

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**ANÁLISIS DEL PERFIL DEL ALUMNO Y ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA
EDUCATIVA PARA CONOCER LOS FACTORES DETERMINANTES EN LA
DECISIÓN DE UNA CARRERA DE PREGRADO**

AUTORA: Ing. Rommy Jurado Zaldumbide

DIRECTOR: MBA. Gustavo Gallo Mendoza

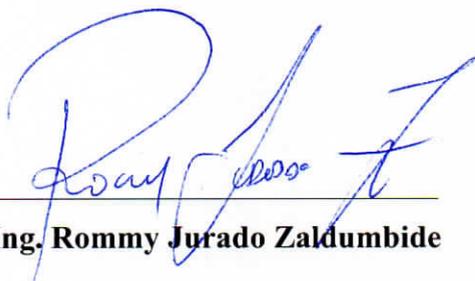
ABRIL, 2017

Quito-Ecuador

CERTIFICACIÓN

Yo, ROMMY DE LOS ANGELES JURADO ZALDUMBIDE, declaro que soy la autora exclusiva de la presente investigación; y, que ésta es original, es auténtica y personal. Para todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi sola y exclusiva responsabilidad.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la UIDE, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Ing. Rommy Jurado Zaldumbide

Yo, GUSTAVO GALLO MENDOZA, Declaro que, en lo que yo personalmente conozco, la señorita ROMMY DE LOS ANGELES JURADO ZALDUMBIDE, es la autora exclusiva de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal.



MBA. Gustavo Gallo Mendoza

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios.

Agradezco a mi amada familia por
su apoyo incondicional
para culminar con éxito
este reto profesional

A todos: Muchas gracias.

DEDICATORIA

A mis amados e incondicionales padres Luis y Raquel, pilares fundamentales en mi vida, con mucho amor, les dedico todo mi esfuerzo, en reconocimiento a todo su sacrificio para que alcance mis sueños, mis queridos hermanos Alexandra, Luis. A mis dulces sobrinos Ari, Emilio y Damaris, y Mami Marthi mi abuelita querida.

Que han sido la guía, apoyo y mi mayor alegría para poder llegar a este punto de mi carrera que con su ejemplo, dedicación y palabras de aliento nunca bajaron los brazos para que yo tampoco lo haga.

Los amo.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo identificar y describir, de manera clara, aquellos factores asociados a la elección de carrera en estudiantes de nivel socio-económico alto y medio alto, que cursan el tercer año de bachillerato en colegios particulares del Cantón Rumiñahui en la provincia de Pichincha. Desde una aproximación cuantitativa, la investigación recurrió a la teoría socio-cognitiva de desarrollo de carrera, con la finalidad de elaborar las preguntas a los estudiantes y comprender este proceso de elección. Se llevaron a cabo encuestas en las afueras de cada uno de los colegios y se realizó un análisis de contenido. Los resultados denotaron una falta de eficacia de las pruebas vocacionales que miden conocimientos y aptitudes llamadas: “Ser Bachiller” y ENES (Examen Nacional para la Educación Superior), que son realizadas durante y posteriormente al bachillerato; los resultados de las mismas no solo han provocado discernimiento vocacional en los estudiantes con respecto a la elección de carrera, sino que han dificultado su ingreso a la educación superior. Antecedentes que permiten cuestionar acerca de la eficacia de las pruebas impuestas por Ministerio de Educación y el Instituto Nacional de Evaluación (INEVAL), dentro del bachillerato.

El discernimiento vocacional de los estudiantes con respecto a las pruebas vocacionales, permite proponer la implementación de un método de coaching como herramienta de apoyo vocacional para facilitar la elección de carrera profesional. Una propuesta de estrategias utilizadas en procesos de coaching, las cuales serán adaptadas a la realidad educativa ecuatoriana y enfocada a facilitar la elección de carrera en estudiantes de tercero de bachillerato de colegios particulares del Cantón Rumiñahui.

Se realizó un estudio de mercado para un servicio de coaching, desde una aproximación cuantitativa y cualitativa a través de encuestas realizadas a los padres de familia y entrevistas a autoridades de los colegios particulares del Cantón Rumiñahui, cuyos resultados dieron a conocer la gran aceptación del servicio de coaching en padres de familia de estudiantes que se encuentran cursando el tercer año de bachillerato, ya que el servicio ofrece un método de coaching dinámico e innovador, su práctica es una experiencia con vivencias únicas y transformacionales que pueden llegar a superar las expectativas tanto de los estudiantes como de los padres de familia.

ABSTRACT

This research aimed to identify and describe, in a clear way, those factors associated with of career choice in students of high and medium socioeconomic status, who attend the third year of high school in private schools in Canton Rumiñahui. From a quantitative approach, the research resorted to the socio cognitive theory of career development, in order to elaborate the questions to the students and to understand this process of choice. Surveys were carried out on the outskirts of each school and a content analysis was carried out. The results denoted a lack of effectiveness of vocational tests that measure knowledge and skills calle: “Ser Bachiller” and “ENES” (National Exam for Higher Education), which are carried out during and after third year of high school, the results of the vocational tests provoked vocational discernment in students regarding the career choice, also have made it difficult Entrance to higher education. Information that allow to question about the effectiveness of the tests imposed by the Ministry of Education and the National Evaluation Institute (INEVAL), within the high school.

The vocational discernment of students, allows us to propose the implementation of a coaching method as a vocational support tool to facilitate the choice of career. A proposal of strategies used in coaching processes, which will be adapted to the educational reality of Ecuador and focused on facilitating the choice of career in high school students of private schools in the Canton Rumiñahui.

A market study was conducted to find out the demand for a coaching service, from a quantitative and qualitative approach through surveys conducted to parents and interviews with authorities of the private schools of Canton Rumiñahui, whose results revealed the great acceptance of the service of coaching in parents of students who are attending the third year of high school, since the service offers a method of dynamic and innovative coaching, practicing it is an experience with unique and transformational experiences that can exceeds expectations of students and parents.

Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Índice	vii
Tablas	xi
Figuras	xii
1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Aspectos Generales.....	1
1.1.1 Antecedentes.....	1
1.1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.1.2.1 Formulación del problema.....	3
1.1.3 Objetivo General.....	3
1.1.4 Objetivos Específicos.....	3
2. CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE FACTORES ASOCIADOS A LA ELECCIÓN DE CARRERA.....	4
2.1 Elección de carrera.....	4
2.2 Diseño del plan de investigación.....	5
2.2.1 Investigación Cuantitativa.....	6
2.2.1.1Procesode Elaboración de la Encuesta.....	5
2.2.1.2 Cálculo de la Muestra.....	8
2.2.1.3Descripción de la Muestra.....	9
2.3 Resultados de la Encuesta: Factores asociados a la elección de carrera.....	10
2.3.1 Factores Personales.....	10
2.3.2Factores de tipo Contextual.....	11
2.3.3Factores de experiencia.....	22
3. CAPÍTULO III: SISTEMA DE EVALUACIÓN EDUCATIVO ECUATORIANO.....	26
3.1 Antecedentes.....	27
3.2Sistema de Evaluación Ecuatoriano.....	26

3.2.1 Sistema de Evaluación Educativo en el Bachillerato.....	26
3.2.2 Sistema de Evaluación Educativo para el acceso a la Educación Superior.....	28
3.3. Sector Educativo Cantón Rumiñahui.....	33
3.3.1 Generalidades del Cantón Rumiñahui.....	33
3.3.1.1 Aspectos Demográficos.....	33
3.3.1.1.1 Población Urbana – Rural.....	33
3.3.1.1.2 Estructura de la Población.....	34
3.3.1.1.3 Proyecciones Poblacionales.....	35
3.4 Sector Educativo.....	36
3.4.1. Tasa de Asistencia por nivel de Educación.....	36
3.4.1.1 Tasa de asistencia por nivel de educación a nivel parroquial.....	37
3.4.2 Cobertura y Equipamiento educativo.....	38
4. CAPÍTULO IV: EL COACHING COMO ESTRATEGIA DE APOYO VOCACIONAL EN EL PROCESO DE ELECCIÓN DE CARRERA.....	40
4.1 Coaching.....	40
4.1.1 Fundamentación teórica.....	40
4.1.2 Funciones Actores del Coaching.....	40
4.2 Enfoques teóricos de la toma de decisiones para la elección de carrera a través del coaching.....	41
4.2.1 Modelo comprensivo para la toma de decisión de carrera profesional.....	41
4.2.1.1 Dimensión Cognitiva.....	42
4.2.1.2 Dimensión Emocional.....	43
4.2.1.3 Dimensión Social.....	44
4.3 Estrategias de Coaching para la elección de carrera profesional.....	44
4.3.1 Estrategias de Coaching.....	44
4.3.1.1 Estrategia I.....	45
4.3.1.2 Estrategia II.....	48
4.3.1.3 Estrategia III.....	51

4.4	Servicio de Coaching.....	54
4.4.1	Diferenciación del Servicio.....	54
5.	CAPÍTULO V: INDUSTRIA DEL COACHING.....	55
5.1	Industria del Coaching.....	55
5.2.	Análisis de las Cinco fuerzas de Porter.....	57
5.2.1	Nuevos Entrantes.....	58
5.2.2	Nivel de Intensidad de la Rivalidad.....	58
5.2.3	Poder de Negociación de los Clientes.....	58
5.2.4	Poder de Negociación de los Proveedores.....	58
5.2.5	Amenaza de Servicios Sustitutos.....	59
6.	CAPÍTULO VI: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA EL SERVICIO DE COACHING.....	61
6.1	Introducción.....	61
6.2	Determinación de la Oportunidad.....	61
6.3	Definición del Problema.....	61
6.4	Objetivo de la Investigación.....	61
6.5	Necesidades de Información.....	62
6.6	Fuentes de Información.....	63
6.7	Diseño del Plan de Investigación.....	63
6.7.1	Investigación Cualitativa.....	64
6.7.1.1	Entrevista Autoridades de Colegios particulares del Cantón Rumiñahui.....	64
6.7.1.1.1	Metodología.....	64
6.7.1.1.2	Conclusiones Servicio Coaching.....	64
6.7.2	Investigación Cuantitativa.....	66
6.7.2.1	Elaboración de las Encuestas.....	66
6.7.2.1.1	Cálculo de la Muestra.....	67
6.7.2.1.2	Resultado Encuesta Servicio de Coaching.....	68
6.7.3	Conclusiones Servicio de Coaching.....	78
6.8	Mercado relevante y cliente potencial.....	80

6.8.1 Mercado Objetivo.....	80
6.8.1.1 Perfil del Comprador.....	85
6.8.1.2 Segmentación de Mercados.....	84
6.9 La Competencia y sus Ventajas.....	86
6.9.1 Empresa Ubícate Find yourself.....	86
6.9.2 Empresa Yqsigno.com / YQS coaching.....	88
7. CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES.....	89
7.1 Conclusiones y Recomendaciones.....	89
8. BIBLIOGRAFÍA.....	94
9. ANEXOS.....	96

TABLAS

Tabla 1. Descripción de la muestra.....	9
Tabla 2. Tasa bruta matrícula universitaria.....	31
Tabla 3. Distribución de la población (2010), según sector urbano y rural a nivel parroquial.....	34
Tabla 4. Proyección Poblacional Total.....	35
Tabla 5. Nivel de instrucción educativo a nivel cantonal.....	36
Tabla 6. Nivel de instrucción educativo a nivel parroquial.....	38
Tabla 7. Seis Sombreros para pensar.....	48
Tabla 8. Cuadro Matriz de Ponderación.....	59
Tabla 9. Cuadro Calificación de Factores Porter.....	60
Tabla 10. Entrevistas con Autoridades de colegios.....	64
Tabla 11. Cálculo Muestra.....	67
Tabla 12. Nivel de instrucción educativo a nivel cantonal (Rumiñahui).....	81
Tabla 13. Segmentación del mercado.....	83
Tabla 14. Segmentación Geográfica.....	84
Tabla 15. Segmentación Demográfica.....	85
Tabla 16. Segmentación Psicográfica.....	85
Tabla 17. Segmentación Conductual.....	86
Tabla 18. Coaching Personalizado, Ubícate find yourself.....	87
Tabla 19. Empresa YQScoaching.....	88

FIGURAS

Figura 1. Modelo cognitivo social de desarrollo de intereses y elecciones académico-profesionales.....	5
Figura 2. Factor de elección de carrera:	
Género.....	11
Figura 3. Predisposiciones de tipo Personal.....	12
Figura 4. Apoyo del Entorno Cercano.....	14
Figura 5. Apoyo Institucional.....	14
Figura 6. Apoyo Económico.....	16
Figura 7. Oferta Académica Educativa.....	17
Figura 8. Categorización Universidades.....	17
Figura 9. Obstáculos.....	18
Figura 10. Obstáculos del entorno cercano.....	19
Figura 11. Orientación Vocacional.....	20
Figura 12: Pruebas ENES.....	21
Figura 13. Fuentes de Auto eficacia.....	22
Figura 14. Intereses en áreas específicas.....	23
Figura 15. Habilidades.....	23
Figura 16. Expectativas de resultados.....	24
Figura 17. Búsqueda de Información.....	25
Figura 18. Significados Asociados a la elección de carrera.....	26
Figura 19: Evolución de la tasa bruta de matrícula universitaria.....	32
Figura 20: Porcentaje de establecimientos educativos por parroquias.....	39
Figura 21. Enfoque comprensivo de la toma de decisiones.....	39
Figura 22. Fuerzas de Porter.....	57
Figura 23: Género.....	68
Figura 24: Edad.....	69
Figura 25: Estado Civil.....	69
Figura 26: Ocupación.....	70
Figura 27: Familia.....	70
Figura 28: Representante de un estudiante.....	71
Figura 29: Decisor de cursos.....	71
Figura 30: Pruebas Vocacionales.....	72

Figura 31: Efectividad Pruebas vocacionales.....	72
Figura 32: Orientación vocacional.....	73
Figura 33: Sustitutos.....	73
Figura 34: Coaching.....	74
Figura 35: Coaching dentro institución educativa de su hijo.....	74
Figura 36: Servicio de coaching.....	75
Figura 37: Información del Servicio de Coaching.....	76
Figura 38: Adquisición del servicio de Coaching.....	76
Figura 39: Motivador Servicio de coaching.....	77
Figura 40: Disposición de Pago.....	77
Figura 41: Estratificación del nivel Socio económico.....	82
Figura 42: Adquisición del servicio de Coaching.....	82
Figura 43: Empresa Find Yourself.....	86

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Aspectos Generales

1.1.1 Antecedentes

En el Ecuador el tema de orientación vocacional en la educación de bachillerato dentro de los colegios privados y públicos, se ha vuelto un tema controversial, ya que sus pruebas vocacionales no se ajustan a la realidad del estudiante, causa por la cual la mayoría escoge una carrera profesional que no es la adecuada y pasan a ser parte del porcentaje de personas que llegan al campo universitario inconformes con sus carreras profesionales elegidas, perjudicándose tanto a nivel económico como a nivel personal.

Hoy en día las pruebas vocacionales además de no ajustarse a la realidad de un estudiante, dificultan el ingreso a la educación superior, situación que se ve reflejada dentro del país a partir del año 2012, en la tasa bruta de matriculación universitaria, la cual ha presentado una reducción importante de alrededor 10 puntos porcentuales del 31% al 21%, lo que significa que ha disminuido en al menos dos puntos porcentuales hasta el año 2015, estos efectos negativos se relacionan a su vez con el promedio de jóvenes de entre 18 y 24 años que no estudiaba ni trabajaba en el país, que era de 19,5% en 2010 sufriendo un incremento al 2014 del 25,4% (INEC), información en la que se incluye a la población que dejó la universidad y no consiguió trabajo luego. Lo que quiere decir que la rendición de la prueba de ingreso ENES está generando en el estudiante incertidumbre, y postergación de sus estudios.

Los aspectos mencionados nos hacen reflexionar acerca de la importancia que tiene hacer mayor énfasis en los métodos de orientación vocacional dentro de los colegios, que permitan brindar apoyo necesario a los estudiantes de tercer año de bachillerato, con el fin de que puedan mejorar sus recursos personales en cuanto a la elección vocacional y reconocer sus capacidades, intereses, habilidades y necesidades, generando y promoviendo en ellos una previa planificación de su plan de vida personal y profesional.

El discernimiento vocacional de los estudiantes con respecto a las pruebas vocacionales, permite proponer la implementación de un método de coaching como herramienta de apoyo vocacional para facilitar la elección de carrera profesional, las cuales serán adaptadas a la realidad educativa ecuatoriana y enfocada a facilitar la elección de carrera en estudiantes de tercero de bachillerato de colegios particulares del Cantón Rumiñahui.

1.1.2 Identificación del Problema

En el escenario educativo del nivel secundario la atención a la vocación debe operacionalizarse a través de programas que definan al estudiante como un sujeto en proceso de desarrollo vocacional y que, por esta razón, cubra de manera sistemática, intencional y progresiva la etapa del desarrollo propio del joven de este nivel. En tal sentido, la vocación no se descubre; se construye a lo largo de la experiencia social y formativa. En el caso de nuestro país al parecer la tarea de orientación y de apoyo en la elección de la carrera, no está teniendo resultados fructíferos, ya que existe inconformidad en los estudiantes de bachillerato, con respecto al sistema de evaluación utilizado ya que no cumple a cabalidad con este propósito.

Según las investigaciones realizadas dentro del proyecto se conoce que del 100% de encuestados el 90% de estudiantes del tercero de bachillerato consideran que la falta de una orientación vocacional eficaz dentro de un colegio dificulta su elección de carrera y califican las pruebas vocacionales utilizadas como regulares, lo cual les puede llevar a optar por estudios para los cuales no se tiene la aptitud necesaria.

En este sentido resulta sumamente importante que las entidades educativas, la familia y el entorno social, contrarresten la falta de eficacia de las pruebas vocacionales usadas por el sistema de evaluación educativo dentro del bachillerato a través de herramientas de apoyo vocacional para una definición clara y satisfactoria de parte del educando, que le permita ayudarse en la toma de decisión de carrera profesional.

1.1.2.1 Formulación del Problema

¿Cómo contrarrestar la falta de eficacia de las pruebas vocacionales usadas por el Sistema de Evaluación Educativo ecuatoriano dentro del bachillerato para la elección de carrera profesional?

1.1.3 Objetivo general

- Facilitar a un estudiante de bachillerato, la elección de carrera profesional.

1.1.4 Objetivos Específicos

- Identificar los factores asociados a la elección de carrera profesional en estudiantes de tercero de bachillerato de colegios privados del Cantón Rumiñahui.
- Comprender el panorama actual del Sistema de Evaluación, con respecto a las pruebas de orientación vocacional dentro del Sector educativo ecuatoriano.
- Determinar la aceptación en el mercado del servicio de coaching como estrategia de apoyo vocacional en el proceso de elección de carrera profesional en estudiantes de tercero de bachillerato del Cantón Rumiñahui.

CAPÍTULO II

2 ANÁLISIS DE FACTORES ASOCIADOS A LA ELECCIÓN DE CARRERA

2.1 Elección de Carrera

Según el estudio realizado por Rivas (1989-2007), la conducta vocacional contempla el conjunto de procesos psicológicos que una persona atraviesa para integrarse de manera activa al mundo profesional que le rodea entre los elementos más estudiados en una persona, han sido, su personalidad, madurez vocacional, los intereses vocacionales, su relación con la elección vocacional, la inserción profesional, toma de decisiones, el desarrollo de carrera y las tecnologías de asesoramiento (Lobato, 2002).

Se ha abordado en este estudio dos categorías que enfatizan: la dimensión individual que comprende la responsabilidad y el control que el propio individuo tiene en su comportamiento y la dimensión socio estructural en donde se resaltan aspectos sobre los que el individuo no tiene ningún control como son: la demanda y oferta laboral, oferta de vacantes universitarias, prestigio y movilidad social, incidencia de los avances tecnológicos, empleabilidad, entre otros.

Usando un modelo cognitivo social de desarrollo de intereses y elecciones académico-profesionales de la Figura 1, que reproduce el modelo propuesto desde la Teoría cognitiva social para explicar el desarrollo de intereses y los procesos que influyen en las elecciones académico profesionales. En tal modelo se puede distinguir un segmento constituido por las relaciones causales como: autoeficacia, expectativas de resultado, intereses y metas u objetivos académico profesionales.

El enfoque de la teoría cognitiva social mantiene que los sujetos desarrollan interés en una actividad cuando se perciben competentes para su desempeño (expectativas positivas de autoeficacia) y cuando anticipan que de la implicación en la misma se derivarán resultados considerados valiosos (expectativas positivas de resultado). Por el contrario, será difícil que desarrollen interés alguno por actividades para las cuales

valoren negativamente su eficacia o cuando anticipen resultados neutros o negativos de la implicación en las mismas.

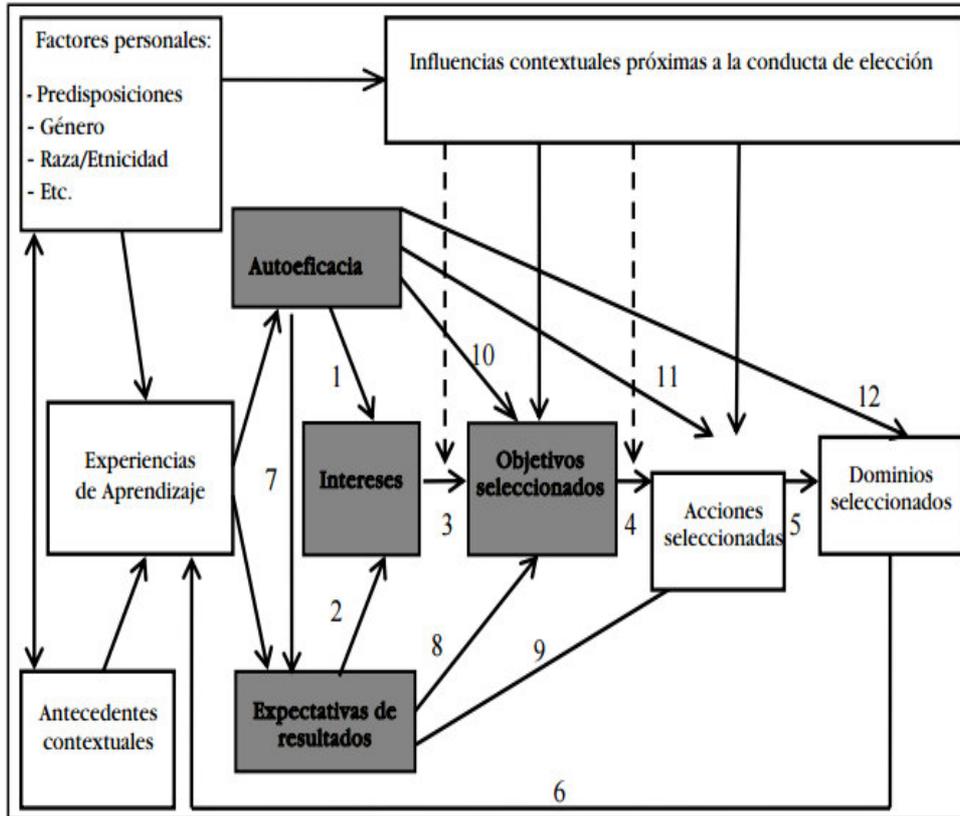


Figura 1. Modelo cognitivo social de desarrollo de intereses y elecciones académico-profesionales. Adaptado de Blanco, A. (2009), *Revista de Educación*, 350. Septiembre-diciembre 2009, pp. 423-445.

“En este contexto, la teoría socio cognitiva del desarrollo de carrera (SCCT por sus siglas en inglés), basada en la teoría de Bandura, ha sido articulada a partir de la década de los noventa principalmente por Robert Lent, Gail Hackett y Steven Brown, psicólogos estadounidenses que proponen que en la elección de carrera inciden factores de tipo personal (por ejemplo predisposiciones, género, raza o discapacidad), contextual (apoyo, obstáculos e influencias) y de experiencia o de agencia personal (autoeficacia, expectativas de resultado, intereses y metas) (Blanco, 2009; Cupani y Pérez, 2006; Lent y Brown, 2006; Lent, Hackett y Brown, 2004; Lent, Paixao, Da Silva y Leitao, 2010; Tracey, 2010). Esta teoría se

centra en el proceso a través del cual se forman los intereses académicos y profesionales, se toman decisiones y se obtiene éxito en la escuela o en el trabajo”.

Este modelo teórico cuenta con abundante validación empírica y con aplicaciones prácticas en diferentes países y niveles educativos. Dado que en Ecuador no existe suficiente desarrollo acerca de la temática específica de elección de carrera, la presente investigación pretende realizar una aproximación cualitativa que permita reconocer algunos elementos que influyen en la decisión del estudiante con respecto a la elección de carrera.

Por lo tanto, la presente investigación permitirá identificar y describir, aquellos factores asociados a elección de carrera en estudiantes de tercero de bachillerato en colegios particulares del Cantón Rumiñahui.

2.2 Diseño del plan de investigación

Se ha realizado una investigación cuantitativa a través de encuestas a estudiantes de tercero de bachillerato de colegios particulares del Cantón Rumiñahui.

2.2.1 Investigación Cuantitativa

2.2.1.1 Proceso de Elaboración de la Encuesta

Se realizó desde una aproximación cuantitativa, en tanto se buscó abordar comprensivamente los factores asociados a la decisión vocacional desde la perspectiva de los propios sujetos (López, Blanco, Scandroglio y Rasskin, 2010).

Metodología

1. Determinar la información que se requiere.

El objetivo de la encuesta es conocer los factores que inciden en la elección de carrera de un estudiante de tercero de bachillerato.

2. Determinar el tipo de cuestionario que se va a diseñar.

Encuesta Personal:

Las encuestas fueron realizadas a estudiantes de tercero de bachillerato en las afueras de colegios particulares del Cantón Rumiñahui.

3. Contenido de las Preguntas.

Las preguntas se elaboraron en base a la información proveniente de: La teoría socio cognitiva del desarrollo de carrera SCCT.

Entre las temáticas a tratarse dentro de las preguntas fueron: factores generales asociados a la elección de la carrera, elección de universidad, exploración de alternativas académicas, fuentes de información para la elección de la carrera, apoyos y obstáculos en el proceso de elección de la carrera, experiencias asociadas a los sistemas de orientación vocacional, evaluación de la elección de carrera realizada; y factores específicos asociados a la elección de la carrera, tales como: rentabilidad que genera la carrera, habilidades, intereses y logros esperados.

Elaboración de las Encuestas

Las primeras encuestas fueron realizadas a una cantidad limitada de estudiantes como una prueba piloto para conocer temas que no fueron tomados en cuenta dentro de la encuesta, posteriormente se hicieron las modificaciones necesarias, se construyó la

pauta definitiva y se llevaron a cabo las encuestas definitivas en cada uno de los colegios particulares durante el mes de enero 2017.

Respecto a los participantes, los criterios de selección de los estudiantes fueron los siguientes:

- Estudiar en un colegio particular del Cantón Rumiñahui.
- Cursar el tercer año de bachillerato.

2.2.1.2 Cálculo de la muestra

La definición de la muestra es un proceso importante para llevar a cabo la recolección de datos mediante la encuesta, el cual permite delimitar el número de encuestados de acuerdo al total de la población. Para encontrar la muestra se utilizó la siguiente fórmula para una población finita.¹

$$\text{Fórmula} = \quad n = \frac{o^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + o^2 * p * q}$$

En donde,

E	5%	0,05
N	Población	7657
Θ	95% de confiabilidad	1,96
P	50%	0,5
Q	50%	0,5

¹ Determinación del tamaño muestral. URL: <http://www.fisterra.com/mbe/investiga/9muestras>

Para determinar el Tamaño de la muestra tomamos en cuenta la proyección estimada según INEC (2010), de 7657 estudiantes que asisten al nivel de instrucción educativo en el bachillerato general único en el Cantón de Rumiñahui.

Población (N): 7657 estudiantes que asisten al bachillerato en el Cantón Rumiñahui.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 7657}{0.05^2 (7657-1) + (1.96^2 * 0.5*0.5)}$$

$$n = \frac{2.7225 * 0.5 * 0.5 * 7657}{0.0025 * 7656 + (2.7225 * 0.5*0.5)}$$

$$n = 263$$

Según los resultados que arroja la fórmula, se realizarán 263 encuestas, siendo ésta la muestra de la población actual.

Se han seleccionado a los estudiantes de tercer curso de bachillerato, porque están próximos a optar por una carrera profesional y entrar a una institución de educación superior. Para encontrar la muestra de los estudiantes encuestados se utilizó la fórmula para una población finita. Se realizaron 263 encuestas, el grupo de estudiantes fue heterogéneo respecto del género y nivel socioeconómico.

2.2.1.3 Descripción de la Muestra

Tabla 1

Descripción de la muestra

Colegio Particular	Numero de Participantes	Género	Especialidad(BGU) 3ro
1	75	Hombres: 39 Mujeres: 36	Bachillerato General Único
2	72	Hombres: 47 Mujeres: 25	Bachillerato General Único
3	116	Hombres: 49 Mujeres: 67	Bachillerato General Único

Las encuestas fueron realizadas y transcritas al documento, a través de un análisis del contenido, el cual consistió en dar sentido a los datos extraídos de las encuestas (Fontes, García-Gallego, Quintanilla, Rodríguez, Rubio de Lemus y Sarriá, 2010). De esta manera, se puede realizar un análisis entre la información producida en las encuestas de los estudiantes y el enfoque teórico en el que se basa la investigación de factores de elección de carrera, lo que permite comprender de mejor manera el estudio.

2.3 Resultados de la Encuesta “Factores asociados a la elección de carrera”

Las respuestas de los estudiantes en las encuestas reflejan y evidencian los múltiples factores que están asociados a la elección de su carrera profesional. En base a la teoría socio cognitiva del desarrollo, se ha organizado la información obtenida de las encuestas en tres categorías como: factores personales, contextuales y de experiencia.

2.3.1 Factores Personales

Los motivos personales se refieren al conjunto de actitudes que puede cambiar el individuo de forma consciente y son propias de sí mismo, que posee independiente de su entorno social y familiar. Los factores que condicionan la elección académico-profesional de los estudiantes hacen referencia a su personalidad, capacidad intelectual, destrezas o aptitudes, gustos, preferencias y experiencias.

2.3.1.1 Género

Cuando se habla de elección de carrera, nos referiremos al género como condicionante de las diferencias entre sexos en el desarrollo vocacional, ya que la relación del género con la elección se basa en las implicaciones sociales que éste todavía tiene en la actualidad y la incidencia de las mismas en los factores personales de la elección vocacional (Hernández, 1985).

El 55% de los estudiantes consideran la igualdad de género al momento de elegir una carrera profesional, lo que quiere decir que los adolescentes que se encuentran en esta generación Z, que nacieron entre 1995 y 2015 (0 a 20 años), a pesar de ser considerados como la generación que mejor se adaptada a cualquier situación, aun toma en cuenta la

igualdad de género para la elección de una carrera específica dentro de una misma área del conocimiento como por ejemplo Mecánica, una carrera que convence a ciertos estudiantes del género femenino porque les agrada el funcionamiento del motor, carrocería, o porque simplemente les apasiona, pero no opta por ella porque es una carrera con muchos hombres, sin embargo en la actualidad se han roto esquemas e incrementado la cantidad de mujeres que ingresan a la universidad y tienen acceso a la carrera universitaria de su preferencia, sin ningún tipo de restricción y condicionamiento de género.

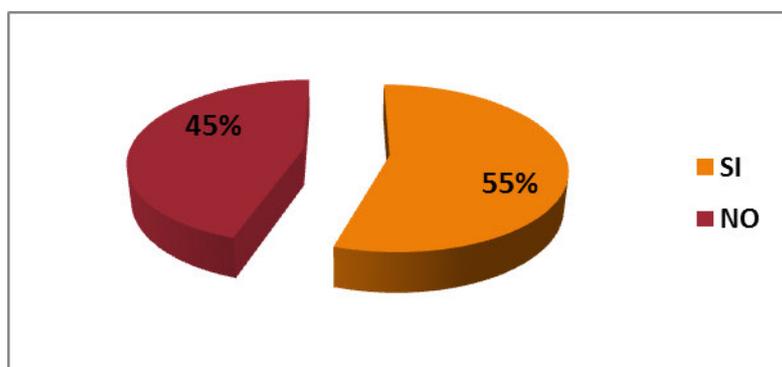


Figura 2. Género.

2.3.1.2 Predisposiciones de tipo Personal

El 57% de los estudiantes afirman que tomar en cuenta su personalidad previa a su elección de carrera profesional es fundamental, ya que la predisposición personal, características, tendencias personales, y actitudes que podemos cambiar de forma consciente, inciden en la elección vocacional del estudiante.

Dentro de las encuestas los estudiantes citaron varios ejemplos en los que aseguran que tomar en cuenta su personalidad es de suma importancia, como es el caso de estudiantes que han pensado cursar una carrera concerniente a salud pero están conscientes que para desempeñar una carrera de este tipo necesitan ciertas cualidades como; ser amable, paciente, y al percatarse de que no disponen de las mismas, se retractan de elegir una carrera que tuviese que ver con medicina ya que requiere un alto compromiso con los pacientes.

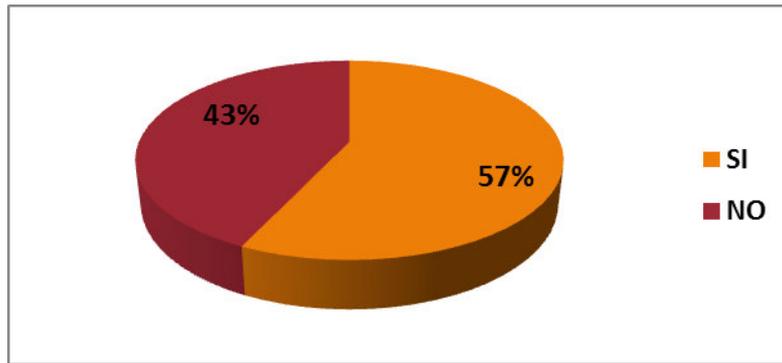


Figura 3. Predisposiciones de tipo Personal.

2.3.2 Factores de tipo Contextual

Los factores externos corresponden a aquellos elementos que están relacionados con el medio en el que se desarrolla el estudiante, conformado por determinadas estructuras sociales, económicas y culturales, factores como: oferta educativa, duración de carrera, familia, amistades, posibilidades laborales, los cuales constituyen el escenario desde el cual el aspirante se posiciona a la hora de enfrentar su elección, es decir son aspectos que facilitan o entorpecen su elección y desarrollo de carrera.

2.3.2.1 Apoyos

Comprende diversos agentes externos que cumplen un rol importante y de colaboración para todo estudiante en la elección de su carrera profesional. Se consideran varios tipos de apoyos a este proceso como lo son: Apoyo del entorno cercano, institucionales y económicos.

2.3.2.1.1 Apoyo del Entorno Cercano

El entorno social en que se desenvuelve un estudiante, tiene gran importancia en el proceso de orientación vocacional y profesional, en este sentido se mencionan la familia, personas clave en el proceso de elección de carrera, que cumplirán un rol fundamental para su ingreso a la universidad.

El 64 % de los estudiantes considera a su papá como un pilar fundamental para la toma de decisiones con respecto a la elección de su carrera profesional. Dentro de la sociedad ecuatoriana a través del tiempo se puede observar que la familia tiene injerencia directa y determinante en el futuro profesional del estudiante, ya que es uno de los soportes en el emprendimiento de su proyecto académico.

Según los estudiantes existen motivos de importancia por los cuales son influenciados positiva o negativamente y los condicionan en la elección de una carrera, muchos de ellos argumentan casos, en el que los padres no han logrado cumplir sus metas profesionales y su gran anhelo es que cumpla sus sueños por ellos, o sentirse influenciado por familiares que han seguido una carrera específica por tradición, y en la mayoría de los casos, presión por asegurar económicamente su futuro en el plano laboral.

Es muy cierto que los padres desean lo mejor para sus hijos y quieren evitar que tomen una mala decisión con respecto a su carrera, pero por otro lado los jóvenes exigen tener libertad de elección. Ambos puntos de vista son razonables y es aquí donde sus padres, su familia deben advertir sobre los pro y contra de la elección, y sobre todo facilitar la entrega de información acerca de la carrera de su interés, a través de herramientas vocacionales y así permitir que el joven tome conciencia de su opción vocacional y de las consecuencias que ésta tendrá en su desarrollo como profesional, lo que asevera que contar con el asesoramiento y apoyo de la familia en el momento de la toma de cualquier decisión, es fundamental para la reafirmación personal de ese estudiante.

Sin embargo, en la actualidad existe una errónea percepción, de la educación como un proceso que sólo implica, la familia y docentes, en la realidad la juventud es una etapa vital en la que los amigos son una gran influencia en el desarrollo del estudiante, juegan un rol importante en la formación de su identidad, ya que, dentro de estos grupos de amigos, comparten sus experiencias, emociones, intereses, actividades y como muchos de ellos aseguran, se convierten en su segunda familia.

Podemos observar cómo a esta edad, que va desde los 15 hasta los 18 años, los adolescentes ya eligen a sus amigos, quienes son una parte muy importante en su desarrollo psicosocial, por este motivo, resulta lógico que, a la hora de definir una carrera,

las amistades también se vuelvan un factor de influencia. Lo importante es que el joven, sin dejar de atender las sugerencias del entorno, pueda diferenciarse y reconocerse a sí mismo, valorando sus propios deseos e intereses.

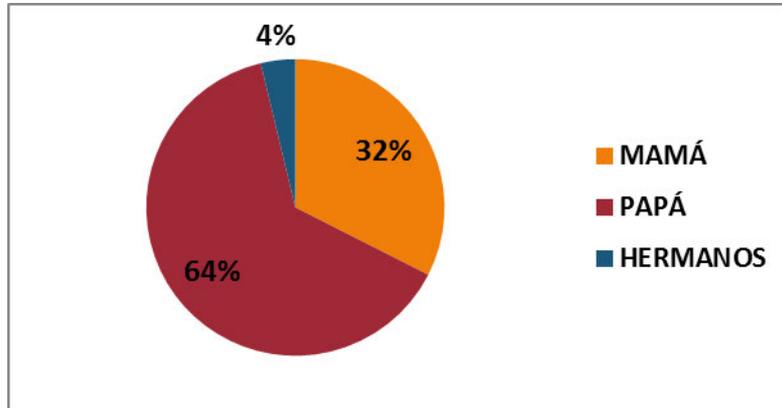


Figura 4. Apoyo del Entorno Cercano.

2.3.2.1.2 Apoyo Institucional

El apoyo Institucional, se refiere al apoyo que reciben los estudiantes en su proceso de elección de carrera por parte de su institución educativa, a través de la orientación vocacional, asistencia a ferias de universidades para la entrega de información respecto de las carreras, y preparación para la prueba aptitud académica para el acceso a una carrera universitaria, entre otras:

El 91% de estudiantes asegura que el principal apoyo que desearían recibir por parte de su institución educativa es una orientación vocacional de calidad, que lo guíe a una mejor toma decisión de carrera.

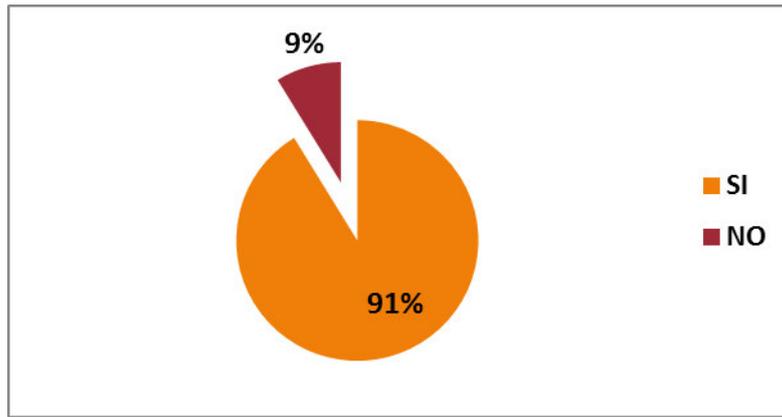


Figura 5. Apoyo Institucional.

2.3.2.1.3 Apoyo Económico

Dentro del sistema educativo ecuatoriano el estudiante puede solicitar apoyo económico, tanto a través de créditos educativos o postularse a una beca nacional e internacional, proporcionados por el Instituto de Créditos Educativo y Becas (IECE) y la Secretaria Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación (SENESCYT). En el caso de que un estudiante no pudiera acceder a algún tipo de financiamiento por parte del gobierno deberá depender de recursos propios lo que quiere decir que el tema económico para el ingreso a la universidad para un estudiante es un factor de suma importancia para la elección de su carrera profesional.

El 69% de estudiantes considera que la posibilidad de obtener apoyo económico a través de créditos y becas influye al momento de la elección de su carrera profesional, ya que este apoyo para los estudiantes, tiene efectos positivos tanto a nivel personal como familiar, y les da la facilidad para alcanzar sus metas profesionales.

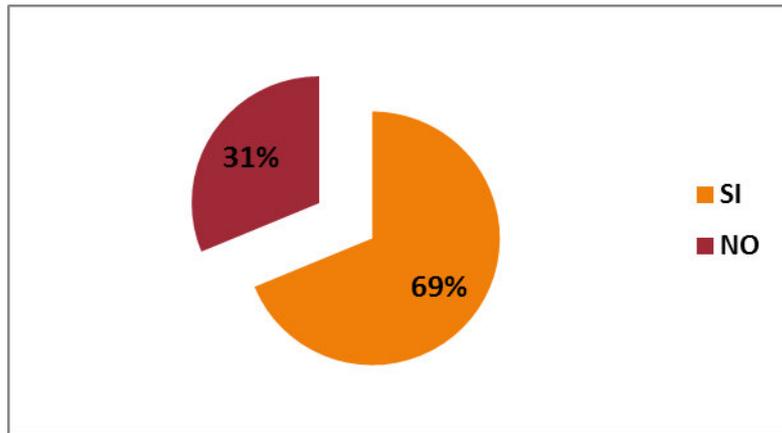


Figura 6. Apoyo Económico

2.3.2.2 Oferta Educativa y Categorización de Universidades

La elección vocacional de un estudiante se define a partir de la información que recibe acerca de la oferta educativa, áreas, carreras disponibles y los distintos centros que las ofrecen. Consecuentemente las primeras preguntas que se realiza así mismo un estudiante son: ¿Qué actividades desempeña un profesional de una carrera determinada? ¿Cuáles son las carreras ofrecidas por el sistema educativo? ¿Qué universidades ofrecen las carreras de mi elección? ¿En qué ámbito ejerce un profesional de la rama escogida? Preguntas importantes que se formulan con antelación a definir su verdadera vocación y sobre todo para reafirmar cuál será su camino a seguir.

El 80% de estudiantes afirman que las universidades no les proporcionan la información necesaria acerca de su oferta de carreras de pre grado, lo que incrementa su inseguridad en la toma de decisión de carrera.

Con respecto a la pregunta que se realiza así mismo el estudiante acerca de ¿Qué universidades ofrecen las carreras de mi elección? Interviene un tema controversial que en la actualidad es tomado en cuenta por un estudiante ecuatoriano y tiene que ver con la categorización de universidades, el mismo que es realizado por el Consejo de evaluación, Acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior (CEAASES, 2016).

El 65% de estudiantes considera que el tema de la categorización universitaria influye al momento de elección de carrera, convirtiéndolo así en un factor importante de

decisión de carrera, ya que genera una primera impresión en el estudiante acerca de la universidad, con respecto a su excelencia, y es esa una de las razones por las que una idea pre concebida de categorización de una institución, hace que su panorama con respecto a la oferta de carreras y elección de una universidad se vea limitada.

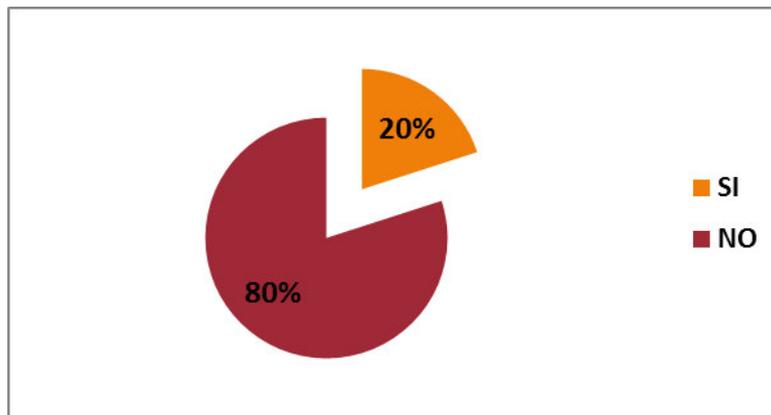


Figura 7. Oferta Académica Educativa.

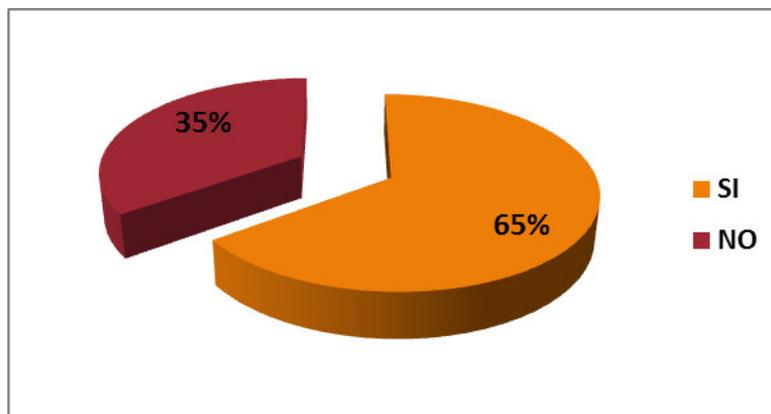


Figura 8. Categorización Universidades.

2.3.2.3 Obstáculos

Todo estudiante al momento de financiar su carrera profesional reconoce una serie de dificultades, independientemente de su fuente de ingresos, que contempla su contexto familiar y educativo, y que son de importancia en el proceso de elección de carrera. Estos

obstáculos que se detallan a continuación son de tipo económico, institucional, académico y del entorno cercano.

2.3.2.3.1 Obstáculos Económicos

El 34% de los estudiantes afirman que, dentro del proceso de elección de carrera, la capacidad económica de su familia es de suma importancia, ya que puede dificultar tanto su elección de carrera como el ingreso a una universidad de su preferencia.

El 29% de los estudiantes consideran que escoger una carrera que no se encuentra muy bien valorada dentro del campo laboral, y supone la sociedad que no es lo suficiente rentable, es un factor decisivo por la cual un estudiante se ve orillado a elegir otra carrera y seguir el tipo de profesiones que se supone serán generadoras de mayores ingresos económicos.

El 37 % de estudiantes han mencionado que un bajo puntaje en las pruebas de aptitudes ENES para obtener un cupo en la carrera elegida, les dificultaría estudiar la carrera y universidad de su preferencia, generando así cierto grado de incertidumbre tanto en el estudiante y su familia en el tema económico.

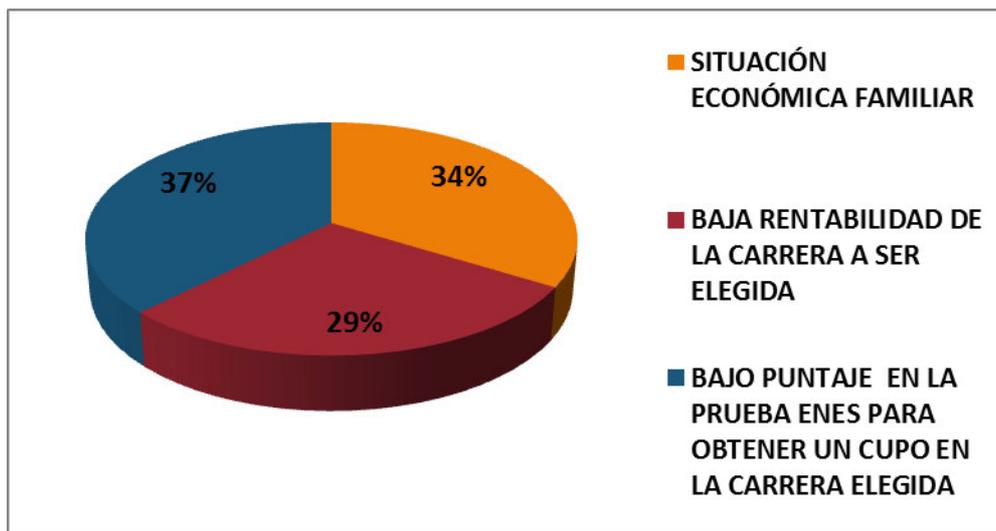


Figura 9. Obstáculos.

2.3.2.3.2 Obstáculos del entorno cercano

El 36% de los estudiantes aseguran que la influencia del círculo familiar influye en su elección de carrera profesional, lo cual es importante e inevitable, y en ocasiones se vuelve un obstáculo cuando se transforma en negativa, Sin embargo el 64% de los estudiantes considera que un mayor obstáculo para ellos es la desaprobación familiar, es decir una exigencia evidente por parte de los padres ya que proceden a criticar constantemente la carrera de su interés, le quitan valor, y se rehúsan a apoyar su elección ya sea a nivel emocional o económico.

Sin embargo, a pesar de los obstáculos generados por el entorno los estudiantes toman en cuenta la opinión de su familia, pero eso no quiere decir que influya en su decisión final con respecto a su elección de carrera.

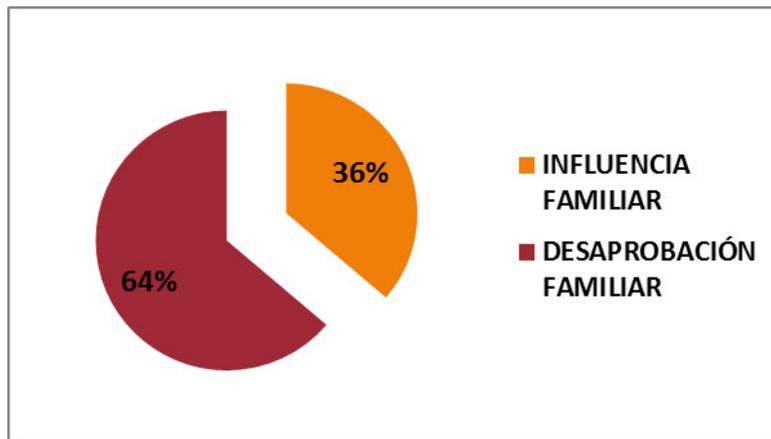


Figura 10. Obstáculos del entorno cercano.

2.3.2.3.3 Obstáculos institucionales

El 90% de estudiantes del Bachillerato considera que la falta de una orientación vocacional eficaz dentro de un colegio dificulta su elección de carrera. Lo que quiere decir que tener acceso a una Orientación Vocacional de calidad, permitirá al estudiante despertar sus intereses, ajustarlos a la competencia laboral de cada estudiante y a las necesidades del mercado de trabajo, ya que el primer paso de la rehabilitación vocacional

es la elección de un interés realista que permita al sujeto alcanzar su meta laboral (Anthony & Cols, 1984).

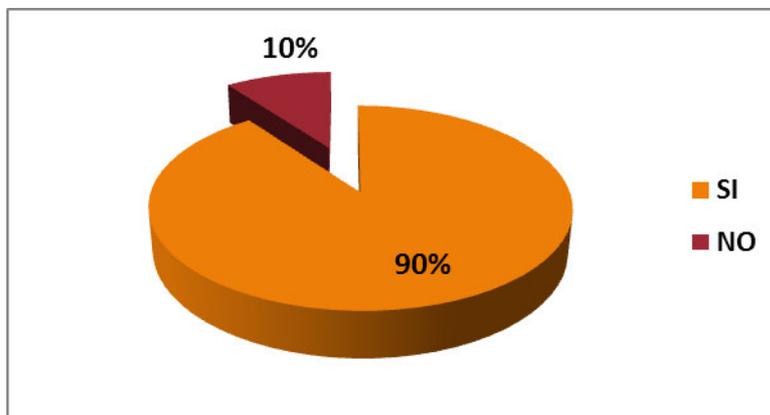


Figura 11. Orientación Vocacional.

2.3.2.3.4 Obstáculos académicos

El 96% de estudiantes de bachillerato en efecto consideran que los resultados de las pruebas ENES para el ingreso a la educación superior, representa un obstáculo de importancia que perjudica su elección de carrera profesional.

Los obstáculos académicos se refieren a las consecuencias que tiene para un estudiante no alcanzar el puntaje de ingreso necesario para la carrera que había elegido como primera opción. Como en el caso de los alumnos que se después de rendir las pruebas del ENES, para el ingreso a las universidades, han expuesto múltiples quejas acerca de los resultados que presentan dichas pruebas, tanto de quienes entraron a una carrera que no era de su agrado y que tomaron para no dejar de estudiar, y de quienes aprueban el ENES, incluso con altos puntajes, pero no logran un cupo para la profesión que anhelan.

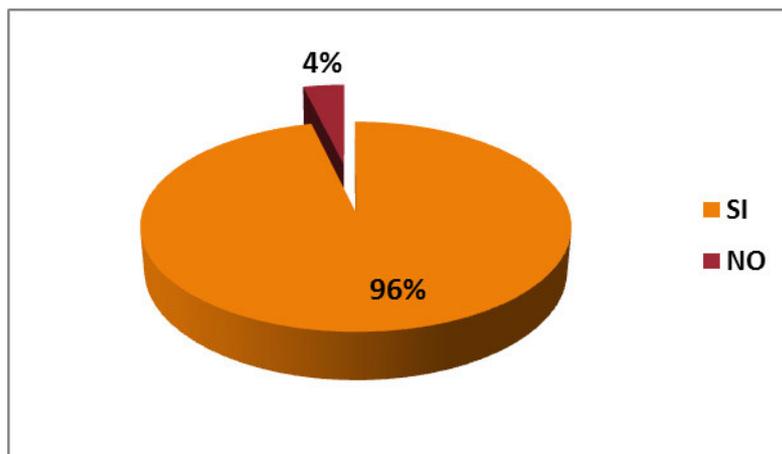


Figura 12. Pruebas ENES.

2.3.2.4 Fuentes de autoeficacia

Las fuentes de autoeficacia ejercen influencia sobre la percepción de las propias capacidades para realizar una actividad o tarea. Proviene de las personas e instituciones que ejercen persuasión social en la elección del estudiante, o bien, que actúan como modelos de aprendizaje vicario. Las creencias de autoeficacia, es decir, los pensamientos que tiene una persona sobre su capacidad y autorregulación para poner en marcha dichas conductas serán decisivas. (Bandura 1986).

El 30% de estudiantes consideran que el modelo a seguir más representativo al momento de su elección de carrera son sus hermanos mientras que el 21% eligió a su padre.

En este caso con respecto al entorno social ecuatoriano se mencionan a papá, mamá, hermanos, profesores y amigos de mayor edad que han elegido carreras de diferentes especialidades, realizan posgrados, comparten información acerca de su carrera y de su experiencia vivida. Esta valiosa información permite a cada estudiante tener una idea acerca de la carrera, tener mayor confianza en sus habilidades y capacidades para reafirmar su decisión con respecto a su elección de carrera. Aspectos que demuestran que el entorno social puede influenciar, motivar o desalentar a un estudiante para la elección de carrera.

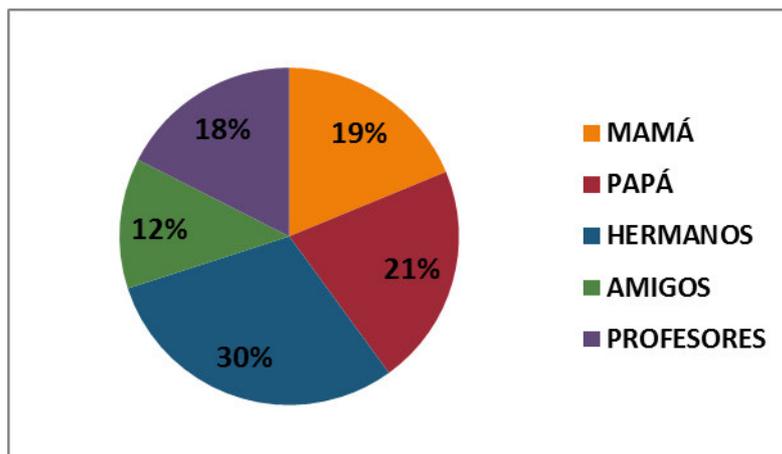


Figura 13. Fuentes de Autoeficacia.

2.3.3 Factores de experiencia

Estos factores permiten describir procesos complejos que intervienen en la elección de carrera y que interactúan unos con otros a su vez con los factores personales y contextuales. Comprenden los siguientes elementos: intereses, autoeficacia, expectativas de resultados y objetivos.

2.3.3.1 Intereses y Autoeficacia

La elección vocacional óptima es aquella que trae satisfacción personal al individuo, porque le da posibilidad de desarrollar sus mejores aptitudes, de afirmar sus verdaderos intereses y de no contradecir la estructura de su personalidad, además de beneficiar al grupo humano propiciando el fomento de actividades útiles que desarrollen la comunidad social en todas direcciones (Valdes, 2000).

El 100% de los estudiantes consideran que su interés en ciertas áreas específicas es fundamental para la elección de su carrera profesional.

El 65% de estudiantes afirmó la importancia de tomar en cuenta sus habilidades para una exitosa elección de carrera.

El reconocimiento de sus habilidades e intereses es un proceso largo que se inicia desde las etapas más tempranas de la infancia, hasta la adolescencia, etapa de su vida en la que tendrá más claro el panorama que le permita ser más asertivo en la elección de una carrera que implique la realización de actividades gratas para el estudiante y a su vez le dé un sentido de bienestar a su proyecto académico profesional.

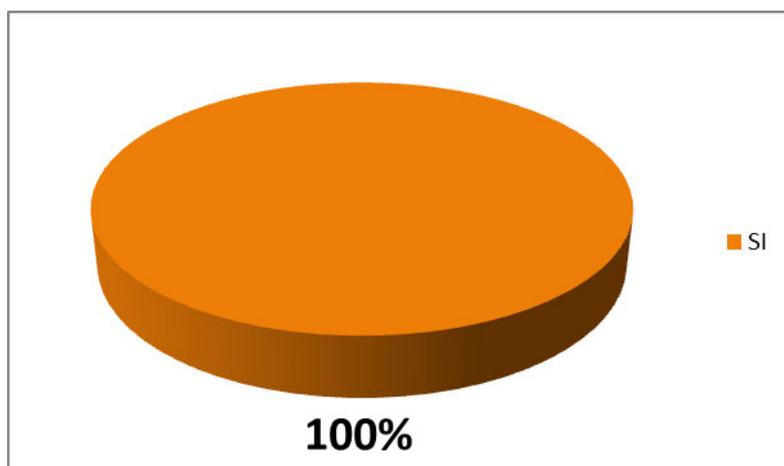


Figura 14. Intereses en áreas específicas.

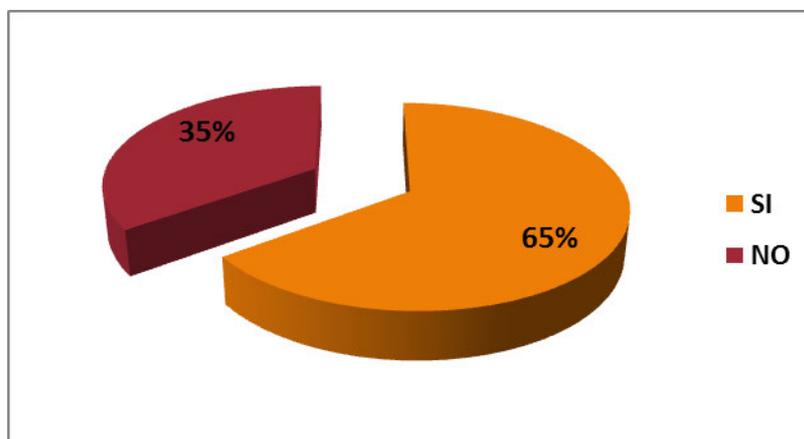


Figura 15. Habilidades.

2.3.4 Expectativas de Resultados

Es la perspectiva esperada que tienen los estudiantes con respecto a la elección de su carrera y su desempeño tanto laboral como profesional; como lo son el status social económico y contribución a la sociedad.

2.3.4.1 Expectativas de estatus social y económico

Una exploración previa acerca de la dinámica del mercado de trabajo es necesaria para lograr una buena proyección laboral y evitar el problema del desempleo ya que a través de su elección de carrera podrán acceder a un puesto de trabajo bien remunerado.

El 65 % de estudiantes al momento de elegir una carrera profesional, tiene una expectativa de estatus social y económico, es asociada con una buena remuneración, incluso a la potencial contribución al sustento familiar, de sus padres y hermanos, ya que los padres llegan a una edad o a unas condiciones físicas, que tienen que ser cuidados, estas son razones que llevan al estudiante a pensar que retribuir todo lo que han hecho sus padres por ellos son motivos de importancia para elegir una carrera de su agrado y que le genere dinero.

2.3.4.2 Expectativas de contribución a la sociedad

El 35% de los estudiantes asocia su elección de carrera con obtener un título que marque la diferencia a través de la generación de cambios positivos, lo que quiere decir que con frecuencia ciertos estudiantes, al escoger su carrera profesional lo hacen en función al deseo de servir a los demás y dejan de lado el tema económico, buscando así darle un sentido más trascendente a su vida, lo que le permitirá seguramente ser feliz y crecer en su profesión.

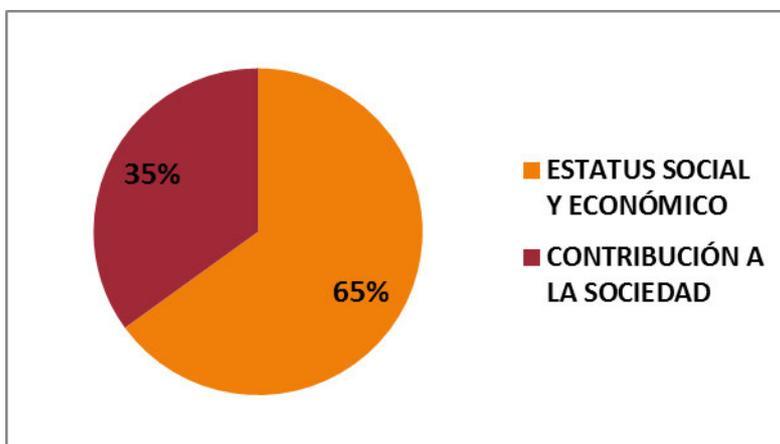


Figura 16. Expectativas de resultados

2.3.5 Objetivos

La elección de una carrera ayuda al estudiante a establecer metas u objetivos, de ahí deriva la importancia de que el alumno se pregunte: ¿para qué quiero estudiar una carrera?, ¿para lograr qué, para llegar a dónde? Y de esta manera pueda desarrollar una estrategia para llegar a donde quiere estar. En este análisis se contemplan ciertas acciones que permiten alcanzar las metas que se han propuesto los estudiantes y los significados asociados a la elección de carrera.

2.3.5.1 Acciones Seleccionadas

Los medios que estarían dispuestos a utilizar los estudiantes para obtener información e iniciar la búsqueda de opciones de carrera; se encuentra el Internet con 19%, pasantías profesionales con 21%, y una preferencia por la asesoría profesional con el 60%, ya que a su criterio puede entregarles mayor conocimiento, asistencia, apoyo y acompañamiento en el ámbito educativo, que les facilite la elección de carrera,

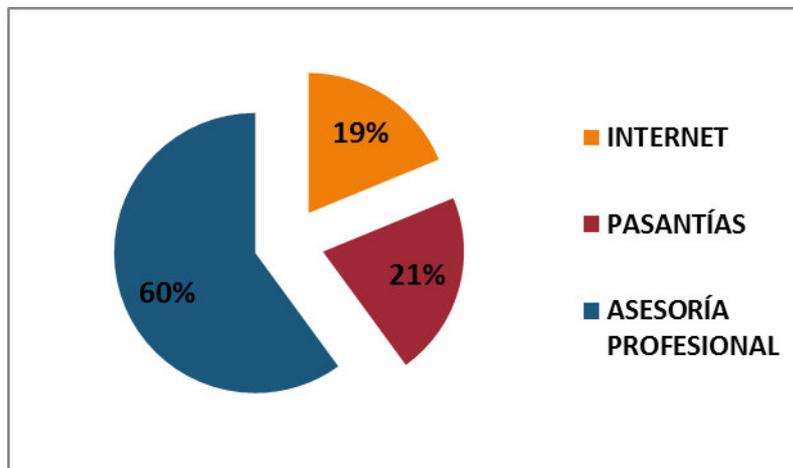


Figura 17. Búsqueda de Información.

2.3.5.2 Significados asociados a la elección de carrera

El 45% describe la elección de su carrera profesional como el hallazgo de su felicidad y el 40% como su realización profesional, lo que quiere decir que la elección de su camino profesional no debe ser vivida como una carrera donde el estudiante deba

correr sin parar y sin mirar atrás, sino que debería ser concebida como un camino por el cual vaya con paso firme, acompañado de felicidad, que le permita disfrutar del camino, gozar con el conocimiento y las experiencias que les permiten vivir la etapa universitaria, elementos claves para hallar la verdadera vocación y disfrutar del proceso.

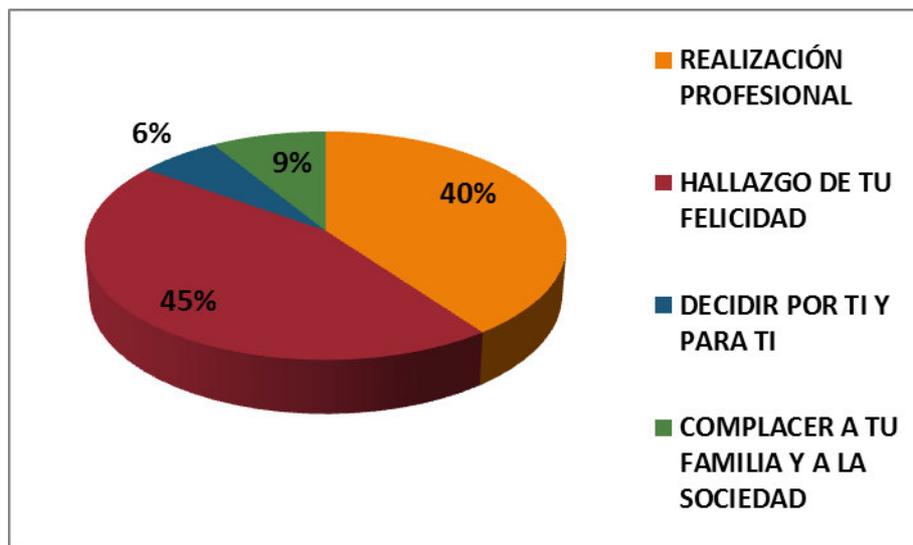


Figura 18. Significados Asociados a la elección de carrera

CAPÍTULO III

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN EDUCATIVO ECUATORIANO

3.1 Antecedentes

La educación tiene una función prioritaria en la producción del recurso humano, por lo tanto para un estudiante de bachillerato, elegir el área profesional donde se va desenvolver toda su vida, no le resulta sencillo, como lo hemos visto dentro del análisis de los factores de elección de carrera en un estudiante el discernimiento vocacional es un proceso que genera contradicciones en los jóvenes, repercutiendo visiblemente en sus actitudes y formas de proceder, teniendo como resultado en muchas ocasiones un retraso en sus estudios superiores o un cambio en su decisión de carrera por falta de orientación vocacional. Razones que permiten cuestionar al sistema de evaluación educativo actual, ya que ha olvidado cuál es su función específica, especialmente en el bachillerato, la cual consiste en entregar al estudiante herramientas que le permita tomar una decisión certera y fundamentada con respecto a su carrera profesional.

La falta de eficacia de las pruebas de evaluación Ser Bachiller realizadas en el bachillerato no solo causan incertidumbre e inconformidad en los estudiantes, sino que han provocado un decrecimiento en la matrícula universitaria en el país, cuestionando así los métodos de orientación vocacional usados en la actualidad y la falta de preocupación para llevar a cabo la implementación de algunos de ellos como es el caso del manual de orientación vocacional profesional (OVP).

Antecedentes de importancia que sugieren que la orientación vocacional sea vista desde otro punto de vista en donde la orientación no solo intente descubrir conocimientos y aptitudes del estudiante sino el potencial de cada uno de ellos con mira a que cada uno tenga su oportunidad para desarrollar ese potencial al máximo dentro de una carrera profesional de su agrado. A continuación, se realiza una descripción de cómo funciona el sistema de evaluación ecuatoriano en el bachillerato, datos del sistema educativo dentro del Cantón Rumiñahui y los métodos de orientación usados en estudiantes de bachillerato.

3.2 Sistema de Evaluación Ecuatoriano

3.2.1 Sistema de Evaluación Educativo en el Bachillerato

En Ecuador dentro del sistema educativo, el mejoramiento académico es medido a través de una evaluación estudiantil, según lo estipulado en la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI), y su Reglamento General para su aplicación en las instituciones educativas, públicas (fiscales y municipales), privadas, fisco misionales y particulares del Sistema Nacional de Educación y de esta manera lograr instaurar una cultura de evaluación que les permita alcanzar los estándares de calidad diseñados para todas las áreas y años de Educación general Básica (EGB), y en especial en el Bachillerato General Unificado (BGU).

Las pruebas de Evaluación estudiantil de mejoramiento académico son realizadas por el Departamento de Consejería Estudiantil (DECE) de cada uno de los colegios, quienes son responsables de la atención integral de las y los estudiantes. Su propósito es brindar apoyo y acompañamiento psicológico, psicoeducativo, emocional y social, en concordancia con el marco legal vigente. (MinEduc, Ministerio de Educación del Ecuador 2016).

Ante la necesidad de reforzar la orientación vocacional en los estudiantes el MinEduc, creó adicionalmente un Manual de Orientación Vocacional Profesional para los Departamentos de Consejería Estudiantil (DECE) 2015, el cual tiene como objetivo apoyar a quienes conforman los departamentos en el proceso de orientación vocacional y profesional (OVP), que debe implementarse en las instituciones educativas, manual que comprende un conjunto de acciones de acompañamiento (educativo psicológico y social), y asesoramiento (individual y grupal) para que las y los estudiantes de manera individual y con base en el autoconocimiento y la información disponible, puedan tomar las decisiones vocacionales y profesionales adecuadas en el marco de la construcción de sus proyectos de vida personales (MinEduc, Manual de Orientación Vocacional y Profesional para el Departamento de Consejería Estudiantil, 2015).

Sin embargo, en la actualidad este manual de orientación vocacional profesional (OVP) aún no se ha implementado a través del departamento DECE dentro de las

instituciones educativas, por lo tanto, la carencia de orientación vocacional sigue presente en los estudiantes de Bachillerato.

3.2.2 Sistema de Evaluación Educativo para el acceso a la Educación Superior

Con respecto a la organización del acceso a la educación superior se han establecido varios exámenes para el bachillerato con el fin de normar el proceso de ingreso, entre estas pruebas se encuentran: el Examen Ser Bachiller (2013), que evalúa el conocimiento de cuatro campos como: Matemática, Lengua y Literatura, Ciencias Naturales y Estudios Sociales ; Y el Examen ENES, (Examen Nacional para la Educación Superior 2012) que permite el ingreso a las universidades públicas a través de una evaluación de aptitudes académicas con una evaluación sobre 1000 puntos, y en el caso de las universidades privadas, el examen ENES será opcional e impuesta a criterio de cada universidad.

Para normar el ingreso a la educación superior, las pruebas Ser Bachiller y ENES han tenido transformaciones, ya que a partir de noviembre 2016 el ENES se agrupó con el examen Ser Bachiller y lleva el nombre del segundo, “Ser Bachiller Exonera”. Con esta reforma además se modificaron los requisitos de los estudiantes para obtener el título de Bachiller, así como las ponderaciones de la nota final, misma que deberá tener un mínimo de 7/10, en donde el 30% de la nota final será al promedio de calificaciones de la Educación General Básica, el 40% al promedio del Bachillerato General Unificado y el 30% final corresponderá a la calificación del examen Ser Bachiller Exonera, el cual ponderará mayormente los conocimientos antes que las aptitudes y permitirá eximir a los estudiantes de cursar la nivelación para ingresar directamente al primer año de carrera en cualquier universidad del país. (Ministerio de Educación 2016; Senescyt, 2016).

En referencia a estos acontecimientos acerca del Examen ENES se ha encontrado estadísticas de la tasa bruta de matriculación universitaria desde el año 2006 al 2014, información que nos da una noción de la situación de la educación superior con respecto a las pruebas vocacionales. En donde la tasa bruta de matrícula en educación superior universitaria a nivel nacional dentro del rango de personas que están en edad general de ingresar a una carrera universitaria (18 a 24 años), presenta una evolución con un

incremento total del 27% en el 2006 al 30% en el 2014. Este incremento se debe, en especial, a un aumento de la matrícula en el área urbana (en este caso del 35% al 38%). A nivel regional, se encuentra el mayor incremento en la sierra (del 30% al 34%), en tanto que no se encuentra cambios en la Amazonía. (INEC, 2016) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Entre las mujeres el crecimiento de la matrícula es mayor y con respecto a la identificación étnica, existe un incremento mayoritario entre los blancos, seguido por los mestizos, afro y luego los indígenas. A nivel de quintil de consumo, se ve reflejado un aumento de la matrícula en todos los quintiles respectivamente, excepto en el quintil más rico. Teniendo un porcentaje de incremento representativo en el quintil 2, seguido del quintil 3 y 4.

Tabla 2

Tasa bruta matrícula universitaria

		2006	2014
Total		26,50%	29,60%
Área 2000	Urbano	34,70%	37,10%
	Rural	8,80%	10,40%
Región	Costa	24,80%	27,30%
	Sierra	29,80%	34,10%
	Amazonía	11,20%	11,10%
Sexo	Hombre	24,60%	25,80%
	Mujer	28,20%	33,40%
Identificación étnica			
	Indígena	7,50%	9,00%
	Afro/negro/mulato	14,40%	17,40%
	Mestizo	29,30%	33,40%
	Blanco	23,00%	28,50%
Quintiles de Consumo			
	1	2,00%	5,00%
	2	5,80%	11,20%
	3	15,50%	19,70%
	4	34,10%	38,50%
	5	73,80%	82,40%

Nota. Adaptado de (EVC, 2006) e (INEC, 2014).

El comportamiento de incremento de las estadísticas en la matrícula universitaria durante los años 2006 y 2008, se debió a que en el Ecuador se implementó importantes reformas a la educación superior, como la política de gratuidad de la educación superior aprobada en la Constitución de 2008. Haciendo referencia que desde ese año hubo un constante incremento de la matrícula hasta el año 2011, del 27% al 31%.

Sin embargo, según el gráfico de evolución de la tasa bruta de matrícula universitaria, a partir del 2012, año en que empieza el examen de ingreso ENES y el cierre de las universidades se tiene una reducción importante de la tasa de matrícula de alrededor de 10 puntos porcentuales del 31% al 21%, reflejando en este período analizado una reducción de al menos de dos puntos porcentuales en la tasa neta de matrícula hasta el año 2015.

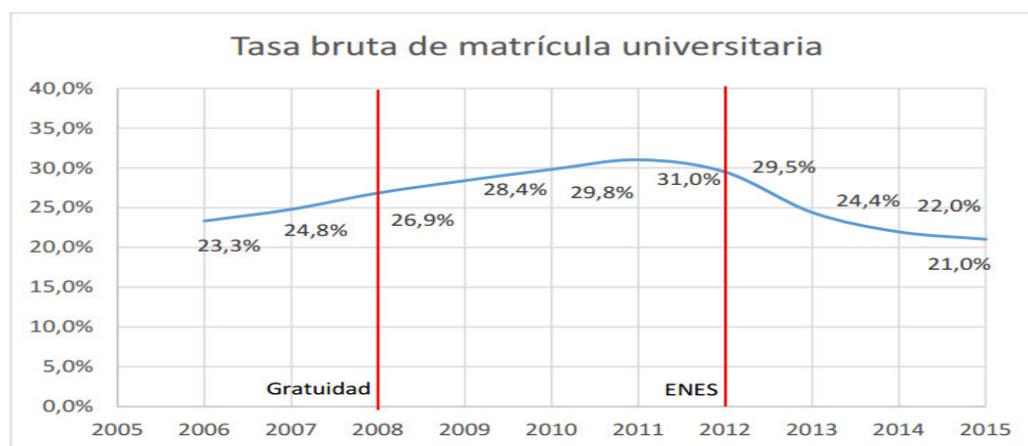


Figura 19. Evolución de la tasa bruta de matrícula universitaria. Adaptado de (ENEMDU, 2006) e (INEC, 2015).

Con respecto al comportamiento de las estadísticas se puede observar que las reformas, tanto de gratuidad como el examen de aptitudes ENES apuntan en direcciones contrapuestas respecto a la matrícula en la educación superior. Mientras la gratuidad apunta a elevar la matrícula, el examen de ingreso y el cierre de las universidades de mala calidad tienen efectos negativos en la matrícula. Estadísticas que dan cuenta de la realidad acerca de los efectos negativos en la matrícula a partir del examen de ingreso ENES, que ha causado que el promedio de jóvenes de entre 18 y 24 años que no estudiaba ni trabajaba en el país, que era de 19,5% en 2010 tenga un incremento al 25,4% en el 2014 (INEC), información en la que se incluye a la población que dejó la universidad y no consiguió trabajo luego.

Lo que quiere decir que un resultado negativo de la prueba de ingreso ENES genera incertidumbre, postergación de estudios hasta obtener un cupo en una institución de educación superior pública y resulta más compleja la situación para los estudiantes

que a pesar de aprobar el examen ENES, tienen que optar por la re postulación, es decir, elegir cupos en carreras disponibles, pero no de su preferencia, porque sus puntajes no se lo permitieron o porque simplemente no existe disponibilidad de cupo en la carrera deseada. Sin embargo, el aprobar el examen no garantiza que los estudiantes permanecerán en la carrera porque su experiencia vivencial dentro de la misma, sumada a otros factores del estudiante, como conflictos familiares, oportunidades y problemáticas sociales puede pesar en un cambio de opción.

Situación que ha podido ser demostrada a través de un estudio realizado por la firma Yqsigio 2016, en donde encuestaron a 9.800 estudiantes, de los cuales cerca de un 40% de bachilleres aseguran no saber qué estudiar luego de obtener su título de secundaria, y lo atribuyen a la falta de eficacia del sistema de evaluación educativo con respecto a sus métodos de orientación vocacional lo que demuestra que la falta de eficacia de la prueba Ser Bachiller sumado a la probabilidad de obtener bajos resultados en la prueba ENES puede provocar que los jóvenes se inclinen por carreras universitarias que desconocen, cursen los primeros semestres y se den cuenta que no tienen vocación para esa profesión y terminen dejándola.

3.3. Sector Educativo Cantón Rumiñahui

3.3.1 Generalidades del Cantón Rumiñahui

La creación del Cantón Sangolquí, como originalmente fue su nombre, fue elevado a la categoría de parroquia mediante la Ley de División Territorial el 29 de mayo de 1861, el 31 de mayo de 1938 a Sangolquí se la eleva a la categoría de Cantón, separándola de Quito y se le cambia el nombre por el de Rumiñahui, se ubica al sureste de la Provincia de Pichincha, a veinte minutos de Quito.

3.3.1.1 Aspectos Demográficos

3.3.1.1.1 Población Urbana – Rural

El cantón Rumiñahui tiene 3 parroquias principales que son: Sangolquí (San Rafael y San Pedro de Taboada); Cotogchoa y Rumipamba. Dentro del sector urbano se encuentran las parroquias: Sangolquí, San Rafael y San Pedro de Taboada (IEE, 2013), mientras que la parroquia de Sangolquí mantiene población urbana, rural, y las parroquias de Cotogchoa y Rumipamba mantienen población rural.

Según el último censo de población y vivienda INEC (2010), la población total del cantón Rumiñahui asciende a 85.852 habitantes de los cuales, 75080 se encuentran asentados en el área urbana, mientras que 10.772 habitantes, corresponden al sector rural.

Tabla 3

Distribución de la población (2010), según sector urbano y rural a nivel parroquial

NOMBRE DE PARROQUIA	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL
Sangolqui	75080	6060	81140
Cotogchoa	0	3937	3937
Rumipamba		775	775
TOTAL	75080	10772	85852

Nota. Adaptado de (INEC, 2010).

La Información antes descrita, nos permite observar que la población del Cantón Rumiñahui en su mayoría se concentra en el sector urbano con el 87,45% de la población mientras que en el sector rural está representado por el 12,55% de la población.

3.3.1.1.2 Estructura de la Población:

En referencia al censo del año 2010 se puede observar que la población entre los rangos menores a 1 año hasta los 14 años, es de 26,56 %, de 15 a 64 años es de 66,80 % y de 65 años y más es de 6,65 %. Porcentajes que describen la estructura de la población en base a una pirámide expansiva; que refleja un predominio de los grupos de habitantes jóvenes (el grupo poblacional más numeroso es el que se ubica entre los rangos de 15 a 19 años con 7.987 y de 20 a 24 años con 8.047). Lo que quiere decir que los grupos poblacionales jóvenes previamente mencionados se mantienen como los predominantes en la población de Rumiñahui.

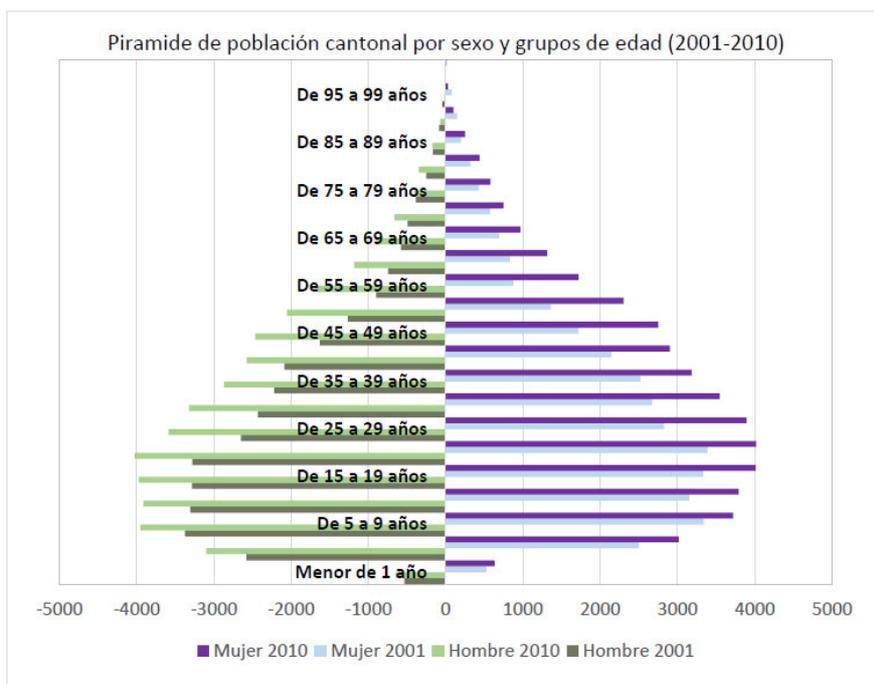


Figura 21. Estructura de la población de Rumiñahui según sexo y edad (2001-2010). Adaptado de (INEC, 2010 al 2011).

3.3.1.1.3 Proyecciones Poblacionales

Las proyecciones poblacionales son de gran importancia para una posterior planificación de las diferentes actividades del desarrollo tanto para niveles privados y públicos (INEC, 2012). Dichas proyecciones de la población en años futuros permiten identificar demandas y necesidades futuras de sus habitantes con respecto a servicios: educativos, de salud, infraestructura vial, seguridad social, comercio etc. (INEC, 2002).

Tabla 4

Proyección Poblacional Total

Sector	2010	2014	2020	2024
Urbano	75080	87237	102355	128166
Rural	10772	11706	13078	14726
Total	85852	98943	115433	142892

Nota. Adaptado de las proyecciones INEC, CNPV 2010

La proyección poblacional presentada en el cuadro anterior permite identificar la tendencia del crecimiento poblacional en función de los resultados totales a nivel rural y urbano, tomando como año de referencia el periodo 2001-2010. Para el cálculo no se ha considerado componentes demográficos complejos como la mortalidad, la fecundidad y la migración. Sin embargo, el método utilizado parte del estudio elaborado por el Instituto Espacial Ecuatoriano (2013), en coordinación con el INEC. En donde se ha identificado que para el año 2020 la población total del sector rural en el cantón Rumiñahui sería de aproximadamente de 13.078 habitantes y para el año 2024 la población rural del cantón sería de aproximadamente 14.726 habitantes. Y con respecto a la población del sector urbano de 102.355 habitantes y para el año 2024, la cantidad de 128.166 habitantes.

3.4 Sector Educativo

“En el campo educativo cabe destacar que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Rumiñahui, ante una necesidad imperiosa en educación y atención a los grupos vulnerables como son los niños y niñas y adolescentes ha construido políticas públicas locales importantes en materia educativa como: la implementación de proyectos de innovación educativa en coordinación con las disposiciones emitidas por el Ministerio de Educación (MinEduc) enmarcadas en las normativas a través del Ministerio de Educación (Políticas del Plan Decenal de Educación) y SENPLADES, políticas que dan apertura al desarrollo de proyectos pedagógicos específicos que atienden y respetan la cultura e idiosincrasia locales, fortalecen la identidad y, simultáneamente preparan al niño y al joven para el mundo globalizado del siglo XXI” (GADMUR, 2014-2019).

3.4.1. Tasa de Asistencia por nivel de Educación

En el Cantón el nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió la población de Rumiñahui se relaciona con el nivel Primario con 25,69 %, en segundo lugar, se encuentra el nivel superior con un 25,33 %, seguido por la educación secundaria del 23,88 %. El nivel mínimo registrado corresponde al centro de alfabetización (EBA) con solo el 0,38%.

Tabla 5

Nivel de instrucción educativo a nivel cantonal

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	TOTAL	%
Ninguno	1682	2,14%
Centro de Alfabetización	295	0,38%
Preescolar	600	0,76%
Primario	20158	25,69%
Secundario	18733	23,88%
Educación Básica	5435	6,93%
Bachillerato Educación Media	7657	9,76%
Ciclo Pos Bachillerato	1012	1,29%
Superior	19876	25,33%
Postgrado	1948	2,48%
Se ignora	1060	1,35%
Total	78456	100,00%

Nota. Adaptado de (INEC, 2010).

3.4.1.1 Tasa de asistencia por nivel de educación a nivel parroquial

Según las estadísticas, tanto el nivel de instrucción primario como de educación básica registran altos porcentajes en la parroquia de Rumipamba con un total de 38,55 % y 27,41 % respectivamente, y en el caso del nivel de educación secundario es la parroquia de Cotogchoa la cual registra mayor porcentaje con un 28,77 %.

Con respecto al nivel superior y de posgrado sólo la cabecera cantonal de Sangolquí refleja un porcentaje alto de 26,35% y 2,61 % respectivamente, comparado con las otras parroquias, los altos porcentajes reflejados en el nivel superior puede deberse a la presencia de instituciones de educación superior, extensiones universitarias, como la Escuela Superior Politécnica del Ejército, la Universidad Técnica Particular de Loja, el Instituto Tecnológico Superior “GSSOT” y el Instituto Tecnológico Superior “Rumiñahui” los mismos que proporcionan una importante y variada gama de carreras universitarias frente a la demanda de los estudiantes del cantón.

Tabla 6

Nivel de instrucción educativo a nivel parroquial

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Parroquias		
	Cotogchoa	Rumipamba	Sangolqui
Ninguno	5,08%	8,89%	1,94%
Centro de Alfabetización	0,51%	0,60%	0,37%
Preescolar	0,67%	0,75%	0,77%
Primario	36,88%	38,55%	25,04%
Secundario	28,77%	14,16%	23,73%
Educación Básica	11,14%	27,41%	6,54%
Bachillerato Educación Media	6,06%	5,42%	9,98%
Ciclo Pos Bachillerato	0,76%	0,75%	1,32%
Superior	8,28%	2,71%	26,35%
Postgrado	0,20%	0,15%	2,61%
Se Ignora	1,66%	0,60%	1,34%
Total	100%	100%	100%

Nota. Adaptado de (INEC, 2010).

3.4.2 Cobertura y Equipamiento educativo

En el cantón Rumiñahui, existen aproximadamente 80 establecimientos educativos, de los cuales, 33 son fiscales, 3 fiscomicionales, 1 municipal y 42 particulares (Ministerio de Educación 2013, tomado de IEE, 2013). Lo que quiere decir que existen 76 establecimientos educativos en lo que son las parroquias urbanas de San Pedro de Taboada, San Rafael y Sangolquí y en el resto de parroquias rurales, tres establecimientos. Estos datos reflejan una mayor concentración de establecimientos educativos en lo que se considera la cabecera cantonal “Sangolquí”.

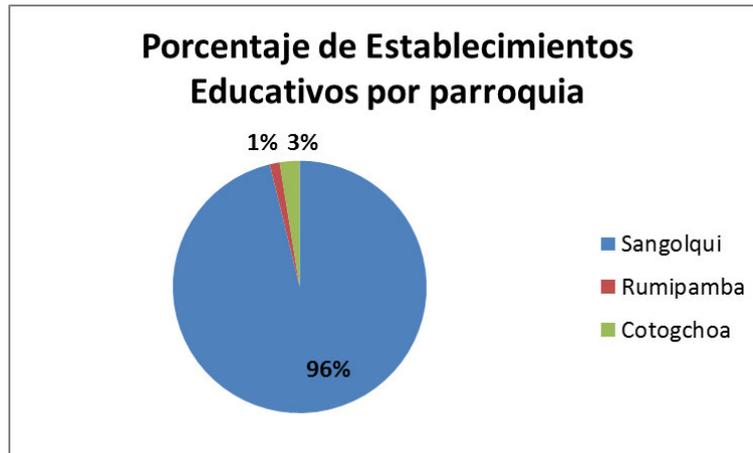


Figura 20. Porcentaje de establecimientos educativos por parroquias.
Adaptado de (INEC, 2010).

CAPÍTULO IV

4. EL *COACHING* COMO ESTRATEGIA DE APOYO VOCACIONAL EN EL PROCESO DE ELECCIÓN DE CARRERA

El discernimiento vocacional de los estudiantes con respecto a las pruebas vocacionales usadas por el sistema de evaluación educativo, permite proponer la idea de implantar dentro de los colegios privados del cantón Rumiñahui, un método de coaching como estrategia de apoyo vocacional para ayudar a los estudiantes del bachillerato en el proceso de elección de carrera profesional. Con la aplicación de esta herramienta, el estudiante además de recibir orientación podrá conseguir objetivos en relación a la comunidad educativa en general como: mejorar la comunicación e interacción entre estudiante, familia y profesores, con el fin de desarrollar sus habilidades y descubrir sus capacidades, que le permitan desempeñarse dentro del campo social y profesional.

4.1 *Coaching*

4.1.1 Fundamentación teórica

Se trata de un proceso de comunicación en el que un coach (conductor o entrenador), ayuda a un *coachee* (estudiante) a mejorar su rendimiento y ser lo que el cliente quiere ser. La herramienta principal del coach son las preguntas poderosas (que en educación llamaríamos “preguntas generadoras”) que formula al cliente para que éste descubra sus posibilidades y realice acciones de cambio que le acerquen a sus metas. El coach no dice qué hacer, no receta fórmulas ni soluciona problemas; sólo hace preguntas. Con estas preguntas, el coach: 1) muestra el camino en el que el cliente se halla; 2) ayuda a descubrir las opciones posibles y a tomar una nueva dirección; y, 3) ayuda a persistir en el cambio (O’Connor & Lages, 2004).

4.1.2 Funciones Actores del *Coaching*

- ***El coach***: es un observador activo, su labor consiste en cuestionar, interrogar y buscar las causas de una situación o estado de ánimo, aunque evitando sacar conclusiones por su cuenta, será el propio *coachee* (estudiante) quien lo haga. A

través de ese proceso entre las dos partes, recibirá ayuda para crear planes de acción, fijación de metas profesionales, ayuda en la definición clara y concisa de objetivos a incluir en el plan de acción para que el estudiante logre resultados óptimos.

Una vez reunida toda la información, a través del acompañamiento y seguimiento por parte del coach durante el proceso, realiza una evaluación para comprobar si el *coachee* (estudiante) se acerca o se aleja del objetivo marcado, lo cual permitirá tomar acciones correctivas a tiempo y así contribuir a la obtención de sus objetivos.

- **El *Coachee*:** Es considerado como la persona a la que se le practica esta práctica, y quien tiene la necesidad de cambiar algo con respecto a su vida.

4.2 Enfoques teóricos de la toma de decisiones para la elección de carrera a través del coaching

4.2.1 Modelo comprensivo para la toma de decisión de carrera profesional

A continuación, se presenta un modelo para la toma de decisión profesional de Álvarez González (2004) y Álvarez González y Rodríguez Moreno (2006), cuyo enfoque contempla las dimensiones cognitiva, emocional y social.

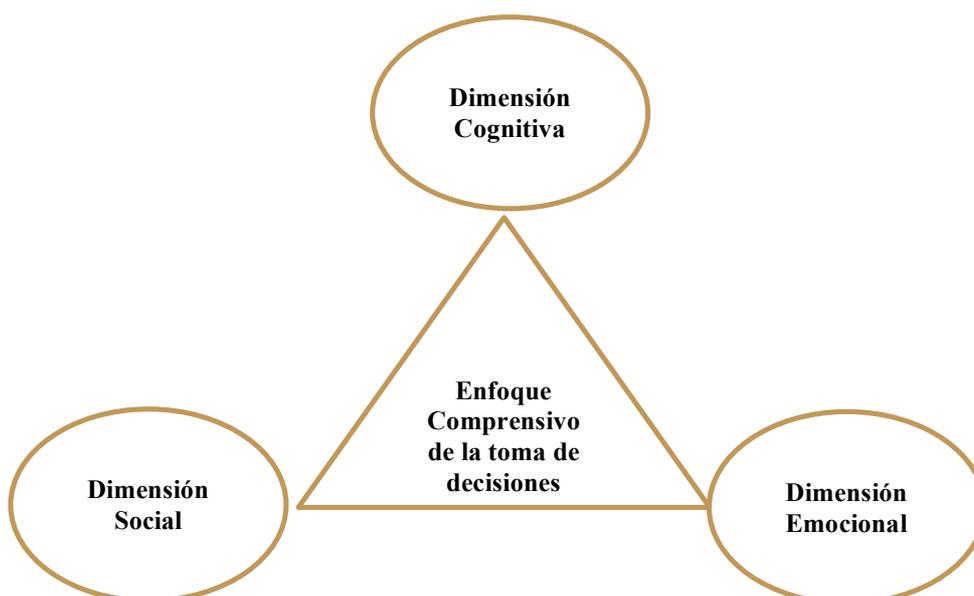


Figura 21. Enfoque comprensivo de la toma de decisiones. Adaptado de Álvarez, González (2004) y Álvarez González, Rodríguez, Moreno (2006).

A continuación, se describe como puede ser aplicado el modelo comprensivo para la toma de decisión profesional durante un proceso de coaching.

4.2.1.1 Dimensión Cognitiva

En esta dimensión la persona puede ir desarrollando habilidades y destrezas, por medio de la adquisición de experiencias y aprendizajes, que le preparen para tomar decisiones, lo que quiere decir que se trata de transmitir que pasos se pueden seguir para afrontar correctamente dicho proceso. En esta dimensión se pueden tratar diferentes áreas como:

- El conocimiento de sí mismo: La persona reafirmará el conocimiento de sus intereses durante todo el proceso de coaching, sus aptitudes, valores, expectativas, y sus experiencias adquiridas durante toda su vida.
- El conocimiento de los demás: Coaching le permitirá desarrollar habilidades interpersonales que le permitan interactuar con otras personas en muchos ámbitos y situaciones a nivel personal y profesional ya que en un momento determinado pueden ser de ayuda en su proceso de decisión profesional.
- Información adecuada sobre el problema a decidir: Le permitirá reunir toda la información relevante para tomar la decisión correcta.
- Habilidad para evaluar y organizar la información relevante: le ayudará a Determinar y analizar de forma precisa la información que es de importancia para la toma de decisiones.
- Habilidad o eficacia para resolver problemas: Le permitirá desarrollar habilidades básicas para confrontar con éxito la toma de decisiones.

4.2.1.2 Dimensión Emocional

Esta es una dimensión importante a lo largo del coaching en el proceso de la toma de decisiones, ya que de estos aspectos de carácter emocional depende que el individuo tome o no una decisión de forma comprensiva y plena. Desarrollar nuestra Inteligencia emocional nos ayuda a gestionar nuestras emociones, de forma que aprovechemos nuestro potencial en función del logro de los objetivos, un dominio de estos aspectos puede hacer más fácil la toma de decisiones.

- La autoestima y la confianza en sí mismo: Implica una adecuada valoración de sí mismo, lo que quiere decir que confía en sus capacidades y habilidades para realizar lo que se proponga.
- Tomar conciencia de las propias emociones y las de los demás.
- El manejo y regulación de las propias emociones, evitando las emociones negativas: miedo, ansiedad, temor, vergüenza, ira y depresión.
- El control de la ansiedad ante la elección como un requisito básico e imprescindible.
- La resolución de conflictos *psico-emocionales*: supone algún tipo de capacidad emocional que falta ser desarrollada en el individuo como una baja autoestima, falta de auto-control, carencia de intereses, falta de identidad personal y profesional, miedo a fracasar, falta de credibilidad en sí mismo y en los demás.

Es importante que, en medio de esta lluvia de emociones, los conflictos generados, sean solucionados a través de comprensión y manejo desde el punto de vista más subjetivo del individuo.

4.2.1.3 Dimensión Social

El proceso de Coaching permite a la persona tomar conciencia de que en toda decisión están implicadas personas que le rodean y forman parte de su vida, de ahí la importancia de hacerlas partícipes en sus decisiones como padres, pareja, hijos, etc., ya que el hombre es por naturaleza, un ser social que necesita relacionarse y convivir con los demás.

Dentro de esta dimensión se desarrollan competencias interpersonales y de apoyo de las personas que nos rodean. Los factores que se toman en cuenta dentro de esta dimensión son:

- Apoyo del Contexto: Las posibilidades que nos ofrece el entorno en donde vivimos, de nivel social y cultural.
- Apoyo afectivo y respaldo familiar: La familia es el referente y el soporte más relevante para la gran mayoría de individuos para la toma decisiones.
- Apoyo económico: Disponer de los recursos económicos suficientes para que no interfieran sino faciliten la toma decisiones.
- Dominio de las habilidades sociales básicas: Son aprendidas de forma natural, pero saber hacerlas y controlarlas de forma positiva marcan la diferencia, entre las que podemos mencionar tenemos: empatía, dialogo, escuchar, dar las gracias, disculparse, pedir ayuda, participar, expresar tus sentimientos, comprender los sentimientos de los demás.
- Respeto por los demás: Aceptar y apreciar las diferencias en los demás y valorar el derecho de cada una de esos individuos.
- Comunicación receptiva: (capacidad de entender a los demás) comunicación expresiva (capacidad para expresar los propios pensamientos y sentimientos con claridad).

- Compartir emociones positivas y sinceras en los momentos de decisión
- Comportamiento pro social y cooperación: Mantener actitudes de amabilidad y respeto por los demás.
- Asertividad: Mantener un comportamiento asertivo que supone un saber defender las propias necesidades frente a las exigencias de los demás sin llegar a utilizar comportamientos agresivos o violentos.

La toma de decisiones adecuadas y responsables implica la integración de lo racional, lo emocional y lo social. Sin embargo, Investigaciones recientes de (Brown, George Carrant y Smith, 2003); (Emmerling y Cherniss, 2003); (Gaffner y Hazler, 2002); (Mellers, Schwartz y Ritov, 1999) han demostrado que en los procesos de toma de decisiones personales y profesionales están más presentes los factores emocionales que los racionales.

4.3 Estrategias de Coaching para la elección de carrera profesional

Se plantea a continuación una propuesta de estrategias que han sido utilizadas en procesos de coaching y que en este caso de estudio pueden resultar efectivas, tomando en cuenta las tres dimensiones del modelo de toma de decisiones, en este caso para la toma de decisiones de carrera profesional. Estrategias que serán adaptadas a la realidad educativa ecuatoriana y enfocada a facilitar la elección de carrera en estudiantes de tercero de bachillerato de colegios privados del Cantón Rumiñahui.

4.3.1 Estrategias de Coaching

4.3.1.1 Estrategia I

Dimensión Cognitiva

Se refiere a la habilidad que tenemos para pensar, imaginar, crear, lo que permite al estudiante tener un pensamiento más claro y creativo para facilitar la comunicación y la toma de decisiones.

La dimensión cognitiva de un estudiante puede ser analizado a través del método que se presenta a continuación:

Método “Seis sombreros para pensar”

Cuando una persona se enfrenta a un proceso de toma de decisiones, su mente comienza a contemplar una serie de razones y emociones que le llevan a optar por una alternativa. Es un proceso mental en que la persona toma en cuenta las ventajas, inconvenientes, los hechos, los sentimientos y toda la información que le parezca importante y muy difícil de explicar o de simular.

Este método de Edward de Bono (1985) de los Seis sombreros para pensar, “considerado como una herramienta para mejorar las habilidades y actitudes de exploración, no hace sino reproducir, de forma más sencilla, los procesos que tienen lugar en nuestra mente cuando tomamos decisiones, convirtiéndolos en algo sistemático y público. Para simplificar el pensamiento, este método propone que las cosas se atiendan una por una, y que todos los participantes se concentren coordinadamente en la que está siendo estudiada. Así, no solo se facilita el cambio de actitud, para lo cual basta con pedir un cambio de sombrero, sino que se organizan puntos de vista diferentes y se crea un mapa enriquecido para tomar mejores decisiones.

Cada sombrero simboliza una forma de ver, una manera específica de pensar, que no se preocupa tanto por describir lo ya ocurrido, sino que intenta ver lo que está por venir. Este ejercicio de pensar logrará deparar resultados maravillosos e imprevistos”.

Para realizar esta dinámica con los estudiantes cada uno de ellos valorará su decisión pasando por cada uno de estos sombreros y respondiendo detalladamente cada una de las preguntas que se cita a continuación.

Tabla 7

Seis Sombreros para pensar

SEIS SOMBREROS PARA PENSAR		
SOMBRERO	DESCRIPCIÓN	PREGUNTAS
BLANCO (Objetividad)	hechos, cifras, información objetiva	¿Qué elementos objetivos tengo?
		¿Hasta que punto son reales y probables?
		¿Qué está pasando?
		¿Cuál es la situación sobre la cual debo decidir?
ROJO (subjetividad y emoción)	emociones, sensaciones, sentimientos que despiertan las distintas opciones	¿Qué intuición tengo?
		¿Qué emociones me despierta cada opción?
		¿Cómo me siento ante esta situación?
NEGRO (Abogado del diablo)	lógico, negativo	¿Parto de la buena base?
		¿Es la única posible?
		¿Qué variable importante me dejé por analizar?
		¿Qué es lo peor que podría pasar ante cada una de las opciones posibles?
AMARILLO (Optimismo y alegría)	positivo, constructivo, lo que más me ilusiona, lo más interesante	¿Qué es lo más positivo de todo?
		¿Qué es lo que me hace más ilusión?
		¿Qué pondré de mi parte para que todo vaya bien?
		¿Qué es lo mejor que podría pasar ante cada una de las opciones posibles?
		¿Qué intentaría si supiera que no voy a fracasar?
VERDE (Esperanza, novedad)	creatividad, ideas nuevas	¿Qué información nueva puedo aportar?
		¿Desde qué posición nueva puedo mirar la decisión a tomar?
		¿Qué más puedo hacer?
AZUL (coherencia y planificación)	control de los demás sombrosos, pasos para pensar, planificación del futuro, búsqueda de coherencia e incoherencia	¿Qué necesito hacer a partir de ahora?
		¿Hasta que punto esta decisión es coherente o no conmigo mismo?
		¿Con qué de mí mismo es coherente y con qué de mí y de mi entorno es incoherente?
		¿Qué decido finalmente?

Nota. Adaptado de Manuel Álvarez y Meritxell Obiols

4.3.1.2 Estrategia II

Dimensión Emocional

Según el estudio realizado por (García, González, Zalapa, 2016), han aseverado la importancia del plan de vida en la etapa adolescente, en donde reconocen que la planeación de su futuro a partir de sus sueños, metas y aspiraciones, les facilitará la culminación de esas metas y sueños.

“En la actualidad es más frecuente que los jóvenes que están por finalizar el nivel bachillerato, se hagan preguntas acerca de lo que va a suceder en su vida, tanto en el ámbito personal, social o educativo. Pero a menudo las preguntas que resaltan en la mente de los jóvenes tienen mayor relación con el área educativa, tema que afecta a nivel emocional al joven ya que de la toma de sus decisiones de carrera dependerá su futuro profesional, es decir, es mayor la presión que recae sobre un gran número de adolescentes que se hacen preguntas como las siguientes: ¿Qué voy a estudiar? ¿Qué debo tomar en cuenta para tomar mi decisión? O, ¿quién, me ayudará a elegir?

Preguntas como las anteriores tendrían una respuesta fácil, concreta y certera, si hoy en día se diera el énfasis en tener como una de las labores de los educadores u orientadores vocacionales (asesorar y ayudar en el proceso de elección), dentro del plan académico. Una de las razones que nos lleva a pensar que la elaboración de un plan de vida en un estudiante es fundamental para la planeación de su futuro.”

Plan de Vida

En primer lugar, el estudiante deberá elaborar su Plan de Vida, el cual representa un mapa de guía para identificar sus metas principales y establecer los objetivos en el tiempo que nos ayuden a conseguirlas, tomando en cuenta elementos fundamentales de su vida como: económico, espiritual-moral, intelectual-estudios, social, afectivo, físico-estético.

A continuación, se mencionan los pasos a seguir para la construcción de un Plan de Vida de un estudiante:

1. Descubrir tus valores

Los valores son la esencia de lo que cada persona es en realidad, cada estudiante debe hacer una lista de los principales valores que crea que conduce su vida como, por ejemplo: familia, educación, felicidad, salud, diversión independencia, liderazgo, etc.

2. Establecer objetivos

El planteamiento de objetivos de una persona debe ser basado en hechos tangibles y medibles, que sean claros indicios de que su vida está en sintonía con sus valores:

- Debe definir al menos un objetivo para cada valor de su lista.
- Plantearse la pregunta ¿Qué quieres ser?, en términos de ese valor, dentro de 20 años. Ej.: Quiero ser doctor, Quiero colaborar socialmente aportando valor, Quiero ser independiente económicamente y vivir del fruto de mi trabajo.
- Plantearse la pregunta ¿Cómo conseguirlo?, en términos de ese valor, dentro de 1 año. Ej.: Quiero tomar un curso de nivelación para rendir el examen de ingreso a la universidad, Quiero aprobar el examen de ingreso en la facultad de medicina.

3. Establecer Metas

Las metas consistirán en tomar los objetivos anteriormente planteados y clasificarlos en objetivos a corto plazo y a largo plazo.

Por cada objetivo a corto plazo se va a definir 5 acciones específicas:

- Lo que va a realizar en los próximos tres días.
- Lo que va a realizar en la próxima semana.
- Lo que va a realizar el próximo mes.
- Lo que va a realizar en los próximos 6 meses en adelante.

Por cada objetivo a largo plazo se va a definir 5 acciones específicas:

- Lo que va a realizar en el próximo año.
- Lo que va a realizar en los próximos 5 años.
- Lo que va a realizar en los próximos 10 años.
- Lo que va a realizar en los próximos 20 años en adelante.

Es conveniente que, a la hora de realizar una gestión efectiva y eficiente de sus objetivos y metas, las mismas vengan acompañadas de fechas concretas y resultados esperados, ya que la ausencia de ellos refleja una falta de compromiso por parte del estudiante.

Una vez finalizado este desglose de metas con respecto a sus objetivos, cada estudiante puede visualizarlos y plasmarlos en papel a través de dibujos o mapas conceptuales si así lo desea, posteriormente es momento de que se vuelva su guía, genere versiones para que lo tenga siempre a la mano. Lo puede pegar en su habitación o en cualquier lugar en casa, para que pueda consultarlo cada cierto tiempo, solo de esta manera el objetivo final estará siempre a la vista, guiando y recordando el camino de a dónde debe ir, cómo hacerlo, y que herramientas usará para cumplirlo.

4.3.1.3 Estrategia III

Dimensión Social

***Role Play* en el Aula**

El *role playing* facilita la comprensión de contenidos teóricos. Estimula y motiva a partir de lo experiencial. Obliga a pensar y a resolver situaciones creativamente. Propone “el juego” como un desafío personal donde cada integrante constituye una pieza significativa y constitutiva del resultado, obligándolo a reconocer sus propias habilidades y deficiencias (Solís, 2015).

Es una técnica de dinámica de grupo, también conocida como técnica de dramatización, simulación o juego de roles, la cual consiste en que dos o más personas representen una situación o caso concreto de la vida real, actuando según el papel que se les ha asignado y de tal forma que se haga más vivido y auténtico.

1. Objetivos

- Identificar conductas agresivas, pasivas y asertivas no solo de quienes representan los roles, sino en todo el grupo que actúa como observador participante, ya que todos están involucrados en el proceso. En este caso quienes representan los roles transmiten al grupo la sensación de estar viviendo el hecho como si fuera una realidad.
- Esta actividad aplicada en diferentes grupos, puede ser de gran ayuda para conocer las actitudes de cada individuo ante determinadas situaciones y cómo están influyendo en su desempeño estudiantil y su vida cotidiana.
- Analizar y destacar las ventajas e inconvenientes de las conductas: agresiva, pasiva, y asertiva que puedan surgir durante proceso grupal.
- Identificar formas diferentes de reaccionar ante cada conducta y su grado de eficacia respectiva.
- Comprobar que la conducta asertiva puede ser la más adecuada al momento de enfrentar un conflicto o para la toma de decisiones.

Para dar inicio a la dinámica *roleplay* el coach procede a escoger tres estudiantes, para representar el papel de cada conducta en este caso (agresiva, pasiva y asertiva) y expone el siguiente caso:

El coach entra al aula y sin motivo alguno expulsa a gritos a uno de sus estudiantes, y procede a preguntar a cada uno de sus estudiantes quienes representan el papel de cada conducta.

- Coach: Dime ¿Te parece justo lo que acabo de hacer con tu compañero?
- Conducta agresiva (Responde): Manifiesta estar de acuerdo de forma agresiva, alzando la voz de manera imprudente e irreflexiva.
- Conducta pasiva (Responde): prefiere quedarse callado, sin provocar ningún altercado, y asentando la cabeza le da la razón al profesor.
- Conducta asertiva (Responde): Pide explicaciones de forma adecuada e intenta razonar con el profesor, exponiendo razones válidas que le hagan reflexionar acerca de la situación, y obtener el reingreso de su compañero al aula.

Una vez realizado el *role play*, se permite el ingreso del estudiante expulsado del aula y se establece una cesión de discusión con el resto del grupo para realizar un análisis, ya que durante la dinámica los participantes se dan cuenta de lo que hacen, de cómo lo hacen y de las consecuencias de sus comportamientos:

- Las conductas y comportamientos que transmiten los tres personajes (expresiones en su rostro, tono de voz, fastidio, ironía).
- Las conductas y comportamientos gestuales (hostilidad, inseguridad, auto control, dominancia, mirada, colocación de brazos).
- Las sensaciones que provocan las tres conductas al resto del grupo que presencio la dinámica (rechazo, simpatía, temor, empatía, vergüenza, miedo, ira).
- Los valores que se muestran en las conductas (solidaridad, prepotencia, egoísmo, responsabilidad, respeto, seguridad).
- Ventajas y desventajas que existen al aplicar las tres conductas.
- Ventajas de la conducta asertiva para la resolución de conflictos y toma decisiones.

El planteamiento de estrategias detalladas anteriormente se lo ha hecho con la finalidad de relacionar el coaching con los procesos de toma de decisiones. Entendiendo el coaching no como un entrenamiento sino como una disciplina y una herramienta que va a ayudar al estudiante a descubrir que quiere ser, que quiere hacer y a obtener lo que busca, en el ámbito personal y profesional, lo que consecuentemente facilita y mejora la toma de decisiones de elección de carrera.

4.4 Servicio de Coaching

El servicio ofrece un método de coaching dinámico, su práctica es una experiencia con vivencias únicas y transformacionales que pueden llegar a superar las expectativas tanto de los estudiantes (consumidor) como de los padres de familia (Cliente). El servicio de coaching que se pretende ofrecer está enfocado en la decisión de carrera profesional, dispone de *coaches* certificados por una de las asociaciones de coaching más grandes del mundo, *International Coach Federation (ICF)*, quienes trabajarán con el estudiante de forma grupal o individualizada para identificar lo que quiere, tanto a nivel personal como profesional y le proporcionará ayuda para elaborar una guía que le permita conseguir la vida que el estudiante desearía tener. Empezando por clarificar sus valores, propósitos personales, habilidades y capacidades, lo que le permitirá tomar decisiones y acciones de manera más significativa, y de esta forma conseguir resultados y cambios extraordinarios.

4.4.1 Diferenciación del Servicio

Se propone implementar un método de coaching en el aula, tomando en cuenta una propuesta de estrategias basadas en las tres dimensiones del modelo de toma de decisiones de carrera como: dimensión cognitiva, emocional y social, a través del uso de técnicas como los seis sombreros para pensar, elaboración de un plan de vida y *role play*.

CAPÍTULO V

5. INDUSTRIA DEL COACHING

5.1 Industria del Coaching

El coaching es una de las industrias emergentes a mayor velocidad en la última década. Según Harvard Business Review documenta que el Coaching como industria mueve 1.000 millones de dólares anuales en el mundo. Se puede observar que el coaching se va instalando gradualmente en todos los ámbitos sociales. El campo del coaching es el resultado de la convergencia de varias líneas de desarrollo. Sin embargo, en los últimos tiempos ha sido reconocido como la formación de un conjunto coherente de principios, conocimientos y habilidades.

Su aparición como una profesión popular empezó en Estados Unidos a comienzos de los 90. Desde entonces, la proliferación de escuelas de formación de coaches y la creación de la International Coach Federation (ICF) ha llevado a un aumento dramático en el número de coaches profesionales de todo el mundo. LA ICF, es la asociación de coaching más grande del mundo, que tiene alrededor de 24.000 miembros.

Junto con esta explosión de popularidad, también ha habido una mejora de la imagen de la profesión en el conjunto de empresas y la comunidad académica. Así, el coaching se ha asentado en las grandes empresas nacionales e internacionales; han proliferado numerosas escuelas y se empiezan a desarrollar cursos en universidades reconocidas.

La profesión de coach está en su fase de crecimiento y es sin duda una de las industrias emergentes a mayor velocidad en la última década, con un enorme crecimiento en la actualidad. Si bien es en Estados Unidos, el Reino Unido y Australia donde se ha visto un desarrollo más fuerte, en los países europeos también está siendo una disciplina en pleno desarrollo. En Ecuador aún queda mucho camino por recorrer, pero se están sentando los pilares para hacer del coaching una profesión consolidada.

En 2009 un estudio desarrollado por el *Chartered Institute of Personnel Development*, se descubre que el coaching profesional se hace en un 90% de las organizaciones que entrevistaron y que, a pesar de la situación de crisis, 70% de ellas incrementaron su inversión en programas de coaching.

Las investigaciones realizadas por MatrixGlobal en coaching en una compañía del Fortune 500 mostraron que el coaching produce un retorno de 529% de la inversión y beneficios intangibles importantes para el negocio, impulsado el retorno de la inversión global de 788%.

Una encuesta de la Asociación de Gestión de Personal Internacional concluyó que la productividad aumentó en un 88% cuando el coaching se combinó con la formación (en comparación con un aumento del 22 por ciento con el coaching suelto).

El interés de las Universidades en ofrecer programas de formación en Coaching va a más, y se pueden encontrar Universidades de fama mundial que apuestan por el coaching como profesión, como son la Universidad de Cambridge, Georgetown, Columbia, Texas, Sidney y en España, el caso del Título Propio de Especialista en Coaching con IE y PNL de la Universidad Rey Juan Carlos en convenio con D'Arte Coaching.” B. GLAM Magazine; (Jurado, 2015).

En el Ecuador existen empresas que apuestan por el coaching como: (Business Coaching, Complejo Natura, The Growth Coach Coaching de negocios, TISOC - The International School Of Coaching) y entidades de educación superior como (INCAE Business School), que ofrecen programas de certificación de coaching avalados por la International Coach Federation (ICF), que cumplen con los más altos estándares de la industria del coaching ejecutivo.

Con respecto al coaching dentro de la comunidad académica encontramos empresas de importancia enfocados en el tema vocacional como: Yqsigo.com y “Ubícate” (*find yourself*), las cuales ofrecen un servicio de coaching enfocado en ayudar al estudiante para la toma de decisión de carrera profesional.

La industria del coaching en el Ecuador se encuentra es un mercado en constante crecimiento, ya que se ha convertido en una actividad o herramienta de uso exitoso en los

negocios. Por lo tanto, también se puede visualizar buenas perspectivas a futuro para la aplicación del coaching orientado a la educación, el mismo que estaría enfocado a satisfacer el mercado de estudiantes con problemas vocacionales.

En base a la información obtenida se puede observar que el emprender el coaching como negocio, puede llegar a ser muy fructífero y con la facilidad de que puede hacerlo asociado a un grupo de personas en una oficina o simplemente no tener socios ni empleados, ya que es un negocio pensado para una persona calificada, que haya obtenido un certificado de una asociación prestigiosa de coaching, con experiencia gerencial comprometido con el crecimiento personal y profesional, y desee ayudar a alcanzar a otros sus objetivos individuales, profesionales o de negocio. Una de las ventajas de este tipo de negocio es que puede iniciar sus actividades desde su propia casa, con costos de operación mínimos y sin inventarios.

5.2. Análisis de las Cinco fuerzas de Porter



Figura 22. Fuerzas de Porter. Adaptado de (Kotler & Armstrong, 2013).

5.2.1 Nuevos Entrantes (Débil)

Con respecto a las barreras de entrada y de salida del sector educativo con respecto a los servicios de coaching se han considerado débiles lo que quiere decir que puede generar rendimientos bajos estables. Sin embargo, se ha identificado una barrera de entrada alta como la especialización, la cual permitirá ganar la participación de mercado para este servicio.

5.2.2 Nivel de Intensidad de la Rivalidad (Débil)

La competencia que existe dentro del Sector educativo con respecto a servicios de coaching es débil, lo que quiere decir que se puede aprovechar esa participación de mercado. Este servicio tendrá un enfoque diferenciado al de sus rivales; ya que el coaching, es un sistema que abre ventanas para indagar acerca de conceptos, nuevos sistemas integrales, técnicas y herramientas que contribuyen a la orientación educativa.

5.2.3 Poder de Negociación de los Clientes (Débil)

El poder de negociación de los clientes se considera débil puesto que existe una oferta limitada de servicio de *coaching*, para satisfacer a las necesidades de orientación vocacional del consumidor en el sector educativo.

5.2.4 Poder de Negociación de los Proveedores (Fuerte)

Se estima que el poder de negociación con los proveedores será fuerte, debido a que los *coaches* que se contratarán para ofrecer el servicio de coaching dentro de los colegios tienen una oferta limitada en el país, ya que deben contar con una certificación como coach o formar parte de alguna de las asociaciones reconocidas de coaching. Entre las asociaciones que serán tomadas en cuenta para las contrataciones de personal es La International Coach Federation (ICF), Asociación Española de Coaching (ASESCO), todas estas certificaciones cuentan como un elemento diferenciador del servicio.

5.2.5 Amenaza de Servicios Sustitutos (Media)

Se consideran que la oferta de productos sustitutos es media, entre ellos se encuentran el test vocacional y servicio de orientación vocacional a través de profesionales especialistas en el tema. Cabe mencionar que el servicio de *Coaching* ofrecerá un servicio con características diferenciadoras ya que trabaja a mayor profundidad en lograr que el joven se conecte con lo mejor de sí mismo, identificando aquellos talentos y fortalezas que puedan desembocar en una vocación para toda la vida.

La calificación es de 3 ya que es importante mantener siempre una alerta para evitar amenazas de nuevos entrantes. Es importante mencionar que el servicio ofertado será a través de sesiones grupales e individuales, en modalidad presencial o en línea web.

Tabla 8

Cuadro Matriz de Ponderación

	PODERES/AMENAZAS				
	Muy Débil	Débil	Mediano	Fuerte	Muy Fuerte
Proveedores	1	2	3	4	5
Clientes	1	2	3	4	5
Competidores	1	2	3	4	5
Nuevos Entrantes	1	2	3	4	5
Producto Sustituto	1	2	3	4	5
Síntesis der la intensidad competitiva del sector	Muy Débil (5/8)	Débil (9/12)	Mediano (13/17)	Fuerte (18/21)	Muy Fuerte (22/25)

Tabla 9

Cuadro Calificación de Factores Porter

CALIFICACIÓN DE FACTORES		
FACTORES	SERVICIO DE COACHING	
Poder Proveedores	4	Fuerte
Poder Clientes	2	Débil
Intensidad Competidores	2	Débil
Nuevos Entrantes	2	Débil
Producto Sustituto	3	Mediano
Total	13	

El presente análisis del servicio de *Coaching* dentro del sector educativo, refleja que es posible ofrecer este servicio, maximizar los recursos y superar a la competencia convirtiéndolo en una oferta atractiva, a través del desarrollo de estrategias como: convertirlo en un servicio especializado en la elección de carrera profesional.

CAPÍTULO VI

6. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA EL SERVICIO DE COACHING

6.1 Introducción

En este capítulo se busca determinar la demanda de un servicio de coaching en padres de familia de estudiantes de tercero de bachillerato, y su competencia. Se utilizarán herramientas de investigación de tipo exploratoria de índole cualitativa como: la entrevista a autoridades de los colegios privados, complementada con una investigación cuantitativa con fines descriptivos en la que se recurrirá a realizar encuestas a un solo padre de familia en representación de cada estudiante de tercer curso de bachillerato que estudia en los colegios privados del cantón Rumiñahui.

6.2. Determinación de la Oportunidad

La falta de eficacia de los test vocacionales del bachillerato para la elección de carrera e ingreso a la universidad generan una oportunidad para los servicios de coaching, ya que dichas pruebas, en la mayoría de ocasiones no refleja la verdadera vocación, habilidad, aptitud y talento del joven estudiante, dicha insatisfacción del mercado, nos permitirá ofrecer el servicio de coaching en el bachillerato para colegios particulares del Cantón Rumiñahui.

6.3 Definición del Problema

¿Cuál es el nivel de aceptación que tiene el servicio de coaching en padres de familia de estudiantes de tercero de bachillerato dentro de colegios particulares del Cantón Rumiñahui?

6.4 Objetivo de la Investigación

Determinar la aceptación en el mercado para el servicio de coaching en padres de familia de estudiantes de tercero de bachillerato dentro de colegios particulares del Cantón Rumiñahui.

6.5 Necesidades de Información

1. ¿Quiénes son los clientes potenciales que estarían interesados en el curso de coaching?
 2. ¿Cuántos son los integrantes de la familia?
 3. ¿Quién es el representante del estudiante dentro del colegio?
 4. ¿Quién toma una decisión final acerca de los cursos al que asiste el estudiante?
 5. ¿Utilizan pruebas vocacionales para la elección de carrera dentro del colegio al que asiste su hijo?
 6. ¿Cuán efectivas son las pruebas de orientación vocacional para la elección de carrera dentro del colegio de su hijo?
 7. ¿Cree que su hijo(a) necesita mayor orientación vocacional para la elección de carrera?
 8. ¿Conoce sustitutos de las pruebas vocacionales para facilitar la elección de carrera?
 9. ¿Tiene conocimiento el padre de familia acerca de que es coaching?
 10. ¿Conoce de la existencia de coaching en el colegio de su hijo(a)?
 11. ¿Desearía un servicio de *coaching* dentro del colegio de su hijo(a) como una herramienta complementaria para facilitar la elección de carrera?
 12. ¿Cómo le gustaría recibir la información del uso del servicio de coaching?
 13. ¿Estaría dispuesto a pagar por un servicio de coaching para su hijo(a) como un curso complementario para facilitar la elección de carrera profesional durante el tercer de bachillerato?
 14. ¿Cuál sería el motivador para adquirir el servicio de Coaching?
 15. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de Coaching para la elección de carrera?
- ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar (sensibilidad al precio) los padres de familia por el curso de Coaching Vocacional?

6.6 Fuentes de Información

Las fuentes de información se caracterizan por ser fuentes primarias y secundarias, dentro de las fuentes primarias de información se encuentran datos que se han buscado específicamente para el proyecto a través de una investigación cualitativa y cuantitativa como:

- Encuestas sobre conocimiento y aceptación del servicio realizadas a padres de familia de estudiantes de tercero de bachillerato.
- Entrevistas a profundidad a autoridades de los colegios particulares para conocer información más específica y profesional en cuanto a las expectativas acerca de la implementación del coaching vocacional.

Dentro de las fuentes secundarias se encuentra información recolectada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016), Ministerio de Educación del Ecuador (MinEduc), Secretaría Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT, 2016), Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Rumiñahui 2012-2025, Diario El Comercio, entre otras; Información que fue usada para el análisis del sector educativo, estructura y tendencia.

6.7 Diseño del Plan de Investigación

Para llevar a cabo el diseño del plan se realizará una investigación cuantitativa a través de una encuesta, y por otro lado se recurrirá a una investigación cualitativa utilizando la entrevista como herramienta.

6.7.1 Investigación Cualitativa

6.7.1.1 Entrevista Autoridades de Colegios particulares del Cantón Rumiñahui

Para conocer a fondo acerca de los datos cualitativos necesarios del servicio de coaching vocacional, se utilizará la entrevista estructurada, la cual se caracteriza por estar rígidamente estandarizada, en donde se plantean preguntas idénticas y en el mismo orden a cada uno de los participantes. Para obtener con éxito el resultado de estas entrevistas se evaluó en primera instancia quienes serían los indicados para solventar todas las dudas.

6.7.1.1.1 Metodología

Se realizará 5 entrevistas, a personas, cuyas funciones juegan un papel decisivo en el tema educativo dentro de cada uno de los 4 colegios privados escogidos, pertenecientes al Cantón Rumiñahui.

Se planificará la secuencia y manera de dirigir la entrevista con la finalidad de lograr una interacción con el entrevistado, se utilizará una grabadora de audio bajo el consentimiento de los entrevistados, quienes convendrán el lugar de la entrevista, con una duración de 15 a 20 minutos aproximadamente para facilitar y tener apertura con respecto al tema.

Tabla 10

Entrevistas con Autoridades de colegios

Entrevistas Autoridades Colegios			
Nombre	Cargo /Profesion	Empresa	Contacto
Lic. Arturo Gonzalez	Orientador Vocacional	Colegio Emiles Jaques Dalcroze	(02) 286-1500
Ing. Madre María Soledad Espinoza	Directora	Directora Colegio Giovanni Antonio Farina	(02) 286-3097
Lic. Soledad Castro	Orientadora Vocacional	APCH Angel Polibio Chavez	(02) 2862-586
Ing. Margarita Lema	Vice Rectora Académica	Colegio Thomas jefferson	(02) 2 345-302

6.7.1.1.2 Conclusiones Servicio Coaching

Según Autoridades entrevistadas que laboran dentro de los colegios privados del Cantón Rumiñahui.

- Afirman conocer acerca de la herramienta de coaching y reconocen que su aplicación en estudiantes de bachillerato puede ser de utilidad para crear a tiempo un plan de vida, que le permita planificar sus objetivos y metas tanto a corto y largo plazo.
- Están conscientes que el sistema educativo debe buscar nuevas herramientas que apoyen al estudiante en el tema de elección de su carrera profesional y afirman que la herramienta de coaching sería de mucha ayuda para todo joven que necesita desarrollar habilidades y capacidades, que le permita tomar una decisión más acertada con respecto a su carrera.
- Coinciden en que la función de sus instituciones educativas es mejorar la calidad de la enseñanza, en vista de que en los últimos años la realidad del ambiente cultural y social ha cambiado drásticamente, ya no valen los viejos métodos educativos ni los programas de siempre. Por lo que la institución se preocupa constantemente de implementar nuevos métodos, sistemas de aprendizaje y herramientas alternativas para potenciar habilidades y capacidades de los estudiantes, afirmando de esta manera que estarían dispuestos a poner el servicio de coaching a disposición del estudiante de tercero de bachillerato como un curso alternativo dentro de cada institución.
- Coinciden en que dentro de sus instituciones educativas siempre han existido padres de familia reacios a aceptar ciertos temas y más cuando de por medio se encuentra un valor económico, sin embargo, afirman que si la propuesta del servicio de coaching y su costo son atractivos para los padres de familia seguramente estarán interesados en optar por el servicio ya que unas de sus preocupaciones constantes tienen mucho que ver con la decisión de elección de carrera de su hijo.

- En relación a las pruebas vocacionales utilizadas dentro del sistema de evaluación para la elección de carrera coinciden en que las pruebas vocacionales realizadas en los terceros cursos de bachillerato siempre han sido de gran ayuda para la orientación vocacional del estudiante, sin embargo, están conscientes que se debe tomar en cuenta otras herramientas vocacionales alternativas para ayudar al estudiante en la toma de decisión con respecto a la carrera profesional que elegirá.

6.7.2 Investigación Cuantitativa

Las encuestas se usaron como herramienta para realizar la investigación cuantitativa. El método de encuesta de intercepción realizada a las afueras de colegios privados del Cantón Rumiñahui fue aplicado a padres de familia de alumnos que se encuentran matriculados en diferentes instituciones educativas, la realización de las mismas permitió reunir información del mercado objetivo. Esta encuesta fue realizada de forma minuciosa y tras una ardua selección de preguntas fueron escogidas 18 de ellas. El modelo de la encuesta se encuentra como adjunto en los anexos.

6.7.2.1 Elaboración de las Encuestas

Las encuestas fueron realizadas en la zona de San Rafael, los puntos de concentración fueron a las afueras de colegios ubicados en las calles: Río Pastaza, Avenida Ilaló y Avenida General Rumiñahui; se eligió estos puntos de concentración porque los colegios elegidos tienen una gran afluencia de padres de familia a las afueras de los colegios al finalizar el horario escolar. En general el comportamiento de los entrevistados fue reacio y poco colaborativo, sin embargo, existieron personas que accedieron a completar las encuestas debido a que el tema propuesto era de interés para su hijo, con respecto a su proyecto de vida y carrera profesional. Cada una de las preguntas y sus respectivos gráficos se encuentran como adjunto en los anexos.

6.7.2.1.1 Cálculo de la Muestra

La definición de la muestra es un proceso muy importante para llevar a cabo, la recolección de datos mediante la encuesta, permite delimitar el número de encuestados de acuerdo al total de la población. Para encontrar la muestra se utilizó la siguiente fórmula para una población finita.²

$$\text{Fórmula} = \quad n = \frac{o^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + o^2 * p * q}$$

En donde,

Tabla 11

Cálculo de la muestra

E	5%	0,05
N	Población	7657
Θ	95% de confiabilidad	1,96
P	50%	0,5
Q	50%	0,5

Para determinar el Tamaño de la muestra tomamos en cuenta la proyección estimada según (INEC, 2010), de 7657 estudiantes que asisten al nivel de instrucción educativo en el bachillerato general único en el Cantón de Rumiñahui. De esta muestra de estudiantes se consideró a un representante por cada estudiante que asiste al nivel de instrucción educativo en el bachillerato, lo que quiere decir que la proyección estimada será de 7657 padres de familia.

² Determinación del tamaño muestral. URL: <http://www.fisterra.com/mbe/investiga/9muestras>

Padres de Familia

Población (N): 7657 padres de familia, ya que se consideró a 1 representante por cada estudiante que asisten al bachillerato en el Cantón Rumiñahui.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 7657}{0.05^2 (7657-1) + (1.96^2 * 0.5*0.5)}$$

$$n = \frac{2.7225 * 0.5 * 0.5 * 7657}{0.0025 * 7656 + (2.7225 * 0.5*0.5)}$$

$$n = 263,00$$

Según los resultados que arroja la fórmula se realizarán 263 personas deben ser encuestadas, siendo éstas la muestra de la población total.

6.7.2.1.2 Resultado Encuesta Servicio de Coaching

Pregunta 1: Datos de padres de familia encuestados.

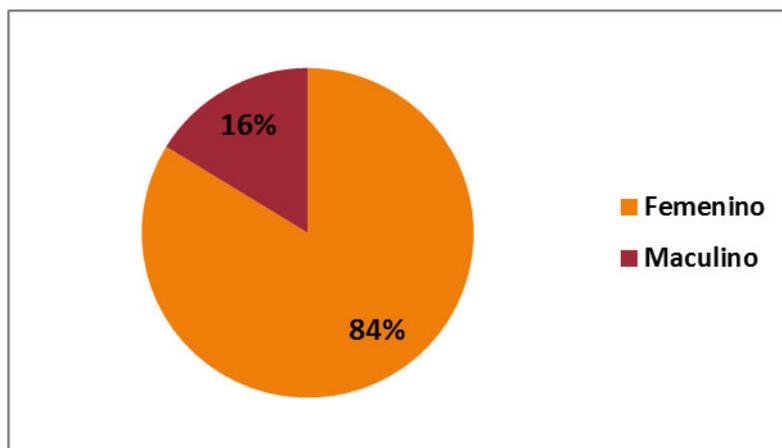


Figura 23. Género.

El 84% de los encuestados son madres de familia y son quienes recogen al estudiante de tercero de bachillerato al finalizar el horario escolar.

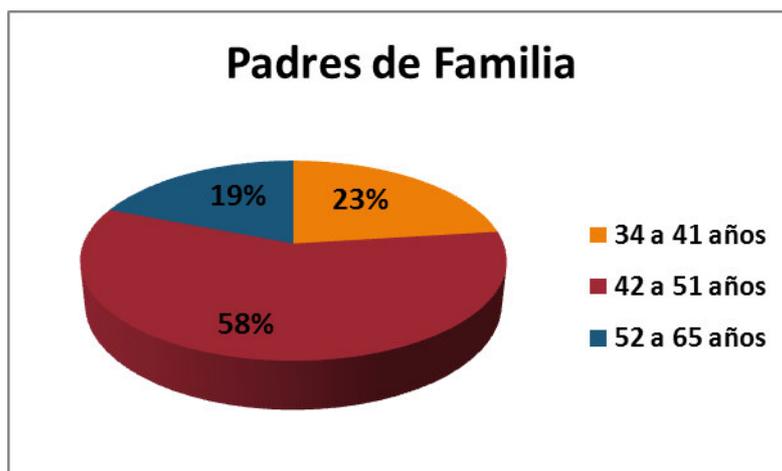


Figura 24. Edad.

El 58% de los padres de familia de un estudiante de tercero de bachillerato oscilan entre los 42 a 51 años de edad.

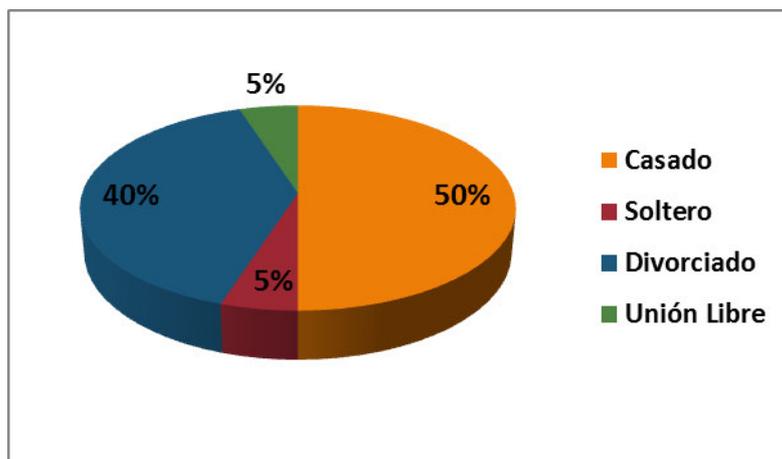


Figura 25. Estado Civil.

El 50% de los padres de familia de estudiantes de tercero de bachillerato afirman que son de estado civil casado.

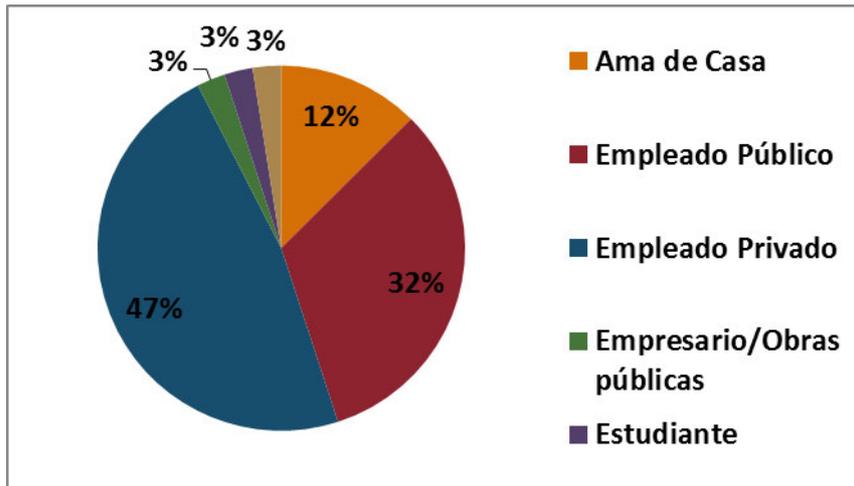


Figura 26. Ocupación

El 47% de los padres de familia de estudiantes de tercer de bachillerato desempeñan un cargo dentro de una empresa del sector privado.

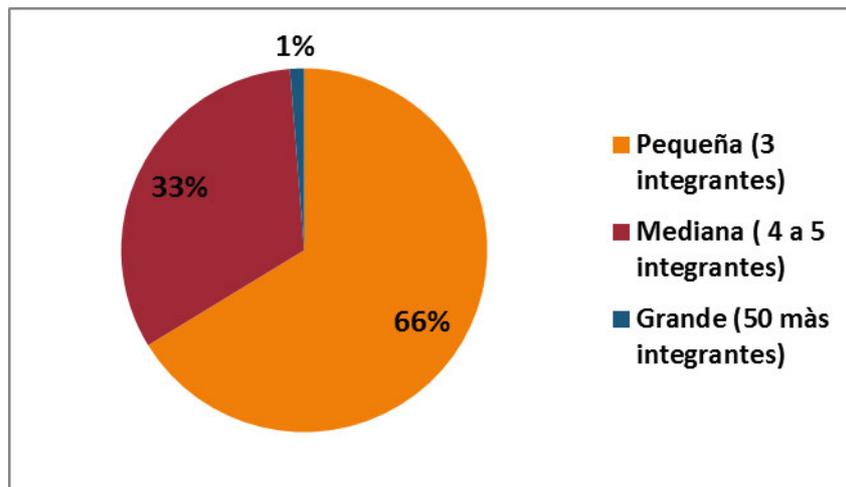


Figura 27. Familia.

El 66% de las familias están compuestas por 3 personas lo cual dentro del proyecto es considerada como una familia pequeña.

Pregunta 2: Dentro del hogar, quien es considerado el representante de un estudiante de tercer de bachillerato dentro del colegio.

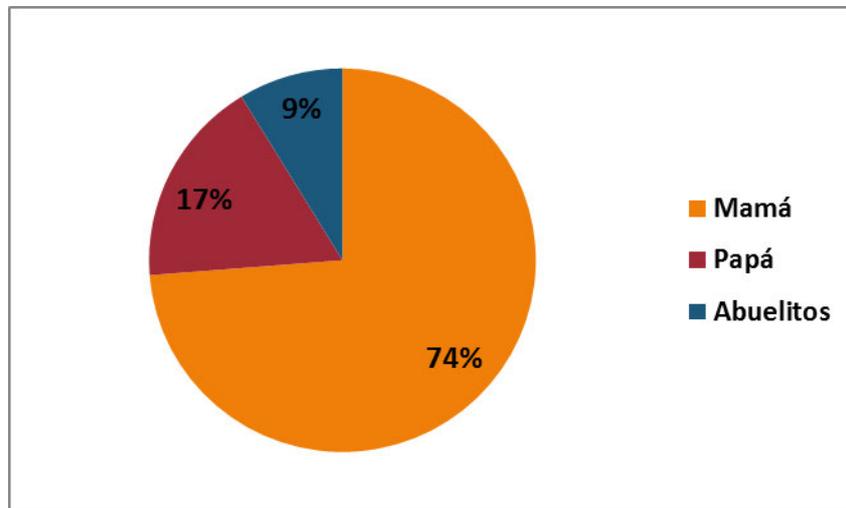


Figura 28. Representante de un estudiante

El 74% de madres de familia desempeñan el rol de representante del estudiante de tercero de bachillerato dentro del colegio.

Pregunta 3: Dentro del hogar, quien es el decisor final acerca de los cursos al que asiste el estudiante.

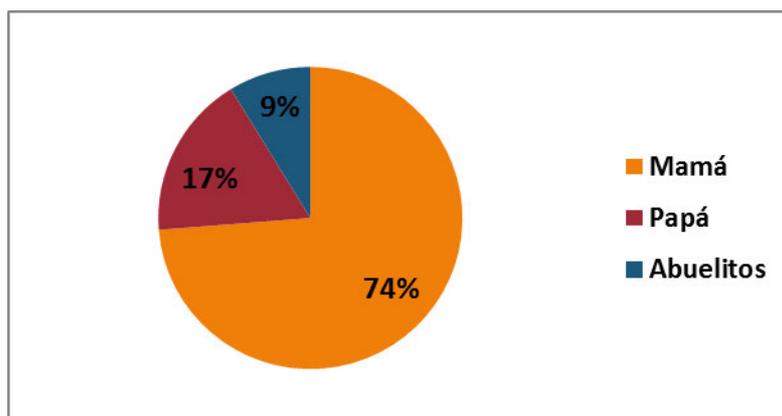


Figura 29. Decisor de cursos.

El 74% de madres de familia representan el decisor final en temas de elección de cursos para los estudiantes.

Pregunta 4: Existen pruebas vocacionales para la elección de carrera dentro de la institución educativa de su hijo.

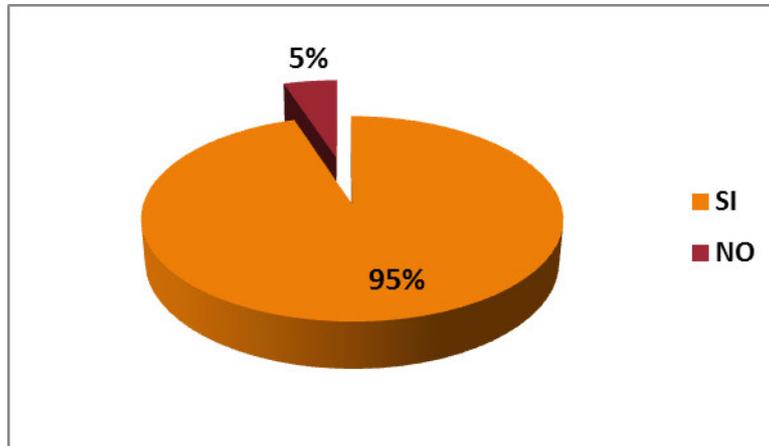


Figura 30. Pruebas Vocacionales

El 95% de padres de familia asegura que dentro de la institución educativa en que estudian sus hijos utilizan pruebas vocacionales para la elección de carrera.

Pregunta 5: Cuan Efectivas son las pruebas vocacionales para facilitar la elección de carrera dentro de la institución educativa de su hijo.

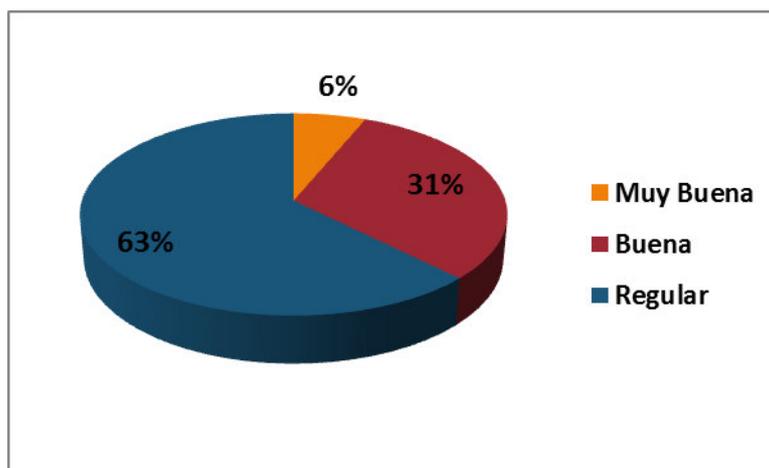


Figura 31. Efectividad pruebas vocacionales.

El 63% de padres de familia afirman que las pruebas vocacionales realizadas a sus hijos dentro de las instituciones educativas en que estudian son consideradas como regulares.

Pregunta 6: Considera que su hijo necesita mayor orientación vocacional para la elección de carrera.

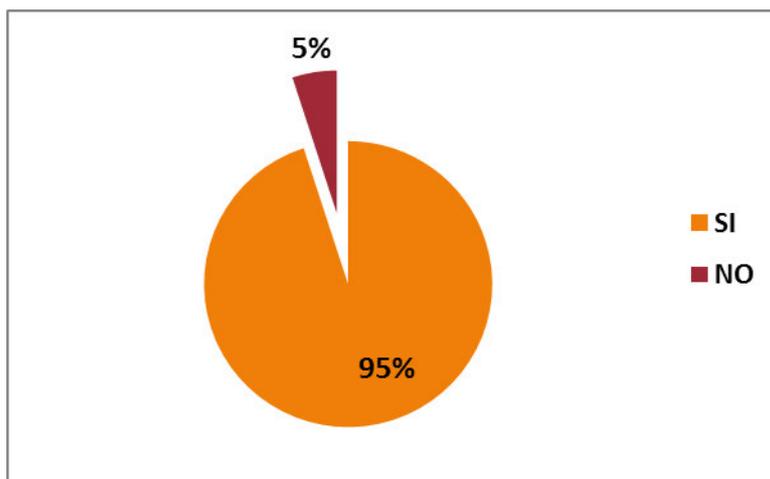


Figura 32. Orientación vocacional

El 95% de los padres de familia encuestados aseguran que sus hijos si necesitan mayor orientación vocacional para la elección de carrera.

Pregunta 7: Conoce sustitutos de pruebas vocacionales para facilitar la elección de carrera.

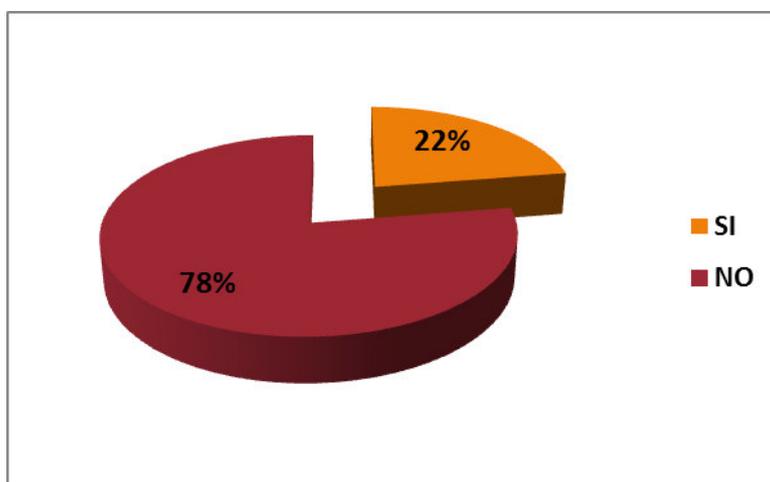


Figura 33. Sustitutos.

El 78% de los padres de familia desconocen acerca de un sustituto que pueda reemplazar las pruebas vocacionales para facilitar la elección de carrera de su hijo.

Pregunta 8: Conoce acerca del Coaching

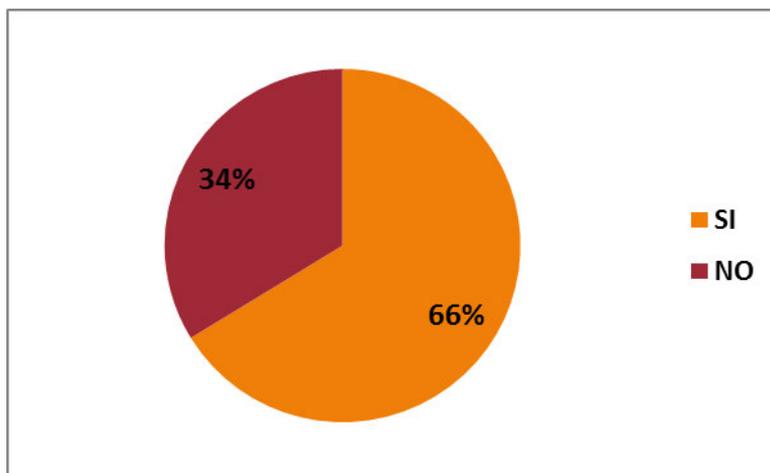


Figura 34. Coaching.

El 66% de los padres de familia aseguran tener conocimiento acerca de que se trata el Coaching.

Pregunta 9: Existe coaching dentro de la institución educativa de su hijo.

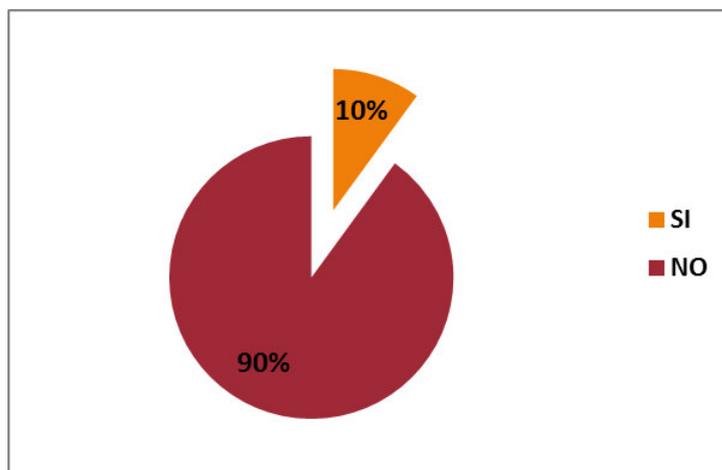


Figura 35. Coaching dentro institución educativa de su hijo.

El 90% de padres de familia afirman que no existe coaching dentro del colegio en donde estudia su hijo.

Pregunta 10: Desearía que exista un servicio de coaching como una herramienta complementaria para facilitar la elección de carrera dentro de la institución educativa de su hijo.

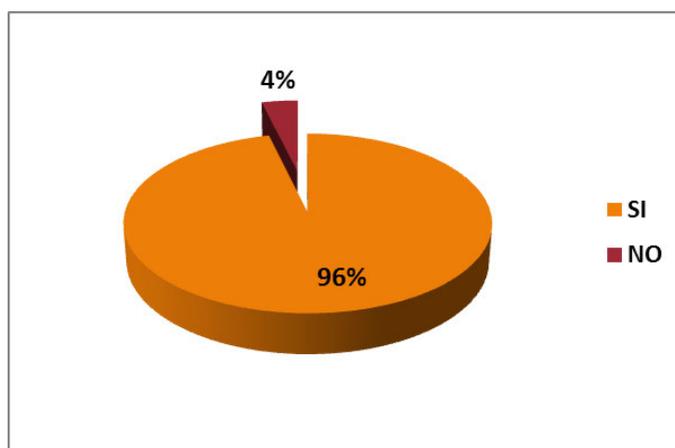


Figura 36. Servicio de coaching

El 96% de padres de familia afirman la necesidad del servicio de coaching como herramienta complementaria para facilitar la elección de carrera dentro de la institución educativa de su hijo.

Pregunta 11: Cómo le gustaría recibir la Información del uso del servicio de Coaching.

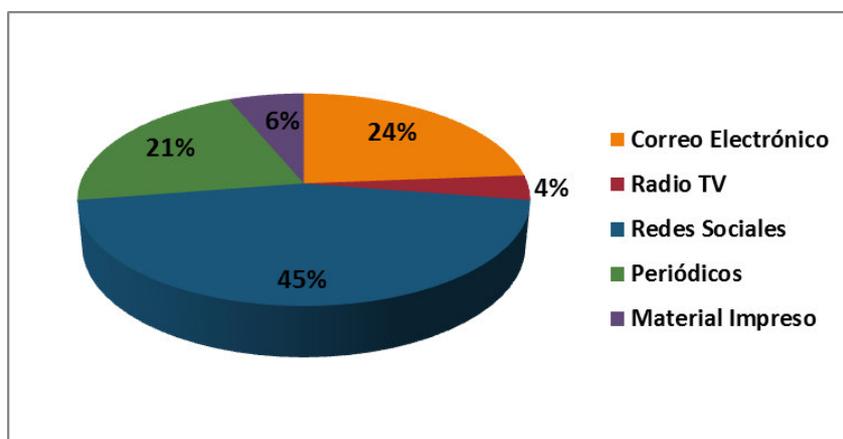


Figura 37. Información del Servicio de Coaching.

El 45% de los padres de familia contestaron que preferirían recibir información acerca del uso del servicio de coaching a través de las redes sociales.

Pregunta 12: Disposición de pago del servicio de Coaching para su hijo.

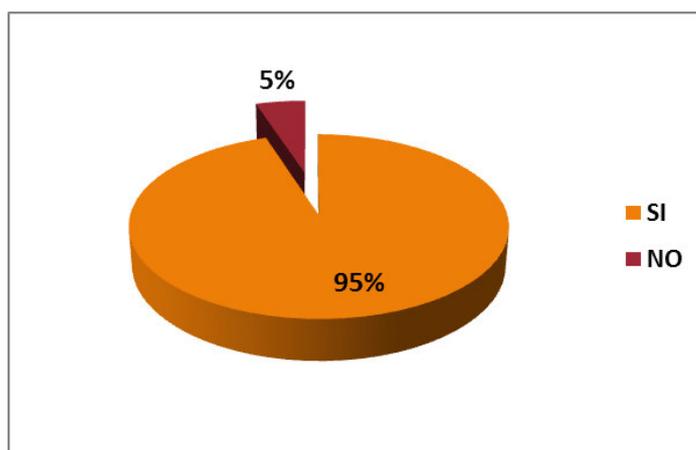


Figura 38. Adquisición del servicio de Coaching.

El 95% de padres de familia estarían dispuestos a pagar un servicio de coaching para sus hijos como un curso complementario para facilitar la elección de carrera durante el tercero de bachillerato.

Pregunta 13: Cuál sería el motivador para adquirir el servicio de coaching.

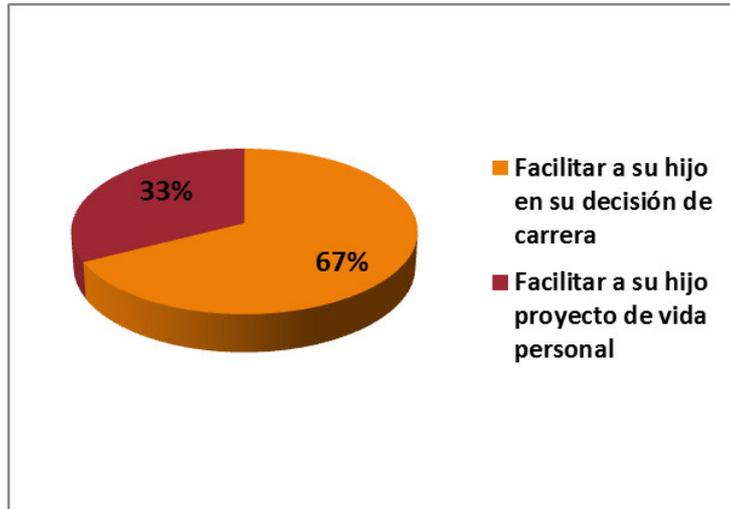


Figura 39. Motivador Servicio de coaching.

El 67% de los padres de familia han respondido que el motivador más importante para ellos es la de facilitar a su hijo la educación formativa en temas de decisión de carrera.

Pregunta 14: Qué valor estaría dispuesto a pagar por el servicio de coaching para la elección de carrera.

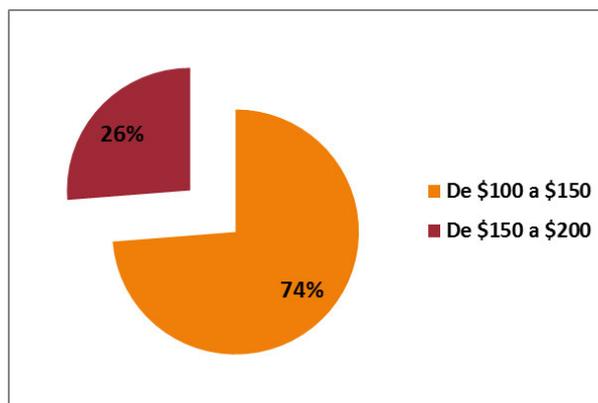


Figura 40. Disposición de Pago.

El 74% de padres de familia estarían dispuestos a pagar por el servicio de coaching para la elección de carrera una cantidad que oscile entre US\$100 a US\$150.

6.7.3 Conclusiones Servicio de Coaching

- Los padres de familia que fueron objeto de estudio, son jóvenes en un rango de edad que oscila entre 42 a 51 años de edad, de estado civil casados, que han formado una familia pequeña con un número reducido de tres integrantes. Desempeñan un cargo de trabajo dentro del sector privado, y dentro de su hogar se reconoce una alta participación de la madre, durante la vida estudiantil de su hijo.
- Se confirma que la madre de familia cumple la función de representar a su hijo dentro de la institución educativa y es considerada como un decisor final para la elección de cursos. No cabe duda de que la mujer de nuestro tiempo se enfrenta cada vez más a un cúmulo de desafíos y responsabilidades con respecto a la formación educativa de sus hijos y dentro de su hogar.
- La mayoría de padres de familia de estudiantes de tercero de bachillerato de colegios particulares del Cantón Rumiñahui, aseguran que las instituciones educativas en que estudian sus hijos si utilizan pruebas vocacionales y las califican de “Regular” y un porcentaje menor de “Buena”.
- Los padres de familia consideran que sus hijos si requieren mayor apoyo de orientación vocacional, para encarar un proceso de decisión de carrera y facilitar el acceso a la información necesaria.
- Los padres de familia aseguran no conocer otras herramientas vocacionales que puedan reemplazar a las pruebas vocacionales realizadas dentro de las instituciones educativas.
- Estamos frente a una generación de padres jóvenes que conocen acerca de los resultados positivos que se puede obtener de la aplicación del coaching, sin

embargo, no habían tomado en cuenta al coaching como una herramienta vocacional para sus hijos.

- Un alto porcentaje de padres de familia afirma que dentro de las instituciones educativas de su hijo no existe el coaching como una herramienta vocacional que pueda apoyar a las pruebas vocacionales impuestas por sistema de evaluación educativo.
- Gran cantidad de padres de familia afirman que desearían que la institución educativa en la que estudia su hijo reconozca e incorpore el coaching como herramienta de apoyo vocacional, que permita al estudiante facilitar la toma de decisión de carrera, descubrir qué está significando el mundo para él, tome consciencia de sus opciones reales y puedan decidir desde su razonamiento.
- Un alto porcentaje de los padres de familia prefieren informarse del servicio de coaching, a través de las redes sociales para tener mayor acceso a la información y mantenerse al día con las noticias. Entre otros medios de información de su agrado están, el correo electrónico y los periódicos, su preferencia ante las redes sociales se debe a que es una generación de padres jóvenes, quienes a nivel de tecnología son los mejores preparados.
- La mayoría de padres de familia están dispuestos a pagar un servicio de coaching como un curso complementario para facilitar la elección de carrera de su hijo, ya que toman en cuenta que los resultados que ofrece el servicio de coaching serán un beneficio a largo plazo.
- Los padres de familia afirman que el motivador más importante para adquirir este servicio de coaching es que su hijo, con ello pueda obtener mayores recursos para elegir la carrera o profesión que mejor se acomoda a sus capacidades, intereses y posibilidades, que le lleve a tomar una decisión que favorezca su realización personal y profesional en la vida.

- Un alto porcentaje de padres de familia están dispuestos a pagar por el servicio de coaching un valor que oscila entre los US\$150 a US\$200, y si el curso lo amerita han expresado que estarían dispuestos a gastar más dinero.

6.8. Mercado relevante y cliente potencial

6.8.1. Mercado Objetivo

La comercialización del servicio de coaching, como herramienta complementaria a las pruebas de orientación vocacional, está orientada a las madres de familia de estudiantes que están cursando el tercero de bachillerato dentro de instituciones educativas privadas del Cantón Rumiñahui, pertenecientes a los niveles socio-económicos: A, B y C+.

En el presente estudio los estudiantes de tercero de bachillerato serán considerados como (consumidores del servicio) y la madre de familia como (cliente) en representación de cada estudiante.

Para la segmentación geográfica se tomó datos del nivel de instrucción educativo a nivel cantonal del bachillerato del Cantón Rumiñahui, en donde reflejan los siguientes datos: que corresponde a 7.657 estudiantes (INEC, 2010), del bachillerato de una población activa de 16 a 17 años, del Cantón Rumiñahui.

En base a la proyección de estudiantes para esta investigación se ha considerado como mercado a 7.657 madres de familia, en representación de cada estudiante.

Tabla 12

Nivel de instrucción educativo a nivel cantonal (Rumiñahui)

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	TOTAL	%
Ninguno	1682	2,14%
Centro de Alfabetización	295	0,38%
Preescolar	600	0,76%
Primario	20158	25,69%
Secundario	18733	23,88%
Educación Básica	5435	6,93%
Bachillerato Educación Media	7657	9,76%
Ciclo Pos Bachillerato	1012	1,29%
Superior	19876	25,33%
Postgrado	1948	2,48%
Se Ignora	1060	1,35%
Total	78456	100,00%

Nota. Adaptado de (INEC, 2010).

Las madres de familia indiferentemente de la ocupación que, mantengan van a adquirir el servicio de coaching para su hijo. Teniendo en cuenta de que en cada vivienda existe una madre de familia la segmentación de demográfica se va a realizar con el número de estudiantes que están matriculados en el nivel de instrucción del bachillerato cantonal de (Rumiñahui), tomando en cuenta a una madre de familia por cada estudiante, cumpliendo con los criterios de la segmentación geográfica. Para determinar el número de hogares se tomó los datos de la encuesta de la demanda del servicio de coaching realizada, en donde consta que cada hogar está conformado por 3 personas, variable que, al ser dividida por el número total de estudiantes matriculados en el nivel de instrucción del bachillerato cantonal de Rumiñahui, arroja el resultado del número total de hogares de la población.

La idea del servicio es que se enfoque en un target medio-alto, es por esa razón que dentro de la segmentación demográfica se eligió a las clases sociales A, B, C+, del Cantón Rumiñahui, en donde se encuentran los padres de estudiantes con la capacidad económica para adquirir este servicio diferenciador a mayor precio. Según la encuesta de

ingresos y gastos del INEC se construyó una pirámide de los porcentajes de población que pertenecen a cada estrato socioeconómico.

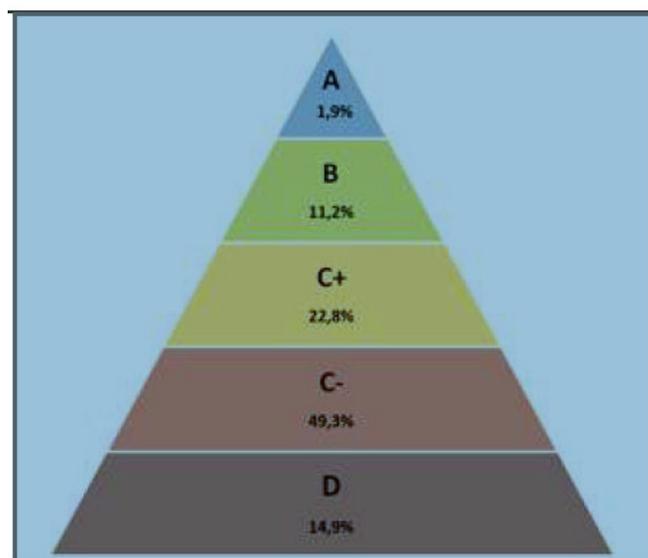


Figura 41. Estratificación del nivel Socio económico. Adaptado de (INEC, 2013).

A su vez en la segmentación conductual se tomó en cuenta los datos obtenidos en la encuesta de análisis de demanda de servicio de coaching, en donde se refleja que 95% de padres de familia estarían dispuestos a pagar por el servicio, como lo muestra el gráfico tomado de la tabulación, mostrando así una actitud positiva hacia la adquisición del servicio.

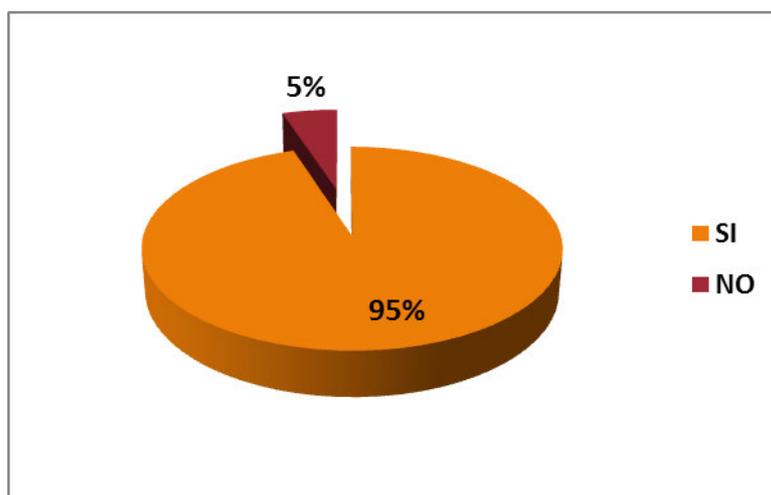


Figura 42. Adquisición del servicio de Coaching. Adaptado de la encuesta de demanda de servicio de coaching.

Para obtener el número total de hogares que serán el mercado objetivo se realizó un cruce de las variables como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 13

Segmentación del mercado

Variables			N
Geográfica	Cantón	Rumiñahui	7657
		Total Población	7657
Demográfica	Hogares	3 personas por hogar	2552,3
	Clase Social A,B, C+	35,90%	916,3
Conductal	Consume Servicio de Coaching	95%	870,5
Mercado Objetivo			871 Hogares

El presente análisis ha determinado que el mercado objetivo serán 871 hogares, dentro de las cuales existe al menos un estudiante que se encuentra cursando el tercer curso de bachillerato, estos hogares están conformados por una madre familia quien es considerada como cliente potencial de un servicio de coaching para un estudiante de bachillerato.

6.8.1.1. Perfil del Comprador

El perfil del comprador se ajusta a las características descritas anteriormente en la investigación de mercado perteneciente al nivel de estratificación económica al segmento A, B Y C+. Es una madre de familia con un rango de edad de 42 a 52 años que pertenece a un nivel de estrato socioeconómico alto y medio alto. Su hogar está ubicado en la zona urbana del Cantón Rumiñahui, es decir esta madre, es una jefa de familia y tiene decisión de compra. La ocupación que tiene puede ser ama de casa, empleada del sector privado o negocio propio, del sector público, estudiante. El tamaño de la familia será pequeño, la misma que estará conformada aproximadamente por 3 integrantes. Es una mujer que se

caracteriza en el área cognoscitiva por ser alfabetizada, acompañante en el proceso, tener habilidad en la enseñanza-aprendizaje, conocimiento de las materias básicas de estudio, en el área socio-afectiva por ser educada, responsable, comprensiva, comprometida, cuidadosa, amorosa, en el área psicomotora por ser dinámica, colaboradora, interactiva administradora. Cuando adquiere un servicio crea fidelidad hacia el mismo, y recomienda a los demás su adquisición. Tiene hijos dentro de su hogar que son potenciales consumidores del servicio, tiene expectativas de que el mismo le facilite la educación formativa de su hijo en temas de decisión de carrera profesional y proyección de su proyecto de vida.

6.8.1.2 Segmentación de Mercados

Para la determinación de las variables de segmentación para definir el mercado objetivo del servicio se tomó en cuenta en el libro de Fundamentos de Marketing de Philip Kotler y Gary Armstrong en donde se encuentran las siguientes variables: geográfica, demográfica, sicográfica, conductual.

Previo a definir el mercado meta perteneciente al segmento A, descrito anteriormente se realizó una segmentación, con tres clases de mercado a los que se podría atacar, definiendo en cada una de las variables las características del mercado objetivo. Se describen a continuación cada uno de los segmentos.

Tabla 14

Segmentación Geográfica

Segmentación Geográfica			
	A	B	C+
País	Ecuador	Ecuador	Ecuador
Cantón	Rumiñahui	Rumiñahui	Rumiñahui
Zona	Urbana	Urbana	Urbana

Tabla 15

Segmentación Demográfica

Segmentación Demográfica			
	A	B	C+
Edad (años)	42-52	52-65	34-42
Género	Femenino	Femenino	Femenino
Ocupación	Profesional/ Empresaria de negocio propio/Empleada pública/Empleada privada/Estudiante postgrado	Profesional/ Empresaria de negocio propio/ Ama de casa	Profesional/Empresaria/ Empleada pública/Empleada privada/ Estudiante postgrado
Clase Social	A	AyB	B y C+
Tamaño de familia	3 Miembros	3 Miembros	3 Miembros

Tabla 16

Segmentación Psicográfica

Segmentación Psicográfica			
	A	B	C+
Area Cognoscitiva	Alfabetizada/ Acompañante en el proceso/ Habilidad en la enseñanza- Aprendizaje/ Conocimiento de las materias básicas de estudio	Alfabetizada/Acompaña nte en el proceso/Habilidad en la enseñanza- Aprendizaje	Alfabetizada/Acompañante en el proceso/Conocimiento de las materias básicas de estudio
Area Socio Afectiva	Educada/Responsable/Co mprensiva/Comprometida /Cuidadosa/Amorosa	Educada/Responsable/C omprensiva/Compromet ida/Cuidadosa/Amorosa	Educada/Responsable/Com prensiva/Comprometida/C uidadosa/Amorosa
Area Psicomotora	Dinámica/Colaboradora/In teractiva/Administradora	Dinámica/Colaboradora/ Administradora	Dinámica/Colaboradora/Int eractiva/Administradora

Tabla 17

Segmentación Conductual

Segmentación Conductual			
	A	B	C+
Fidelidad del servicio	SI	SI	SI
Estatus del Usuario	Usuario Potencial	Usuario Potencial	Usuario Potencial
Beneficios	Facilite la educación formativa de su hijo en temas de decisión de carrera profesional/ Proyección de su proyecto de vida	Facilite la educación formativa de su hijo en temas de decisión de carrera profesional/ Proyección de su proyecto de vida	Facilite la educación formativa de su hijo en temas de decisión de carrera profesional/ Proyección de su proyecto de vida
Recomendación de uso	SI	SI	SI

6.9 La Competencia y sus Ventajas

Los competidores para nuestro Servicio de Coaching no son las pruebas de orientación vocacional como tal sino el, Live Coaching, Live Coaching Psicológico, y Live Coaching Vocacional. Para realizar un acertado análisis de la competencia se investigó acerca de cuáles son las empresas que ofrecen este tipo de servicio. A continuación, se muestran los principales actores competidores con sus estrategias, ventajas y características del servicio.

6.9.1 Empresa Ubícate find yourself

Figura 43. Empresa Find Yourself. Adaptado de Ubícate (Find yourself, 2017).

“Ubícate, orientación profesional”, es una organización ecuatoriana dedicada a descubrir y desarrollar el máximo potencial de los jóvenes a través de un Sistema Integral de Orientación Profesional. Durante 7 años en el mercado han desarrollado y perfeccionado su sistema con herramientas científicas que permiten a sus participantes conocer a profundidad y con exactitud sus talentos, planificar y diseñar su plan de vida, y así tomar la mejor decisión de carrera profesional. Dentro de sus programas ofrece el servicio de coaching personalizado, es considerado como una herramienta práctica y funcional que permite descubrir lo mejor del estudiante, el servicio viene acompañado de un coach durante todo el proceso, quien resolverá todas las dudas que se vayan generando junto al estudiante. El precio que mantiene Ubícate *find yourself* para este servicio es bastante más alto que el de otros actores en el mercado. El coaching personalizado de Ubícate, busca un espacio en la mente del consumidor como un servicio que cree que para poder alcanzar el máximo potencial el estudiante debe primero descubrirse, conocerse y saber cuáles son sus talentos. La empresa Ubícate busca llegar a estudiantes dentro del país, buscando ser un servicio que ayude a la potenciación de jóvenes para que alcancen vidas inspiradoras e integralmente exitosas. Utiliza un canal de marketing *on line* para conocer acerca de sus servicios. Ubícate *find yourself* es uno de los principales competidores porque ofrece una novedosa variedad de programas como workshops que le permiten al estudiante descubrir cuáles son las claves para ser exitoso en cualquier profesión y el servicio de coaching personalizado, mientras que el servicio de coaching del proyecto se enfoca en que “Es la acción lo que crea la motivación en el estudiante para encontrar su vocación”

Tabla 18

Coaching Personalizado, Ubícate find yourself

Coaching Personalizado	
Empresa	Ubícate Find Yourself
Contenido	Potenciación de Talento
Modalidad	Presencial
Duración	6 semanas
Precio	\$780

Nota. Adaptado de “Ubícate” (Find Yourself, 2017).

6.9.2 Empresa Yqsigo.com / YQS coaching



Figura 44. YQScoaching.

La empresa ecuatoriana Yqsigo.com, mantiene dentro de su cartera de servicios al YQS coaching. El precio que mantiene este servicio es bajo en relación a otros actores del mercado, YQS coaching busca un espacio en la mente del consumidor como un servicio que ayuda al estudiante a identificar claramente qué y dónde estudiar y a emprender una carrera soñada. La empresa busca llegar a estudiantes a través de una estrategia de canal marketing on-line, los compradores de su servicio tienen un poder adquisitivo alto y medio alto. El servicio de YQS coaching es uno de los principales competidores porque su principal objetivo es hacer que el estudiante se conecte con su pasión para descubrir su vocación mientras que el servicio de coaching del proyecto se enfoca en que “Es la acción lo que crea la motivación en el estudiante para encontrar su vocación”.

Tabla 19

Empresa YQScoaching

YQScoaching	
Empresa	Yqsigo.com
Contenido	Evaluación(Test Vocacional) / Live Coaching Psicológico/ Live Coaching vocacional (Plan de Vida)
Modalidad	Presencial/ online
Precio	\$159

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES

Luego de todo el proceso investigativo y de la recolección de información puedo llegar a las siguientes conclusiones:

1. Se utilizó la teoría socio cognitiva del desarrollo de carrera (SCCT por sus siglas en inglés), para identificar los factores de decisión de carrera en estudiantes ecuatorianos que se encuentran cursando el tercero de bachillerato dentro de colegios particulares del Cantón Rumiñahui.

2. A través de la investigación de los factores de elección de carrera se pudo observar la interacción dinámica de las partes que componen el sistema educativo dentro del proceso de elección vocacional profesional del estudiante; cómo están relacionados entre sí: la familia, la institución educativa, el grupo social, y en especial la incidencia que tiene uno sobre el otro.

3. Dentro de la investigación estudiamos el análisis de los factores de decisión de carrera de un estudiante y la investigación de mercado para el servicio de coaching por separado, es decir se encuestaron a un grupo de estudiantes que fueron lo más importante del proceso, y posteriormente involucramos a padres de familia y autoridades de los colegios. El trabajo nos permitió entender que cada uno cumple un rol específico, sin embargo a pesar de que cada uno de los actores involucrados se encuentra comprometido en el proceso de elección vocacional profesional del estudiante, tanto ellos como, padres de familia responsabilizan del discernimiento vocacional existente a la falta de eficacia de las pruebas vocacionales utilizadas por el sistema de evaluación educativo para elegir una carrera profesional, pero a su vez consideran que contar con el método de coaching como una herramienta alternativa vocacional podría contrarrestar el efecto negativo de las pruebas vocacionales y a su vez facilitar la elección de carrera.

4. Para mejorar la falta de eficacia de las pruebas vocacionales, es importante que la comunidad educativa analice la posibilidad de implementar el método de coaching como una herramienta vocacional alternativa, para provocar cambios que repercutan

positivamente en los estudiantes y permita establecer compromisos mutuos entre la comunidad educativa

5. Después de conocer acerca de la falta de eficacia de las pruebas vocacionales realizadas en los colegios, considero que éstas requieren una revisión y actualización, ya que es pertinente que estén más acordes a la realidad y necesidad de los estudiantes, e incluso deberían incorporar el método de coaching que realmente genere un impacto en el joven estudiante.

A través de las encuestas se determinó que:

6. Si observamos los resultados de la encuesta cuantitativa de los factores de decisión de carrera de un estudiante nos damos cuenta que son muchas las instancias que pueden contribuir en la elección de la carrera universitaria (padres, colegio, familia, amistades, etc.). De esta forma podemos decir que la orientación vocacional y profesional es un trabajo en red.

7. Los estudiantes de tercero de bachillerato que respondieron a las encuestas de los factores de elección de carrera en su gran mayoría fueron de género femenino con una edad de 17 años, quienes consideran importante tomar en cuenta la equidad de género, su personalidad, habilidades, capacidades e intereses en ciertas actividades y áreas específicas al momento de su elección de carrera. Para ellos la elección se relaciona con el estatus social y económico, pero siempre encaminado al hallazgo de su felicidad. El soporte que ejerce mayor influencia en estos estudiantes en el tema vocacional es su padre.

8. A través de la investigación realizada nos pudimos dar cuenta que los colegios de los cuales provienen los estudiantes si cuentan con un departamento de orientación, que aplica pruebas vocacionales como la de Ser Bachiller, sin embargo, los jóvenes no se sienten totalmente apoyados ni acompañados en su proceso de elección de la carrera, ya que para ellos el resultado de la prueba vocacional no es suficiente para la toma de decisión definitiva para la elección de carrera profesional.

9. Durante el proceso de elección de carrera los estudiantes también consideran como obstáculos perjudiciales a la influencia familiar cuando se torna negativa, y a los malos resultados de las pruebas ENES para el ingreso a la educación superior pública, prueba que ha causado cierto impacto de decrecimiento en la tasa bruta de matrícula universitaria del país desde el año 2012 al 2015.

10. Considero que pasar del sistema secundario al universitario genera crisis en los jóvenes, sea porque no sabe cómo van a ser los resultados de las pruebas ENES, el nivel de exigencia de la carrera, o por los compañeros y docentes que va a tener, en fin, son muchas cosas que de una u otra manera influyen, por ello las instituciones de educación superior también deben mantener un plan de apoyo para esta nueva inserción.

11. Para un estudiante la posibilidad de obtener apoyo económico a través de créditos y becas influye positivamente al momento de la elección de su carrera profesional, ya que dichos apoyos tienen efectos positivos tanto a nivel personal como familiar, y les da la facilidad para alcanzar sus metas profesionales.

12. Se determinó que el trabajo de los padres en la orientación profesional de sus hijos es fundamental porque es un factor que puede ayudar o modificar la elección profesional de una estudiante, por lo tanto, se puede decir que su intervención es muy significativa durante el proceso de elección de la carrera.

13. El discernimiento vocacional provocado por la falta de eficacia de las pruebas vocacionales realizadas dentro de los colegios, crean una oportunidad en el mercado para ofrecer un servicio basado en un método de coaching, para estudiantes de bachillerato que pueda ser usada como una herramienta vocacional de apoyo que le permita facilitar su decisión de carrera.

14. Las encuestas cuantitativas del estudio de mercado para ofrecer el servicio de coaching fueron realizadas a las madres de familia, quienes son consideradas en este caso como decisoras finales (cliente) en temas relacionados con su hijo (consumidor), quienes, en su gran mayoría, si estarían dispuestas a adquirir un servicio de coaching para su hijo como un curso complementario para facilitar su elección de carrera profesional durante el tercero de bachillerato.

15. En las entrevistas realizadas a los funcionarios de los colegios con respecto a ofrecer el servicio de coaching, se observó que muchos conocen acerca del método de coaching y estarían dispuestos a implementarlo como una herramienta alternativa vocacional para facilitar la elección de carrera del estudiante de tercero de bachillerato siempre y cuando cuenten con el apoyo de los padres de familia.

16. Al transcurso de la investigación se observó que ninguna de los colegios visitados cuenta con un método de coaching, que les permita a los estudiantes elaborar un plan de vida profesional. Lo que quiere decir que no disponen de una herramienta alternativa además de las pruebas vocacionales que les permita reconocer sus verdaderos intereses, y aptitudes que les ayude para una mejor elección vocacional.

17. El servicio ofrece un método de coaching dinámico e innovador, su práctica es una experiencia con vivencias únicas y transformacionales que pueden llegar a superar las expectativas tanto de los estudiantes (consumidor) como de los padres de familia (Cliente).

18. Se plantea una propuesta de estrategias para ser utilizadas dentro del método de coaching, las cuales serán adaptadas a la realidad educativa ecuatoriana y enfocada a facilitar la elección de carrera en estudiantes de tercero de bachillerato de colegios particulares del Cantón Rumiñahui.

19. El principal diferenciador del servicio es que ofrece un método de coaching en el aula, que toma en cuenta una propuesta de estrategias basadas en las tres dimensiones del modelo de toma de decisiones de carrera como: dimensión cognitiva, emocional y social, a través del uso de técnicas como los seis sombreros para pensar, elaboración de un plan de vida y role play.

20. El mercado objetivo para ofrecer este servicio de coaching son las madres de familia de estudiantes que están cursando el tercero de bachillerato dentro de instituciones educativas privadas del Cantón Rumiñahui, pertenecientes al nivel de estratificación económica A.

21. El perfil del comprador es de una madre de familia con un rango de edad de 42 a 52 años que pertenece a un nivel de estrato socio-económico alto y medio alto, tiene hijos dentro de su hogar que son potenciales consumidores del servicio, y cuando adquiere un servicio crea fidelidad hacia el mismo, y recomienda a los demás su adquisición.

22. Son pocas las empresas que ofrecen el servicio de coaching para facilitar la elección de carrera para estudiantes de bachillerato, lo que quiere decir que existe mayor oportunidad para ofrecer nuestro servicio de coaching dentro del sector educativo.

23. Se ha decidido incursionar en la industria del coaching no solo porque es una de las industrias emergentes que ha crecido a mayor velocidad en la última década a nivel mundial, sino porque en la actualidad, el coaching no está muy presente en los centros educativos, lo cual genera una nueva oportunidad de mercado dentro del Sector educativo.

BIBLIOGRAFÍA

- Avendaño, C., González, R. (2012). Motivos para ingresar a las carreras de Pedagogía de los estudiantes de primer año de la Universidad de Concepción. *Estudios Pedagógicos*, 38(2), pp. 21-33.
- Blanco, A. (2009). El modelo cognitivo social del desarrollo de la carrera: revisión de más de una década de investigación empírica. *Revista de Educación*, 35, pp. 423-445.
- Cupani, M., Pérez, E. (2006). Metas de elección de carrera: contribución de los intereses vocacionales, la autoeficacia y los rasgos de personalidad. *Interdisciplinaria*, 23(1), pp. 81-100.
- De Bono, E. (1985). Seis sombreros para pensar.
- Diario El Comercio. (21 de noviembre de 2016). Los estudiantes aun desertan de las carreras universidades. Los estudiantes aun desertan de las carreras universidades. Recuperado de http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/202300019987f18a-d151-41a9-ac1a-df478ec22dc8_21112016_/2
- Diario Universo. (30 de noviembre de 2014). En dos años disminuyó el ingreso a la universidad en Ecuador. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/11/30/nota/4284736/dos-anos-disminuyo-ingreso-universidad>
- Educación, M.D. (2016). Oferta educativa Bachillerato General Único. Recuperado de <http://educacion.gob.ec/bachillerato-general-unificado/>
- Evelyn Carrasco, Claudia Zúñiga, Jacqueline Espinoza (2014). Elección de carrera en estudiantes de nivel socioeconómico bajo de universidades chilenas altamente selectivas.
- Gaëtan, G. (2012). *Coaching Escolar para aumentar el potencial de alumnos con dificultades*. Madrid: Narcea.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Rumiñahui (2014-2019). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Rumiñahui.
- INEC (2017). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Jurado, E. (2015). El coaching: Una profesión en alza, B GLAM.

<http://www.periodistadigital.com/bglam/formacion/2015/04/13/coaching-profesion-formacion-coach.shtml>

- Ministerio de Educación. (31 de marzo de 2011). Ley Orgánica de Educación Intercultural. Quito, Ecuador: Registro Oficial 572.
- Ministerio de Educación. (2015). Manual de Orientación Vocacional y Profesional para el Departamento de consejería Estudiantil. Recuperado de http://www.santafe.edu.ec/etce/MINEDU_orientacion_2015.pdf
- Ministerio de Educación. (2016). Ministerio de Educación del Ecuador. Obtenido de Modelo de Funcionamiento de los Departamentos de consejería Estudiantil: https://uploads/downloads/2016/07/modelodece_05072016.pdf
- Martínez, M. (2011). Programas inclusivos: el reto de la equidad en el acceso a la educación universitaria en Chile. *Tinkazos*, 14(30), pp. 145-165.
- Mayet, M.F. (2011). Trabajo educativo y proyecto de vida: una relación necesaria. *Educación*, Vol. 13, No. 25.
- Mizala, A., Hernández, T., Makovec, M. (2011). Determinantes de la elección y deserción en la carrera de Pedagogía. *Educación 2020*. Recuperado de http://www.educacion2020.cl/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=210&Itemid=55
- Olaz, F. (2003). Modelo social cognitivo del desarrollo de carrera. *Evaluar*, 3, 15-34.
- Pérez, J.F. (2007). *Coaching para Docentes*. España: Club Universitario.
- Ravier, L. (2005). Si existe. ¿Cuál sería la Historia del Coaching? *Coaching Magazine*.
- Rivas, F. (2007). ¿Conducta y asesoramiento vocacional en el mundo de hoy? *Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa*, 5(1), pp. 5-14.
- Rodríguez, G., Gil, J., García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. México: Ediciones Aljibe.
- Sánchez, D. (2013). El coaching pedagógico dentro del sistema educativo: innovando procesos. Departamento de Psicología, Universidad de Jaén, España. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, Vol. 15, No. 2, julio-diciembre, pp. 171-191.
- Solís, M. (2015). Role playing como herramienta de enseñanza. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8308&id_libro=380

ANEXOS

Papá ()

Amigos ()

4.- ¿Crees que es primordial recibir acompañamiento vocacional dentro de un establecimiento educativo para la elección de tu carrera profesional? ¿Por qué?

Si ()

No ()

5.- ¿La posibilidad de obtener una beca universitaria influye al momento de la elección de tu carrera profesional? ¿Por qué?

Si ()

No ()

6.- Señale con una (X) el aspecto que puede modificar tu elección de carrera profesional y ¿Por qué?

Situación Económica Familiar ()

Baja rentabilidad de la carrera a ser elegida ()

Bajo puntaje en la prueba ENES para obtener un cupo en la carrera elegida ()

7.- Señale con una (X) los obstáculos de su entorno cercano, que pueden influir en tu elección de carrera profesional. ¿Por qué?

Influencia familiar ()

Desaprobación familiar ()

12.- ¿Crees que es importante estar consiente de tus capacidades y tomarlas en cuenta al momento de tu elección de carrera profesional? ¿Por qué?

Si ()

No ()

13.- ¿Qué expectativa tienes acerca de tu elección de carrera profesional? ¿Por qué?

Status Social y Económico ()

Contribución a la Sociedad ()

14.- ¿Cuál de estas herramientas consideras que te puede proporcionar información para la elección de tu carrera profesional? ¿Por qué?

Internet ()

Asesoría Profesional ()

Pasantías ()

15.- ¿Qué significa para ti elegir tu carrera profesional?

Realización profesional ()

Hallazgo de tu felicidad ()

Decidir por ti y para ti ()

Complacer a tu familia y a la sociedad. ()

Anexo 2

Entrevistas con Autoridades N° 1

Datos Generales: Lic. Arturo González

Ocupación: Orientador Vocacional

Lugar Entrevista: Colegio Emile Jaques Dalcroze

Duración Entrevista: 15 minutos

Equipo: Grabadora de voz

Contacto: (02) 2861500

Objetivos:

- Conocer cómo funcionan las pruebas vocacionales dentro de los colegios particulares del Cantón Rumiñahui.
- Indagar acerca de la existencia de otros métodos de orientación vocacional dentro de los colegios.
- Conocer, si existe un previo conocimiento de la herramienta de coaching y su funcionalidad.
- Determinar su pre disposición en utilizar la herramienta de coaching para estudiantes de bachillerato como un curso alternativo enfocado a facilitar su elección de carrera.

Guía de la Entrevista:

Para realizar la entrevista y lograr los objetivos de la misma es necesario cumplir con la guía de la entrevista que debe tratar, los puntos a continuación:

1. Presentación de la entrevistadora
2. Presentación del entrevistado
3. Motivo de la visita
4. Sistema de Evaluación Actual

5. Efectividad de las pruebas vocacionales en el bachillerato
6. Pruebas ENES e inconvenientes actuales.
7. Decrecimiento de la matrícula en la educación Superior
5. Antecedentes del Coaching
6. Planteamiento del coaching como estrategia de apoyo vocacional a las pruebas del actual sistema de evaluación.

Informe:

El Sr. González, hace referencia a las pruebas vocacionales, como un método que tiene gran acogida por la mayoría de los estudiantes, sin embargo, reconoce que cierto porcentaje de estudiantes se encuentran inconformes, ya que sufren de discernimiento vocacional al culminar el bachillerato.

No podemos culpar a las pruebas vocacionales argumentó el Sr González, ya que existen muchos factores que no permiten al estudiante estar claro con respecto a la elección de su carrera profesional, haciendo referencia a que el entorno es un factor de importancia y más cuando nos encontramos dentro de una sociedad que evoluciona constantemente.

Con respecto a los bajos puntajes al rendir las pruebas ENES, asegura que la institución no es la única involucrada con respecto al rendimiento del estudiante. Reconoce que hay mucho camino por recorrer con respecto a la orientación vocacional dentro de los colegios, a su criterio la falta de efectividad de las pruebas vocacionales puede ser combatida con diferentes herramientas de apoyo vocacional, siempre y cuando sean dinámicas y adaptadas a las necesidades de un estudiante.

Asegura que dentro de la institución el departamento DECE organiza ferias para el conocimiento del programa de carreras que ofrecen las universidades, para los estudiantes que están a puertas de elegir una carrera. Su conocimiento acerca del coaching y su funcionalidad es muy claro en temas empresariales, pero le gustaría saber cómo se podría aplicar coaching dentro del sistema educativo y admite que sería una gran idea implementar ese tipo de métodos complementarios enfocados a la elección de carrera.

Entrevistas con Autoridades N° 2

Datos Generales: Madre María Soledad Espinoza

Ocupación: Directora

Lugar Entrevista: Colegio Geovanni Antonio Farina

Duración Entrevista: 10 minutos

Equipo: Grabadora de voz

Contacto: (02) 863097

Objetivos:

- Conocer cómo funcionan las pruebas vocacionales dentro de los colegios particulares del Cantón Rumiñahui.
- Indagar acerca de la existencia de otros métodos de orientación vocacional dentro de los colegios.
- Conocer, si existe un previo conocimiento de la herramienta de coaching y su funcionalidad.
- Determinar su pre disposición en utilizar la herramienta de coaching para estudiantes de bachillerato como un curso alternativo enfocado a facilitar su elección de carrera.

Guía de la Entrevista:

Para realizar la entrevista y lograr los objetivos de la misma es necesario cumplir con la guía de la entrevista que debe tratar, los puntos a continuación:

1. Presentación de la entrevistadora
2. Presentación del entrevistado
3. Motivo de la visita
4. Sistema de Evaluación Actual
5. Efectividad de las pruebas vocacionales en el bachillerato
6. Pruebas ENES e inconvenientes actuales.

7. Decrecimiento de la matrícula en la educación Superior
5. Antecedentes del Coaching
6. Planteamiento del coaching como estrategia de apoyo vocacional a las pruebas del actual sistema de evaluación.

Informe:

Madre María soledad, opina que el sistema de evaluación utilizado dentro de la institución es efectiva ya que está acompañada del apoyo constante del departamento de orientación vocacional, y argumenta que según su cronograma, las pruebas vocacionales a estudiantes de bachillerato se realiza el mes de junio de cada año, adicional a este método no disponen de ningún otro, pero a pedido de los padres de familia se encuentra considerando la posibilidad de hacer uso de alguna herramienta vocacional, para reforzar el tema vocacional en el estudiante , y facilitar la elección de carrera. Tiene un leve conocimiento acerca del coaching y sus beneficios. Considera que las pruebas ENES, no tiene nada que ver con el rendimiento académico del estudiante, sino con la limitada oferta de cupos de cada institución de educación superior, y esto también le atribuye la disminución en la matrícula.

Entrevistas con Autoridades N° 3

Datos Generales: Lic. Soledad Castro

Ocupación: Orientadora vocacional

Lugar Entrevista: Colegio Ángel Polibio Chaves APCH

Duración Entrevista: 13 minutos

Equipo: Grabadora de voz

Contacto: (02) 862-586

Objetivos:

- Conocer cómo funcionan las pruebas vocacionales dentro de los colegios particulares del Cantón Rumiñahui.
- Indagar acerca de la existencia de otros métodos de orientación vocacional dentro de los colegios.
- Conocer, si existe un previo conocimiento de la herramienta de coaching y su funcionalidad.
- Determinar su pre disposición en utilizar la herramienta de coaching para estudiantes de bachillerato como un curso alternativo enfocado a facilitar su elección de carrera.

Guía de la Entrevista:

Para realizar la entrevista y lograr los objetivos de la misma es necesario cumplir con la guía de la entrevista que debe tratar, los puntos a continuación:

1. Presentación de la entrevistadora
2. Presentación del entrevistado
3. Motivo de la visita
4. Sistema de Evaluación Actual
5. Efectividad de las pruebas vocacionales en el bachillerato
6. Pruebas ENES e inconvenientes actuales.

7. Decrecimiento de la matrícula en la educación Superior
5. Antecedentes del Coaching
6. Planteamiento del coaching como estrategia de apoyo vocacional a las pruebas del actual sistema de evaluación.

Informe:

La licenciada Castro, argumenta que durante su carrera profesional siempre ha podido observar un discernimiento vocacional en los estudiantes de bachillerato, y esto lo atribuye a influencia que tiene su entorno sobre él, ya que las pruebas vocacionales no definen realmente quien es el estudiante o quien debería ser, eso lo define cada uno como un ser individual, lo que no puede estar en duda es que sus valores, gustos y habilidades son los que los llevan a tomar una decisión de carrera, sin embargo su discernimiento puede ser a causa de que esas habilidades y aptitudes no han salido a flote, por lo que está totalmente convencida que el sistema de valuación debe, reformular las pruebas vocacionales u ofrecer una herramienta de apoyo vocacional, que le permita no solo reconocer su camino profesional sino ser feliz en el proceso de su descubrimiento. Argumenta que la institución cumple a cabalidad con los métodos que impone el sistema de evaluación educativo, y si complementa estas pruebas vocacionales con organización de ferias de universidades, y permitiendo que los jóvenes asistan a conferencias en donde pueden informarse más acerca de la carrera que tienen en mente para su elección profesional. Reconoce que el coaching ha sido un boom no solo en todo el mundo sino también en el Ecuador, por lo tanto, a su criterio sería muy interesante escuchar la propuesta y su contenido con el objetivo de ayudar a todos los estudiantes del bachillerato.

Afirma que la institución siempre está abierta a escuchar y probar nuevos métodos educativos que puedan beneficiar a sus estudiantes, y más cuando cuentan con padres tan colaborativos como los que conforman su institución.

Con respecto al tema de pruebas ENES, considera que es importante que las autoridades pertinentes tomen acciones rápidas, ya que, en vez de facilitar el camino del estudiante, lo ha complicado aún más, ya que elegir una carrera profesional es una de las decisiones más importantes de la vida de un individuo y no puede verse limitada por métodos de evaluación como el que actualmente está en funcionamiento.

Entrevistas con Autoridades N° 4

Datos Generales: Ing. Margarita Lema

Ocupación: Vice Rectora Académica

Lugar Entrevista: Colegio Thomas Jefferson

Duración Entrevista: 17 minutos

Equipo: Grabadora de voz

Contacto: (02) 345-302

Objetivos:

- Conocer cómo funcionan las pruebas vocacionales dentro de los colegios particulares del Cantón Rumiñahui.
- Indagar acerca de la existencia de otros métodos de orientación vocacional dentro de los colegios.
- Conocer, si existe un previo conocimiento de la herramienta de coaching y su funcionalidad.
- Determinar su pre disposición en utilizar la herramienta de coaching para estudiantes de bachillerato como un curso alternativo enfocado a facilitar su elección de carrera.

Guía de la Entrevista:

Para realizar la entrevista y lograr los objetivos de la misma es necesario cumplir con la guía de la entrevista que debe tratar, los puntos a continuación:

1. Presentación de la entrevistadora
2. Presentación del entrevistado
3. Motivo de la visita
4. Sistema de Evaluación Actual
5. Efectividad de las pruebas vocacionales en el bachillerato

6. Pruebas ENES e inconvenientes actuales.
7. Decrecimiento de la matrícula en la educación Superior
5. Antecedentes del Coaching
6. Planteamiento del coaching como estrategia de apoyo vocacional a las pruebas del actual sistema de evaluación.

Informe:

Durante la entrevista la Ing. Lema argumentó que el sistema de evaluación está perfectamente elaborado y sus pruebas vocacionales son de gran apoyo para los estudiantes, y con respecto al decrecimiento de la matrícula en la educación superior considera, que los estudiantes deben esforzarse más , ya que las universidades deben estar llenas de estudiantes calificados, con vastos conocimientos y aptitudes para desempeñar una profesión, lo cual permitirá tener un país lleno de profesionales de calidad que puedan ser el orgullo de la nación. Afirma conocer el Coaching empresarial y estaría gustosa de instruirse acerca del coaching educacional, y afirma que, si utilizaría el Coaching como herramienta de apoyo vocacional para la elección de carrera, para los estudiantes de bachillerato siempre y cuando el servicio que se ofrece cumpla con las expectativas de la institución, padres de familia y estudiantes y sus resultados sean positivos.

Anexo 3

ENCUESTA SERVICIO DE COACHING VOCACIONAL
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR “UIDE”

“Su opinión es muy importante para nosotros”

OBJETIVO: Analizar la demanda que tendría un Servicio de Coaching Vocacional para estudiantes de tercero de Bachillerato en colegios particulares ubicados en el Cantón Rumiñahui.

DESCRIPCIÓN DE COACHING VOCACIONAL

El servicio de Coaching Vocacional es una herramienta vocacional, que será utilizada como modelo comunicativo que se basa en preguntas, un proceso de acompañamiento para jóvenes con necesidad de elegir carrera profesional, o bien, para redefinir intereses y vocación cuando perciben que su elección anterior no ha sido la correcta. Un proceso de apoyo que les ayudará a comprometerse con su decisión, pero nunca decidir por ellos.

INSTRUCCIONES:

1. Conteste con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación
2. Los resultados de esta encuesta serán tratados con absoluta reserva
3. Señale con una “X” el lugar donde corresponda

No de encuesta: _____

Nombre: _____

1. Género: Masculino () Femenino ()

2. Edad: _____

3. Estado Civil: Casado () Soltero () Divorciado () Unión libre()

4. ¿Cuál es su ocupación?

Ama de casa () Empleado público () Empleado privado ()

Estudiante ()

Otros _____

5. Su familia es:

Pequeña (3 integrantes) ()

Mediana (4 a 5 integrantes) ()

Grande (5 o más integrantes) ()

6. ¿En su hogar quién es el representante de su hijo(a) dentro del centro educativo en el que estudia?

Mamá ()

Papa ()

Abuelitos ()

Otros _____

7.- ¿Quién toma una decisión final acerca de los cursos al que asiste su hijo(a)?

Mamá ()

Papá ()

Hijo(a) ()

8. ¿El centro educativo en el que estudia su hijo(a) utilizan pruebas de orientación vocacional para la elección de carrera?

SI ()

NO ()

9. ¿Cuán efectivas piensa usted que son las pruebas de orientación vocacional para la elección de carrera?

Excelente () Muy Bueno () Bueno () Regular ()

10. ¿Cree que su hijo(a) necesita mayor orientación vocacional para la elección de carrera?

SI () NO ()

11. ¿Conoce sustitutos de las pruebas vocacionales para facilitar la elección de carrera?

SI () NO ()

12. ¿Usted sabe qué es Coaching Vocacional?

SI () NO ()

13. ¿Existe Coaching Vocacional en el centro educativo de su hijo(a)

SI () NO ()

14. ¿Desearía que exista dentro del centro educativo de su hijo(a) un servicio de Coaching Vocacional como una herramienta complementaria, para facilitar la elección de carrera?

SI () NO ()

15. ¿Cómo le gustaría recibir información del uso del servicio de Coaching Vocacional?

Correo electrónico ()

Radio, TV ()

Redes Sociales ()

Periódicos ()

Revistas ()

Material impreso ()

16. ¿Estaría dispuesto a pagar por un servicio de Coaching Vocacional para su hijo(a) como un curso complementario para facilitar la elección de carrera profesional durante el tercero de bachillerato?

SI ()

NO ()

17. ¿Cuál sería el motivador para adquirir el servicio de Coaching Vocacional?

Facilitar a su hijo la educación formativa en temas ()

de decisión de carrera profesional.

Facilitar a su hijo la proyección de su proyecto de vida personal. ()

Precio del servicio. ()

18. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el Servicio de Coaching Vocacional para la elección de carrera?

De US\$100 a US\$150 () De US\$150 a US\$200 ()

De US\$250 a US\$300 () De US\$300 o más ()