claudia Marroquín y Nicolle De los Ríos. Los episodios se encuentran en la plataforma Spotify y a la vez se puede llegar a ellos a través de la cuenta de Instagram, en donde hay un link que te redirige a todas nuestras redes sociales. El objetivo es orientar y ayudar a estudiantes que quieren escoger una carrera en una universidad o instituto y así puedan elegir su vocación.

Responsables: Claudia Marroquin Guerra y Nicolle Ridel De Los Ríos, egresadas de la Universidad de Lima y responsables del proyecto.

Procedimiento: Previa autorización de la institución y consentimiento informado por parte de los padres y el (la) adolescente, debidamente firmado, se procederá a aplicar los siguientes instrumentos de manera anónima en la encuesta para la validación del podcast cuya contestación dura aproximadamente 25 minutos. Para la realización de este proyecto se requiere la participación de mínimo 48 adolescentes de 16 a 19 años de edad de la ciudad de Lima Metropolitana.

Agradeciendo su atención,

Cordialmente,

Claudia Marroquin

Bachiller de la universidad de Lima

Teléfono: 923676319

Correo electrónico: claumarroquin210400@gmail.com

FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Nosotros: _____, identificado(a) con el documento de identidad número _____ de _____, en calidad de progenitor(a)____ tutor(a) legal ____, y _____, identificado(a) con la cédula de ciudadanía número _____ de _____, en calidad de progenitor(a)____ tutor(a) legal ____, de _____, deseamos manifestar a través de este documento, que fuimos informados suficientemente y comprendemos la justificación, los objetivos, los procedimientos y las posibles molestias y beneficios implicados en la participación de nuestro hijo(a), en el proyecto de suficiencia profesional: “ _____ ”, que se describe a continuación:

Equipo De Investigación

El equipo lo conforman Claudia Marroquin y Nicolle De Los Ríos, bachilleres de la Universidad de Lima.

Objetivos:

El proyecto se basa en la creación y producción de ocho capítulos del podcast llamado “Encuentra tu vocación” el cual es de corte ameno conducido por Claudia Marroquín y Nicolle De los Ríos. Los episodios se encuentran en la plataforma Spotify y a la vez se puede llegar a ellos a través de la cuenta de Instagram, en donde hay un link que te redirige a todas nuestras redes sociales. El objetivo es orientar y ayudar a estudiantes que quieren escoger una carrera en una universidad o instituto y así puedan elegir su vocación.

Procedimiento:

Contestar unos cuestionarios de manera anónima y confidencial, cuya contestación dura aproximadamente 25 minutos. Nuestro hijo se compromete a contestar sinceramente para que la investigación arroje resultados válidos. La administración se realizará en _____ nuestro hijo(a).

Participación Voluntaria

La participación de nuestro hijo(a) en este estudio es completamente voluntaria, si él o ella se negara a participar o decidiera retirarse, esto no le generará ningún problema, ni tendrá consecuencias a nivel institucional, ni académico, ni social. Si lo desea, nuestro hijo(a) informaría los motivos de dicho retiro al equipo de investigación.

Confidencialidad

La información suministrada por nuestro hijo(a) será confidencial. Los resultados podrán ser publicados o presentados en reuniones o eventos con fines académicos sin revelar su

nombre o datos de identificación. Se mantendrá el cuestionario en un sitio seguro. Así se guardará el secreto profesional de acuerdo con lo establecido en la Ley 1090 de 2006, que rige el ejercicio de la profesión de comunicación en Perú.

Así mismo, declaramos que fuimos informados suficientemente y comprendemos que tenemos derecho a recibir respuesta sobre cualquier inquietud que mi hijo(a) o nosotros tengamos sobre dicha investigación, antes, durante y después de su ejecución; que mi hijo(a) y nosotros tenemos el derecho de solicitar los resultados de los cuestionarios y pruebas que conteste durante la misma. Considerando que los derechos que mi hijo(a) tiene en calidad de participante de dicho estudio, a los cuales hemos hecho alusión previamente, constituyen compromisos del equipo de investigación responsable del mismo, nos permitimos informar que consentimos, de forma libre y espontánea, la participación de nuestro hijo(a) en el mismo.

Este consentimiento no inhibe el derecho que tiene mi hijo(a) de ser informado(a) suficientemente y comprender los puntos mencionados previamente y a ofrecer su asentimiento informado para participar en el estudio de manera libre y espontánea, por lo que entiendo que mi firma en este formato no obliga su participación.

En constancia de lo anterior, firmamos el presente documento, en la ciudad de _____, el día _____, del mes _____ de _____,

Firma _____

Nombre _____

D.N.I. _____ de _____

Firma: _____

Nombre _____

D.N.I. _____ de _____

Cordialmente,

Claudia Marroquin

Nicolle De Los Ríos

Bachilleres de la universidad de Lima

Teléfono: 923676319

Correo electrónico: claumarroquin210400@gmail.com

Inf. Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	open.spotify.com Fuente de Internet	3%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
4	Submitted to UTEC Universidad de Ingeniería & Tecnología Trabajo del estudiante	<1%
5	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	dspace.uartes.edu.ec Fuente de Internet	<1%
7	polodelconocimiento.com Fuente de Internet	<1%
8	voonze.com Fuente de Internet	<1%
9	www.milenio.com Fuente de Internet	<1%

<1 %

10

mail.puromarketing.com

Fuente de Internet

<1 %

11

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

12

repositorio.ulima.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

13

signinvault.com

Fuente de Internet

<1 %

14

iabspain.es

Fuente de Internet

<1 %

15

Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de
Administración de Negocios para Graduados

Trabajo del estudiante

<1 %

16

elcomercio.pe

Fuente de Internet

<1 %

17

foorojabli.fr.gd

Fuente de Internet

<1 %

18

gestion.pe

Fuente de Internet

<1 %

19

recerc.eu

Fuente de Internet

<1 %

20

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

21

cat2.riss4u.net

Fuente de Internet

<1 %

22

www.epm.org

Fuente de Internet

<1 %

23

www.ie.edu

Fuente de Internet

<1 %

24

www.studyincanada.co.ve

Fuente de Internet

<1 %

25

eric.uoregon.edu

Fuente de Internet

<1 %

26

www.holas.it

Fuente de Internet

<1 %

27

www.panamericanaderecho.edu.mx

Fuente de Internet

<1 %

28

www.stitcher.com

Fuente de Internet

<1 %

29

"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 36 (2020) (VOLUME II)", Brill, 2022

Publicación

<1 %

30

www.dropbox.com

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía Activo