



La motivación intrínseca potencia el desarrollo profesional en estudiantes de comunicaciones: un estudio correlacional

Intrinsic Motivation Boosts Professional Development in Communication Students: A Correlational Study

Rodolfo Franco Rojas Virijovich¹  

Cómo citar

Rojas, R. F. (2026). La motivación intrínseca potencia el desarrollo profesional en estudiantes de comunicaciones: un estudio correlacional. *Socialium*, 10(1), 1-12. <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2026.10.1.2494>

RESUMEN

¹ Licenciado en Ciencias y Artes de la Comunicación, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
Lima, Perú
rodolfo.rojas3@unmsm.edu.pe

En el contexto educativo peruano, comprender los factores que inciden en la motivación académica y en las expectativas profesionales de los estudiantes es fundamental para optimizar la formación superior y fortalecer la inserción laboral. El objetivo del presente estudio fue analizar la relación entre la motivación académica y las expectativas profesionales en estudiantes de comunicaciones de un instituto privado de Lima Metropolitana. Se aplicó un diseño cuantitativo, correlacional y no experimental a una muestra de 286 estudiantes de ciencias publicitarias, utilizando dos cuestionarios como instrumentos de investigación. Estos instrumentos midieron las motivaciones académicas extrínsecas, las motivaciones académicas intrínsecas, la perspectiva de seguridad laboral y el desarrollo profesional. Los resultados evidenciaron correlaciones positivas y significativas, especialmente entre motivación intrínseca y desarrollo profesional ($\rho = .659$) y motivación intrínseca y seguridad laboral ($\rho = .472$). La motivación extrínseca también mostró correlaciones positivas, aunque de menor magnitud ($\rho = .395$ y $\rho = .359$, respectivamente). Se concluye que la motivación intrínseca constituye un predictor clave de las expectativas profesionales, reforzando la necesidad de promoverla en los entornos formativos. El estudio contribuye a la comprensión del vínculo entre motivación y expectativas en contextos latinoamericanos, abriendo la posibilidad de plantear recursos para docentes de la disciplina que permitan motivar a sus alumnos de una forma más integral, favoreciendo tanto su permanencia académica como una inserción laboral más efectiva y sostenible en el tiempo.

Palabras claves: motivación académica, expectativas profesionales, estudiantes de comunicaciones, Perú.

ABSTRACT

In the Peruvian educational context, understanding the factors that influence students' academic motivation and professional expectations is essential to optimize higher education and strengthen employability. A quantitative, correlational, and non-experimental design was applied to a sample of 286 advertising science students, using two questionnaires as research instruments. These instruments measured extrinsic academic motivations, intrinsic academic motivations, as well as perceptions of job security and professional development. The results revealed positive and significant correlations, particularly between intrinsic motivation and professional development ($\rho = .659$) and between intrinsic motivation and job security ($\rho = .472$). Extrinsic motivation also showed positive correlations, although of lower magnitude ($\rho = .395$ and $\rho = .359$, respectively). It is concluded that intrinsic motivation is a key predictor of professional expectations, reinforcing the importance of promoting it within educational settings. This study contributes to the understanding of the link between motivation and expectations in Latin American contexts, opening the possibility of designing resources for educators in the discipline that may help motivate their students in a more comprehensive way, thereby fostering both academic persistence and a more effective and sustainable insertion into the labor market over time.

Keywords: academic motivation, professional expectations, communication students, Peru.

Arbitrado por pares ciegos

Recibido: 24/08/2025

Aceptado: 16/12/2025

Publicado: 05/01/2026



Artículo Open Acces bajo licencia Creative Commons

SOCIALIUM revista científica de Ciencias Sociales, Vol. 10 Núm. 1, enero-junio 2026
DOI: <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2026.10.1.2494>

Introducción

La educación en Perú, en especial la educación superior, ha enfrentado una serie de desafíos y problemas en los últimos años. La precariedad en la calidad de la educación constituye una de las principales dificultades actuales, afectando tanto a las instituciones públicas como privadas, universidades e institutos. Esta situación se ha generado por varios factores, entre los cuales destacan la falta de recursos para mejorar la infraestructura y los salarios docentes, la escasa inversión en investigación, fundamental para incentivar la innovación y añadir valor agregado a los logros del país, la ausencia de políticas educativas coherentes, a pesar de las recientes iniciativas para elevar el nivel educativo en el país, aún existe una falta de objetivos claros y estrategias para alcanzarlos. Por último, la corrupción, presente en diversos aspectos de la sociedad peruana, afecta también al sector educativo (Cuenca, 2015).

El autor Gonzales de Olarte resume la problemática de la educación en el Perú en dos aspectos que considera fundamentales. Por un lado, sostiene que la brecha en la calidad de la educación existente en el país genera que ciertas universidades e institutos no puedan preparar a sus alumnos de forma que estos encuentren trabajo fácilmente con los conocimientos que han adquirido en su etapa de formación. Por otro lado, no existe actualmente en el Perú la demanda laboral suficiente para que los egresados consigan trabajos formales y bien remunerados, lo que ocasiona un subempleo en los jóvenes (Gonzales de Olarte, 2016). En resumen, la precariedad en la educación en Perú constituye un problema estructural, con diversas dimensiones por abordar y requiere para ser resuelto una estrategia integral que implique compromiso político con la educación y también el aumento de la calidad de las instituciones educativas. En este escenario, las carreras de comunicaciones, periodismo, publicidad, relaciones públicas, comunicación audiovisual, entre otras, tienen un rol particular, pues forman profesionales destinados a insertarse en sectores dinámicos como los medios de comunicación, la publicidad y la industria cultural, que demandan creatividad, innovación y capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías y tendencias actuales.

Entre los factores que determinan el éxito académico y profesional de los estudiantes, la motivación académica ocupa un lugar central. La literatura psicológica y educativa la define como el conjunto de procesos internos y externos que impulsan al estudiante a comprometerse con el aprendizaje y persistir en la consecución de sus metas (Deci & Ryan, 1985). Una adecuada motivación académica no solo favorece el rendimiento y la permanencia en los estudios, sino que también fortalece la autoconfianza y la satisfacción personal. Paralelamente, las expectativas profesionales representan las proyecciones que los estudiantes construyen acerca de su futuro laboral: el tipo de empleo que esperan obtener, las oportunidades de desarrollo profesional, la estabilidad en el mercado laboral y

el reconocimiento social de la carrera (Arthur et al., 2005). Ambas dimensiones, motivación y expectativas, se encuentran estrechamente relacionadas, pues la primera alimenta la perseverancia en los estudios mientras que la segunda otorga sentido y dirección al esfuerzo académico.

La investigación internacional ha mostrado la relevancia de este vínculo. Por ejemplo, Payares y Torres (2018) en Colombia identificaron que los estudiantes de comunicación aspiran a emplearse de inmediato para luego financiar estudios de posgrado, mientras que Oller Alonso et al. (2019) demostraron cómo los contextos socioculturales de Cuba, Ecuador y Venezuela influyen en la configuración de motivaciones y expectativas. De igual manera, estudios comparativos en Estados Unidos y China han evidenciado que la motivación intrínseca se asocia positivamente con el rendimiento académico, mientras que la motivación extrínseca presenta efectos distintos según el contexto cultural (Li, 2022). Estos hallazgos sugieren que comprender la interacción entre motivación y expectativas es crucial para diseñar políticas educativas ajustadas a cada realidad.

Sin embargo, en el caso peruano, la producción académica sobre este tema es aún incipiente. Existen escasos estudios que aborden específicamente la motivación y las expectativas profesionales en estudiantes de comunicaciones, lo que genera un vacío de conocimiento que dificulta la elaboración de estrategias pedagógicas y de orientación vocacional adaptadas a las necesidades locales. Este vacío es especialmente relevante si se considera que, de acuerdo con encuestas nacionales, un número creciente de jóvenes opta por carreras relacionadas con la comunicación, aunque su inserción en el mercado laboral no siempre refleja condiciones de estabilidad o desarrollo profesional (INEI, 2023).

Ante esta situación, el presente estudio se planteó como objetivo analizar la relación entre motivación académica y expectativas profesionales en estudiantes de comunicaciones de un instituto privado de Lima Metropolitana. Se formuló la hipótesis general de que existe una relación positiva y significativa entre ambas variables, y se buscó, además, diferenciar el papel de la motivación intrínseca y extrínseca en la proyección profesional de los estudiantes. Con este propósito, se diseñó una investigación cuantitativa, correlacional y no experimental aplicada a una muestra representativa de estudiantes de ciencias publicitarias.

La relevancia del estudio radica en que ofrece evidencia empírica novedosa para el contexto peruano, aportando no solo al conocimiento académico, sino también a la práctica educativa. Comprender cómo la motivación influye en las expectativas de los futuros comunicadores permite a las instituciones ajustar sus programas curriculares, fortalecer la orientación profesional y preparar mejor a los estudiantes para enfrentar los desafíos de un mercado laboral competitivo y en constante transformación.

Método

Tipo de estudio. El enfoque de esta investigación es de naturaleza cuantitativa, caracterizado por su énfasis en la recopilación y análisis de datos numéricos con el propósito de establecer relaciones causales, identificar patrones y generalizar los resultados a una población más amplia (Hernández et al., 2014).

Se adopta un enfoque correlacional en esta investigación, considerando que investigaciones previas han demostrado la existencia y conceptualización de las variables específicas. El diseño de investigación seleccionado es no experimental y transversal, ya que no se tuvo control directo sobre las variables independientes y la evaluación se realizó en un solo momento del tiempo. Este diseño es apropiado cuando el objetivo es describir o explorar relaciones entre variables en un entorno natural, sin intervenir en él.

Población y muestra. La unidad de análisis seleccionada corresponde a los estudiantes matriculados en el periodo 2021–2023 de la carrera de Ciencias Publicitarias del Instituto Superior Tecnológico IDAT. La carrera cuenta con 6 ciclos, un promedio de edad de 22 años y estudiantes procedentes de diversas provincias del Perú debido al paso de un modelo virtual a uno híbrido.

La población estimada es de 866 estudiantes (IDAT, 2020). Para el cálculo de la muestra se consideró una heterogeneidad del 50%, un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, obteniendo un tamaño de muestra requerido de 267 estudiantes. Sin embargo, al aplicar el cuestionario se obtuvo una muestra total de 286 estudiantes.

El criterio de selección fue un muestreo probabilístico estratificado proporcional, considerando como estratos la edad, el sexo, el turno y el ciclo de estudio. Dentro de cada estrato, los estudiantes fueron seleccionados de manera aleatoria, garantizando la representatividad de los distintos subgrupos de la población. Los participantes fueron contactados de forma virtual a través de sus correos institucionales.

Instrumentos de recolección de datos. Las investigaciones cuantitativas utilizan instrumentos estandarizados como cuestionarios, escalas o pruebas, que permiten la medición objetiva de las variables planteadas. En esta investigación se emplearon dos cuestionarios previamente sometidos a un juicio de expertos, en el cual tres profesionales en los campos de educación, psicología o comunicaciones emitieron un veredicto positivo respecto a su validez, consistencia teórica y capacidad para recolectar datos válidos.

Procedimientos de la recolección de datos. Los datos fueron recolectados de forma virtual, enviando los instrumentos a los correos institucionales de los estudiantes seleccionados. Al tratarse

de un diseño no experimental, se limitaron a observar y recopilar información en el contexto donde ocurren los fenómenos, sin manipular variables independientes.

Aspectos éticos. La participación fue voluntaria, garantizando confidencialidad, anonimato y uso estrictamente académico de la información. Se informó a los estudiantes sobre los objetivos del estudio y se respetaron los principios éticos establecidos para investigaciones con seres humanos.

Análisis de datos. Los datos recolectados fueron sometidos a un análisis estadístico exhaustivo mediante el programa *IBM SPSS Statistics* para identificar relaciones significativas entre variables. Se emplearon técnicas propias de estudios correlacionales, permitiendo obtener resultados precisos, cuantificables y capaces de identificar asociaciones relevantes entre motivación académica y expectativas profesionales.

Resultado

El análisis de los datos se inició con la verificación de la distribución de las variables mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Los resultados mostraron niveles de significancia menores a .05 en ambas variables: motivación académica ($p = .017$) y expectativas profesionales ($p = .000$), lo que indicó la ausencia de normalidad en los datos. En consecuencia, se optó por el uso de estadística no paramétrica para el análisis correlacional.

La mayoría de los participantes se encuentra en el rango de edad de 17 a 21 años, representando un 58.04% del total de la muestra. Este resultado concuerda con la expectativa de que los estudiantes de institutos sean mayoritariamente jóvenes. Además, se identifican porcentajes significativos en los grupos de 22 a 26 años (27.62%) y de 27 a 31 años (8.39%), indicando una diversidad en la edad de los alumnos. Es importante considerar la naturaleza de los institutos peruanos que se caracterizan por ser accesibles económicamente, en comparación con las universidades, 60 y tener horarios más flexibles para personas con otras responsabilidades además del estudio. En este sentido, hay que reconocer la presencia de alumnos mayores para un pregrado, especialmente en el grupo de 27 años en adelante (14.33%) que podrían optar por un instituto por las facilidades ya mencionadas.

La oferta educativa en Perú presenta aspectos interesantes de analizar, especialmente en lo referente a la edad de los alumnos. Las instituciones educativas peruanas muestran un fuerte interés en reducir los tiempos de formación. La Asociación de Universidades del Perú (ASUP) propuso en el 2019 una medida que permitiría a los estudiantes disminuir la duración de sus estudios al adelantar cursos, restableciendo una práctica que estaba vigente antes de la promulgación de la Ley Universitaria. La justificación de esta propuesta es que lo esencial son los créditos acumulados por el

alumno y no el tiempo de estudios, lo cual podría incentivar al público adulto a completar sus carreras de manera más rápida (Gestión, 2019). Esta perspectiva de acelerar el proceso educativo se extiende también a los institutos, como es el caso del Instituto IDAT, que constituye la muestra de investigación para este análisis. IDAT promociona una propuesta de valor que brinda a los alumnos la posibilidad de concluir sus estudios en 2 años, ofreciéndoles la oportunidad de obtener su título de manera más rápida (IDAT, 2022). La convergencia de estas iniciativas en instituciones universitarias y técnicas, como IDAT, plantea interrogantes relevantes sobre cómo estas estrategias influyen en la elección de una institución por parte de los estudiantes y en la dinámica de la educación superior en el país.

La distribución de la muestra por ciclo académico mostró presencia en todos los niveles de formación, siendo los ciclos intermedios los que concentraron el mayor número de estudiantes. Asimismo, el análisis por turnos de estudio evidenció un predominio del turno mañana, aunque con participación significativa de alumnos del turno tarde. Estos datos permiten señalar que la muestra fue diversa y representativa del estudiantado de la carrera de Ciencias Publicitarias. En la siguiente tabla de se puede visualizar la distribución por sexo de la muestra obtenida.

En cuanto a la motivación académica, el análisis agrupado mostró que únicamente el 0.7% de los estudiantes presentaba niveles bajos, mientras que un 25.5% se ubicó en el nivel medio. En contraste, la mayoría de la muestra, equivalente al 47.1%, manifestó una motivación alta. Estos resultados evidencian que casi la mitad de los estudiantes de comunicaciones encuentra en sus estudios un fuerte estímulo interno para continuar con su formación, lo cual constituye un factor protector frente al abandono académico y un elemento potenciador del rendimiento.

Respecto a las expectativas profesionales, los hallazgos señalaron que el 43.7% de los estudiantes se encontraba en un nivel medio, mientras que un 56.3% alcanzó un nivel alto. Es decir, más de la mitad de los encuestados mantiene expectativas elevadas respecto a su futuro laboral, lo que refleja confianza en sus posibilidades de inserción en el mercado y en el desarrollo de una trayectoria profesional sólida.

La comparación entre ambas variables permite señalar que los estudiantes no solo mantienen un nivel predominante de motivación académica alta, sino que también acompañan esta disposición con expectativas profesionales elevadas. Esta coincidencia resulta especialmente relevante, ya que la literatura sostiene que los niveles de motivación se relacionan directamente con la claridad y la firmeza de las aspiraciones profesionales. En consecuencia, el perfil encontrado sugiere que los estudiantes de la muestra poseen una disposición favorable tanto para el aprendizaje como para la proyección hacia su futuro laboral.

Al realizar el análisis correlacional, se observaron cuatro contrastes principales entre las variables de estudio. En primer lugar, la motivación intrínseca mostró una relación positiva moderada y de mayor magnitud con el desarrollo profesional ($\rho = .659$, $p < .01$). Esto indica que los estudiantes que encuentran satisfacción personal, disfrutan del proceso de aprendizaje y se sienten autónomos en sus estudios tienden a proyectar con mayor fuerza un futuro orientado al crecimiento académico y laboral. En este sentido, el disfrute interno del aprendizaje se convierte en un motor que impulsa a los estudiantes a visualizar trayectorias profesionales más ambiciosas y sostenidas.

En segundo lugar, la motivación intrínseca también presentó una correlación positiva moderada con la dimensión de seguridad laboral ($\rho = .472$, $p < .01$). Aunque la magnitud fue menor que en el caso anterior, los resultados muestran que los estudiantes motivados internamente también valoran la posibilidad de contar con estabilidad y permanencia en el mercado laboral. La explicación podría encontrarse en que quienes experimentan disfrute y compromiso con su formación académica perciben que sus competencias les permitirán acceder a empleos más estables y con mejores condiciones.

En tercer lugar, la motivación extrínseca reveló una relación positiva baja con el desarrollo profesional ($\rho = .395$, $p < .01$). Esto evidencia que los estímulos externos, como las calificaciones, recompensas materiales o el reconocimiento social, tienen un impacto en la proyección de los estudiantes, aunque en menor grado. En este caso, la correlación más débil sugiere que, si bien los factores externos pueden alentar al estudiante, no garantizan por sí mismos que este proyecte un camino sólido de crecimiento académico y laboral.

Finalmente, la motivación extrínseca presentó una correlación positiva baja con la seguridad laboral ($\rho = .359$, $p < .01$). Esto implica que los estudiantes que se guían principalmente por estímulos externos también esperan obtener cierta estabilidad en el futuro, aunque dicha expectativa es menos consistente. La explicación puede estar en que la seguridad laboral depende de competencias duraderas y de un compromiso interno con el aprendizaje, por lo que el efecto de los incentivos externos resulta limitado.

En conjunto, estos resultados reflejan que la motivación intrínseca es el factor decisivo en la construcción de expectativas profesionales, tanto en lo referente al crecimiento como a la estabilidad. Esto ocurre porque la motivación que nace del interés personal y el disfrute del aprendizaje genera una visión de futuro más optimista y consistente. En cambio, la motivación extrínseca, aunque significativa, cumple un rol secundario y su efecto es más volátil, al depender de estímulos externos que pueden desaparecer o variar en el tiempo.

Discusión

El presente estudio confirma la existencia de una correlación positiva y significativa entre la motivación académica y las expectativas profesionales de los estudiantes de comunicaciones, lo que respalda la hipótesis general planteada. Este hallazgo resulta de gran relevancia en el contexto peruano, donde los estudios sobre motivación y expectativas profesionales en carreras de comunicación son aún escasos. Los resultados, además, se alinean con la literatura internacional, la cual ha demostrado consistentemente que la motivación constituye un factor esencial para el éxito académico y la proyección laboral de los estudiantes (Deci & Ryan, 1985; Li, 2022; He, 2021; Zhang, 2020).

La relación más fuerte se identificó entre la motivación intrínseca y el desarrollo profesional ($\text{Rho} = .659$), lo que evidencia que los estudiantes que disfrutan de su proceso de aprendizaje, se sienten autónomos y encuentran satisfacción personal en sus estudios tienden a proyectar trayectorias laborales más sólidas y ambiciosas. Esto coincide con lo planteado por Deci y Ryan (1985), quienes sostienen que la motivación intrínseca impulsa un compromiso profundo y sostenido con el aprendizaje. En este sentido, los estudiantes que se motivan por vocación y por el interés genuino en la disciplina tienden a generar expectativas más claras respecto a su futuro profesional.

Asimismo, se observó una correlación moderada entre la motivación intrínseca y la seguridad laboral ($\text{Rho} = .472$). Esto indica que los estudiantes con mayor disfrute del aprendizaje también tienden a sentirse más confiados en la posibilidad de conseguir estabilidad laboral. Este hallazgo dialoga con la teoría de los dos factores de Herzberg (1959), que plantea que aspectos como el salario, la estabilidad y la seguridad no generan motivación en sí mismos, pero su ausencia produce insatisfacción. En este caso, los estudiantes perciben la estabilidad como un refuerzo que, aunque no es el motor principal de la motivación, sí influye en el compromiso con sus estudios.

En contraste, la motivación extrínseca también presentó correlaciones positivas con las expectativas profesionales, pero de menor magnitud. La relación con el desarrollo profesional alcanzó $\text{Rho} = .395$, y con la seguridad laboral, $\text{Rho} = .359$. Estos resultados demuestran que factores externos como becas, premios, calificaciones o reconocimiento social tienen impacto en la proyección de los estudiantes, pero su efecto es más limitado. Tal como señala He (2021), los estímulos extrínsecos pueden generar un compromiso temporal, aunque no necesariamente consolidan expectativas profesionales a largo plazo.

Un aspecto interesante es que, al comparar ambas formas de motivación, la motivación intrínseca se mostró más influyente en todas las dimensiones de las expectativas profesionales. Esto sugiere que los estudiantes de comunicaciones se encuentran más impulsados por su vocación y sus intereses

personales que por incentivos externos. En este punto, resulta útil recordar el trabajo de Mellado y Scherman (2015), quienes en Chile encontraron que los estudiantes de periodismo con mayor motivación intrínseca también tenían percepciones más claras sobre el futuro de la profesión. Asimismo, Oller Alonso et al. (2019) identificaron en contextos latinoamericanos que la identidad profesional de los estudiantes se forma principalmente desde el compromiso vocacional.

En conjunto, los hallazgos de esta investigación refuerzan la necesidad de que las instituciones educativas fomenten la motivación intrínseca a través de metodologías activas, experiencias prácticas y programas de orientación vocacional. Además, ponen en evidencia que la motivación extrínseca puede cumplir un rol complementario, siempre que se combine con el desarrollo de la motivación interna. De lo contrario, existe el riesgo de que las expectativas profesionales se construyan de forma débil y dependan exclusivamente de factores externos, los cuales suelen ser cambiantes e inestables.

Conclusión

Los resultados obtenidos en esta investigación evidencian una correlación significativa y positiva entre la motivación académica y las expectativas profesionales de los estudiantes de comunicaciones. Este hallazgo respalda la premisa fundamental de la investigación y pone de manifiesto la relevancia de la motivación académica en la formación de las expectativas profesionales.

Entre los hallazgos más relevantes destaca que la motivación intrínseca constituye el predictor más influyente de las expectativas profesionales, tanto en la dimensión de desarrollo profesional como en la de seguridad laboral. Los estudiantes que encuentran satisfacción personal en el aprendizaje, disfrutan de sus estudios y se sienten autónomos son quienes manifiestan expectativas más altas de crecimiento y estabilidad laboral. Esto refuerza la idea de que la vocación y el interés genuino son los motores principales para la construcción de proyectos profesionales sólidos.

En contraste, la motivación extrínseca, vinculada a recompensas externas como becas, calificaciones, reconocimientos o premios, también incide en las expectativas profesionales, pero en menor medida. Si bien estos estímulos pueden reforzar el compromiso académico, su impacto en la proyección laboral es más limitado. Esto implica que las instituciones educativas no deben depender únicamente de mecanismos extrínsecos para sostener la motivación de los estudiantes, sino que deben enfocarse en estrategias que fortalezcan el interés interno y el sentido de propósito en la formación.

A partir de estos resultados, se pueden establecer varias recomendaciones prácticas. En primer lugar, se propone implementar programas de orientación profesional que brinden a los estudiantes información clara y actualizada sobre el mercado laboral, sus oportunidades y desafíos. Esto permitirá que las expectativas se ajusten a la realidad del sector y contribuyan a una inserción más efectiva. En segundo lugar, se recomienda promover la diversificación y actualización de los planes de estudio, incorporando especializaciones que respondan a las nuevas demandas del mercado, como comunicación digital, producción audiovisual multiplataforma y marketing de contenidos. Este esfuerzo contribuirá a que las expectativas profesionales de los estudiantes se fundamenten en competencias pertinentes y actuales.

En tercer lugar, se debe fomentar la motivación intrínseca mediante metodologías que promuevan la autonomía, el aprendizaje experiencial y el contacto directo con el campo laboral a través de prácticas preprofesionales, proyectos aplicados y trabajos de campo. Al mismo tiempo, los incentivos extrínsecos, como becas, pasantías y reconocimientos, deben usarse de manera estratégica para complementar la motivación interna y reforzar el compromiso académico.

Finalmente, es necesario señalar que este estudio se realizó en un contexto específico: un instituto privado de Lima Metropolitana. Por ello, se recomienda que futuras investigaciones amplíen el análisis a universidades públicas y privadas, así como a otras regiones del Perú, con el fin de comparar contextos y enriquecer la comprensión del fenómeno. Asimismo, sería valioso incorporar metodologías cualitativas que profundicen en las experiencias subjetivas de los estudiantes respecto a su motivación y expectativas laborales.

En conclusión, los hallazgos de este estudio muestran que el fortalecimiento de la motivación intrínseca es esencial para que los estudiantes de comunicaciones construyan expectativas profesionales sólidas, se adapten mejor a las exigencias del mercado laboral y logren una inserción efectiva y sostenible en el tiempo. Este aporte no solo contribuye a la literatura académica, sino que también ofrece herramientas prácticas para el diseño de políticas educativas y programas formativos más pertinentes y alineados con las demandas actuales de la profesión.

Referencia

- Arthur, M. B., Khapova, S. N., & Wilderom, C. M. (2005). Career success in a boundaryless career world. *Journal of Organizational Behavior*, 26(2), 177–202. <https://doi.org/10.1002/job.290>

- Cuenca, R. (Ed.). (2015). La educación universitaria en el Perú: democracia, expansión y desigualdades. *Instituto de Estudios Peruanos*.
- <https://repositorio.iep.org.pe/bitstream/handle/IEP/603/estudiossobredesigualdad10.pdf>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- Gestión. (2019). *Universidades proponen que estudiantes puedan reducir tiempo de estudios si adelantan cursos*. <https://gestion.pe/economia/managementempleo/universidades-proponen-estudiantes-puedan-reducir-estudios-adelantancursos-259827-noticia/>
- Gonzales de Olarte, E. (2016). La necesidad de una política de educación superior de largo plazo en el Perú. En S. Pedraglio Mendoza (Ed.), *Dosier: Aproximaciones a la educación universitaria* (pp. 17–28). PUCP. <https://files.pucp.education/puntoedu/wp-content/uploads/2016/06/Aproximacimaciones-a-la-educacion-universitaria.pdf>
- He, J. (2021). Motivation and engagement in communication students: A study of four countries. *Communication Education*, 70(1), 45–63. <https://doi.org/10.1080/21548455.2022.2139165>
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- IDAT. (2020). *Beneficios*. IDAT. <https://www.idat.edu.pe/beneficios>
- IDAT. (2022). *Termina tu carrera en dos años*. IDAT. <https://www.idat.edu.pe/blog/termina-tu-carrera-en-dos-anos>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2023). *Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO)*. <https://m.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/>
- Li, Y. (2022). Motivation and academic achievement of communication students: A comparative study of the United States and China. *Journal of Communication Education*, 71(4), 345–362.
- Mellado, C., & Scherman, A. (2015). Estudiantes de periodismo en Chile: Percepción sobre la profesión, su futuro laboral y el desempeño de los medios. *Cuadernos de Información*, 36, 33–45. <https://silo.tips/download/estudiantes-de-periodismo-en-chile>
- Oller, M., Arcila, C., & Olivera, D. (2019). Pre-professional journalistic culture of Cuba, Ecuador and Venezuela: Motivation, expectations and professional experience of students of journalism

and social communication. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 477–498.

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1341>

Payares, T., & Torres, L. (2018). *Motivaciones y expectativas posgraduales de los estudiantes de Comunicación Social de la región Caribe colombiana [Tesis de licenciatura]*. Universidad Tecnológica de Bolívar. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0073637.pdf>

Zhang, Y. (2020). Motivation and performance in communication studies: A cross-cultural study. *International Journal of Intercultural Relations*, 77, 12–23.
<https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2020.04.001>

Fuentes de financiamiento.

La investigación fue financiada con recursos propios.

Conflictos de interés

No presenta conflicto de intereses.

Correspondencia

rodolfo.rojas3@unmsm.edu.pe