

PROYECTO DE GRADUACION
Trabajo Final de Grado

Cuando sea GRANDE
Blog digital de orientación vocacional

Celene Alata Carhuavilca
Cuerpo B del PG
15/09/2015
Lic. Negocios en Diseño y Comunicación
Proyecto Profesional
Medios y estrategias de comunicación

Índice

Introducción	04
Capítulo 1. Educación y formación para los jóvenes de Lima	13
1.1. ¿Qué es educación para el estado peruano?	13
1.2. Estructura del sistema educativo en Perú	16
1.3. Diseño curricular de las escuelas secundarias en Perú	18
1.4. De la escuela secundaria a los estudios superiores	21
1.5. ¿Cómo es el ingreso a las universidades?	23
1.6. Preparación pre universitaria en Perú	25
1.7. Acceso a los estudios superiores	27
Capítulo 2. Orientación vocacional en Lima	31
2.1. Definiendo orientación vocacional	31
2.2. Orientación vocacional profesional y sus actividades	35
2.3. Orientación vocacional a través de la historia	36
2.4. Orientación vocacional, cambios en la actualidad	38
2.5. Orientación vocacional en los colegios de Lima	40
2.6. Orientación Vocacional en los jóvenes	41
2.7. Orientación vocacional en otros países	43
2.8. Desorientación vocacional	47
2.8.1. Dejar la carrera por falta de orientación vocacional	48
Capítulo 3. Adolescencia y juventud, una etapa de crecimiento	50
3.1. La adolescencia	50
3.1.1. Características distintivas de la adolescencia	52
3.2. La juventud	54
3.2.1. Características generales de la juventud	55
3.3. Los jóvenes y el trabajo	57
3.4. Preocupaciones juveniles en Lima	58
Capítulo 4. ¿Cómo se están comunicando los jóvenes hoy?	60
4.1. Comunicación: una aproximación a su definición	60
4.2. La comunicación hoy en los jóvenes	63
4.3. Internet como medio de comunicación	64
4.4. Interactividad en la comunicación en línea	66
4.5. Los jóvenes en Internet	68
Capítulo 5. Propuesta: blog de asesoría en línea <i>Cuando sea GRANDE</i>	72
5.1. Definición de la propuesta	72
5.2. Público objetivo	75
5.3. Visión, misión y objetivos de la propuesta	76
5.4. Estrategia del servicio	77
5.5. Proceso de captación	79
5.6. Análisis de la competencia	82
5.7. Análisis FODA de la propuesta	86

Conclusiones	89
Lista de referencias bibliográficas	93
Bibliografía	98

Introducción

El Proyecto de Investigación y Desarrollo *Cuando sea GRANDE, blog digital de orientación vocacional* se enmarca en la categoría Proyecto Profesional de la Licenciatura de Negocios en Diseño y Comunicación, porque la propuesta responde a una problemática y necesidad encontrada en un mercado específico, tanto en un público objetivo como en una área profesional. Gran parte de los adolescentes peruanos necesitan recibir una adecuada orientación vocacional que los ayude y acompañe en el proceso de la toma de sus decisiones con relación a su futuro profesional al finalizar la escuela secundaria.

Además, el proyecto se desarrolla bajo la línea temática Medios y Estrategias de Comunicación debido a que la propuesta se plantea como un soporte digital que brinda asesoría en línea a través de un medio de comunicación. Al proponerse como tal, pretende facilitar el acceso y la comunicación con el público juvenil, convirtiéndose así en un medio de comunicación especializado en un área poca atendida como lo es la orientación vocacional. El mismo será un medio que comparta y difunda información, noticias y experiencias de los jóvenes con relación al tema.

Para comprender mejor la propuesta se plantea la siguiente interrogante: ¿de qué manera contribuye un blog digital en orientación vocacional a jóvenes que están por terminar el secundario en Lima, quienes podrían tener indecisión al no saber qué hacer o qué estudiar al terminar la escuela secundaria?, esta pregunta será respondida a lo largo de la investigación, durante los cinco capítulos que desarrollan y abordan el problema desde distintos enfoques que ayudan a comprender la importancia de la orientación vocacional para los estudiantes.

El objetivo general del proyecto es la realización de un blog digital mediante el cual se pueda brindar asesoría en línea en el área de orientación vocacional. Estará dirigido a adolescentes que están por terminar la escuela secundaria o recién se hayan graduado.

Jóvenes que residan en la ciudad de Lima y que tengan complicaciones al decidir su futuro profesional, y también para otras personas que estén en la búsqueda de ayuda profesional que los asesore y oriente en temas vocacionales.

Asimismo, para alcanzar este fin se determinan los siguientes objetivos específicos: investigar el trasfondo de la problemática que se presenta en los jóvenes de Lima con relación a su futuro profesional, conocer la situación y papel fundamental que juega la orientación vocacional en la vida de los estudiantes, y comprender cómo las nuevas herramientas de las tecnologías de la información han modificado los procesos de comunicación y sociabilización entre los jóvenes.

La idea de crear un blog digital que brinde asesoría en orientación vocacional surge ante la problemática que se encuentra en los jóvenes ubicados en Lima; muchas escuelas de esta ciudad no están brindando una adecuada orientación a los estudiantes. Gran parte de ellos no saben a quién dirigirse, o cómo hacer para poder definir su futuro profesional. Si bien existen agencias u oficinas que dan este servicio, estas la hacen de forma general a colegios y no se centran en orientar al estudiante de forma personalizada para atender adecuadamente cada problema específico que podría presentar el joven.

Por ello y otras razones muchos jóvenes están buscando respuestas a interrogantes relacionadas con su futuro en Internet. Pero este espacio no les brinda una respuesta acertada porque la información se encuentra desorganizada. Los estudiantes necesitan recibir una asesoría de profesionales capacitados en el área, quienes puedan acompañarlos en el proceso de transición e ingreso a la educación superior. Es necesario que los jóvenes comprendan la importancia de elegir una carrera profesional que se adecúe a sus habilidades y aptitudes personales, para así evitar consecuencias posteriores como el abandono de los estudios, pérdida de tiempo y dinero.

La decisión que involucra elegir una carrera profesional, la misma que se desarrollará a lo largo de toda la vida, necesita una meditación más profunda que solo la relacionada a la economía, al éxito personal o a la aceptación de los demás. Es una decisión que involucra exclusivamente a la persona como individuo, al desarrollo de sus habilidades y gustos personales.

El desarrollo del proyecto tanto en investigación del problema como el planteo de la solución ayudará a resolver una dificultad detectada en la sociedad peruana. Ya que de alguna manera dar una adecuada asesoría en orientación vocacional a los adolescentes contribuye a que la sociedad cuente con mejores estudiantes universitarios decididos, seguros de sus habilidades y con metas claras en sus proyectos de vida. Al ser un blog virtual facilitará el acceso y comunicación para con su público objetivo sin importar su ubicación geográfica, evitando que la distancia sea un obstáculo para algunos.

Dado que la propuesta se enmarca en la categoría de Proyecto Profesional la información se organizará en dos grandes grupos, el primero con relación a la investigación de la problemática presente en la sociedad limeña respecto a la desorientación vocacional. Y el segundo grupo contendrá información relacionada al planteamiento y desarrollo en sí de la propuesta que responde al problema encontrado.

La exploración de la información relacionada con el análisis de situación será enfocada al estudio del mercado y a explorar investigaciones realizadas con respecto a la situación actual del problema. También se incluirá un estudio de las principales entidades que podrían estar atendiendo el problema en la actualidad. En la investigación también se considerará aspectos que sean relevantes para conocer las costumbres, estilos de comunicación e intereses que el público juvenil está adoptando frente a las nuevas tecnologías de información, esto ayudará a sustentar la razón del por qué se propone un soporte digital.

Con relación a la información que involucre el planteo de la propuesta se puntualizará todo lo pertinente para el bosquejo de las fortalezas y oportunidades que se encuentran en el mercado para la realización del blog. Se presentará la misión, visión y objetivos de la propuesta para marcar el horizonte que se plantea en un determinado tiempo. Se hará un análisis FODA de la propuesta para conocer la situación del mercado en el área de orientación vocacional; según sus ventajas, debilidades, oportunidades y riesgos frente al contexto y posible competencia. Y por último, se define el proceso de captación del público objetivo y la estrategia de comunicación en el que se basará el servicio de asesoría en línea.

Con relación a los temas que abordan cada uno de los capítulos de la investigación se describe a continuación detalles generales de los objetivos que buscan alcanzar en su construcción. En el primer y segundo capítulo se hará un análisis profundo de la problemática en la poca orientación vocacional que los jóvenes están recibiendo en las escuelas secundarias de Lima. El objetivo general de estos capítulos es conocer y entender el problema que muchos estudiantes tienen con relación a su futuro y que se les presenta al terminar la escuela secundaria. Para ello, se hará una exploración de las variables que se relacionan con el tema; se investigará sobre la educación, la situación actual de la orientación vocacional en las escuelas y problemáticas a las que se enfrentan los jóvenes al buscar un camino profesional o en la toma de sus decisiones. Para explorar esta información se recurre a estudios realizados anteriormente acerca del tema, enfocados específicamente en la ciudad de Lima y también se rescata la literatura de autores y especialistas enfocados en el área de la orientación vocacional.

En el tercer capítulo se investiga acerca del concepto de la adolescencia y juventud. El objetivo general de este apartado es definir con exactitud y conocer a los jóvenes desde distintos los puntos de vista de diferentes autores y especialistas en el tema. Saber cómo actúan, cómo piensan y qué problemáticas afrontan en esa etapa de su vida es primordial

para generar las herramientas necesarias tanto en forma y contenido en el enfoque de la propuesta.

En el cuarto capítulo se abordarán temas relacionados que ayuden a responder la interrogante de cómo los jóvenes se están comunicando en la actualidad. Con este capítulo se busca tener una noción general de cómo las nuevas tecnologías de comunicación e información han impactado en la vida de los jóvenes, desde su comunicación hasta en la forma de sociabilizar. Por otro lado, en el quinto capítulo se desarrolla toda la propuesta. El objetivo general de este apartado es abordar los puntos principales que definen el concepto de la propuesta del blog digital que brinda asesoría en orientación vocacional. Se detalla el análisis de mercado, investigación de la posible competencia, concepto del público objetivo y el análisis FODA de la propuesta. Y detalles del proceso de captación y de la estrategia de comunicación del servicio digital.

Del mismo modo, se toma como antecedentes académicos, los proyectos de graduación realizados por los alumnos de la facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo porque brindarán un aporte en organización y reseña de información relacionada con el tema a investigar.

En primer lugar, se ubicó el trabajo realizado por Katz, L. (2014). *Jerarquizando las redes sociales. Plan de comunicación para la marca Ver*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Fundación Universidad de Palermo. Este PG tiene como objetivo principal diseñar un plan de comunicaciones digital para la marca de indumentaria Ver. En donde analiza el uso de la comunicación digital en determinadas marcas de indumentarias argentinas, ya que estas están atravesando un momento de alta competencia y deben realizar estrategias de comunicación que las ayuden posicionarse con su valor diferencias a través de la web 2.0 y redes sociales. La información que contiene este PG aporta a la investigación ya que profundiza en la definición del blog como una herramienta de comunicación.

Asimismo, el PG De La Cruz, N. (2014). *Tematización de las redes sociales. La formación de la Agenda Setting en la Web 2.0*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Fundación Universidad de Palermo. El cual tiene una reflexión y análisis del autor que aporta significativamente a la investigación ya que considera que las redes sociales son un fenómeno que ha crecido constantemente en la última década, tanto que la participación a través de ellas ha cambiado la forma de manifestarse y comunicarse con otras personas. Se valora el capítulo en dónde detalla los nuevos medios de comunicación desde conceptos y especificación de las redes sociales hasta las percepciones de la opinión pública.

El PG de Botheatoz, C. (2011). *La influencia de los nuevos medios y herramientas de comunicación en la comunicación política. ¿Una nueva tendencia que nace?* Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Fundación Universidad de Palermo. Aporta con un análisis sobre las nuevas formas de comunicar en las campañas electorales, ya que estas están utilizando la mayor cantidad de medios y herramientas para la transmisión de mensajes. El aporte que éste brinda a la investigación es preciso, ya que la autora hace un estudio sobre la implementación de las herramientas en la web 2.0 como nuevo medio de comunicación.

Del mismo modo, Rossi, S. (2012). *Experiencias 2.0, complementos esenciales de las marcas*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Fundación Universidad de Palermo. Aborda los nuevos medios de comunicación que comenzaron hace 20 años y se han perfeccionado hasta la actualidad para generar nuevos soportes para la publicidad. Ya que estos medios digitales son considerados como recursos para la difusión de los mensajes permitiendo la interacción de varios canales de emisión y recepción. Al igual que el PG mencionado en el párrafo precedente, este aporta a la investigación con información que se detalla en sus capítulos que

abordan temas relacionados con la comunicación 2.0 y la evolución de sus plataformas, así como también el capítulo que analiza los motores de búsqueda.

A la par, la investigación de Hauck, C. (2013). *Un valor agregado en cada medio de comunicación*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Fundación Universidad de Palermo. Desarrolla a lo largo de su PG la utilización pertinente de los medios de comunicación para que ésta resulte efectiva, logrando persuadir a un determinado público de forma exitosa. Con los temas abordados en algunos los primeros capítulos como: los medios de comunicación en la actualidad, las nuevas variantes de este y un análisis del público objetivo; este PG logra brindar un aporte significativo a la investigación que se realizará.

Igualmente, el PG Balzano, N. (2012). *Redes sociales. El nuevo paradigma de las Relaciones Públicas*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Fundación Universidad de Palermo. Plantea cómo el avance de la web 2.0 y el incremento de las redes sociales como herramientas de comunicación generaron cambios en la formación de los relacionistas públicos bajo esta corriente del auge de la comunicación virtual, por ello la autora desarrolla capítulos en donde detalla información acerca de las redes sociales y de los nuevos procesos de comunicación, siendo temas que servirán de apoyo para el desarrollo de la investigación.

Y Lizama, A. (2012). *Comunicación 2.0. Community Management el nuevo desafío de las Relaciones Pública*. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Fundación Universidad de Palermo. Brinda aporte a estudio a realizar, ya que en su PG hace un análisis profundo del cambio que se presentó en el concepto tradicional de la comunicación personal a la virtual.

De igual forma, el trabajo de Pujol, M. (2012). *Posicionamiento a través de redes sociales*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires:

Fundación Universidad de Palermo. El cual tiene como objetivo la elaboración de un plan de comunicación en Internet para la empresa The Baby Market desarrolla todo un estudio de la evolución del Internet y sus diferentes plataformas como elemento de comunicación y el aporte que ofrece para alcanzar un posicionamiento en este medio virtual, por ello el aporte que brinda a la investigación es significativo ya que ayudará en la explicación de algunos temas enfocados también en este ámbito de estudio

Por otro lado, el PG de Amusquivar, F. (2011). *Las marcas y los adolescentes de hoy*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Fundación Universidad de Palermo. Hace en su investigación actual y completa que servirá para la creación de una imagen de marca que busque dirigirse al público adolescente, para ello analiza las peculiaridades que distingues a las personas que se encuentran en esta etapa de crecimiento. Tratándose de esa segmentación este PG aporta información precisa para orientar el desarrollo de algunos capítulos de la investigación a realizar.

Además, la investigación de Ruitor, C. (2011). *Capacitación a distancia, cómo mejorar la educación mediante la aplicación de herramientas interactivas en Internet*. Proyecto de graduación. Buenos Aires: Fundación Universidad de Palermo. Desarrolla en su PG aporta información relacionada con el posicionamiento de una web en Internet en el planteo de uno de sus capítulos, lo cual contribuirá con información para la explicación de la investigación.

Mediante la aplicación e implementación del blog se espera poder brindar un aporte positivo al campo profesional de las comunicaciones. Los cuales están relacionados a la aplicación de las diferentes herramientas de esta área de forma beneficiosa para un mercado específico. Asimismo, se afianza el concepto de la utilidad de las comunicaciones en distintos campos profesionales, específicamente en el área de orientación vocacional para el caso del presente proyecto. De igual manera, al plantear la

propuesta como un proyecto de negocio contribuye a considerar nuevos enfoques de emprendimientos que pueden adaptarse a necesidades específicas en el mercado.

Finalmente, el aporte que se busca generar con el Proyecto de Investigación y Desarrollo son los relacionados a la aplicación de los nuevos medios de comunicación digital como modelos de proyectos de negocio, para satisfacer las necesidades de un público específico. Porque los medios digitales han ampliado los canales de comunicación y es fundamental pensarlos más allá que simple canales de interacción. Para ello, será necesario identificar las oportunidades que éstos generan, para así poder desarrollar nuevos enfoques con previo análisis de situación.

Capítulo 1. Educación y formación para los jóvenes de Lima

El primer capítulo se enfoca en una de las principales variables para el desarrollo de la investigación, conocer la situación actual de uno de los aspectos fundamentales para el proyecto, el cual se refiere a la educación y formación de los jóvenes peruanos en la ciudad de Lima.

Los temas que se abordan en este apartado exponen conceptos generales de la concepción de la educación para el gobierno peruano, estructura del sistema educativo, diseño curricular de las escuelas secundarias, estadio intermedio entre la escuela secundarias y universidades por el que pasan los adolescentes, es decir las academias pre universitarias; y el acceso a la educación superior.

Conocer estos temas contribuye a tener una noción de la situación de la educación en el Perú, específicamente la referida a los adolescentes que se encuentran por culminar la secundaria, y quienes en esa etapa proyectan sus planes de continuar sus estudios superiores. Con este primer capítulo se quiere conocer los aportes que le está brindando el sistema educativo a los estudiantes en su etapa de la toma de decisiones con relación a su futuro profesional.

1.1 ¿Qué es la educación para el estado peruano?

El gobierno peruano tiene a la educación como eje principal para su desarrollo y crecimiento como nación. Un grupo en el que concentra su mayor atención son los niños y jóvenes. En los últimos años, el estado ha replanteado nuevas políticas de educación para mejorar su accesibilidad, los beneficios y la infraestructura. La Ley General de Educación del Perú define a la educación como

...un proceso de aprendizaje y enseñanza que se desarrolla a lo largo de toda la vida y que contribuye a la formación integral de las personas, al pleno desarrollo de sus potencialidades, a la creación de cultura, y al desarrollo de la familia y de la comunidad nacional, latinoamericana y mundial. Se desarrolla en instituciones educativas y en diferentes ámbitos de la sociedad. (Ley N° 28044, 2003).

La educación es un proceso que se desarrolla a lo largo de toda la vida, desde la infancia hasta la adultez. Los fines de la educación varían en cada persona si se piensa de forma individual, pero al pensarla desde un ámbito social se puede comprender que el estado tiene varios fines que le atribuye a la educación para con sus ciudadanos. (Ver Cuerpo C fragmento 1).

El estado peruano le atribuye principalmente a la educación el objetivo de formar y capacitar a sus ciudadanos para ejercer su ciudadanía en armonía con el desarrollo de sus capacidades y habilidades, y así poder afrontar el mundo del trabajo y los cambios en la sociedad. Asimismo, la ley menciona que los ciudadanos deben contribuir de forma positiva en la prosperidad de la sociedad y el crecimiento sostenible del país. Para el cual es fundamenta la educación que sus miembros reciban porque son ellos los motores y raíces que harán que un país crezca.

Actualmente el gobierno peruano ha centrado su mayor atención en brindar una adecuada educación para los más jóvenes tomando así conciencia de que ellos son el futuro del país. El Ministerio de Educación del Perú afirma que desde los niños hasta los jóvenes necesitan aprender a lo largo de la educación básica las competencias necesarias para desarrollarse como personas, para desenvolverse adecuadamente en el mundo actual, para que puedan alcanzar sus metas y para que puedan afrontar los escenarios y desafíos que ofrece la sociedad en el siglo XXI. (Ministerio de Educación del Perú, 2014).

Para responder aquella preocupación, el Ministerio de Educación del Perú (2014) ha propuesto en el plan curricular de las escuelas ocho aprendizajes fundamentales, los cuales están orientados a contribuir en el crecimiento de los jóvenes peruanos tanto como ciudadanos y como personas. Estos ocho aprendizajes están basados en: El aprendizaje de los estudiantes para actuar e interactuar con otros, demostrando autoestima y autonomía. Aprovechar las oportunidades de emprendimiento. El cuidado

de su cuerpo a través del ejercicio físico, prácticas de salud y nutrición. Ejercer la ciudadanía de manera plena sabiendo convivir, participar, deliberar y actuar con responsabilidad. Comprender el presente desde una mirada histórica, espacial, ambiental y económica. Comunicarse de forma eficaz por medio de distintos lenguajes. Expresión y apreciación artística. Y usar la ciencia y la tecnología para mejorar la calidad de vida.

La forma en que el gobierno se está enfocando en la educación es importante. Dado que con los beneficios que ésta pueda generar para la sociedad son reflejados en su crecimiento cultural y social, en el acceso a nuevas oportunidades laborales y en el decrecimiento de la pobreza, ya que las personas tienen mayores facilidades de acceder a un empleo si han seguido un camino adecuado de formación profesional. Herrera explica que alcanzar el nivel secundario implica una reducción de 10 puntos porcentuales en la tasa de la pobreza de la población, mientras que al acceder a un nivel superior implica una reducción aun mayor de 14%. (2001).

La educación en cualquier sociedad es fundamental para su desarrollo y para el crecimiento de sus integrantes. El ente que está a cargo de brindar una adecuada educación es el Estado, quien tiene el compromiso de brindar soluciones eficientes a los problemas y cambios que se puedan presentar en el área educativa. El gobierno peruano actualmente está respondiendo a la problemática del acceso a la educación. En el año 2010, el Consejo Nacional de Educación (2011) hizo que los gobiernos regionales de todo el Perú firmaran un pacto educativo para el quinquenio 2011-2016, en el cual se detallan seis políticas fundamentales que deben aplicarse en todos los centros educativos públicos del país. (Ver Cuerpo C fragmento 2).

Si bien el estado está orientando políticas que mejoren la educación y que faciliten su acceso en las zonas rurales, queda la interrogante ¿Qué ocurre entre la culminación de la educación básica y el acceso a la educación superior?. Es importante cuestionar si los jóvenes están recibiendo una educación que los oriente en qué hacer luego de terminar la

escuela secundaria. Y de cómo deben tomar las decisiones al plantearse un camino profesional para acceder a la educación superior de manera adecuada.

Por ello, en el siguiente apartado se brinda información de la estructura del sistema educativo en el Perú y de los componentes de la currícula educativa en la educación secundaria, dando enfoque principalmente a los últimos años de estudio. Esto ayudará a comprender en conceptos generales qué temas se están abordando en las aulas con respecto a la orientación vocacional.

1.2 Estructura del Sistema Educativo en Perú

El Sistema Educativo peruano se divide en educación básica o inicial, educación primaria, educación secundaria y educación superior. La educación inicial se ofrece en cunas a menores de tres años y jardines para niños de tres a cinco años de edad. La educación primaria tiene una duración de seis años en el cual los alumnos necesitan un promedio de once y aprobar por lo menos lenguaje y matemáticas. La educación secundaria tiene una duración de cinco años para adolescentes de edades de doce a dieciséis años de edad. También se ofrece en una modalidad para adultos. Según la constitución del año 1993 la secundaria es obligatoria y requisito indispensable para poder acceder a la educación superior. (Ley N° 28044, 2003).

Los alumnos luego de terminar la escuela secundaria están habilitados para acceder a la educación superior. Depende de ellos decidir en postular e ingresar a una institución superior privada o pública. Los jóvenes peruanos tanto en Lima como en las provincias del interior del país cuentan con una gran variedad de instituciones. Según el portal educativo Universia Perú (2015) en Lima existen 31 universidades institucionalizadas, siete son nacionales y 24 son privadas. En provincia existen 46 universidades, de las cuales 24 son nacionales y 22 son privadas. Asimismo, resalta que a diferencia de la educación básica, el gobierno peruano no interviene directamente en el sistema de

educación superior universitario porque las universidades cuentan con la autonomía en la toma de decisiones en el ámbito de sus competencias.

Tal como se detalla en el artículo 29 de la Ley de Educación (Ver Cuerpo C fragmento 3) la formación que los jóvenes peruanos reciban en la educación superior es fundamental para su desarrollo integral como personas y para con la sociedad. El propósito que tienen los egresados de las universidades o institutos superiores es cubrir la demanda laboral que hay en la sociedad y también contribuir al desarrollo del país.

Si bien la educación que reciben los jóvenes proviene de centros educativos tanto básicos como superiores, es importante recordar que en la sociedad existen diferentes agentes educadores que sirven de ejemplo para los niños y adolescentes. Según la ley de educación la comunidad educativa está conformada por estudiantes, padres de familia, profesores, directivos, administrativos, ex alumnos y miembros de la comunidad local (Ley N° 28044, 2003). Para la investigación solo se detalla la labor que corresponde a los estudiantes, a la familia y a los profesores ya que estos son ejes fundamentales que inciden en el desarrollo de los adolescentes y jóvenes peruanos. Adicionalmente, estos tres actores juegan un rol fundamental cuando un joven debe decidir su camino profesional.

El artículo 53 de la Ley de Educación (Ver Cuerpo C fragmento 4) puntualiza claramente los roles que cumplen los agentes que conforman la comunidad educativa, tanto las familias como los profesores contribuyen en la formación del estudiante. Los estudiantes tienen que asumir con responsabilidad su proceso de aprendizaje, la familia tiene que garantizarlo y asegurar la culminación, y los profesores tiene la misión principal de contribuir eficazmente en su formación.

Dado que los profesores contribuyen en la educación de los jóvenes es importante cuestionar si los profesores y la familia están orientando adecuadamente a los jóvenes,

cuando estos culminan la educación secundaria. O si son ellos los indicados en brindar la correcta orientación vocacional a los estudiantes. Se presentan muchas interrogantes al analizar hasta que instancia los profesores y la familia pueden brindar una adecuada orientación y asegurar la culminación exitosa de los estudiantes en la educación superior.

La orientación vocacional es importante para todo joven que está en los últimos años de la escuela secundaria y para los que están en el proceso de ingreso a los estudios superiores. Por ello, en el siguiente apartado se analiza el diseño curricular, elaborado por el Ministerio de Educación del Perú, para las escuelas secundarias. Para así comprobar si el área de orientación vocacional forma parte de las variables fundamentales en la educación que se les está dando a los adolescentes peruanos.

1.3 Diseño curricular de escuelas secundarias en Perú

Según la ley general de educación, la formación que se debe dar en las escuelas secundarias está destinada a “favorecer el desarrollo integral del estudiante, el despliegue de sus potencialidades y el desarrollo de capacidades, conocimientos, actitudes y valores fundamentales que la persona debe poseer para actuar adecuada y eficazmente en los diversos ámbitos de la sociedad.” (Ley N° 28044, 2003, Art 29).

Para profundizar en la investigación se detalla solo la información del diseño curricular relacionado a los dos últimos años de estudio en las escuelas secundarias, es decir cuarto y quinto año. Asimismo, se ha explorado el plan curricular de tales años para indagar si estos contienen temas enfocados en la orientación vocacional.

En la educación secundaria se dictan las siguientes materias como plan de estudios desde el primer año al quinto año. Matemática, Comunicación, Idioma Extranjero, Educación para el Arte, Ciencias Sociales, Persona Familia y Relaciones Humanas, Educación Física, Educación Religiosa, Ciencia Tecnología y Ambiente, y Educación para

el Trabajo. Cada una de las materias tienen se dicta en un horario de 2 o 3 horas en una semana. Adicionalmente los estudiantes tienen asignada solo una hora de Tutoría y Orientación Educativa a la semana. (Ministerio de Educación del Perú, 2005).

Si bien los alumnos aprenden materias específicas a lo largo de los cinco años de estudios, contar con solo una hora de tutoría es mínimo comparado con las otras de aprendizaje. Si bien los estudiantes usan esta hora para compartir inquietudes con sus maestros, el tiempo es insuficiente para que el profesor dé una atención particular a cada alumno si estos presentaran problemas. El diseño curricular define la Tutoría y Orientación Educativa como

Un servicio de acompañamiento socio afectivo, cognitivo y pedagógico a los estudiantes. Es parte del desarrollo curricular y aporta al logro de los aprendizajes y a la formación integral, en la perspectiva del desarrollo humano... En el nivel de Educación Secundaria la función del tutor formal recae en un profesor designado por el Director de la Institución Educativa, quien tendrá a su cargo dentro de su jornada laboral por lo menos una hora semanal para dicho servicio. En las Instituciones Educativas no deben darse terapias ni tratamientos psicológicos. El estudiante que necesite tratamiento especializado deberá ser derivado a una institución de salud para su atención. La labor de los Psicólogos escolares y de los Promotores de Tutoría y Prevención que trabajen en las Instituciones Educativas es formativa y preventiva. (Ministerio de Educación del Perú, 2005, p.21).

Los alumnos no reciben en las escuelas tratamiento especializado psicológico. Si se refiere a la orientación vocacional como un área que está dentro de la psicología se estaría afirmando que los estudiantes no reciben una adecuada orientación en el colegio, principalmente en los últimos años de estudio. En caso contrario solo lo reciben de forma general pero no de manera específica o profunda como debería ser para acompañarlos en su toma de decisiones.

Al buscar las materias que podrían abordar la temática de orientación vocacional para los adolescentes en las escuelas, se ha encontrado en el plan de estudios la siguiente: Persona, Familia y Relaciones Humanas la cual está orientada al

... desarrollo integral de la persona, al conocimiento de sí mismo y a la interacción con otros de manera constructiva. Promueve, en los adolescentes, la reflexión sobre necesidades e intereses y la toma de conciencia sobre los hechos naturales y sociales que influyen en su desarrollo personal, permitiéndoles aprender de sus propias experiencias y actitudes e ir estructurando un sistema de valores que consolide su identidad... Busca fortalecer las potencialidades y logros como apoyo para el desarrollo de su personalidad y la reflexión sobre el sentido de la vida... El desarrollo del área enfatiza la participación crítica y creativa, así como la solución de problemas y la toma de decisiones para afrontar situaciones relevantes para ellos... (Ministerio de Educación del Perú, 2005, p.194).

Con esta materia se abordan temas relacionados con los proyectos de vida personales y colectivos, opciones de trabajo y estudio, elección vocacional u ocupacional y evaluación en la toma de decisiones. Los cuales son abordados específicamente en el cuarto y quinto año de educación secundaria.

Se recuerda, luego de este enunciado, que los jóvenes no solo centran su aprendizaje en esta materia sino en otras que son obligatorias en esos años escolares. Asimismo, tal como se detalló en párrafos anteriores, las materias tienen entre dos o tres horas a la semana para ser dictadas, y posiblemente las vean una vez a la semana. Es decir, los estudiantes estarían viendo esta materia de Persona, Familia y Relaciones Humanas durante solo ese rango de tiempo.

En consecuencia, surgen dos interrogantes ¿Es suficiente ese tiempo para que los estudiantes reciban una materia que aborda la temática de orientación vocacional? y ¿Cuánto tiempo los tutores les están dedicando atención a esta área? Es importante tomar conciencia de la poca atención que se les está dando a la orientación vocacional a los jóvenes que buscan acceder a los estudios superiores.

Solo los propios jóvenes son los que experimentan los aspectos negativos y positivos que involucra la etapa de transición hacia su camino profesional; en el siguiente apartado se aborda en profundidad el significado del traspaso de la escuela secundaria a los estudios

superiores. Esto ayudará a comprender las problemáticas que se les presenta a los jóvenes y ayudará a entender el concepto que este proceso representa en sus vidas.

1.4 De la escuela secundaria a los estudios superiores

Los adolescentes luego de terminar la escuela secundaria comienzan el camino para ingresar a los estudios superiores, la que puede ser en una entidad pública o privada. Esto dependerá de dónde ellos y su familia decidan que deba estudiar, y también dependerá de la carrera profesional que elijan. Durante esta etapa de transición los jóvenes se pueden encontrar con una serie de problemáticas que desconocían al terminar la secundaria.

Estos problemas están relacionados desde los procesos de postulación para las universidades hasta decidir qué y dónde estudiar. Si bien culminar la escuela secundaria los habilita para realizar estudios superiores eso no significa que el ingreso sea sencillo, ya que los postulantes de distintas edades deben aprobar un examen para ser admitidos en las universidades.

La transición de la etapa escolar a la universitaria no es inmediata. Los postulantes a las universidades pasan por una etapa preuniversitaria, encaminada a que recuerden sus conocimientos y desarrollen habilidades que les permitan acceder a la universidad en el menor número de intentos. Esta etapa ha ido cambiando durante los años. En la década de los años noventa las universidades crearon sus propios centros preuniversitarios que reemplazaron a las academias de preparación preuniversitaria que caracterizaban a los años ochenta. Esta práctica se generalizó por la necesidad de compensar los desempeños no logrados en la secundaria. Como el estudio en los centros pre universitarios se posibilita que los mejores alumnos ingresen a las respectivas universidades sin rendir examen de selección, de acuerdo a la cantidad de vacantes destinadas con ese propósito, la demanda por esta forma de acceso a las universidades es cada vez mayor. (Tafur y Pontífice Universidad Católica del Perú, 2012, p.22).

Si bien culminar la escuela secundaria los habilita para realizar estudios superiores eso no significa que el ingreso y el proceso de transición sean sencillos; muchos jóvenes que están en esta etapa encuentran dificultades relacionadas a qué y dónde estudiar, ya sea porque no recibieron la adecuada orientación en las escuelas o en la familia. Es

posible que muchos al no recibir el apoyo o incentivo necesario opten por no continuar una educación superior o deserten en el primer intento.

Según el estudio realizado por Guerrero, los estudiante provenientes de instituciones educativas que dan más apoyo institucional respecto a orientación vocacional, talleres de postulación, preparación a los exámenes de admisión y entre otros; tienen 1,25 veces más probabilidades de postular a instituciones de educación superior en comparación a los jóvenes que provienen de escuelas que les ofrecieron poca o menos apoyo institucional. (2013).

El número de postulantes a instituciones de formación superior variará en mayor o menor medida en función a la orientación vocacional que pudieron recibir en sus instituciones educativas. Es decir, la orientación vocacional para los adolescentes es importante si estos planean continuar su camino de formación; ya sea porque les brindaron apoyo o los asesoraron adecuadamente sobre cuestiones de qué y cómo continuar. De alguna manera los prepara para lo que sigue después de la escuela secundaria.

Otras de las dificultades que se les presentan a los jóvenes que están en el proceso de postulación son las relacionadas con las barreras psicológicas. Según Guerrero ellos refieren que no solo enfrentan barreras económicas, sino también barreras psicológicas, relacionadas principalmente con la falta de información sobre qué y dónde estudiar, y al apoyo inadecuado que reciben por parte de la familia y la escuela. (2013).

Tanto la escuela como la familia juegan un papel fundamental en el acompañamiento y orientación de los jóvenes, si estos no les brindan un apoyo adecuado ya les están creando una barrera en su proceso de transición a los estudios superiores. La relevancia que tienen las barreras psicológicas en los estudiantes es fundamental, porque se les presentan durante su proceso de transición y porque éstas están relacionadas con la orientación vocacional que no se les brinda en las escuelas y en el hogar.

En resumen, según la información abordada el proceso de transición hacia los estudios superiores se presentan dos grandes problemas que pueden convertirse en obstáculos para los jóvenes: La dificultad en el proceso de admisión que deben seguir para ingresar a una institución educativa superior y en el cual necesitan una adecuada orientación ya sea por los padres o educadores. Y decidir qué y dónde estudiar, para lo cual es fundamental que puedan recibir una adecuada orientación que los asesore en función de sus capacidades y objetivos trazados.

Para comprender mejor una de estas problemáticas, en el siguiente apartado se explora cómo es el proceso de admisión que se debe seguir para ingresar a las universidades peruanas, lo cual involucra toda una preparación previa para los jóvenes. Y a lo largo de toda la investigación se estará cuestionando y respondiendo sobre la importancia de la orientación vocacional en los jóvenes que buscan continuar con sus estudios.

1.5 ¿Cómo es el ingreso a la universidad?

El ingreso a las universidades se realiza mediante un concurso de admisión, cuyas características son establecidas por el estatuto de cada universidad. Este examen consiste en la administración de pruebas escritas con temas de ciencias y/o letras. También se puede incluir pruebas de aptitud. No existe una prueba única de admisión a nivel nacional, cada universidad plantea su propio examen. (Del Mastro, 2011).

La mayoría de los postulantes se presenta a los exámenes de selección de distintas casas de estudio y no necesariamente a las mismas carreras profesionales. Como el país no cuenta con un examen de admisión único y las fechas de los mismos dependen de las universidades, los postulantes “prueban suerte” tratando de acceder a distintas carreras en distintas universidades. Esto va en desmedro de su vocación y de la calidad de su formación.” (Tafur y Pontífice Universidad Católica del Perú, 2012, p. 19)

Muchos estudiantes prueban suerte en distintos centros superiores sin importar qué hayan elegido estudiar, ya que su objetivo principal es el de ser admitidos y aprobar los exámenes de admisión. Sin embargo, al realizarse esto, los jóvenes están dejando en

segundo plano su vocación, y más aun pasando por alto la calidad de formación que puedan recibir del centro superior. Al no tener una orientación de cómo seguir un adecuado proceso en postulación, en qué y dónde estudiar, los jóvenes se centran principalmente en aprobar el examen de admisión y estar dentro de alguna institución.

Postular a las universidades peruanas consiste en seguir un proceso estricto tanto en documentación a presentar como el de estar atento a las fechas de postulación que se tienen que respetar.

Con la finalidad de inscribirse en una institución de educación superior, el estudiante debe, en primer lugar, completar la educación secundaria y obtener la certificación correspondiente, y en segundo lugar, debe aprobar un examen de ingreso establecido por la institución de educación superior, ya sea una universidad o un instituto, debido a que el número de vacantes disponibles es menos al número de postulantes. Regularmente los exámenes de admisión son tomados dos veces al año (en marzo y en agosto). Solo en el caso de algunas universidades privadas, hay un examen de ingreso adicional para aquellos estudiantes que durante la secundaria estaban en tercio superior. Estos estudiantes pueden postular a la universidad mientras están cursando el último año de secundaria. Aunque la modalidad de ingreso por examen de admisión sigue siendo la más frecuente, adicionalmente, existen otras modalidades de ingreso a las instituciones educativas universitarias, como el ingreso por primeros puestos y a través de centros pre-universitarios. De acuerdo al II Censo Nacional Universitario realizado en el país en el año 2010, el 68,1% de la población total que accedió a los estudios universitarios lo hizo mediante un examen de admisión, el 15% a través de centro pre-universitarios y el 5,9% por primeros puestos. (Guerrero, 2013, p. 26)

Dado que ingresar a las instituciones de educación superior involucra aprobar los exámenes de admisión que éstas usan como filtro, los jóvenes se ven presionados a tener una preparación previa para que puedan asegurar su ingreso a alguna universidad. Esto los lleva a buscar una educación adicional en las academias pre universitaria, las que pueden ser de las mismas universidades o pueden ser academias particulares que están enfocadas en brindar una preparación especializada para los exámenes de admisión.

En el siguiente apartado se detalla información acerca de en qué consiste la preparación que reciben los estudiantes que se disponen a ingresar a las instituciones de educación superior. Cabe anticipar que esta preparación previa está más enfocada a la enseñanza

de las áreas que los ayuden a ingresar a los centros formativos, pero no está enfocada en brindar una asesoría relacionada con la orientación vocacional.

1.6 Preparación pre universitaria en Perú

La preparación preuniversitaria en el Perú es visto como el puente necesario entre la escuela secundaria y la universidad o institución superior, debido que el ingreso a estas casas de estudios está condicionado por los exámenes de admisión. Algunos estudiantes necesitan recibir esta preparación previa debido a los las pruebas son de alto nivel académico dependiendo de la entidad educativa. Esta preparación se lleva a cabo en las academias particulares y especializadas en brindar este servicio; y lo realizan al finalizar el colegio y antes de postular a las universidades.

Según Hurtado, en la actualidad la preparación preuniversitaria se está incluyendo en la currícula educativa de algunos colegios privados, pero no en colegios públicos. En los últimos años, ésta preparación preuniversitaria se ha modificado en ciertos aspectos, así como también ha influenciado en el trabajo de algunos colegios privados, porque ya no se da exclusivamente en las academias preuniversitaria. Esta preparación ya no solo es posterior al término de la secundaria, sino durante esta; los profesores preuniversitarios han pasado a formar parte de la plana docente de los colegios, y a su vez muchos profesores de carrera han adaptado su trabajo al tipo preuniversitario. (2006).

Bajo esta demanda educativa los centros educativos privados están ofreciendo la preparación pre universitaria durante los años de estudios de la secundaria. Dejando en desventaja a los colegios del estado, que están orientados en brindar una educación según lo detalla el plan curricular para cada año de estudio. En esta lógica, las escuelas, principalmente las privadas, están más preocupados en hacer egresar a escolares que estén aptos para aprobar el examen de admisión y no enfocados en darles una orientación adecuada para su acceso a la educación superior.

En las investigaciones exploradas no se encuentran apartados que mencionen que los colegios, principalmente públicos, estén prestando atención a la importancia de la orientación vocacional, están preocupando en aumentar el número de estudiantes que ingresen a las universidades. Pero, no, sí lo que estos decidan estudiar está bien para su crecimiento personal y profesional, o sí es que los jóvenes están seguros de qué y dónde quieren estudiar.

En la presión de la preparación para el examen de admisión y la aprobación del mismo, los jóvenes se ven envueltos en dificultades que surgen en este proceso de transición hacia la educación superior. Según los resultados de Guerrero las principales dificultades que enfrentan son “no sentirse lo suficientemente preparado para postular, no saber qué carrera estudiar, no saber a dónde o a qué institución de educación superior postular y no tener suficiente dinero para pagar los derechos de admisión.” (Guerrero, 2013, p. 53).

La dificultad más común que tienen los escolares que terminan la secundaria es no sentirse preparados para dar los exámenes de admisión de las universidades. La mayoría de ellos tiene que estudiar adicional al terminar la secundaria para prepararse, es decir ir a un centro pre universitario, lo que indica que existe una brecha entre la educación secundaria y la superior. A esto se le suma el problema de saber qué y dónde estudiar, esto sugiere que no están recibiendo información suficiente en casa y en el colegio que pueda apoyarlos y orientarlos durante su transición hacia educación superior.

Sobre la base de los resultados de este estudio, resulta relevante diseñar programas y políticas educativas destinadas a fortalecer la capacidad de las escuelas para brindar a sus alumnos y alumnas apoyo institucional adecuado en términos de su transición a la educación superior. Finalmente, en relación con las políticas educativas dirigidas a incrementar las tasas de asistencia a educación superior, cabe señalarse que estas deben abordar no solamente barreras económicas que enfrentan los estudiantes durante su proceso de postulación a educación superior, sino también barreras psicológicas. (Guerrero, 2013, p. 59).

Ante esta la falta de apoyo institucional a los estudiantes es importante que los jóvenes reciban una orientación y acompañamiento adecuado en su camino hacia su formación

profesional. Asimismo, se debe reconocer que la solución no es solo incrementar el número de ingresantes a las universidades o facilitar su acceso, sino adicionalmente los jóvenes deben sentirse seguros de qué estudiar y dónde realizar esos estudios, y para ello es necesario una adecuada asesoría en orientación vocacional con la que puedan resolver sus interrogantes e inseguridades.

Ingresar a las universidades en el Perú no solo debe significar aprobar los exámenes de admisión, sino debe resultar que el número de estudiantes que deciden postular deben estar seguros de lo que eligieron estudiar.

1.7 Acceso a los estudios superiores en Perú

En los últimos años el número de postulantes a la educación superior ha ido creciendo, tanto en el Perú como en el extranjero. Según Guerrero entre el año 1995 y el año 2011 hubo un incremento del más del 20% a nivel mundial. Y en el contexto latinoamericano el número de matrícula a la educación superior se incrementó de un 17% en los años noventa a un 34% en la actualidad. (2013).

A pesar de que el ingreso a entidades de educación superior es restringido por cierto nivel en los exámenes de admisión, esto no significa que en los últimos años los jóvenes dejen de postular. Si bien según las investigaciones, a nivel mundial el número va en incremento, esto significaría que los jóvenes están tomando a la educación profesional como principal herramienta de acceso a las ofertas laborales y como camino principal para desarrollarse como personas.

En el caso de Perú, el fenómeno de aumento en las tasas de matrícula en educación superior se ha incrementado de un 14.6% en el año 1985 a un 22,2% en el año 2005 y en el 2011 bordeaba un 26% (Guerrero, 2013). “Según cifras de la Asamblea Nacional de Rectores (ANR), en 1970 postularon 64 mil jóvenes, en el año 2005 el número de

postulantes universitarios ascendió a 411 mil y en el año 2010 postularon 543,134 jóvenes.” (Tafur y Pontífice Universidad Católica del Perú, 2012, p.18).

Para comprender este fenómeno se tiene que entender que para los jóvenes tener estudios superiores está asociado a su crecimiento personal, profesional y económico. “El acceso a educación superior está positivamente asociado con una movilidad social ascendente y mejores oportunidades profesionales.” (Benavides, 2004).

Existen varios enfoques que explican las razones del porqué los estudiantes deciden continuar con los estudios superiores, las que detallan desde perspectivas económicas, sociológicas e individuales. Para Guerrero existen dos tipos de factores que son relevantes para entender la transición de una etapa (etapa escolar) a la otra (etapa universitaria), los cuales se refieren a los factores individuales y escolares. (2013).

En los factores individuales se encuentran como los más relevantes los de los antecedentes familiares enfocados en el origen social y en el de los estudios de los padres. Los estudiantes provenientes de familias con niveles educativos altos y con mayores ingresos tienen mayor probabilidad de optar por una carrera universitaria y de mayor duración.

Específicamente en el caso del Perú, existen algunos estudios que analizan la relación entre la educación y la movilidad social intergeneracional... la educación superior es un factor importante para tener mejores oportunidades laborales, pero que el efecto del origen social en el acceso a educación superior es aun considerable... Recientemente se encontró que el origen social y el nivel educativo de los padres tienen un efecto significativo en los logros educativos de sus hijos e hijas. (Guerrero, 2013, pp.19 – 20).

Una de las principales razones que hace que los jóvenes salientes de la escuela secundaria continúen con los estudios superiores está relacionado con la educación de sus padres. Guerrero menciona que aquellos que tengan al menos un padre profesional tienen mayor posibilidad de postular a la educación superior, porque los padres desempeñan el papel de modelos a seguir por sus hijos y porque estos podrían estar

mejor preparados para guiarlos en el proceso de postulación. También, analiza en su investigación, que el apoyo que reciben los jóvenes tanto en la escuela como en la familia es sumamente importante. Así como también el rendimiento académico que pudieron tener en el último año de la secundaria y el apoyo ofrecido por profesores y amigos. (2013).

Es decir, en una familia que cuente con al menos un padre profesional, el hijo tendrá mayor apoyo e incentivo de continuar los estudios superiores. Debido a que al tener un referente que pueda orientarlo y explicarle cómo es la transición después de la escuela hace que el joven se sienta más seguro de continuar. Así mismo, el padre puede acompañarlo en todo su proceso de ingreso a la institución superior porque este ya pasó por la misma situación que el hijo.

Por otro lado, también se presentan los factores escolares que influyen a que los jóvenes continúen con los estudios superiores. En este ámbito, un factor primordial que contribuye es la consejería vocacional que las escuelas secundarias puedan brindar a los alumnos.

Con respecto a los factores escolares, la investigación de Guerrero hace referencia de estudios realizados en el exterior porque no se encontró investigaciones realizadas en el Perú. Sin embargo, en base a estos estudios se puede comprender que el área de orientación vocacional tiene una fuerte incidencia en las decisiones de los jóvenes que buscan seguir estudios superiores.

En general, los autores que hallan factores escolares asociados con mayores tasas de postulación a la universidad no necesariamente predicen mayores tasas de ingreso. Específicamente, sus resultados sugieren que el hecho de que el colegio brinde consejería vocacional influye en la postulación de los estudiantes a educación superior. Al respecto, encontraron que los estudiantes tienen 1.6 veces más probabilidades de postular a cualquier universidad si asistieron a una escuela que daba más de doce horas a la semana orientación vocacional, aunque esta variable no predecía necesariamente el ingreso a la universidad...(Guerrero, 2013, pp. 22-23).

La orientación vocacional que se les pueda brindar a los jóvenes ya sea en las escuelas o fuera de ellas, es clave para ayudarlos y orientarlos en su transición hacia la educación superior, ya que muchos durante esa etapa no han definido aún qué y dónde estudiar. Si bien esta asesoría no garantiza su ingreso, por otro lado si asegura que ellos estén seguros de qué y dónde estudiar, y principalmente asegura que los jóvenes sientan que han hecho una elección acorde a sus aptitudes y capacidades.

Guerrero menciona que los estudiantes provenientes de instituciones educativas que dan más apoyo institucional en orientación vocacional, realización de talleres para enseñarles sobre cómo postular a una institución de educación superior, mostrarles como son los exámenes de admisión a la universidad; son los que tienen más probabilidad de postular a la educación superior. Esto en comparación de aquellos que proceden de instituciones educativas con menor apoyo institucional. (2013).

Tanto las instituciones educativas como la familia desempeñan un papel importante en la transición hacia la educación superior. Ya que los jóvenes enfrentan durante ese proceso diferentes barreras tanto económicas como psicológicas. Los jóvenes al transitar ésta etapa de preparación entre la secundaria y el ingreso a la universidad o instituto superior necesitan recibir la adecuada orientación vocacional, la que les pueda dar seguridad de qué estudiar, porqué estudiar y dónde estudiar.

Conocer que la población juvenil accede a la educación superior porque involucra un ascenso en la escala social y un crecimiento personal, ha llevado a comprender que en esta etapa de transición se encuentran con barreras que necesitan una atención especializada que los pueda ayudar a transitar su paso hacia los estudios universitarios, es decir una atención adecuada y de calidad en orientación vocacional.

Capítulo 2. Orientación vocacional en Lima

En el primer capítulo se abordó conceptos relacionados a la situación actual de la educación en Lima; dirigiendo la atención, principalmente, en la educación secundaria, para así saber si los estudiantes están recibiendo una adecuada orientación vocacional dentro de las escuelas y/o fuera de ellas. En base a los estudios explorados se deduce que esta área es fundamental para la educación de los adolescentes, en especial para aquellos que deciden continuar con los estudios superiores. Sin embargo, la orientación vocacional no está tan presente en esta etapa de transición, ya que en la escuela como en la familia lo abordan de forma superficial o desconoce acerca de cómo deben orientar a los jóvenes.

Por ello, el segundo capítulo busca conocer la situación actual de la orientación vocacional en Lima y las problemáticas que se pueden generar ante la ausencia de esta. Para lograr eso se define el concepto de orientación vocacional para su mejor comprensión, sin dejar de lado su historia y evolución hasta la actualidad. Esto ayudará a vislumbrar cómo ésta área juega un papel importante en cierta etapa de los jóvenes.

Asimismo cabe resaltar que este segundo capítulo explora investigaciones que se han hecho específicamente en la ciudad de Lima, las cuales buscan dar un mirada general de la situación de la orientación vocacional. Y también con el aporte de investigaciones realizadas en otros países se hace una comparación en la percepción que se tiene sobre ésta área en diferentes países. Lo cual ayuda a comprender cómo se está abordando en la actualidad la problemática de la desorientación vocacional en los jóvenes.

2.1 Definiendo orientación vocacional

Según su origen etimológico 'vocación' viene del latín 'vocatio, vocationis' que significa 'llamado', 'invitación'; es decir, la vocación se derivaría desde fuera del sujeto. Es exterior a él y lo invita a participar de una determinada situación: la elección de una profesión, de un trabajo, de una carrera. (Aguirre, 1994, p. 323).

Aguirre añade que no hay una definición exacta o única para describir lo que es la orientación vocacional, porque ésta ha ido evolucionando en conceptos tanto que hasta la actualidad se encuentra en problemas de identidad, metodología y direccionalidad. A esto, se le suma las transformaciones económicas y el desempleo juvenil que han hecho cambiar el enfoque orientativo vocacional. Así como también, su evolución depende de las nuevas tendencias y cambios que se están generando en la sociedad respecto al trabajo, educación y familia, ya que se han dado cambios en el papel del hombre y de la mujer en el mundo. (1994).

La orientación vocacional no es un área profesional nueva en la sociedad, dado que está dentro de la psicología. Sin embargo, se conoce poco de su aporte o labor que desempeña en la vida de los jóvenes limeños. Debido a que no se le está prestando la debida atención a la ayuda que piden las personas en determinada edad. Los jóvenes en su proceso de transición a la vida adulta requieren de una orientación vocacional, en especial cuando terminan la educación secundaria y están en la etapa de su búsqueda de crecimiento profesional y personal.

La orientación vocacional es la ayuda técnica que se ofrece a una persona, para que reconozca y acepte sus características y potencialidades, tanto de su propia realidad y del medio en que se va a desenvolver, enfocado al desarrollo de su personalidad y a las contribuciones sociales que podría realizar en su entorno. (Raton, 1988).

Según Aguirre ésta área profesional facilita la inserción al mundo laboral basándose por una parte en sus posibilidades, motivaciones, limitaciones e intereses de la persona. Y por otra, basándose en las facilidades o barreras que impone el medio en donde se desarrolla el individuo. (1994). También se la puede definir como el proceso que brinda ayuda al orientado para que, al conocerse a sí mismo y al mundo del trabajo se prepare y acceda a la profesión adecuada a sus aptitudes, intereses y rasgos de personalidad, teniendo en cuenta las posibilidades de estudio y de trabajo existentes. (Castillo, 1985).

En otras palabras se puede considerar a la orientación vocacional como un proceso educativo para el individuo con el fin de facilitarle una ayuda que lo conduzca a encontrar la máxima concordancia entre sus capacidades, actitudes, valores e intereses y las aptitudes necesarias para las diversas opciones que se presentan en el mundo laboral, para que pueda encaminarse hacia su autorrealización personal. (Frisancho, 2006).

En resumen se entiende a la orientación vocacional como un proceso que ayuda a las personas, en especial a los jóvenes, a encontrar una profesión que sea acorde a sus capacidades, aptitudes e intereses. Centrando su atención en ayudar al crecimiento de la persona para que pueda desenvolverse adecuadamente en una sociedad y para que éste responda eficazmente a las oportunidades laborales que se encuentran en el mercado actual o en la sociedad en dónde se desarrolle.

Por otro lado, Oliveros recopila en su investigación la opinión de varios autores quienes señalan que la orientación vocacional se ocupa específicamente de que los estudiantes no se equivoquen al tomar una decisión vocacional, para así evitar fracasos en sus vidas. Y según la autora, desde el año 1999 se deja entrever que la orientación vocacional tiene otro objetivo que solo facilitar la toma de decisiones relacionado a lo vocacional, sino que también se le suma el aprendizaje de destrezas y la creación de una vida satisfactoria a quienes reciban este tipo de orientación. (2012).

Ante lo mencionado, se puede agregar dos labores fundamentales a la orientación vocacional, primero el de facilitador en la toma de decisiones para evitar los fracasos en la vida de los jóvenes. Y el segundo como instructor de habilidades para la construcción de una vida placentera que sea ajena de preocupaciones o tensiones que se generan al estar en un camino que no aporta al crecimiento de las personas. La labor del orientador es fundamental y de gran aporte para un joven que presenta indecisión de qué hacer al terminar sus estudios escolares. Debido a que si éste joven contara con una asesoría que

le pueda ayudar a tomar sus decisiones, le enseñe el uso adecuado de sus habilidades y aplicación de sus intereses, estaría resolviendo los conflictos y atenuando los temores que tiene al pasar de una etapa a otra.

El trabajo del orientador no solo se resumiría en conocer las capacidades, gustos e intereses del joven sino que también debe tener presente "... el contexto familiar y la situación general del medio donde se está inserto para poder decidir acerca del propio futuro." (Molina, 2004, p. 2).

La orientación vocacional tiene la función de acompañar a los estudiantes en la toma de decisiones para evitar en alguna medida sus fracasos en el futuro. Para ello, éste acompañamiento no debe dejar de lado los intereses y la personalidad que identifica al orientado. Dado que de alguna manera, indirecta o directa, la orientación vocacional aportaría en la creación de una vida grata; ya que el profesional debe considerar aspectos personales del joven que lo definen y distinguen de otros; y también aspectos sociales que influyen en él, como su familia y entorno social. Cada joven presenta diferentes intereses y capacidades, y es ahí la labor particular que tiene el orientador de acompañar adecuadamente a cada joven a que encuentre su área profesional de interés.

Tras intentar definir y comprender el concepto de orientación vocacional se concluye que este campo de trabajo es de suma importancia para el desarrollo del individuo en una determinada etapa. Y no solo trata de brindar una atención superficial sino que consiste en todo un proceso de acompañamiento que aporta significado en el crecimiento de todo joven de forma individual, ya que lo acompaña en su transición hacia la vida adulta. Brindándole las herramientas y soporte psicológico necesario para afrontar las necesidades y exigencias de la sociedad, ya sea en el aspecto laboral y/o en el de los estudios superiores.

2.2 Orientación vocacional profesional y sus actividades

En el apartado anterior se definió a la orientación vocacional como un proceso que brinda ayuda a las personas en la toma de sus decisiones vocacionales en base a sus habilidades, intereses y en función al contexto en donde se desarrollará. En los siguientes párrafos se intentará comprender el trabajo de un profesional de esta área, para comprender las áreas específicas que el orientador trabaja con el orientado.

La orientación vocacional profesional se define como los servicios y/o actividades que tienen como finalidad asistir a personas de cualquier edad a gestionar sus profesiones y opciones educativas y laborales, durante cualquier momento de sus vidas. (Dubois, 2010).

Bajo este concepto se comprende que esta área no solo se centra en jóvenes que culminaron la escuela, sino que también atiende a un público más amplio sin importar la edad ni el momento en que se le deba brindar la asesoría. Asimismo, se entiende que esta área no solo sugiere aportes en el campo de la educación, sino también en el campo profesional relacionado con el empleo.

Las actividades de la orientación profesional se clasifican en cinco categorías: 1) Información profesional, información necesaria para buscar trabajo, obtenerlo y mantenerlo... 2) Educación profesional... brinda ayuda a los estudiantes para comprendan sus motivaciones y valores, aportando información al mercado laboral y competencias para elegir opciones de educación y capacitación. 3) Asesoramiento sobre posibilidades de carrera, ayuda a las personas a esclarecer sus metas y aspiraciones, tomar decisiones fundamentales, gestionar transiciones profesionales, tanto planificadas como no planificadas. 4) Asesoramiento con respecto al empleo, trabaja en el esclarecimiento de las metas laborales inmediatas y ayuda a acceder a oportunidades de empleo...5) Intermediación laboral, orienta a las personas a vacantes laborales. Esta actividad se atribuye al mercado de trabajo privado como al gobierno. (Dubois, 2010, pp. 104-105).

Dado que el presente proyecto se centra en la orientación vocacional para jóvenes que están por terminar la escuela secundaria o la terminaron recientemente, es preciso conocer los objetivos y finalidades de esta práctica en este público determinado. Castañeira menciona que un profesional en orientación vocacional debe preparar a los

jóvenes para afrontar la transición con creatividad e innovación, para que sepan convivir con la incertidumbre cuando piensan en sus proyectos futuros, para que tengan presente que las opciones por recorrer no son únicas o fijas a lo largo de su vida y para que aprendan a tener una mirada crítica y analítica en el contexto social, político y económico de su sociedad actual. (2010).

Si bien el camino hacia la adultez que les espera a los jóvenes estudiantes es incierto, ellos merecen contar con el apoyo de un adulto que los oriente, prepare y apoye en las opciones que se les puedan presentar en el camino que decidan recorrer. Un orientador vocacional es la persona indicada cuando los padres o educadores no tienen noción o conocen poco de como brindar este apoyo.

2.3 Orientación Vocacional a través de la historia

En los siguientes párrafos se expone parte de la historia de la orientación vocacional para entender como su definición e importancia ha ido evolucionando con el paso del tiempo.

...en la antigüedad los reyes y comandantes de ejércitos, ante un panorama de posibles guerras y calamidades, consultaban acerca de lo que le aconsejaban los oráculos en relación con las decisiones que debían tomar. Es decir, buscaban algún consejo u 'orientación'; algunas veces los tomaban en cuenta y otras no; pero, el servicio como tal estaba allí disponible para el que quisiera tomarlo... En la actualidad los jóvenes que no saben qué decidir se les dice que necesitan 'orientación' y que están "desorientados". También se dice que en las tribus primitivas estos deberes estaban reservados para los más ancianos o sacerdotes quienes decidían sobre los asuntos más importantes de la vida de una comunidad o la vida personal de cada individuo. De lo anterior puede deducirse que por esa razón el símbolo que tradicionalmente representa a la orientación es una brújula... con la intención de que nos ubiquemos en una dirección determinada, y no sigamos "desorientados" o "sin orientación". (Oliveros, 2012, pp.129 – 130).

Antes la orientación consistía en cubrir diferentes aspectos de forma integral e intentaba abarcar todas las decisiones que pudieran tomarse en cualquier área de la vida del individuo. Pero según Castañeira (2012) con el transcurso del tiempo se dio paso a la especialización; y para poder atender a la fragmentación del hombre se dio origen a la Orientación Personal-Social, a la Orientación Familiar Sexual y a la Orientación Vocacional, porque se entendía que estas áreas se podían abordar en forma separada.

Por otro lado, Gavilan enfoca el origen de la orientación vocacional desde Estados Unidos durante el periodo de crisis económica. En donde el ingeniero Frank Parsons en el año 1909 preocupado por lo social intentó colaborar para que los jóvenes de las clases bajas pudieran elegir una ocupación. A esto se le sumo J.B Daviles en el año 1913 quien introdujo la orientación vocacional en el currículo de los alumnos de secundario. (2006).

Sin importar cual haya sido la razón principal del origen de la orientación vocacional, se tiene que tener presente que esta surgió para brindar apoyo a las personas que se sienten desorientadas y que necesitan tomar una dirección para su beneficio personal tanto en la formación educativa como en lo laboral.

Para Oliveros, en la actualidad la sociedad pasa por un período de cambios que obliga a los profesionales de la orientación a reinventar concepciones teóricas e intervenciones prácticas. Debido a que ya no solo se trata de asistir a las personas en la toma de una decisión vocacional, sino de ir mucho más allá. (2012).

El trabajo del orientador se va adaptando con la evolución de esta área profesional y de los cambios que se originan en la sociedad tanto en contexto educativo como laboral. Es decir, con la evolución de las tecnologías de la información se han abierto nuevos campos laborales, los cuales están causando gran interés en la población joven. El orientador de hoy debe conocer y estar atento a los cambios que se generan para así brindarle al joven una orientación acorde a sus intereses y capacidades, los cuales también se enfocan en los cambios que se presentan en su contexto social.

2.4 Orientación vocacional cambios para la actualidad

El concepto de orientación vocacional ha ido evolucionando, dado que se han ampliado las áreas que ésta debería abordar. A la que se le atribuye no solo el resolver la interrogante de la desorientación vocacional, sino también de velar por la satisfacción individual de un persona tanto en educación, trabajo y realización personal.

González, señala que producto de una investigación realizada en los países latinoamericanos "...el 49 por ciento de los encuestados no está satisfecho con la preparación recibida y el 91 por ciento establece que los programas de formación deben ser mejorados." (2010, p.4). Oliveros añade que existe un cierto grado de disconformidad presente con el trabajo del orientador latinoamericano, lo cual sería una variable a considerar para proponer innovaciones, métodos, modelos o enfoques en el campo de la orientación. (2012).

Para poder comprender los cambios de la orientación vocacional es importante tener en cuenta que para aplicar un modelo de orientación adecuado que resuelva los problemas que se presentan en la población joven, se tiene que tener presente la idiosincrasia de la sociedad donde el joven se desarrolle. (Oliveros, 2012). La orientación vocacional tiene la tarea fundamental de responder a problemas específicos que se presentan en cada país. Esto refiere, que no se puede pensar en un solo modelo que ayude a resolver los problemas de desorientación sino que bajo un análisis de situación de cada sociedad se puede responder adecuadamente a los problemas específicos que cada país presenta en esta área.

La labor del orientador vocacional no significa que sólo se aborden problemas relacionados con la selección de tipo de estudio o la ubicación en un trabajo determinado, sino que debe ocuparse por aspectos integrales de la vida de los ciudadanos así como contribuir al desarrollo económico y social de los países, y que aun cuando se reconoce la naturaleza global de los problemas, las soluciones no pueden ser las mismas en cada países. (González y Lessiere, 2009).

Ante la situación actual del mundo en constante cambio, ya sean cambios sociales o los problemas económicos, la orientación vocacional tiene que ampliar su campo de acción. Porque ya no solo se trata de que los jóvenes tengan apoyo en la toma de una decisión vocacional, sino que ahora necesitan una orientación que les aporte en precisar que

harán con sus vidas y del cómo organizarán sus proyectos de vida acordes al contexto en el que se van a desenvolver.

Según Oliveros los proyectos de vida están conformados por otros tres subproyectos que de alguna manera se relacionan entre sí y son inseparables. Tales son: El proyecto personal, el que tiene que ver con el desarrollo del individuo desde sus valores, salud, familia y entorno social. El profesional, el cual está enfocado en que la persona tenga un trabajo decente, digno y saludable. El proyecto social, el cual ve el sentido de pertinencia del sujeto hacia su comunidad, sin el cual ninguno de los anteriores dos subproyectos tendría sentido de trascendencia humana. Estos tres subproyectos tienen que ser atendidos en la misma proporción y con la misma intensidad para que ninguno se sobreponga ante a otro. (2012).

En la actualidad la orientación vocacional no solo tiene el papel fundamental de asesorar en la toma de decisiones; sino que principalmente debe orientar a los jóvenes a realizar un proyecto de vida que pueda darle beneficios en todos los ámbitos. Asimismo, con este aporte a los jóvenes, indirectamente el trabajo de orientador contribuye a que la sociedad cuente con personas decididas en lo que quieren hacer, y así poder brindar un aporte significativo a su contexto de desarrollo. Para ello, el profesional tendrá que tener presente la situación actual y los cambios generados en el país para que la asesoría que brinde a su público sea acertada y responda adecuadamente a las necesidades laborales y a las demandas profesionales que se solicitan.

2.5 Orientación vocacional en los colegios de Lima

Al tener una percepción más amplia de lo que consiste el trabajo del orientador vocacional, es fundamental para la investigación del proyecto también dé a conocer el estado actual del servicio de orientación vocacional dentro de los colegios públicos y privados de Lima, y sobre todo entender cómo los jóvenes la reciben.

La orientación vocacional se realiza en la mayoría de los colegios sin importar que sean privados o públicos. La cual es experimentada como un hecho puntual, separado de lo educativo y sin relación a un proyecto personal de vida. Es decir, los jóvenes no reciben de forma adecuada la asesoría, porque no se realiza como debería ser; es decir como un proceso de acompañamiento en la exploración y toma de decisión con base en la educación primaria y desarrollo durante la secundaria.

Para Frisancho el Diseño Curricular Básico de Educación Secundaria del Perú tiene dos principales objetivos: la formación integral del estudiante y su ubicación en el mundo laboral. Lo cual significaría que la educación en las escuelas tanto primarias como secundarias es parcializada y está más enfocada a lo instructivo que a lo formativo. A esto se le suma las horas de tutoría la cual es conducida por profesores quienes no están capacitados en orientación educativa. En consecuencia, los estudiantes al terminar su educación secundaria no cuentan con un proyecto personal de vida y, por lo tanto, no saben qué hacer en adelante. (2006).

Las escuelas de Lima no cuentan con el personal preparado para brindar una adecuada orientación a los estudiantes, o no se les está brindando los espacios a los jóvenes en dónde puedan plantear y buscar respuesta relacionada a su futuro. Ya sea porque la normativa educacional no lo impone o porque estas no le están brindando la respectiva relevancia e incidencia que tiene la orientación vocacional para la construcción del futuro de los estudiantes.

Los resultados encontrados en la investigación de Frisancho revelan que hay un 21,3 % de alumnos de colegios públicos que no han recibido una adecuada orientación vocacional. Así mismo, menciona que lo ideal sería que la orientación vocacional debería tener presencia desde el tercer año hasta el quinto año de educación secundaria. Pero, la realidad es que hay un solo 19.5 % de colegios privados que realizan este proceso y solo un 10% en el caso de los colegios públicos. Y hay un 40.5% de colegios públicos en

donde se realiza la orientación solo en el quinto año. (2006). Estas Cifras mostrarían que hay un gran número de instituciones educativas que no ofrecen adecuadamente el proceso de orientación vocacional a sus estudiantes, debido a que se concentran en la educación formativa, pasando por alto detalles que podrían tener un valor significativo para el joven a la hora de decidir su futuro académico y ocupacional.

La orientación vocacional se lleva a cabo en casi todos los colegios públicos y privados de la ciudad de Lima. Sin embargo, la calidad con que se imparte no es la misma. Frisancho, en el año 2004, encontró que la orientación vocacional que reciben los alumnos en los colegios públicos es más pobre (contempla menos aspectos) y se lleva a cabo de manera más puntual (y no como un proceso) que la recibida por los alumnos de los colegios privados. Además, los alumnos de los colegios públicos calificaron mayormente de 'regular' la orientación vocacional recibida, mientras que los alumnos de los colegios privados la calificaron principalmente de "buena". (Frisancho, Mesías, Peralta y Aliaga, 2013, p. 29).

Si bien la orientación vocacional si está presente en los colegios públicos como privados de Lima, está claro que el nivel y la calidad con la que la reciben los estudiantes es distinta según donde ellos cursen la educación secundaria, generándoles así desventajas y barreras en su acceso a la educación superior. Esta situación los obliga a buscar información en otras fuentes, ya sean los familiares o explorar información en Internet.

2.6 Orientación Vocacional en los jóvenes

En este apartado se aborda información sobre la importancia de la orientación vocacional en los jóvenes porque al terminar la secundaria muchos de ellos aún no tienen definido qué hacer, o estudiar o trabajar; y ante esa indecisión es fácil que ellos se dejen influenciar por los amigos, las tendencias sociales o por la familia. Por ello, es fundamental que los jóvenes sepan que pueden armar un proyecto de vida acorde a sus conocimientos, intereses y aptitudes personales.

Es importante que los jóvenes sepan que cuentan con conocimientos y capacidades que pueden hacer uso de forma exitosa en su camino profesional. Ya que caso contrario, significaría tener a jóvenes insatisfechos con su profesión lo cual supondría tener

profesionales insatisfechos en ejercer su carrera, afectando indirectamente al desarrollo y crecimiento de su sociedad.

...la peligrosa ignorancia con que los jóvenes arriban a una profesión, sin conocer sus propias posibilidades y capacidades, (lo cual) hace perder tiempo y dinero y produce una calidad de profesionales de escaso rendimiento y prestos a abandonar su oficio al presentárseles una oportunidad para ganar dinero en otras actividades. Los adolescentes escogen un oficio guiados por simples intuiciones o por sugerencias familiares, cuando no por estímulos pasajeros. Por ello se precisa señalar las capacidades científicamente y orientar a los jóvenes hacia las profesiones en que esas capacidades tienen posibilidades de éxito... (Prieto-Figueroa, 2009, p. 121).

A esta mirada de preocupación, de la importancia de la asesoría en orientación vocacional en los jóvenes, se presenta el término Síndrome de Indiferencia Vocacional (SIV) el cual es abordado por Boada, Di Alessio y Millán (s/f) quienes mencionan que este síndrome sugiere la presencia de altos índices de apatía, desmotivación e insatisfacción en los jóvenes. El cual es caracterizado por la incapacidad de visualizar a plenitud la verdadera vocación y causado por la existencia de anomia social, ausencia en la búsqueda activa de información, desinterés, atribución externa de decisión, es decir que la realidad nacional no promueve los intereses específicos en la vía del desarrollo profesional. Los investigadores del SIV hallaron que este mal se presenta en tres dimensiones que lo caracterizan, la indiferencia académica, desinterés profesional y el hedonismo.

Si bien los jóvenes cuentan con diferentes herramientas tecnológicas que facilitan su exploración en sus intereses, sienten frustración al no saber cómo deben elegir o distinguir la que mejor se adecue a sus capacidades y aptitudes. Lo cual podría desmotivarlos y generar frustración para continuar en la búsqueda de nuevas opciones. Por ello, es necesario que los estudiantes que están en esta transición de elección puedan contar con espacios en donde compartan sus experiencias y en dónde puedan encontrar respuestas que los guíen y ayuden en cómo afrontar sus conflictos, a formular sus aspiraciones y a armar sus proyectos de vida.

Esta posibilidad de formular aspiraciones y proyectos por parte de los jóvenes permitiría tener un mayor control sobre su presente a través de la construcción de una razón imaginativa que les permita narrar e inventar otros sentidos, como puntos de referencia mínimamente estables, portadores de significantes, para ubicarse cordialmente en este mundo ...Por ello, frente al declive de las instituciones en estos tiempo de fragmentación, mucho depende de los espacios que abramos como orientadores, como espacios de inscripción. Espacios donde los jóvenes que habitan situaciones de vulnerabilidad y expulsión social devengan en experiencia de construcción subjetiva. Habilitar la búsqueda de un proyecto posible constituye un gesto que rehabilita la dimensión del porvenir. (Enrique, 2010, p.49).

Los adolescentes peruanos que terminan la escuela secundaria, principalmente de instituciones públicas son los que más necesitan una atención adecuada en orientación vocacional. En este apartado se comprende mejor el valor fundamental que suma esta área profesional en cierta etapa de vida de los jóvenes. Porque son ellos quienes deben y necesitan saber que con la organización de sus aspiraciones y/o el armado de un proyecto de vida pueden evitar malestares psicológicos, pérdida de tiempo y dinero. Por ello, es necesario desde ya, trabajar o plantear propuestas que aporten al crecimiento profesional de la población juvenil.

2.7 Orientación vocacional en otros países

Se exponen algunas propuestas de orientación vocacional en otros países de Latinoamérica que ayudan a tener noción de la situación de ésta área en el Perú. Esto ayudará a tener una mirada general de cómo otras sociedades están trabajando para cambiar o mejorar el manejo de la orientación para su población juvenil. Se aborda situaciones de los países Colombia, Argentina y Ecuador. También de algunos países de otros continentes que sirven de referencia en las acciones que están comenzando a implementar en esta área profesional.

En el caso de Colombia el gobierno de Antioquia elaboró en el año 2008 un programa de orientación vocacional el cual propone un modelo pedagógico y metodológico, orientado al desarrollo humano y a la formación integral. El objetivo principal de este programa es sensibilizar a los adolescentes sobre su futuro académico, profesional y laboral. Para que

así ellos puedan lograr sus metas personales, elijan una carrera acorde a sus intereses y aprovechen adecuadamente las oportunidades laborales que se ofrece en su entorno social. Este programa se desarrolla en tres fases, sensibilización, ejecución y evaluación, para los cuales trabaja en conjunto con la institución educativa, los alumnos y los padres de familia. (Frisancho, Mesías, Peralta y Aliaga, 2013).

En la República Argentina durante el año de 1985 el Ministerio de Educación y Justicia organiza un sistema de información y orientación para los aspirantes que ingresaban al nivel superior nacional. A cargo de este proyecto se puso a las Universidades Nacionales y a los establecimientos independientes. Al siguiente año se creó un sector de orientación al estudiante del Ciclo Básico Común, que en el año 1998 se convirtió en el Departamento de Orientación Vocacional. El cual comenzó funcionando en la Sede de Ciudad Universitaria y hoy funciona en todas las demás tanto en Capital Federal como en la Provincia de Buenos Aires. Estos antecedentes, que aún continúan en funcionamiento, dan cuenta de la importancia que este país le concede a la orientación vocacional como ente facilitador del pasaje de un nivel educativo a otro, propiciando la inserción exitosa en el mundo del trabajo. (Jozani, 2009).

En Ecuador en el año 2007 se realizó un programa de orientación vocacional auspiciado por la Universidad Andina Simón Bolívar de Ecuador. El cual propone una nueva forma de orientar a los estudiantes. Este se concentra en que los alumnos sepan la importancia de seguir un proceso de orientación vocacional. El programa se enfocaba en realizar la orientación vocacional no sólo a través de la aplicación de pruebas psicométricas, sino también a través de otros aspectos, como el conocimiento de sí mismo y de la realidad social. El objetivo general era que el alumno comprenda el desarrollo vocacional como un proceso continuo e intencional, en donde se desarrollan capacidades que permitan incluir el compromiso, tanto consigo mismo como con su sociedad, en su proyecto vital. (Frisancho, Mesías, Peralta y Aliaga, 2013).

Y en el caso de Perú, específicamente en la ciudad de Lima, la situación es diferente. Se sabe que la orientación vocacional es regular e inadecuada en los colegios públicos, tal como se ha detallado en el apartado *Orientación vocacional en los colegios de Lima*. El tipo de orientación profesional que reciben los estudiantes de los últimos años del secundario es a través de los exámenes psicotécnicos. Estos resultados les dan de forma general opciones de las carreras profesionales por las que podrían optar, los jóvenes no reciben una asesoría personal. Asimismo, se desconoce de la existencia de programas que se estén llevando a cabo en los colegios que aporten al desarrollo de la orientación vocacional en los jóvenes peruanos.

Los principales problemas presentes en la orientación vocacional en Lima son: La falta de tiempo asignado, ya que solo se asigna los últimos tres meses del año para realizar actividades de orientación. Orientación grupal vs orientación individual, muchos colegios cuentan con un solo psicólogo a cargo de muchas secciones, esto demanda que el trabajo sea grupal y no individual, dejando de atender las necesidades de cada joven. Talleres opcionales, muchos colegios solicitan la colaboración de los padres para contratar los servicios de orientadores particulares para que den charlas a los estudiantes. Esta acción condiciona a que solo se realice la asesoría bajo la colaboración de los padres de familia y la deja como una actividad opcional. Las mal llamadas ferias vocacionales, en donde muchos colegios hacen que sus alumnos participen de estas ferias. Sin embargo estos eventos son más promocionales de las instituciones de nivel superior que de asesoría en orientación. En unas horas no se puede brindar orientación a un gran número de jóvenes. Y finalmente, la falta de orientadores profesionales en el mercado, no se encuentra con suficientes profesionales capacitados que puedan brindar asesoría a los jóvenes de forma adecuada. (Carlín, 2012).

Finalmente, Jozani hace una recopilación de la situación e iniciativas que se están adoptando, en el área de orientación vocacional, en distintos países a nivel mundial

...China comenzó a prestar atención al proceso de adoptar decisiones. En España, a través de iniciativas a nivel de los ayuntamientos y de otros organismos, se trata de impulsar la orientación vocacional. En Grecia, desde 1976, se integra lentamente la educación vocacional al currículo. En la India existen servicios en donde se incluye temas de información académica y ocupacional, evaluación del alumnado y consejo individual aunque con muchas limitaciones. Intentando soluciones compartidas entre los ministerios de educación y trabajo, en Japón se vincula la escuela a la empresa por medio de conferencias, exposiciones, charlas, visitas, etc. En Kenya existen intentos para desarrollar una educación ocupacional como área curricular integral, diseminándola entre varias asignaturas. En Polonia se exponen clases monográficas profesionales adecuadas al nivel de los alumnos, y se supervisan los contratos de prácticas laborales entre jóvenes y los empleadores. En Rumaia se ha generalizado que en las escuelas se brinde información sobre las características económicas del distrito, necesidades de mano de obra, etc. El objetivo es lograr que el alumno tome conciencia de la responsabilidad de su elección, desempeñando en esto un papel fundamental el tutor. Según los fundamentos que aporta la psicología cognitiva se crearon en Canadá programas de educación para la carrera. En las universidades norteamericanas: Illinois, Chicago, Michigan, se crean centros de asesoramiento, uno atiende los problemas educativos y vocacionales, y el otro el asesoramiento personal. En Brasil se recomienda poner acento en la enseñanza de los problemas relacionados al trabajo y al empleo. (Jozani, 2009, pp. 46-47).

Con la información recopilada en los párrafos que componen este apartado, se puede evidenciar la situación de orientación vocacional en distintos países tanto de la región como de otros continentes. Asimismo, se puede tener una noción de las acciones que estas sociedades están instalando en su sistema educativo para prevenir problemáticas que surgen ante su ausencia, y también acciones que ayudan a responder a las necesidades que se presentan en la demanda del mercado laboral. Bajo esta instancia, se eleva el nivel de importancia que tiene la orientación vocacional en los jóvenes ya que a nivel mundial se están adoptando medidas que mejoren la situación de ésta área, a diferencia del caso de Perú, que aún presenta grandes problemas por atender con respecto a la orientación vocacional en las escuelas.

2.8 Desorientación Vocacional

Los adolescentes que eligen que hacer luego de culminar la escuela o qué profesión estudiar, no solo están tomando una decisión que implica resolver una duda temporal o salir de una situación momentánea. Esta decisión implica un sentido y forma de vida, que está relacionado, posteriormente, a la inserción de un trabajo y el de asumir roles

sociales. Adicionalmente, se sabe que actualmente muchos jóvenes están tomando esas decisiones sin ningún tipo de orientación vocacional que los guíe y asesore sobre la importancia de las mismas.

...el adolescente suele ser en muchos casos un problema para sí mismo y para los demás. Experimenta impulsos para ser independiente pero al mismo tiempo siente la necesidad de depender; es rebelde, crítico con los demás, pero desea que con él seamos comprensivos tolerantes, benevolentes. Es en medio de esta crisis que él debe tomar una decisión profesional a través de la cual se pueda realizar como persona...La desorientación vocacional puede ser interpretada como un sentimiento en el cual el alumno no se encuentra centrado en un propósito definido, no siente la seguridad de elegir y su interés se muestra difuso; por lo tanto, no sabe que es lo que definitivamente le gusta o no le gusta. Está totalmente confundido y preocupado con relación a lo que va a realizar más adelante; se siente incapaz de tomar una decisión acertada o experimenta miedo a escoger y equivocarse... (Vera, 1996, pp.92-93).

La desorientación vocacional no solo concibe a un joven que no sabe que estudiar, sino que ésta también lo afecta emocionalmente. Un joven con intereses confusos hace que se sienta menos comprometido en saber cómo continuar sus estudios superiores, generando en él desánimo, temor y preocupación. En una situación así, el papel de un profesional en el área es importante, ya que éste lo ayuda a esclarecer sus dudas y lo acompaña en todo el proceso que involucra tomar una decisión.

En el análisis de Vera, quien estudia los casos de jóvenes con desorientación vocacional que se encuentran cursando los primeros cuatrimestres de carreras de nivel superior, encuentra que “en muchos casos sus intereses han sido determinados por sus familiares; en otros fueron los amigos, los profesores, el estatus y/o mercado de la profesión...” (1996, p.92).

Ante la falta de una adecuada orientación vocacional muchos jóvenes recurren a su círculo familiar y de conocidos buscando respuestas. Sin embargo, a pesar que este grupo juega un papel importante en la vida de ellos, no es el indicado para brindarle una adecuada orientación. Los jóvenes necesitan recibir una asesoría que englobe todos los parámetros que ésta área atiende, necesitan de una orientación que los apoye, que los

guie y acompañe en todo el proceso, y principalmente que aborde y resuelva sus dudas de una forma profesional y pertinente para cada situación que distingue a cada joven.

2.8.1 Dejar la carrera por falta de orientación vocacional

Una inadecuada orientación vocacional puede generar problemas posteriores, uno de los principales es dejar la carrera que el joven optó pensando que era la adecuada. Esta complicación afecta directamente al estudiante, haciendo que sus ánimos bajen, que pierda dinero, tiempo y hasta el rumbo que su proyecto de vida debería tener.

Prieto-Figueroa expone que la juventud, guiada por elementos externos u obedeciendo a deseos que generalmente no responden profundamente a sus intereses, eligen una profesión errónea. Las consecuencias de esta determinación es el abandono después de un período de prueba de la profesión escogida. La cual fue elegida sin investigar sus propias condiciones y aptitudes. Haciendo que pierdan tiempo y dinero. (2009).

Los jóvenes desorientados que se encuentran cursando alguna profesión elegida bajo algún tipo de influencia externo y no interna, son personas que desconocen el perfil de la profesión elegida, las habilidades necesarias para ejercerla y los intereses predominantes que cada carrera exige. Están desinformados sobre las actividades del campo laboral de la profesión. Lo cual les genera desmotivación de continuar con los estudios universitarios. (Vera, 1996).

Dejar la carrera por una inadecuada orientación vocacional o desorientación, en los jóvenes significa desmotivación y frustración, generando en ellos un sentimiento de incapacidad de no poder y saber cómo elegir bien una profesión o el camino que deban abordar al terminar la secundaria. Muchos jóvenes se dejan influenciar en sus decisiones por factores externos, dejando de lado sus intereses y capacidades propias que se podrían adecuar a una determinada carrera que esté acorde con cada uno ellos.

... En tales circunstancias se impone orientar a los jóvenes en la selección de la profesión, porque ello asegura no solo la elección de un quehacer, acorde con las

aptitudes y vocaciones de los individuos aconsejados con su personalidad total, sino que se evita la pérdida de tiempo y dinero y los desconciertos de las víctimas de tal sistema, por verse encuadrados en una profesión con la cual no se sienten identificados... (Pietro-Figueroa, 2009, p. 175).

Los jóvenes deben recibir una adecuada orientación en la selección de una profesión para evitar el abandono posterior. Boada, Di Alessio y Milán recomiendan que la efectividad de la orientación radica en que esta debe ser apropiada, suficiente y oportuna para los tiempos de ingreso de cada estudiante a la educación superior. La orientación vocacional debe ser un mecanismo que acompañe al orientado desde la selección de la carrera, el ingreso a centro de estudios y durante el proceso de curso de la profesión. (s/f)

Dejar la carrera profesional porque no se está seguro de la decisión que se ha tomado es uno de los principales problemas que se genera por la falta o inadecuada orientación vocacional; involucra pérdida de tiempo y dinero como una consecuencia posterior. Sin embargo, no se ha mencionado en profundidad, sobre las cuestiones psicológicas que esta problemática u otras generan en los estudiantes ante situaciones de este tipo. Por ello, se deja entrever que es necesario brindar a los jóvenes una adecuada orientación antes de que comiencen sus estudios superiores y además necesitan de espacios que ofrezcan información relacionada al tema y que respondan a las inquietudes que se generan en esta etapa de transición, para de alguna forma atenuar las posibles consecuencias de la desorientación vocacional.

Capítulo 3. Adolescencia y juventud una etapa de crecimiento

Abordar los conceptos de adolescencia y de juventud en la investigación; ayuda a comprender características que los definen y los diferencian, pero que de alguna manera los involucra y relaciona como si formarían parte de una sola etapa. Durante estos años, el ser humano se encuentra en crecimiento, formación intelectual y laboral, los cuales le servirán para su vida adulta. Es por ello que las decisiones y posiciones que adopte en estas etapas son importantes para su futuro.

El objetivo principal de este capítulo es definir de manera clara los conceptos que engloban ser adolescente y el ser joven, así como las características que los distinguen y los relacionan. Así mismo, se entenderá cómo en estas etapas de crecimiento y de camino hacia la adultez se va definiendo la elección de un proyecto de vida para el futuro. El cual generalmente está envuelto en la educación y en el trabajo, y para el que se debe tomar no solo una sino muchas decisiones que estarán sujetas a cambios.

También se recopila información acerca de cómo están siendo estimulados los jóvenes de hoy en día en una sociedad en constante cambio y crecimiento. Esto dará un enfoque de cómo están tomando y evaluando decisiones para su futuro, ya sea relacionado al trabajo o estudio.

En resumen, este capítulo trata de exponer un concepto actualizado de la adolescencia y juventud enfocado al objetivo principal del proyecto de graduación; es decir conocerlos a ellos primero para plantear una herramienta en orientación vocacional que responda a sus necesidades relacionadas con su futuro.

3.1 La adolescencia

Moreno explica que la palabra adolescencia deriva del latín *adolescere*, el cual significa crecer, madurar. Se constituye como una etapa de cambios que conducen al hombre a la madurez. Y durante estos años se modifica la estructura corporal, los pensamientos, la

identidad y las relaciones que se mantienen con la familia y la sociedad en donde se crece. Así mismo, destaca que ésta transición ocurre desde los 11 o 12 años hasta los 18 o 20 años aproximadamente. (2007).

Es considerada como la etapa de transición de mente y cuerpo entre el niño de edad escolar y el adulto. La adolescencia es concebida como un fenómeno biológico, cultural y social; ya que tal transición se conjuga con el entorno y no solo con el individuo. (Moreno, 2007). El adolescente se forma bajo los conceptos y patrones de la sociedad en donde se desarrolla, un adolescente peruano tendrá otras características que lo identifiquen y lo distinguen de uno argentino, ambos tendrán diferentes valores, comportamientos, idiosincrasia, aspectos culturales y otros, porque nacieron, se educaron y compartieron costumbres en países distintos.

Para muchos autores, es complicado considerar la adolescencia bajo un solo patrón de edades que la distinga claramente de otra etapa, ya que esta varía en cada individuo porque no está solo relacionada al desarrollo físico sino también a los psicosociales, los cuales son complejos de determinar.

Algunos autores conciben la adolescencia como un “segundo nacimiento”, en tanto entienden que en este periodo se reavivan ciertos conflictos relacionados con el estado de indefensión del bebe, que se enfrenta a un mundo que le es caótico y desconocido. La adolescencia marca un nuevo rumbo en la vida. Supone una ruptura con el pasado pero sin perder la idea de continuidad. Así como el adulto fue antes adolescente, este tiene sus raíces en la infancia. (Rascovan, 2000, p. 23).

A diferencia de la pubertad que inicia en una edad determinada, debido a los cambios hormonales, la adolescencia varía tanto en edad como en duración según cada persona, por ello es importante tener claro y diferenciar ambos conceptos.

La pubertad principalmente se refiere al proceso de cambios físicos que pasa el niño y la niña en su cuerpo hacia la adultez. Las diferencias que los distinguen son más notorias en cuanto a tamaño, forma, composición y desarrollo funcional del sistema del cuerpo, las más notorias son las de característica sexual. Por ello, el término pubertad comprende

más a los cambios corporales – sexuales, que a los cambios psicológicos y culturales que engloba la adolescencia. (Cevallos, 2011).

La pubertad y la adolescencia no son conceptos sinónimos a pesar que ambas etapas conducen y son primordiales hacia el camino de la adultez. Es importante tener claro que la pubertad conduce al hombre a una madurez sexual relacionada a capacidad de reproducción, mientras que la adolescencia hacia una madurez psicológica y social.

Según Moreno, la madurez psicológica, que se extiende a lo largo de la adolescencia, consiste en la reorganización y construcción de la identidad propia, implicando la autonomía emocional, la adopción de sus propios valores y la actitud propia frente a la sociedad. Y la madurez social vinculada a la libertad que les permite acceder a la condición de adultos, trabajo propio, administración de recursos y autonomía personal, también la formación de un hogar. La autora resalta que con la adopción plena de estos valores estarían marcando la culminación de la adolescencia y juventud para dar inicio a la etapa de la adultez. (2007).

3.1.1 Características distintivas de la adolescencia

La adolescencia se distingue por el crecimiento psicológico, en este ámbito el adolescente busca y crea su identidad propia, sus valores y su actitud frente a la sociedad en que se va a desenvolver.

Rascoban afirma que los adolescentes en su búsqueda de identidad propia toman a los padres como modelos de identificación el cual puede ser de forma parcial o total. Ya que al dejar la etapa de la infancia, el adolescente usa distintos recursos que ayudan a moldear su nueva forma de ser y estar en la sociedad. Así mismo, buscan referentes en personas públicas afines a sus intereses, ideologías y creencias que le sirvan también como modelos que le ayuden a buscar quien es. (2000)

Se podría decir que en este transcurso de crecimiento hacia la adultez los adolescentes perciben diferentes cambios tanto físicos, los que inician en la pubertad y que continúan en la adolescencia, como los cambios psicológicos que los preparan para afrontar la vida adulta, como la definición de su identidad propia frente a la sociedad, lo que hace que busquen entes de referencia.

En esta etapa, la sociedad deja de considerar a los adolescentes como niño o niña, pero no por ello les otorga funciones o roles al igual que los adultos. Por ello, el comportamiento de la adolescencia constituye “un comportamiento de transición dependiente de la sociedad, y más en particular de la posición que los individuos ocupan en la estructura social.” (Hollingshead, 1961, p. 41)

Los adolescentes frente a la sociedad tienen un papel ya establecido, el de concentrarse en ser adolescentes y no adelantarse en el camino hacia la adultez. Si bien, la sociedad ya no los considera niños sino jóvenes capaces tomar sus propias decisiones, aún se encuentran en el proceso de consolidar su identidad, y de alguna manera la sociedad les brinda en parte patrones que le ayudaran en esa consolidación mediante figuras que jugaran el rol de ser entes de referencia.

Para Rascovan los adolescentes no pasan inadvertidos frente a la sociedad y a los adultos, ellos están generando distintos tipos de reacciones. La sociedad los necesita para subsistir, ya que ellos son parte del proceso de la transmisión y apropiación de la cultura que identifica a una población. Los adultos son los responsables de integración con los jóvenes de la sociedad. (2000).

Si bien el papel de los adolescentes en un sociedad no está claramente definido en cuanto a los roles que debe cumplir, se entiende que su desarrollo en una sociedad es importante ya que forman parte del proceso de perduración de un pueblo. Porque durante

esa etapa ellos adoptan los valores, rasgos culturales, los códigos y otros que ayudarán a complementar su identidad como personas, la que se verá reflejada en su vida adulta.

3.2 La juventud

Se considera que la juventud es un periodo de transición entre la adolescencia y la adultez, la cual está marcada por los acontecimientos vitales que ocurren durante ese tiempo, como por ejemplo terminar la escuela, iniciar en el ambiente laboral, formar su propio hogar y otros.

En esta última etapa de la adolescencia en que se adquiere la mayoría de edad, es considerada a menudo como el inicio de la juventud. Sin embargo, la noción de juventud es socialmente variable. La definición del tiempo de duración de esta etapa, de los contenidos y significados sociales de esos procesos juveniles cambian de sociedad en sociedad y, en la misma sociedad, a lo largo del tiempo y a través de sus divisiones internas. (Requena y Mingote, 2008, p.450).

La delimitación entre adolescencia y juventud va más allá de la edad. Porque hay jóvenes que deberían ser clasificados en esta etapa por la edad cercana a los treinta, sin embargo sociológicamente hablando son adolescentes. También, hay adolescentes de 17 años que por su madurez pueden ser considerados jóvenes, porque muestran características de conocer que se encuentran en una etapa de transición hacia la adultez, y que de alguna forma se preparan para ello. (Requena y Mingote 2008).

Bourdieu explica que las divisiones de las edades son arbitrarias, ya que en las distintas sociedades el límite de juventud y vejez es objeto de lucha, la lucha por el poder de la sucesión, es decir que los adultos – viejos le dejen sus puestos a los jóvenes. Según el sociólogo, algunos consideran esta etapa desde los 12 años a los 34 años, ya que en la actualidad se prolonga porque los jóvenes quieren seguir disfrutando de sus beneficios. Así mismo diferencia entre los jóvenes menores de 12 a 18 años y a jóvenes mayores de 18 a 29 años, también resalta que otros especialistas consideran que los de 12 a 15 años son adolescentes y de 15 a 29 años son jóvenes. (1990)

Definir a la juventud entre un rango de edades como otras etapas de la vida es motivo de discusión para distintos autores que no concuerdan en un lapso de edad específico. Asimismo, se comprende claramente que se puede usar el término de ser joven para aquellos que culminaron la etapa escolar y para quienes están más cerca del proceso de inserción hacia la adultez, es decir los jóvenes en ésta etapa comienzan con sus primeras experiencias laborales y estudios superiores.

3.2.1 Características generales de la juventud

Para continuar con la definición de la juventud y poder entenderla mejor Salinas y Carrasco (1994) en su investigación entresacan cuatro rasgos que ayudan a comprender mejor esta etapa.

En primer lugar, la juventud en es una realidad dinámica, caracterizada por sus ganas de vivir, energía y vitalidad. Suponiendo las ansias de cambio e innovación. Los propios jóvenes definen a la juventud como el periodo más bonito y difícil de vivir, quienes buscan el ideal y libertad para lograr ser ese alguien que quieren ser. (Salinas y Carrasco, 1994). Para López la juventud es el futuro de la sociedad concebido por líderes políticos, sociales y religiosos. Explica que los recursos naturales de un país no son su riqueza sino la capacidad de sus hombres, especialmente los que se preparan para un futuro. (1988).

En segundo lugar, la juventud es una etapa en la vida, un proceso. Los jóvenes la consideran como una etapa de transición hacia la adultez porque empiezan a tomar decisiones importantes para su futuro sin importar que ello signifique dudar quienes quieren ser. Para ellos se trata de una etapa en donde viven al tope y corren el riesgo de quedarse en el aquí y ahora. También se considera que este paso hacia la vida adulta no se hace de manera automática, ya que hay ciertos temores y dudas en este proceso. (Salinas y Carrasco, 1994).

En tercer lugar, la juventud es una realidad inacabada, incompleta e insuficiente, muchos de los jóvenes aún se consideran inmaduros en esta etapa, porque aún no tiene definido de forma clara su papel y posición en la sociedad. Esto crea conflictos internos y externos, más aún si este contempla que la sociedad es cada vez más difícil. Ya que ser adulto involucra la capacidad de hacer y de ser algo en la sociedad, con relación a la familia, al trabajo, a los estudios, y otros. (Salinas y Carrasco, 1994).

Y por último, la juventud es una realidad diferente y heterogénea, porque los jóvenes conviven dentro de sus propias pautas y estilos de vida establecidos por ellos mismos. He aquí que se empiezan a distinguir las diferentes posiciones sociales ya que marcan una diferencia en la forma de pensar y ser. Se puede distinguir una de ellas como las llamadas tribus urbanas, al organizarse crean una identidad propia que las distingue. (Salinas y Carrasco, 1994).

Finalmente, se debe agregar una característica más a las mencionadas anteriormente, la cual es resaltada por Rascovan, quien contempla que ser joven es tener una posición con relación al pasado y futuro. En el pasado, ellos pueden estudiar, sensibilizarse y recordar lo ocurrido en otras épocas, pero eso no significa que estén empapados de la misma manera de quienes realmente lo vivieron. Y en el futuro, los jóvenes se sienten lejos de la vejez, porque comprenden que hay otras generaciones antes que ellos que envejecerán y morirán primero. (2000).

Ser joven, según las características mencionadas por los autores, significa un camino hacia la vida adulta. Una etapa en donde tienen que empezar a concebir quienes quieren ser y cómo lo van hacer. Si bien es un proceso de transición, es durante este tiempo que los jóvenes empiezan a definir el enfoque profesional que tendrán dentro de la sociedad en donde crezcan. Dado que ya están abordando opciones o tomando decisiones que afecten su vida en el futuro, por ello es importante cuestionar ¿Cómo lo están haciendo? ¿Están preparados para hacerlo?, ¿Entienden la relevancia de esta etapa en sus vidas

para su futuro? ¿La sociedad les está dando espacios o educación que lo oriente en cómo tomar sus decisiones? ¿Cuentan con el apoyo necesario?.

3.3 Los jóvenes y el trabajo

Para comprender mejor la relación de los jóvenes con el trabajo, es necesario entender en sí en que consiste la palabra trabajo u ocupación. Müller explica:

La palabra ocupación tiene su origen en el latín. Se refiere a trabajo o cuidado que impide emplear el tiempo en otra cosa; empleo, oficio; absorción de trabajo por las actividades productivas a nivel de la empresa, de la industria y de la economía en su conjunto; podemos relacionarla con una forma de ejercitarse en algo. Es estos conceptos encontramos la absorción en una actividad productiva y la dedicación temporal casi exclusiva que lleva una vida. Una de las acepciones de ocupar es precisamente llenar un espacio o lugar. (1997, p. 117).

Entonces trabajar ocupa el tiempo de vida y en este proceso se desenvuelve aptitudes profesionales y sociales, teniendo incidencia en la formación de la personalidad del individuo. El trabajo también supone un medio para entrar en el ciclo productivo, para ver el rendimiento laboral de la persona porque ayuda al descubrimiento de sus habilidades.

Según Blanco, un joven capacitado tendrá mayores posibilidades de encontrar trabajo en comparación a otro que no tiene preparación. Porque existe un nexo importante entre la educación y el empleo; cuanto mejor haya sido formado el joven y haya recibido instrumentos para ser productivo y eficiente tendrá facilidad para encontrar un empleo que esté bien remunerado. (2003).

Un joven que haya terminado el bachillerato técnico o universitario encuentra un trabajo mejor remunerado, mientras que un estudiante que solo terminó la preparatoria encuentra empleo de tareas que no necesitan preparación, como archivero, mensajero u otros. Por ello es importante que los jóvenes reciban estímulos de continuar su formación profesional al terminar la escuela secundaria.

Las opciones que tienen los jóvenes al terminar la escuela son: o continuar con los estudios superiores o encontrar un trabajo. Como se ha podido ver en el primer capítulo

gran parte de los escolares que están por terminar la escuela secundaria, piensan en continuar su formación porque esto significa para ellos un ascenso en la escala social y porque esto significa acceder a mejores oportunidades laborales. Y un joven que tenga una mejor preparación tendrá mayores posibilidades de acceder a un mejor trabajo, pero para ello es necesario tener la formación necesaria. Por ello, es importante que las escuelas y la familia contribuyan asesorándolos e impulsándolos a que continúen con su formación profesional.

3.4 Preocupaciones juveniles en Lima

Conocer las principales fuentes de preocupación que aqueja a los jóvenes limeños es fundamental para comprender en alguna medida los aspectos que para ellos tienen la principal atención en esa etapa de su vida. Para Martínez y Morote hay una lista de tareas que se intenta resolver en la etapa de la adolescencia

... la internalización de una nueva imagen corporal; el logro de la independencia económica, social y emocional de los padres; el logro de una identidad auténtica, realista y estable; la incorporación de un sistema de valores flexibles; la perspectiva del futuro que comprende aspiraciones, elección vocacional y percepción de habilidades que consoliden la independencia y finalmente, el desarrollo de una identidad psicosexual. Los(as) jóvenes se enfrentan a estas tareas en un periodo de tiempo relativamente corto y aunque puede considerarse que estas no se concluyen de forma definitiva, la adolescencia constituye un periodo clave en el que puede preverse la aparición de conductas de riesgo o de malestar emocional. (2001, pp. 213 – 214).

En los resultados encontrados por Martínez y Morote (2001) en su investigación *Preocupaciones de adolescentes de Lima y sus estilos de afrontamiento* realizado en escuelas de Lima en los grados de segundo y quinto de secundaria, las preocupaciones ante el futuro fueron mencionadas por el 40.2% del grupo investigado. Otras preocupaciones que encontraron fueron las relacionadas al rendimiento escolar (17.9%). Las preocupaciones por la familia, que se presentan en 15.5% del grupo total. Las preocupaciones personales (13.6%) referidas fundamentalmente a sí mismos. Y también la categoría de amigos y pareja (7.7%).

Un aspecto fundamental que preocupa a los adolescentes es su futuro. Esto se refiere a su elección de carrera profesional que seguirán, y generalmente ésta preocupación está presente en los jóvenes que están por culminar la escuela o se graduaron recientemente.

Con respecto a las de preocupaciones ante el futuro, refiere al futuro laboral o vocacional. Muchos de los estudiantes entrevistados por Martínez y Morote respondieron plasmando con sus propias palabras sus angustias:

Algo que me preocupa es qué va a ser de mí en el futuro. Aún no decido qué carrera estudiar; me gustan varias y no sé decidirme. A veces me siento mal al saber que otras personas de mi edad ya están decididas acerca de su futuro (mujer; 15 años, colegio nacional). (Martínez y Morote, 2001, p. 220).

Los adolescentes transcurren por un conflicto constante de preocupaciones, viendo así que una de las principales está relacionada con su futuro después de la escuela secundaria. Ante sus temores y angustias de no saber cómo y qué decidir, frente a sus comparaciones con los amigos o presiones familiares, es necesario que reciban un acompañamiento de orientación vocacional en esta etapa de sus vidas que los ayude a alivianar sus preocupaciones y para que les aporte significativamente con la resolución de las dudas que surgen en esta etapa.

Martínez y Morote luego de los resultados obtenidos en su investigación sugieren la creación de programas que contemplen el área educacional y el área clínica a fin de responder a las dudas y angustias que los jóvenes están presentando. El aporte de un área educacional para brindar una orientación vocacional con condiciones reales que respondan a demandas del medio social y cultural en donde se desarrollen los jóvenes. Y el aporte en el área clínica para el manejo de estresores familiares y emocionales de los estudiantes. (2001).

Capítulo 4 ¿Cómo se están comunicando los jóvenes hoy?

Conocer el cómo es la comunicación hoy en los jóvenes es fundamental para el objetivo principal del proyecto de graduación. Al plantear la propuesta de un blog digital, el cual brinde asesoría en orientación vocacional a los adolescentes que están por terminar la escuela secundaria, es primordial evaluar los procesos comunicativos que estos están siguiendo y los métodos para la búsqueda de información para los temas de su interés.

Se plantea como objetivo principal de este cuarto capítulo abordar la comunicación de los jóvenes desde la perspectiva de los cambios que ha generado Internet en ellos. Y para aproximarse a esa definición se detalla información relacionada al concepto de comunicación, y de cómo ésta se desarrolla en los jóvenes. Luego se explora investigaciones que toman a Internet como nuevo medio de comunicación y sociabilización en la población juvenil.

4.1 Comunicación: una aproximación a su definición

Para resolver la pregunta de ¿cómo se están comunicando los jóvenes hoy? es fundamental comprender la definición de la palabra comunicación. Por ello, se aborda desde diferentes perspectivas, concepciones y análisis según las investigaciones de algunos autores.

En primer lugar, se expone la reflexión que hace Wolton (2005) sobre los tres sentidos que tiene la palabra comunicación para poder definirla. Para el autor la comunicación es ante todo, en primera instancia, una experiencia antropológica fundamental, porque las personas se comunican de forma intuitiva y están en constante intercambio con el otro. Además menciona que es imposible pensar una sociedad sin comunicación, tal como lo es pensar a un hombre sin sociedad. Por ello, la comunicación es como un modelo cultural porque a través de esta se hace una representación del otro ya que al comunicar se está difundiendo e interactuando con una sola persona o de forma colectiva. Concentrando así la historia de una cultura y de una sociedad a través del tiempo.

El segundo sentido concibe a la comunicación como un conjunto de técnicas. Si bien antes se hablaba de comunicación directa, ahora se la entiende también como el intercambio a distancia mediatizado por las herramientas técnicas; es decir el teléfono, la televisión, la radio, el internet y otros. Gracias a los progresos se pueden realizar intercambios comunicativos de forma instantánea de un lugar a otro sin importar la distancia mediante sonidos, imágenes o datos. Por último, el tercer sentido de la palabra comunicación tiene que ver con la necesidad social funcional de ésta para las economías; desempeña un papel objetivo indispensable para la diplomacia, el comercio y los intercambios. (Wolton, 2005).

La palabra comunicación se entiende como la interacción tanto entre personas de forma individual como entre sociedades, mediante el intercambio con el otro y con las herramientas técnicas necesarias para la transmisión de información de forma eficaz. Y en la actualidad tales herramientas técnicas, son los dispositivos tecnológicos que se hacen uso gracias al desarrollo que se ha producido en los últimos años.

Por otro lado, Gifreu concibe a la comunicación como “un proceso histórico, simbólico e interactivo por el cual la realidad social es producida, compartida, conservada, controlada y transformada”. (1991, pp. 66-68). Para comprender mejor este concepto se desglosa cada una de las características que definen la comunicación. Es un proceso, porque cualquier acto comunicativo tiene un inicio y un fin, siguiendo un determinado desarrollo. Pero cada proceso será distinto si se trata de personas o de sociedades. Por otro lado, vista como un proceso histórico, la comunicación es un hecho concreto porque se produce dentro de una historia y en un determinado tiempo de un pueblo y cultura en particular. Esto hace posible que la comunicación evolucione en una misma sociedad y que sea distinta de cómo se produce en otras. (Gifreu, 1991)

Gifreu también determina a la comunicación como un proceso interactivo, porque es un hecho social que hace que las personas estén en contacto, sean capaces de hablar y actuar, entablando así una relación. Y es un proceso simbólico porque esa interacción que se produce es por medio de símbolos con significación que son ordenados en forma de texto o de discurso, al cual se refiere como el lenguaje natural. (1991).

La comunicación está presente en todas las personas, en cada momento que deciden interactuar con otra, y lo mismo en el caso de las sociedades. Y esta comunicación ha permanecido y evolucionado con la historia de cada cultura en particular. Actualmente, se puede decir, que con la ayuda de los avances tecnológicos, hay más herramientas que faciliten la comunicación para que sea más eficaz. La constante interacción que se produce cada día, deja de lado los problemas que antes eran considerados barreras de comunicación como las distancias geográficas y/o duración de tiempo.

Schramm concluye que todas las investigaciones que se realizaron a la ciencia de la comunicación humana fueron en consecuencia porque se buscaba comprender

...cómo se puede ser efectivo en la comunicación, cómo ser comprendido, como ser claro, como utilizan las personas los medios efectivos de comunicación, cómo pueden entender entre si las naciones, cómo puede usar la sociedad los medios de masa con mayor provecho y, en general, cómo funciona el proceso básico de la comunicación. (1982, p.19).

La comunicación siempre será materia de investigación, más aún si cada cierto tiempo se está generando nuevas herramientas técnicas que ayuden a efectivizarla. Para el desarrollo de este capítulo, era primordial aclarar conceptos generales de la comunicación para comprender cómo es que los jóvenes la están usando en pleno siglo XXI. Al entenderla primordialmente como un hecho de interacción entre dos o más personas que sigue un determinado proceso, ayuda a reformular la pregunta inicial de este capítulo a ¿cómo está siendo ese proceso e interacción que los jóvenes están usando para comunicarse hoy en día? Y también ¿cuáles son esas herramientas que están usando?

4.2 La comunicación hoy en los jóvenes

La comunicación entre los jóvenes es especialmente interesante porque su espacio relacional de convivencia se estrecha e intensifica en la medida que lo hace su comunicación. ¿De dónde procede y cómo se propaga la conversación juvenil? Consideramos que el oxígeno ambiental, que provoca el entorno mediático de comunicación social con sus múltiples y permeables pantallas, es un factor básico de socialización. (Martínez y Lazo, 2011, p. 10).

La comunicación hoy entre los jóvenes es cada vez más cerca y estrecha, no hay obstáculo entre tiempo y distancia. Los nuevos medios y herramientas de comunicación contribuyen a que la interacción entre ellos sea constante. Pensar en una comunicación fluida, en un contacto constante es pensar también en que el grado de sociabilización es alto. En consecuencia, la comunicación y sociabilización están relacionadas constantemente en los jóvenes por las nuevas tecnologías y sistemas de comunicación con los que cuentan y de los que hacen uso.

Las redes sociales se han convertido en el lugar para abrir y estrechar lazos de amistad, o de relaciones en distintos grados para la juventud. Al igual que el móvil, que es una herramienta esencial para la organización, convivencia y comunicación. Asimismo, Internet se está convirtiendo en una plataforma importante para confirmar y agrandar la agenda social en el público juvenil. (Martínez y Lazo, 2011).

Internet está jugando un papel fundamental como medio y ente facilitador de la comunicación y la sociabilización en los jóvenes. Porque mediante este se acrecienta el medio comunicativo y se reducen las distancias entre el grupo de amigos, facilitando así su conexión constante en un espacio que se vuelve intangible.

En la investigación de Quiroz (2008) realizada en los jóvenes peruanos, para conocer una mirada comparativa de los cambios derivados del acceso y uso de las tecnologías de la información y la comunicación, encontró que ellos van descubriendo que Internet es un espacio nuevo para comunicarse e interactuar con otros sin la necesidad de estar en espacios físicos. También, ven a la red como el solucionador rápido de sus problemas y

como un espacio en donde todo lo pueden encontrar. Entre otros resultados, halló que los jóvenes usan este medio para hablar, jugar y hacer sus tareas escolares. Así como también, como un espacio para mostrarse, conectarse, entretenerse y buscar información relacionada con sus intereses.

La comunicación hoy en los jóvenes está estrechamente relacionada con Internet, porque este sistema está posicionado como un nuevo medio de comunicación. A cada minuto se están intercambiando miles de mensajes que se trasladan sin importar la distancia o el tiempo que tome en llegar a su destino. Y más aún, sin importar el contenido ya que pueden ser imágenes, audio, videos y otros. La comunicación en los jóvenes ya no está limitada en ningún aspecto, puesto que ya no importa si hay o no hay un ambiente físico, igual habrá comunicación rompiendo así una barrera que antes era considerada fundamental para el proceso comunicativo. En conclusión, Internet se ha convertido en un sistema facilitador de comunicación entre los jóvenes y población en general, generando cambios en los medios que eran necesarios para realizarla.

4.3 Internet como medio de comunicación

Se define Internet como una conjunción de redes informáticas interconectadas con reglas comunes que permite enviar mensajes desde cualquier ordenador o servidor a cualquier otro. Conocido también como la red de redes, o popularmente como la autopista de información porque el usuario tiene acceso a la mayor fuente de información que existe. Internet tuvo su origen en los años sesenta en Estados Unidos a modo de experimento, pero creció rápidamente hasta abarcar instituciones militares, universitarias, y empresariales. En la actualidad ya es la mayor red mundial de información. Existe una gran oferta y diversidad de servicios que se ofrecen y solicitan por Internet, permitiendo que las personas se pongan en contacto unas con otras por medio de las distintas plataformas que ofrece la red. (Crystal, 2001).

Desde otra perspectiva Internet es “un medio paradójico de comunicación en el que a modo de biblioteca se ofrecen sistemas múltiples de información, abiertos, disponibles y en interacción.” (Urresti, 2008, p. 28). Tal información digitalizada circula a una velocidad progresiva a través de dispositivos fijos en hogares, en empresas, instituciones educativas; también en dispositivos móviles como los celulares de última generación, computadoras portátiles y otros, la cual puede ser visualizada como texto, imágenes, sonidos o animaciones.

Los resultados de las entrevistas y *focus groups* realizados en la investigación de Quiroz advierten que las personas definen a Internet como un nuevo espacio de comunicación que es amplio, abierto y sin límites. Además es utilizado como la extensión de un espacio físico y local. Es un facilitador y desarrollador de las relaciones, las conversaciones y vínculos ya establecidos. (2008).

Desde que Internet posicionó su presencia en la sociedad como un avance tecnológico se lo admitió como una herramienta que acortaría los problemas de comunicación. Si bien esto ha traído beneficios para la sociedad, también ha generado cambios en los diferentes niveles de comunicación. Internet es para las personas, y en especial para los jóvenes como un medio facilitador en sus procesos de comunicación y sociabilización. Así como también, es percibido como una fuente interminable de información; la cual, ya no solo es procesada como texto sino de forma interactiva, haciéndose así más atractiva para las personas.

Lo que aporta a considerar a Internet como un sistema de comunicación y sociabilización fue el cambio que tuvo de primera a segunda generación. Es decir, la primera generación de Internet tenía a un usuario que era solo receptor de información, solo se podía extraer datos pero no producirlos y mucho menos compartir o interactuar con otras personas de forma virtual. Sin embargo, cuando llegó la segunda generación de Internet, conocida como 2.0, la intervención de sus usuarios se incrementó convirtiéndolos en productores

de información. Estas posibilidades de poder participar e interactuar generaron la creación de sitios que apoyaran esos beneficios, como las redes sociales, los blogs, las comunidades o los foros. “La red pasó a ser un espacio de interacción, comunicación e intercambio.” (Levy, Rascovan y Korinfeld, 2013, p.82).

Este cambio de generación a la web 2.0, dio la posibilidad a que los adolescentes se convirtieran en creadores y productores de sus propios contenidos. Haciéndolos visibles para su comunidad. Internet les dio las herramientas para manifestarse con voz y opiniones propias acerca de temas que les interesan o preocupan de la sociedad.

Desde que apareció la web 2.0 surgieron efectivamente nuevas formas de participación juvenil. Por un lado, las afiliaciones, es decir, memberships formales e informales, en comunidades *online* o en redes entorno a intereses afines...Por otro lado, los adolescentes ejercen nuevas formas de participación a través de la producción de contenidos en blogs, sitios webs personales, videos, fotologs, etc. Los jóvenes se apropian de estas nuevas formas de participación para mostrarse como actores sociales. (Jekins, 2006).

Internet no solo está permitiendo y facilitando la comunicación en los jóvenes y en la población en general. Sino que la está haciendo interactiva entre aquellos que la usan como un medio constantemente. Para comprender esta idea se expone en el siguiente apartado conceptos que expliquen la interactividad en la comunicación mediante Internet.

4.4 Interactividad en la comunicación en línea

La interactividad se la define como la capacidad de crear una situación de intercambio, facilitando la posibilidad de intervenir y originar una modificación en el contexto o en la consecuencia del dialogo o de la navegación. Gracias a esta los usuarios combinan recursos a su disposición con el fin de obtener la información deseada. La interactividad incurre definitivamente en la comunicación entre los usuarios. (Igarza, 2008).

Muñoz detalla los siguientes rasgos que caracterizan a la interactividad en la comunicación en línea: la inmediatez, personalización, ampliación, no linealidad y participación. (2010).

La inmediatez introduce un cambio de escala y ritmo, teniendo a la instantaneidad. El usuario puede acceder a la información cuando quiere y en lo que quiere, sin tener que atenerse a un horario... Respecto a la personalización, cabe destacar que es el propio usuario quien selecciona cómo, dónde y cuándo desea recibir la información, a la vez escoge las informaciones de mayor relevancia para él...La ampliación se refiere a que el usuario puede complementar sus contenidos según sus deseos; no se trata de una competencia de contenidos, sino que se va ampliando el conocimiento. La 'no linealidad' por su parte, viene a indicar que el orden de navegación no es único, que no hay solo una ruta para acceder a contenidos, sino que puede haber varias posibilidades de enlaces. Por último, el rasgo llamado participación destaca que el usuario es de alguna manera productos de su contenido. El estatuto del usuario ya no es pasivo, sino activo que llega a su culmen cuando se establece una red y la participación ya no es de un usuario aislado, sino de varios usuarios activos entre sí. (Muñoz, 2010, p.25).

La interactividad en la comunicación en línea no solo se muestra como la amplitud que genera intercambio entre las personas, sino como aquella facultad de componer todo un conjunto de rasgos que caracterizan a la comunicación en línea y la diferencian de la comunicación directa. Es decir, a la facilidad de poder tener una comunicación inmediata, personalizada, ampliada y compuesta por varias opciones que la hacen participativa.

La interacción es un proceso de retroalimentación entre los jóvenes que conviven conectados en el universo en línea. Porque constantemente existe un intercambio de mensajes, fotografías, videos, links, y otros métodos para compartir contenidos, los cuales pueden ser propios o tomados de otras personas. (Martínez y Lazo, 2011).

La interactividad está siempre presente en la comunicación en línea que mantienen los jóvenes. Cada día miles de ellos se envían mensajes, los personalizan con emoticones, participan opinando sobre temas que les interese, comparten información, música e imágenes que los relacionen entre sí. La interactividad estará presente en cada momento que se conecten a Internet.

Será importante conocer las rutinas y prácticas de consumo que hacen los jóvenes en Internet. Se sabe que lo hacen para comunicarse y sociabilizar, pero saber qué rutina tienen contribuye a tener una aproximación en un grado más específico de lo que hacen en el mundo en línea.

4.5 Los jóvenes en Internet

Para gran parte de los adolescentes la principal función de Internet es comunicacional. El chat y las redes sociales son los medios más frecuentes que facilitan este propósito, y son los principales motivos que atraen a los jóvenes a estar conectado gran parte del tiempo a Internet. Para Morduchowics, la vida social transita entre lo virtual, por los vínculos que establecen en el mundo en línea; y lo real por las relaciones que tienen en contacto directo. Al estar en un constante movimiento de lo real a lo virtual los jóvenes han dejado de distinguir fronteras entre estas dos esferas. (2012).

El principal uso que hacen los adolescentes de Internet es para comunicarse efectivamente, el 90% de los jóvenes chatea, visita una red social, manda mails o bloguea. Esos son los usos más importantes que los chicos – en todo el mundo - hacen de internet. Luego siguen: buscar información, hacer la tarea escolar, escuchar o bajar música, ver videos *online* y jugar. La gran mayoría de quienes tienen un blog o un perfil en una red social lo revisa todos los días. (Morduchowics, 2012, p.9).

Los jóvenes en todo el mundo están usando Internet principalmente para comunicarse. La web también se ha convertido en una fuente de información, de ocio y de resolución de tareas escolares. Y como un medio para compartir información con otros.

La consultora Ipsos Apoyo recogió datos en Perú en el año 2011 de que el 88% de jóvenes entre 13 y 20 años accede a Internet. Y que estos se conectan unas tres veces por semana, la mayoría accede para buscar información académica, chatear, relacionarse a través de una red social y bajar música o juegos. (Fernandez-Planells y Figueras, 2012). Si bien los resultados de estos estudios se obtuvieron en el año 2011, es imposible pensar que en la actualidad los jóvenes accedan a Internet solo en tres ocasiones a la semana. Con el avance de las tecnologías en los últimos años, se observa que la población está cada vez más conectada a Internet, y los jóvenes no escapan de esto, puesto que ha sido el principal grupo en estar susceptible a los beneficios y cambios de las tecnologías de la información, con relación a la conexión en línea constante y el acceso a la información desde cualquier dispositivo móvil.

En la investigación realizada por Fernandez-Planells y Figueras titulada *La televisión y el internet hoy: diferentes roles* concluyeron que Internet organiza y ocupa el tiempo libre y no libre de la juventud. Y aunque al principio era una herramienta para hacer las tareas escolares se ha ampliado su uso al de la conexión de las redes sociales. Los jóvenes piensan que Internet les ofrece más opciones en comparación a la televisión porque pueden entrar y salir cuando ellos quieren. Dado de que les sirve de enlace con el mundo que les interesa y con sus amigos. Asimismo, esta satisface sus curiosidades y exigencias, como ver series, escuchar música, jugar, sociabilizar y otros. Internet representa para ellos un entretenimiento continuo. (2012).

Otra de las investigaciones exploradas es la de Winocur titulada *Internet en la vida de los jóvenes* quien principalmente enfoca su atención en el manejo de información y la relación de esta con la ilusión de poderes en los jóvenes, el cual ha sido generado por la alta exposición que tienen este grupo de la población a Internet. La autora señala que la ilusión de poder en los adolescentes se expresa y ejerce por medio de la posibilidad de decisión que tienen en cuanto a la conexión y desconexión, son los usuarios quienes deciden cuando ser visible y para quienes. También porque están constantemente en una navegación infinita, permitiéndoles descubrir mundos diversos, extraños y nuevos sin la necesidad de moverse de sus casas. (2006).

Los jóvenes en Internet consumen básicamente información de todo tipo. La cual es elegida para producir programas y herramientas, para crear páginas, traducir lenguajes, mostrar y compartir información relacionada a sus intereses con sus pares. En internet los adolescentes pueden encontrar todo lo relevante y significativos para ellos.

La presencia de los jóvenes en Internet es ilimitada, ya que no solo la usan como un medio de comunicación, sino como una forma de sociabilización y como una fuente de información. Internet es una herramienta que amplifica la presencia en la comunicación, puesto que ya no solo cuenta el aspecto real regido por un contexto físico, sino que ahora

los jóvenes también están presentes en un contexto digital, en un mundo virtual. “Los intercambios virtuales no debilitan ni reemplazan las formas de encuentro y de sociabilidad tradicionales. Más bien pueden ubicarse como estrategias de reforzamiento y recreación de estos vínculos en el espacio virtual”. (Winocur, 2006).

Internet se ha convertido en un espacio más libre para los jóvenes en donde pueden hablar de temas que no abordarían en una comunicación directa. Un lugar en donde comparten secretos confidenciales que a veces son difíciles de expresar, porque hay la ausencia de la imagen física y la anulación de la dimensión corporal. Haciendo así que ellos puedan hablar de sí mismos con menos retraimiento y con mayor confianza.

Si bien Internet ha generado grandes cambios en los procesos de comunicación y sociabilización en los jóvenes, es importante verla como una herramienta que amplifica las estrategias de comunicación que quizá antes eran impensadas. Recordar que antes los jóvenes tenían limitaciones para expresar sus opiniones, la sociedad y medios de comunicación tenían que ingeniar prácticas para llegar a este público, esto hace que se valore y se use aquellos beneficios comunicativos que Internet ha generado.

Ya no es difícil acercarse a través de la comunicación y mediante Internet a los jóvenes. Porque estos han encontrado en esta red formas de expresarse, de hacerse visibles, de hacer saber sus problemáticas, sus limitaciones, sus intereses con los grupos con los que se identifican y ya no tienen limitaciones para participar de grupos o comunidades con las que se puedan identificar. Morduchowicz menciona que internet les ha dado a los jóvenes una visibilidad que antes no tenían, y por ello es necesario encontrar nuevas formas que promuevan la expresión y comunicación con ellos, para escuchar su voz y sentir su representación en la esfera pública. “Internet asiste al adolescente en este camino tan complejo, en el que las pruebas y los ensayos ante el ‘otro’ virtual lo ayudan a pensar mejor su inserción, su pertenencia y su sociabilidad en el mundo real.” (2012, p. 106).

Ofrecerles a la población juvenil un medio en dónde se pueda encontrar respuestas a sus dudas en cuanto a la toma de decisiones en el ámbito profesional y personal; significa crearles un espacio adicional en dónde puedan hallar comunicación con sus pares y exponer sus opiniones de esa etapa transitoria que están viviendo al terminar el colegio.

La propuesta de blog en orientación vocacional que se plantea tiene como uno de sus objetivos, ser un lugar digital en donde los jóvenes encuentren información relacionada al tema, la cual será producida y enfocada para ellos. Un blog que cuente con espacios en donde se fomente la libertad de exponer sus interrogantes, con la confianza de una comunicación sin barreras, sin que tengan la necesidad de estar presentes físicamente. Y que con el tiempo se pueda crear una comunidad de jóvenes que se puedan interrelacionar en base a intereses comunes con su futuro profesional y personal.

Capítulo 5: Propuesta: Blog de asesoría en línea *Cuando sea GRANDE*

Tras el análisis de situación realizado en los cuatro capítulos anteriores, en el quinto capítulo se plantea desarrollar de forma detallada la propuesta que responde a la necesidad encontrada tras la investigación desarrollada. La propuesta es la elaboración de un blog que brinde asesoría en línea en orientación vocacional para jóvenes de la ciudad de Lima.

A lo largo de este capítulo se detalla en cada apartado la definición de la propuesta, planteo de la visión, misión y objetivos del blog. También se hace una descripción exacta del público objetivo al que apunta, el servicio que se le ofrecerá en línea y el proceso de captación que se seguirá para que lleguen al blog. Asimismo, se hace un análisis de la competencia actual presente en el mercado y un análisis FODA que ayudará a considerar las variables que juegan a favor y en contra de la propuesta. Con toda esta información se busca dar un detalle informativo de la idea del blog en asesoría vocacional.

Al enmarcarse el Proyecto de Grado en la categoría de Proyecto Profesional, también se desarrolla la propuesta del blog como un proyecto de negocio, para el cual se plantea un plan comercial que detalle los objetivos de ventas, procesos de comercialización y de comunicación estratégica para el éxito del blog como un negocio digital. (Ver Cuerpo C fragmento 5).

5.1 Definición de la propuesta

La propuesta que se desarrolla en el presente proyecto responde a la necesidad de orientación vocacional pertinente y personalizada que acompañe a los adolescentes de la ciudad Lima en la toma de decisiones relacionadas con la vida profesional que proyectan al culminar la escuela secundaria. Se detecta que si bien existen propuestas, las mismas no son satisfactorias debido a que se realizan de manera superficial, pasando por alto los intereses personales del joven.

Esto se concluye a partir del análisis que se vuelca en los capítulos anteriores, a saber: El análisis de la situación actual del área de orientación vocacional en las escuelas secundarias de Lima. El estudio y recopilación de información relacionada al tema como escenario actual del sistema educativo, conceptos y parámetros de la orientación vocacional. La definición del concepto adolescencia y juventud. Y la realidad de la comunicación y sociabilización de los adolescentes frente a las tecnologías de la información y comunicación en la actualidad.

La propuesta de la creación del blog digital *Cuando sea GRANDE* brindará asesoría personalizada en línea en orientación vocacional, la cual será mediante la generación de contenido relacionado a la orientación y el abordaje de distintos temas de interés en esta área para los jóvenes y con el cual se busca capturar la atención de este público para posteriormente ofrecer el servicio de asesoría en línea en orientación vocacional mediante video llamadas, el cual tendrá un costo estipulado acorde al servicio y al mercado al que se orienta.

La estrategia de captación se centra en la producción y difusión de contenidos que puedan compartirse en el blog y que sea atractivo para los jóvenes que estén interesados en tomar el servicio profesional de asesoría en línea. Se propone un profesional quien a través de la consulta los ayude a profundizar y encontrar soluciones adecuadas a los problemas e inquietudes que se presentan cuando surge la indecisión profesional. Las sesiones en línea estarán organizadas por paquetes y tendrán un tiempo definido de duración, previa coordinación, para el acompañamiento en el proceso exploración de la carrera profesional que tenga afinidad con el joven y la toma de decisión final.

Se plantea la propuesta de un blog digital porque tras la investigación del público objetivo se halló que los jóvenes están sumergidos en los medios digitales desde sus procesos de comunicación hasta los de sociabilización. Asimismo, este grupo es el que se mantiene

más conectado a Internet porque este medio les ofrece basta información para los temas que son de su interés ya sean personales o los relacionados con sus estudios.

Para comprender mejor la propuesta, se expone la definición de Blog que proponen Cabrera y Toscón quienes lo definen como un sitio web en Internet actualizado periódicamente y que recopila o genera contenido cronológicamente, ya sea en texto, imágenes o videos (2012). También es conocido como diario, cuaderno de bitácora personal, lugar de encuentro, y otros, caracterizándose por enfocar su temática, tanto en diseño como comunicación e información en un tema específico. Asimismo, este medio permite la publicación de los comentarios de los lectores y el autor puede responder a estos, creándose así una comunidad en torno a la temática que el blog esté difundiendo.

Para estos autores, la construcción de confianza será crucial; tal como indican:

Así, la cuestión clave será la construcción de la confianza, que hará surgir una comunidad de usuarios en torno al autor y fortalecerá el sentido de pertenencia a la web e incluso al producto del que se habla. Esto es lo que hace que un blog de experto incremente la generación de relaciones en torno al producto, servicio o marca. (Cabrera y Toscón, 2012, p.218).

Al plantear la propuesta de la creación del blog se busca crear una comunidad de usuarios, en este caso conformado por los jóvenes que comparten el mismo problema de desorientación vocacional. Y que gracias al contenido que el blog les ofrece, puedan encontrar un espacio virtual que genere la interlocución, el intercambio de opiniones, difusión de ideas y la búsqueda de soluciones a las interrogantes relacionadas a la toma de decisiones con respecto a su futuro.

Rascovan propone que se deberían crear nuevos dispositivos de acompañamiento que garanticen la transición de los jóvenes a la vida adulta. Los cuales deben ser pensados como espacios en donde se puedan efectuar consultas y compartir dificultades que se les presentan en su etapa de transición a la vida adulta. (2005).

La propuesta de blog *Cuando sea GRANDE* tiene como uno de sus objetivos convertirse en un espacio digital en dónde los jóvenes puedan compartir temores y dificultades que se presentan al culminar la secundaria. Y que al mismo tiempo, el blog sea la fuente en donde ellos pueden encontrar la respuesta, la asesoría y acompañamiento pertinente y personalizado que los ayude en la toma de sus decisiones hacia su camino profesional.

5.2 Público Objetivo

El blog está orientado a un público adolescente que está por terminar o culminó la educación secundaria recientemente. Son jóvenes que se ubican geográficamente en la ciudad de Lima, Perú. Si bien al ser un soporte digital y al cual cualquier joven de habla hispana podrá acceder y revisar, se limita la atención del servicio en asesoría en línea solo a esta ciudad. Debido a que bajo el análisis de situación que se realizó en los primeros capítulos de la investigación se detectó una alta necesidad de atención en esta área específicamente en Lima, encontrando así una oportunidad de negocio por atender.

Por otro lado, será importante resaltar que para la propuesta se detectan dos tipos de clientes al que se estaría atendiendo. Debido a que el principal público y el que recibe la asesoría es adolescente y menores de edad, se divisa la necesidad de responder a un cliente indirecto, en este caso, los padres de estos jóvenes quienes serán los responsables de realizar el pago del servicio si es que el público objetivo principal tiene un alto interés por recibirlo.

A continuación, se detallan características que se identifican en el público objetivo de la propuesta. Tanto el directo, los jóvenes, como el indirecto, los padres. Adolescentes y/o jóvenes que se encuentren cursando el 5to año de educación secundaria, o recién hayan egresado, y/o estén matriculados en academias pre universitarias. Jóvenes interesados en continuar con una educación superior, ya sean en institutos y/o universidades y preocupados en encontrar la profesión que mejor se adapte a sus habilidades y capacidades. Además, presentan algún tipo de preocupación con respecto a la toma de

sus decisiones y están indecisos en la profesión a elegir. Y los padres que tienen hijos adolescentes que están por terminar la escuela secundaria, y quienes se preocupan porque continúen con la educación superior. Buscan o les interesa altamente que sus hijos vayan a la universidad, tengan una formación profesional, encuentren un acertado empleo en el futuro y sean exitosos. Padres que quizá no saben o saben poco de cómo orientar a sus hijos con respecto a la elección de una carrera profesional.

La propuesta se enfoca en atender al público juvenil porque ser adolescente involucra vivir en una etapa de transición hacia la vida adulta, y durante ese tiempo son solo ellos los que pueden decidir quienes quieren ser en el futuro. Buckingham reflexiona que en la actualidad los adolescentes están planteándose tomar sus propias decisiones y elecciones para seguir su camino y optar por su autonomía, dejando de lado las indicaciones que reciben de los adultos. (2008).

Proponer a este público un medio digital que les proponga información en orientación vocacional, es brindarles un espacio en dónde ellos puedan explorar y compartir sus opiniones, temores y experiencias con relación al tema con sus pares. También es acompañarlos, de alguna manera, en su proceso de transición hacia la vida adulta y darles respuestas a las interrogantes que les surgen en esta etapa de sus vidas.

5.3 Visión, misión y objetivos de la propuesta

El blog al plantearse como un proyecto de negocio, establece su visión, misión y objetivos en base a su crecimiento y aspiraciones a alcanzar en un determinado tiempo luego de ser lanzado al mercado objetivo. Sin embargo, no por ello cierra la posibilidad de buscar ampliarse a otros mercados que contempla como potenciales.

La visión de la propuesta es ser el primer soporte virtual especializado en orientación vocacional a nivel regional de Latinoamérica, ofreciendo un servicio personalizado y de calidad; generando contenido relevante y especializado para cada país del continente. La

misión que tiene el blog es brindar asesoría en línea de forma personalizada a jóvenes de Lima que necesitan orientación vocacional, generando contenido relacionado caracterizado por la relevancia, especialización y de calidad para su público objetivo.

Para alcanzar tal visión y misión, los objetivos son: primero, generar y gestionar la producción de contenidos pertinentes que sean de interés, de ayuda y aporte para el público objetivo. Segundo, posicionarse en los diferentes medios de búsqueda y redes sociales como principal medio virtual que ofrezca información y asesoría en orientación vocacional. Y tercero, brindar un servicio personalizado en línea caracterizado por la calidad, confianza y efectividad para su público objetivo.

5.4 Estrategia del servicio

El servicio que se ofrecerá a través del blog es el de la asesoría personalizada en línea en orientación vocacional a los adolescentes que están por terminar o ya egresaron de la escuela secundaria.

Cada artículo que se publique en el blog direccionará al público interesado a la sección de venta del servicio que se ofrece en asesoría en línea. En esta sección se podrá encontrar toda la información relacionada con el servicio, términos y condiciones, costos, preguntas frecuentes, acerca de cómo se realiza la asesoría en línea e información relevante para esclarecer las dudas que se pueden generar en el público.

El servicio tendrá un costo accesible al público. Y dado que la orientación vocacional es un proceso de acompañamiento, será ofrecido en paquetes de números determinados de sesiones de asesorías, los cuales serán convenientes y determinados para cada cliente. Al ser un servicio que se ofrece en línea, se hará uso de la plataforma de Skype para la comunicación con el público mediante video llamadas.

Se usará esta plataforma porque Skype es un software gratuito que permite que las personas y empresas de todo el mundo se puedan comunicar mediante llamadas, video

llamadas y mensajes instantáneos, también permite compartir archivos durante la comunicación. Se puede usar este servicio en distintos equipo como teléfonos móviles, computadoras o TV. (Skype, 2015). Este software al ser sencillo y accesible tanto para la propuesta como para los clientes es el idóneo para ser empleado como medio de comunicación en el servicio que se plantea ofrecer.

El servicio de asesoría en línea que brindará el blog tendrá como característica fundamental ser personalizado para cada joven, es decir la orientación que se realice al joven responderá a sus necesidades específicas tras un análisis de la situación en la que se encuentre. Es decir un joven que aún no tiene decidido que carreras profesionales le interesa o no ha detectado aún sus intereses y capacidades que puedan direccionarlo en su camino profesional, no recibirá la misma asesoría que otro joven que sí sabe qué estudiar pero que necesita un apoyo que le dé seguridad de continuar y que lo ayude a armar un proyecto de vida o lo asesoré en cómo construir su futuro profesional en base a sus capacidades.

Si bien el servicio que se plantea es el ofrecer asesoría en orientación vocacional, mediante el mismo se busca responder a tres área que son fundamentales responder para apoyar la etapa de transición a los estudios superiores del joven: primero orientarlo en la toma de decisiones para la elección de su carrera profesional acorde a sus intereses y capacidades, segundo asesorarlo en el armado de un proyecto de vida que abarque sus estudios superiores y elecciones laborales, y tercero darle nociones de metodologías de aprendizaje para que comprenda que pasar de una etapa escolar a una etapa de estudios superiores significa un cambio tanto en las prácticas de enseñanza como en las de aprendizaje.

El servicio en orientación vocacional que se propone brindar el blog engloba distintas áreas que necesitan atención en la etapa de transición que vive el joven al terminar la

secundaria. Por ello, el valor diferencial del servicio es la personalización, la calidad y eficiencia del mismo para con el público objetivo.

5.5 Proceso de captación

El proceso de captación que seguirá el blog se plantea de dos formas, por un lado elaborar detalladamente el viaje en línea que se quiere el usuario siga para llegar al blog, y por otro la comunicación a través de publicidad especializada y enfocada en el público objetivo ya sea en línea, o presencial ubicados estratégicamente en los distintos espacios que ellos concurren.

El primer proceso que se plantea es el del viaje idóneo que debería seguir el usuario. El cual consiste en: búsqueda de información por parte del usuario, localización de contenido relevante y de interés que sirve de anzuelo hacia el blog y solicitud de servicio que ofrece el blog. Parar un adolescente que busca respuestas e indaga sobre qué estudiar luego de terminar la secundaria, Internet es una fuente de información que le ayuda a responder sus dudas. Este joven es de aquellos que pone en el buscador ¿Qué debo estudiar? ¿Quién ser de grande? ¿Cuál es mi vocación? y otras interrogantes relacionadas. El resultado de búsqueda le brinda como primera opción la dirección del blog Cuando sea GRANDE o algún artículo del mismo relacionado al tema, porque el contenido de mismo usa estrategias de comunicación digital que lo sitúen como la mejor opción. El joven ingresa al blog y encuentra la información que aborda los temas relacionados a su búsqueda. El contenido que halla en el soporte le es atractivo y siente interés por saber más sobre el tema; finalmente busca contactarse con el profesional para recibir el servicio.

El segundo proceso de captación que se menciona consiste en elaborar planes de comunicación y publicidad en línea y de forma presencial enfocada directamente al público objetivo, y el cual sirva de complemento del primer proceso de captación. Ya que

el objetivo principal es direccionar al público al blog para luego ofrecerle el servicio de asesoría.

Para lograr los objetivos de captación y de visitas al blog, es importante detallar que la información que se genere debe ser compuesta bajo estrategias de comunicación que se apliquen a los medios digitales, y estrategias que respondan adecuadamente al público juvenil. Desde los temas que se aborden hasta las formas de organización y enfoque de la información para que sea de interés para el joven. A su vez estos también deberán contar con las características que distinguen al contenido digital.

Camus (2009) menciona que es importante entender cada una de las características que distinguen el contenido en línea del contenido impreso para poder realizar estrategias de creación que puedan sacar provecho de la plataforma en donde difundan; es ofrecerle al usuario información pertinente en el momento que está explorando y así integrarlo al sitio en línea, y darle al usuario una experiencia a través del contenido.

La información que se genere en el blog, será el anzuelo que retenga al público en el sitio y que a su vez produzca el suficiente interés para que estos soliciten el servicio de asesoría. Para ello, los temas que se aborden y publiquen en el blog contendrán las características que todo contenido digital debe tener. Camus (2009) enumera nueve características básicas como principales: La interacción, ofrecer más cosas para hacer y que no solo quede en la lectura o visualización de información. Actualización, capacidad de que haya constante renovación de contenidos de forma simple y económica para el usuario. Multimedia, facilidad de permitir la inclusión de medios audiovisuales o interactivos de manera simultánea y en conjunto al contenido, generando algún tipo de experiencia en el usuario. No lineal, los contenidos pueden no ser usados por el usuario en distinto orden que el autor los ha planteado, por ello deben contar con una sólida arquitectura de la información. Personal, el usuario puede utilizar los elementos del espacio digital y agregarles valor, transformando y mejorando el contenido que se le

ofrece para hacerlo personal y propio. Múltiples dispositivos de acceso, el usuario cuenta con diferentes dispositivos para consumir la información, el soporte de acceso es variable y no limitado. Contenidos que se relacionan, los contenidos digitales tienen la capacidad de conectar con otros contenidos mediante enlaces para que los usuarios puedan acceder a otras fuentes de información. Los usuarios distribuyen el contenido, estos pueden reproducirlos en otros medios o sitios digitales. Y los contenidos adquieren múltiples formatos para ser producidos y facilitar su consumo para el usuario.

Bajo este concepto se detalla cómo cada una de estas características se aplicará al contenido de blog: Interacción, los jóvenes podrán explorar cada una de las páginas que contenga el blog según su interés, es decir la organización del blog le ofrecerá distintas opciones de qué hacer y a explorar la información. Esto hará que la experiencia de cada usuario sea distinta y diversa según su necesidad. La actualización de contenido será constante, se mantendrá una frecuencia de dos o tres veces por semana, aumentando la difusión según la demanda. El uso de multimedios en el contenido será esencial, por ello cada artículo que se publique en el blog estará acompañado con imágenes, videos, audios, infografías y otros relacionados al tema que se está abordando. La información que contenga el blog será no lineal, ayudando así al usuario a explorarla en desorden para adecuarlo a su interés; es decir el joven podrá revisar distintos artículos sin importar la fecha de publicación, así mismo cada artículo podrá direccionarlo a otras fuentes de información dentro o fuera del blog. Personal, si bien el contenido del blog se enfocará en temas relacionados a la orientación vocacional de forma profesional, estos serán elaborados con técnicas de comunicación personal, para facilitar la identificación con el joven y ayudar a que se apropien de ellos y puedan compartirlos con su grupo social. El blog podrá ser accesible para su consumo desde diferentes tipos de dispositivos, es decir el espacio web tendrá la configuración para ser accesible desde celulares inteligentes, tabletas electrónicas, computadoras portátiles, pantallas de televisión y otros. Todo artículo de información que se publique en el blog tendrá información relacionada que

ayude al joven a profundizar en el tema y darle una mejor experiencia, es decir todo texto contendrá enlaces externos o internos que complemente el contenido que se está abordando. Toda la información que produzca el blog será de fácil distribución, es decir los jóvenes podrán compartir el contenido de su interés con otros medios, ya sean redes sociales u otras web personales de ellos. Los artículos y el blog tendrán botones con los íconos de las distintas redes sociales para la difusión del mismo por el usuario. Y la elaboración del contenido será producido en distintos formatos, es decir a parte de brindar la información en formato de texto, también se elaborarán infografías, imágenes, videos o audios para brindarle variedad en la presentación de los temas que se aborden en el blog.

Primordialmente, el proceso de captación tendrá como estrategia principal la difusión y creación de contenidos digitales que impulsen al público a contratar el servicio de asesoría en línea. Y para ello, la información que se genere tendrá que ser de interés y de relevancia para el target en función a la orientación vocacional.

5.6 Análisis de la competencia

El mercado de orientación vocacional en Lima no se encuentra del todo explotado, ya que es un área a la que no se le ha dado la relevancia necesaria y la presencia que debería tener en la vida de los estudiantes de educación secundaria. Si bien algunas escuelas privadas cuentan con este servicio, muchas que son públicas le restan importancia. Sin embargo, no por ello se suprime esta atención a los estudiantes, quienes la reciben únicamente en el último año.

En el estudio de mercado elaborado para la investigación, se detectó algunos soportes que ofrecen un servicio similar pero no igual al que se propone. La competencia encontrada en el mercado es Universia Perú, SOVIO del Ministerio de Trabajo y Logros Perú. Estas agencias, por así nombrarlas, brindan información en orientación vocacional

de forma digital, es por ello que se las ha ubicado como competencia directa y relevante a analizar.

Universia Perú, tal como se define, es una red de universidades de Iberoamérica constituida por 1345 universidades de 23 países, incluido Perú, y cuenta con el mecenazgo del Banco Santander. Este portal fue creado en el año 2000 con la intención de agrupar a todas las universidades iberoamericanas en un solo espacio en Internet. (Universia Perú, 2015). En este portal los estudiantes pueden encontrar información sobre dónde estudiar, ya sea en el mismo país o en el extranjero, Universia Perú les da el dato de todas las universidades, carreras, cursos, becas y hasta empleo que se encuentran activos en el mercado. También cuenta con una sección de orientación vocacional en donde el usuario se hace una autoevaluación mediante un test digital de forma gratuita. El sistema que se usa es mecánico, la persona ingresa sus respuestas a las preguntas de las distintas sesiones del test y luego recibe el resultado en donde se detalla una lista de carreras con las que la persona tendría afinidad.

Si bien Universia Perú es un portal con presencia posicionada en el mundo en línea y con presencia en distintos países, este tiene como público principal a estudiantes que ya tienen definido qué estudiar. Sin embargo, al tener un espacio que brinde asesoría de forma mecánica en orientación vocacional se la puede considerar como competencia. Ya que el sistema que maneja es de fácil uso y de gratuidad para los estudiantes que buscan tener rapidez en una respuesta. No obstante, este servicio es solo mecánico, si el joven quisiera realizar consultas de porqué, o cómo abordar o empezar con las opciones que le dan o qué decisiones tendría que empezar a tomar, no hay persona o algún contacto de Universia Perú que le pueda brindar respuestas a sus dudas.

Servicio de Orientación Vocacional e Información Ocupacional (SOVIO), es un servicio en línea gratuito que se brinda a nivel nacional en Perú gracias al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del gobierno peruano. Este portal busca ayudar en la construcción

de proyectos de vidas y orientar a los jóvenes en la elección de carrera profesional. El programa está dirigido a personas de 16 a 24 años de edad que deseen orientación. El servicio puede ser atendido de forma individual o grupal en las oficinas de SOVIO o en los espacios de alguna organización si lo solicitaran. Además de contar con profesionales que brindan atención en orientación; los estudiantes pueden encontrar en la web test vocacionales, foros de discusión y juegos interactivos que los ayuden a resolver inquietudes que puedan tener. (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2015).

Bajo la definición que se hace de SOVIO este servicio contaría con todas las herramientas para brindar una asesoría acertada a los jóvenes; tanto de forma presencial como virtual, a nivel nacional y gratuitamente. Sin embargo, luego del análisis y exploración de toda la información que se encuentra en esta plataforma se encuentran algunas debilidades que se pueden considerar para la propuesta. Según las fechas registradas en la web las actualizaciones no son constantes, y no se brinda contenido en información y temas relacionados a la orientación, solo se promociona el servicio y el test vocacional que brindan. SOVIO cuenta un foro para establecer comunicación con los jóvenes pero este no cuenta con participación del público desde hace más de un año. Este portal cuenta con algunas falencias que necesitan ser potencializadas para atender al público. Si bien, brinda asesoría en orientación, ésta es de forma presencial y no en línea. Si un estudiante quisiera recibirla tendría que acercarse a las oficinas. Y no encontraría más información relacionada al tema en el portal adicional al de realizar el test o explorar la sección de foros o juegos.

Logros Perú es un portal web educativo para el público joven que está interesado en hacer estudios superiores. El objetivo principal de este portal es compartir información necesaria para que los jóvenes puedan decidir qué y dónde estudiar. (Logros Perú, 2011) En la web de Logros Perú se puede encontrar información relacionada a los temas de

estudios y orientación, lugares dónde estudiar, empleo, secciones específicas de orientación vocacional, videos, foros y otros.

Este portal recopila gran parte de la información que podría interesar a un joven que necesita respuestas. Sin embargo, la organización en la que se presenta es confusa para el usuario, desde una mirada estética. A esto se le puede adicionar que cuenta con publicidad que puede confundir o direccionar intencionalmente al usuario a otras páginas. Si bien el portal ofrece el servicio de asesoría en orientación vocacional gratuito, este consiste en brindárselo mediante la recopilación de toda la información, con desarrollo de test vocacionales, foros en donde pueden compartir y difusión de talleres presenciales que se puedan ofrecer en el mercado. Pero no ofrecen el servicio de orientación de forma personalizada o con una atención directa.

Con el análisis de la competencia se ha podido tener un conocimiento general de la situación del servicio en orientación vocacional que se está ofreciendo en Lima. Y ante la información recopilada y explorada se puede deducir que es un sector que está poco atendido. Siendo así, la propuesta cuenta con oportunidades en el mercado a las que responde y satisface de forma oportuna y beneficiosa tanto para la idea de negocio como para el público al que quiere atender.

Si bien existen portales, foros, lugares físicos y talleres que pueden aportar en la toma de decisión de los jóvenes, no se encuentra en el mercado una competencia directa a la propuesta del blog. Por otro lado, Universia Perú, SOVIO y Logros Perú se pueden considerar como la competencia indirecta, pero con debilidades que pueden ser consideradas oportunidades para el proyecto.

Por ello, el blog Cuando sea GRANDE propone un valor diferencial basado en una asesoría profesional personalizada para cada joven para que así brindarle seguridad y acompañamiento en su etapa de transición a los estudios superiores. Distinguiéndose de

la competencia la cual solo se enfoca en darle información sin una retroalimentación beneficiosa para el joven.

5.7 Análisis FODA de la propuesta

A continuación se detallan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la propuesta del blog. Esto ayudará a identificar los valores positivos y negativos de la idea generada para tomar acciones que los potencialicen o neutralicen.

Las fortalezas son: Para el mercado meta será el primer blog digital que ofrezca un servicio personalizado en línea en orientación vocacional, esto debido a que el proyecto está focalizado en un objetivo específico para atender una necesidad definida y encontrada tras el análisis de situación. El servicio que se promete ofrecer será caracterizado por ser personalizado, de calidad, eficiente y confiable tanto para público juvenil como para los padres de estos. El servicio será uno de los valores fundamentales de la propuesta, dado que tiene por objetivo principal brindar una asesoría personalizada con resultados pertinente para el público. Precio accesible para el público en comparación de la competencia, la que brinda un servicio presencial. Dado el mercado en el área de orientación vocacional en Lima no está del todo atendida, los precios de las consultas son elevados para el público, esto hace que muchos prefieran no hacerla. Con el blog digital se busca entrar al mercado con un precio accesible pero que esté acorde a la calidad del servicio que se brinda. Facilidad de acceso al público sin importar la distancia o límite geográfico, al ser un blog digital esto permite acceder a un público sin importar su ubicación geográfica. Los medios y herramientas en línea permiten acortar ese límite de distancia. Asimismo, bajo este criterio permite acceder a un mercado internacional en un futuro proyectado.

Entre las oportunidades encontradas están: Necesidad en la población juvenil de recibir orientación vocacional. La idea de generar esta propuesta parte básicamente por la necesidad encontrada en la ciudad de Lima. Apogeo de los medios digitales para la

comunicación, en especial por la población juvenil. Es una oportunidad contar con herramientas digitales para el planteo del blog, y también que el público objetivo esté bastante involucrado con el mundo virtual. Constante número de estudiantes que salen de la escuela secundaria cada año, y que al mismo tiempo están interesados en continuar con los estudios superiores. Público indirecto, los padres de estos jóvenes; debido a que con la demanda del mercado laboral los padres se muestran preocupados por el futuro de sus hijos, deseando que vayan a alguna institución de estudios superiores y terminen con éxito. Estarían interesados en un espacio que les brinde asesoría a sus hijos para evitar de alguna forma que dejen la carrera a la mitad y así no pierdan ni tiempo ni dinero.

Las debilidades detectadas de la propuesta son: Nuevo en el mercado y que se ofrezca un el servicio 100% en línea, esto podría generar desconfianza en el público para comprar el servicio. Competencia ya posicionada en el mercado, si bien la competencia directa no brinda un servicio en línea, ésta si comparte digitalmente información relacionada al área y además promociona su servicio presencial. Público objetivo menor de edad, desconfianza por parte de los padres en el servicio. Gran parte del público al que se quiere capturar son estudiantes y aún son menores de edad, así que se depende de la autorización de los padres para venderles el servicio. Temor de realizar el pago de un servicio intangible y digitalizado. Esta debilidad está enlazada con la anterior, al ser un público menor de edad, los padres quienes realizarían el pago, podrían negarse a realizarlo de forma digital, adicionalmente a que el servicio que recibirán también será de forma digital. Esto generaría temor de pagar por algo intangible.

Finalmente, las amenazas que se plantean para la idea del blog son: Competencia potencial, existen las posibilidades tras el auge de la propuesta surjan ideas similares que ofrezcan el mismo servicio en la misma área para el mismo público. A esto se le puede sumar que la competencia que ofrece su servicio presencial, opte por abrir un nuevo

canal utilizando las herramientas digitales para ofrecer también un servicio en línea. Acciones que podría realizar el estado peruano para enfrentar el problema de desorientación vocacional desde las escuelas, dado que el gobierno del Perú tiene áreas que mejorar en la educación es posible que una de las áreas que próximamente pueda atender sea la de la orientación vocacional. Problemas económicos en el país, al generarse una crisis económica el público priorizaría sus gastos, dejando de lado la adquisición del servicio.

Conocer las variables expuestas en cada componente del análisis del FODA, ayudará a tener una mirada simplificada de todo el análisis de situación que se realizó a lo largo de los cuatro capítulos del proyecto de grado. Asimismo, el objetivo principal de realizar el FODA de la propuesta, es poder generar futuras acciones preventivas para las amenazas y debilidades, y también para poder potencializar las variables encontradas en las fortalezas y oportunidades. Esto aportará a tener nociones de qué campos de la propuesta necesitan mayor enfoque para su realización y lanzamiento oportuno.

Conclusiones

El Proyecto de Investigación y Desarrollo en el tratamiento de sus cinco capítulos se propuso analizar la situación actual del campo de orientación vocacional para jóvenes de Lima, para sustentar una propuesta que pueda ser acorde a las necesidades encontradas en dicho análisis. Es por ello, que la investigación fue organizada en dos grandes grupos: un estudio profundo del mercado para conocer el contexto de una posible problemática y el planteo de una propuesta que responda y solucione tal problema.

Gracias a esa organización de la información que se planteó en la investigación, a lo largo de cada capítulo se pudo comprobar supuestos que se plantearon y que dieron origen a la idea del proyecto de negocio. La idea de hacer un blog que brinde el servicio de asesoría en línea en orientación vocacional para la ciudad de Lima, fue originada por la observación de necesidades y cuestiones que se detectaron en el área de orientación para los jóvenes. Tal concepto de negocio partió de las preguntas ¿Cómo está la situación en educación vocacional en los colegios de Lima? ¿Cuál es la situación actual de la orientación vocacional en los jóvenes? ¿Qué significa ser realmente adolescente o joven? ¿Cómo son los jóvenes o adolescentes de hoy frente a las tecnologías? ¿Es posible que un soporte en línea pueda brindar aportes significativos en orientación vocacional a los jóvenes de Lima?

Con la recopilación y exploración de información en cada capítulo se buscó responder a las preguntas mencionadas en el párrafo precedente. Es así como en el primer capítulo se pudo comprobar que la asesoría en orientación vocacional en las escuelas secundarias de la ciudad de Lima no es la adecuada. El sistema educativo focaliza su atención en las materias base que conforman el plan curricular. Y si bien, se da un abordaje al área de orientación; ésta se realiza en el último año escolar y de manera muy superficial, no logrando responder a las dudas que los estudiantes puedan tener. Ante este

resultado, fue primordial conocer la situación puntual del área de orientación vocacional en Lima, la cual fue abordada en el segundo capítulo.

Con el capítulo dos se pudo reconocer que esta área no está presente en la vida de los jóvenes como debería ser. Se pudo comprobar que muchas instituciones educativas dejan de lado esta área o dejan que sea de preocupación exclusiva de los padres o estudiantes. Siendo los estudiantes quienes deben explorar alternativas externas, que les pueda ofrecer el mercado, para encontrar soluciones. Asimismo, gracias a este capítulo se halló y comprendió la relevancia de esta área en la etapa que viven los jóvenes cuando transitan hacia los estudios superiores, ya que les brinda una asesoría, los acompaña en el proceso de toma de decisiones y les clarifica el camino profesional que podrían elegir para su futuro.

El tercer capítulo abordó el tema de la adolescencia y juventud. Para el desarrollo del Proyecto de Investigación y Desarrollo fue primordial esclarecer estos conceptos. Y a su vez conocer características que distinguen a los jóvenes y adolescentes de las otras etapas de la vida. Gracias a la información explorada, se pudo comprender primordialmente que ser joven implica una serie de cambios, de percepciones, conflictos, temores y aprendizaje hacia la vida adulta. Con ello se reconoce que las personas que transitan por estas etapas necesitan herramientas o medios que les aporten significativamente en su pasar por la etapa de adolescencia y juventud; ya que en estas etapas están decidiendo su futuro personal y profesional.

Luego de comprender tales conceptos, el cuarto capítulo tuvo como objeto de estudio a los jóvenes en la actualidad y la influencia que tienen frente a las tecnologías de información y comunicación. Este tema fue abordado desde el aspecto comunicacional y de sociabilización. Así es como se comprobó que en la actualidad el medio digital y tecnológico es fundamental en la vida de los jóvenes, porque forma parte de sus procesos de comunicación y sociabilización. Y esto genera que ellos estén conectados

sin importar distancia o tiempo, que puedan encontrar en el mundo en línea una enorme base de información para sus dudas más frecuentes, tanto en lo personal como en lo académico o de interés social.

Con todo el análisis que se hizo en los cuatro capítulos del proyecto, se pudo plantear una propuesta que responda a los problemas que se detectaron en el área de orientación vocacional en los jóvenes de Lima. En el quinto capítulo se planteó la idea de negocio de la creación de un blog digital que pueda dar el servicio en línea de orientación vocacional; tras encontrar las falencias desatendidas en esta área y las necesidades de la etapa adolescente relacionadas a su búsqueda y planteo de futuro personal y profesional.

Proponer un medio digital que sirva como un espacio y que brinde servicios no es nuevo en el mercado, ya que existe gran variedad de empresas que lo hacen en la actualidad. Sin embargo, la propuesta se diferencia de las ya existentes porque se enfoca de manera específica en un mercado meta y para un área en especial; desde la localización geográfica, ciudad de Lima; público objetivo, jóvenes que presente desorientación vocacional; y temática de la propuesta, brindar un servicio en asesoría en línea personalizado en el área de orientación vocacional.

Al tener un enfoque especializado que la distinga de los otros servicios que se ofrecen en el mundo virtual, hace que todas sus estrategias de comunicación y captación estén basadas únicamente a ese mercado, disminuyendo así las pérdidas de esfuerzo y economía en capturar un mercado más amplio. Asimismo, al ser una propuesta con una temática específica no deja de abrir las posibilidades de ampliarse en el mercado, es decir crecer en un mercado internacional. Debido a que la orientación vocacional y las necesidades en los adolescentes que transitan a la adultez están presentes en todas las sociedades sin distinguir nación.

La propuesta que se plantea cuenta con oportunidades y fortalezas que la convierten en un proyecto sustentable y con capacidad de crecimiento significativo. Del mismo modo, es conveniente resaltar que la propuesta no solo aporta a resolver necesidades en el público juvenil, los aportes que se consideran también contribuyen al crecimiento de una sociedad, ya que es prometedor saber que un país con jóvenes que saben qué estudiar contribuyen a su desarrollo, porque se cuenta con más personas satisfechas de su profesión y seguras de sus habilidades y capacidades para ponerlos en práctica.

Finalmente, el aporte que se genera gracias al Proyecto de Investigación y Desarrollo son los relacionados a la aplicación de los nuevos medios de comunicación como proyectos de negocio, enfocados a un público específico. Es decir, que es necesario ampliar los conceptos que se tienen de los nuevos medios de comunicación, en este caso los digitales. Si bien los medios digitales han ampliado los canales de comunicación, es recomendable pensarlos más allá que simple canales de interacción. Es necesario reconocer las oportunidades que generan, para así poder desarrollar a través de ellos nuevos enfoques de negocios para un público y área específica; para el cual es necesario haber detectado bajo un análisis el medio digital que mejor se adapte a sus necesidades.

Lista de referencias bibliográficas:

- Aguirre, A. (Ed.) (1994). *Psicología de la adolescencia*. Barcelona: Marcombo.
- Blanco, F. (2003). Jóvenes del tercer milenio. México: Servicio de publicaciones de la Universidad de Colima
- Benavides, M. (2004). *¿Es posible mejorar la educación peruana?: evidencias y posibilidades*. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo GRADE. Citado en: Guerrero, G. (2013). *¿Cómo afectan los valores individuales y escolares la decisión de los jóvenes de postular a educación superior? Un estudio Longitudinal en Lima, Perú*. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo GRADE. Disponible en: <http://www.grade.org.pe/upload/publicaciones/archivo/download/pubs/ddt69.pdf>
- Boada, A., Di Alessio, M. y Millán, A. (s.f.). Conceptualización y operacionalización de variables vocacionales para el desarrollo de un sistema informatizado de asesoramiento para el ingreso a la educación superior. Venezuela: s.e. Disponible en: http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/vrac/documentos/Curricular_Documentos/Evento/Ponencias_1/boada_antonio_y_otros.pdf
- Bourdieu, P. (1990). La juventud no es más que una palabra, en sociología y cultural. México, Grijalbo Citado en: Blanco, F. (2003). Jóvenes del tercer milenio. México: Servicio de publicaciones de la Universidad de Colima.
- Buckingham, D. (2008). Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital. Buenos Aires: Editorial Manantial.
- Carlín, C. (18 de junio de 2012). ¿Se da una adecuada orientación vocacional en los colegios? [posteo en web]. Disponible en: http://www.capital.com.pe/2012-06-18--se-da-una-adecuada-orientacion-vocacional-en-los-colegios-noticia_493468.html
- Cabrera, M. y Toscón, M. (2012). *Escribir e Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Barcelona: Fundéu BBVA, Galaxia Gutenberg, Círculo de Lectores SA.
- Camus, J. (2009). *Tienes 5 segundos*. [Libro digital]. Disponible en: www.tienes5segundos.cl
- Castillo, G. (1985). *Los padres y la orientación vocacional de sus hijos*. Pamplona: Eunsa. Citado en: Aguirre, A. (Ed.) (1994). *Psicología de la adolescencia*. Barcelona: Marcombo.
- Castañeira, V. (2010). *Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos*. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico. Citado en: Rascovan, S. (Comp.) (2010). *Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos*. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico.
- Cevallos, L. (2011). *Etapas de la vida humana*. Disponible en: <http://es.slideshare.net/lourdescevallos/etapas-de-la-vida-humana>

- Consejo Nacional de Educación. (2011). Políticas Educativas 2011-2016. Agenda Común Nacional-Regional. Lima: Biblioteca Nacional del Perú. Disponible en: <http://www.cne.gob.pe/images/stories/cne-publicaciones/AGENDA%20COMUN%20politicas%20para%20el%20quinquenio%20julio2001.pdf>
- Crystal, D. (2001). Lenguaje e Internet. Madrid: Cambridge University Press.
- Del Mastro, C. (2011). La educación superior en Iberoamérica. La educación superior en el Perú. Lima: Centro Interuniversitario de Desarrollo. Disponible en: <http://www.universia.net/wp-content/uploads/Peru11.pdf>
- Dubois, M. (2010). Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico. Citado en: Rascovan, S. (Comp.) (2010). Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico.
- Enrique, S. (2010). Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico. Citado en: Rascovan, S. (Comp.). (2010). Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico.
- Fernandez-Planells, A. y Figueras, M. (2012). La televisión e Internet hoy: diferentes roles, usos y consumos en el tiempo libre de jóvenes de Barcelona y Lima. *Icono14 Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 72 (3), 176-201.
- Frisancho, A. (2006). La orientación vocacional en los colegios público y privados de Lima: situación actual y propuesta de un programa de acción para la secundaria pública. *Revista en investigación psicológica*. [Revista en línea] 9 (1) 23-35. Disponible en: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/4027/3207>
- Frisancho, A., Mesías, R., Peralta, A. y Aliaga, J. (2013, enero-junio). Evaluación de la orientación vocacional que se imparte en los colegios públicos y privados en Lima. *Investigación Educativa*. [Revista en línea]. 17 (31), 27-44. Disponible en: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/view/7701/6726>
- Gifreu, J. (1991). Estructura general de la comunicación pública. Barcelona: Portic SA. Citado en: Alsina, M. (2001). Teorías de la comunicación, ámbitos, métodos y perspectivas. Barcelona: Universidad de Valencia, Universidad Pompeu Fabra, Universidad de Barcelona, Universidad Jaume I.
- González, J. (2010, noviembre). Congreso Internacional en Orientación. *Tiempo Latinoamericano*. (19), 2-4. Citado en: Oliveros, O. (2012, diciembre). Hacia un nuevo paradigma en orientación vocacional. *Paradigma*. [Revista en línea]. 33(2), 129-143. Disponible en: <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/1210/443>
- González, J. y Lessiere, O. (2009). Contextualización y competencias en la orientación comunitaria. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*. 12(1), 130-141. Citado en: Oliveros, O. (2012, diciembre). Hacia un nuevo paradigma en orientación vocacional. *Paradigma*. [Revista en línea]. 33(2). 129-143. Disponible en: <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/1210/443>

- Guerrero, G. (2013). ¿Cómo afectan los valores individuales y escolares la decisión de los jóvenes de postular a educación superior? Un estudio Longitudinal en Lima Perú. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo GRADE. Disponible en: <http://www.grade.org.pe/upload/publicaciones/archivo/download/pubs/ddt69.pdf>
- Herrera, J. (2001). La pobreza en el Perú 2001. Una visión departamental. Lima: INEI IRD. Citado en: Benavides, M. (2004). Educación y estructura social en el Perú. Un estudio acerca del acceso a la educación superior y la movilidad intergeneracional en una muestra de trabajadores urbanos. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo GRADE.
- Hollingshead, A. (1961). Elmtown's youth. Nueva York: Science Editions. Citado en: Agulló, E. (1997). Jóvenes, trabajo e identidad. Asturias: Servicio de publicaciones de la Universidad de Oviedo.
- Hurtado, L. (2006, agosto). Acerca de la preparación pre universitaria. Revista del Instituto de Investigaciones Educativas. 10 (17), 167-174. Disponible en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv_educativa/2006_n17/a16.pdf
- Igarza, R. (2008). Nuevos medios, estrategias de convergencia. Buenos Aires: La Crujía. Citado en: Martínez, E. y Lazo, C. (2011). Jóvenes interactivos: nuevos modos de comunicarse. La Coruña – España: Netbiblo.
- Jekins, H. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century, en Bulding the new field of digital media. Disponible en: <http://digitalllearning.macfound.org> Citado en: Morduchowicz, R. (2012). Los adolescentes y las redes sociales, la construcción de la identidad juvenil en Internet. Buenos Aires: Fondo de Cultural Económica.
- Jozani, M. (2009). De pasiones y destino. Contribuciones psicoanalíticas a la orientación vocacional. Buenos Aires: Letra Viva.
- Levy, D., Rascovan, S. y Korinfeld, D. (2013). Entre adolescentes y adultos en la escuela, puntuaciones de época. Buenos Aires: Paidós.
- Ley N° 28044, Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 28 de julio de 2003 Disponible en: http://www.minedu.gob.pe/p/ley_general_de_educacion_28044.pdf
- Logros Perú (2011). ¿Quiénes somos? [Web institucional] Disponible en: <http://www.logrosperu.com/>
- López, E. (1 de noviembre de 1988). El talante de la juventud. En Papeles para la libertad. Diario YA. Citado en: Salinas. F. y Carrasco F. (1994). Los jóvenes. Documentación social, revista de estudios sociales y de sociología aplicada. Madrid: Caritas España.
- Martínez, E. y Lazo, C. (2011). Jóvenes interactivos: nuevos modos de comunicarse. La Coruña – España: Netbiblo.
- Martínez, P. y Morote, R. (2001). Preocupaciones de adolescentes de Lima y sus estilos de afrontamiento. Revista de Psicología de la PUCP. 2 (2), 212-236.

- Ministerio de Educación del Perú (2014). Aprendizajes [web institucional] Disponible en: <http://www.minedu.gob.pe/>
- Ministerio de Educación del Perú. (2005). Diseño Curricular de Educación Básica Regular. Lima: Fimart SAC. Disponible en: <http://www.minedu.gob.pe/normatividad/reglamentos/DisenoCurricularNacional.pdf>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2015). Servicio en línea – SOVIO. [Web institucional]. Disponible en: <http://www.trabajo.gob.pe/mostrarContenido.php?id=1007&tip=105>
- Molina, D. (2004). Concepto de orientación educativa: diversidad y aproximación. Revista Iberoamericana de Educación. 33(6). Citado en: Oliveros, O. (2012, diciembre). Hacia un nuevo paradigma en orientación vocacional. Paradigma. [Revista en línea]. 33(2), 129-143. Disponible en: <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/1210/443>
- Morduchowicz, R. (2012). Los adolescentes y las redes sociales, la construcción de la identidad juvenil en Internet. Buenos Aires: Fondo de Cultural Económica.
- Moreno, A. (2007). La adolescencia. Barcelona: Editorial UOC.
- Müller, M. (1997). Orientar para un mundo en transformación, jóvenes entre la educación y el trabajo. Buenos Aires: Editorial Bonum.
- Muñoz, G. (2010). ¿De los nuevos medios a las hipermediaciones? Colombia: Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud alianza de la Universidad de Manizales y el CINDE. Citado en: Martínez, E. y Lazo, C. (2011). Jóvenes interactivos:nuevos modos de comunicarse. La Coruña – España: Netbiblo.
- Oliveros, O. (2012, diciembre). Hacia un nuevo paradigma en orientación vocacional. Paradigma. [Revista en línea]. 33(2), 129-143. Disponible en: <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/1210/443>
- Prieto-Figueroa, L. (2009). De una educación de castas a una educación de masas. s.l.: Editorial IPASME. Citado en: Boada, A., Di Alessio, M. y Millán, A. (s.f.). Conceptualización y operacionalización de variables vocacionales para el desarrollo de un sistema informatizado de asesoramiento para el ingreso a la educación superior. Venezuela: s.d. Disponible en: http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/vrac/documentos/Curricular_Documentos/Evento/Ponencias_1/boada_antonio_y_otros.pdf
- Quiroz, M. (2008). La edad de la pantalla, tecnologías interactivas y jóvenes peruanos. Lima: Fondo editorial Universidad de Lima.
- Rascovan, S. (2000). Los jóvenes y el futuro. Buenos Aires: Psicoteca Editorial.
- Rascovan, S. (2005). Orientación vocacional, una perspectiva crítica. Buenos Aires: Paidós.
- Rascovan, S. (2008). Reflexiones sobre la orientación vocacional-educativa y tutorías en Argentina. [20 párrafo]. [posteo en blog]. Disponible en: http://puntoseguido.com/boletin_items_detalle.asp?item_id=162

- Ratón, (1988). El nuevo reto: la toma de decisión para la elección de carrera universitaria. España: Novak-Joseph. Citado en: Aguirre, A. (Ed.) (1994). Psicología de la adolescencia. Barcelona: Marcombo.
- Requena, M. y Mingote, C. (2008). El malestar de los jóvenes: contextos, raíces y experiencias. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Salinas, F. y Carrasco, F. (1994). Los jóvenes. Documentación social, revista de estudios sociales y de sociología aplicada. Madrid: Caritas España.
- Schramm, W. (1982). Hombre, mensaje y medios. Madrid: Forja. Citado en: Alsina, M. (2001). Teorías de la comunicación, ámbitos, métodos y perspectivas. Barcelona: Universidad de Valencia, Universidad Pompeu Fabra, Universidad de Barcelona, Universidad Jaume I.
- Skype (2015). ¿Qué es Skype? [Web institucional]. Disponible en: <https://support.skype.com/es/faq/FA6/que-es-skype>
- Tafur, R. y Pontífice Universidad Católica del Perú. (2012). Los sistemas de acceso, normativas de permanencia, y estrategias de tutoría y retención de estudiantes de educación superior. Lima: ACCEDES. Disponible en: <http://departamento.pucp.edu.pe/educacion/files/2014/11/Tafur-R-2012-Accedes.pdf>
- Universia Perú (2015). ¿Qué es Universia? [Web Institucional] Disponible en: <http://www.universia.edu.pe/>
- Urresti, M. (2008). Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet. Buenos Aires: La Crujía.
- Vera, E. (1996) Desorientación vocacional y hábitos de estudio. Liberabit: revista de psicología. (2), 91-95. Disponible en: http://www.revistaliberabit.com/es/revistas/liberabit02/enrique_vera_perez.pdf
- Winocur, R. (2006, julio-setiembre). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. Revista Mexicana de Sociología, 68 (3), 551-580.
- Wolton, D. (2005). Pensar la comunicación. Buenos Aires: Prometeo.

Bibliografía:

- Aguirre, A. (1994). *Psicología de la adolescencia*. Barcelona: Marcombo
- Alsina, M. (2001). *Teorías de la comunicación, ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universidad de Valencia, Universidad Pompeu Fabra, Universidad de Barcelona, Universidad Jaume I.
- Benavides, M. (2004). ¿Es posible mejorar la educación peruana?: evidencias y posibilidades. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo GRADE. Citado en: Guerrero, G. (2013). ¿Cómo afectan los valores individuales y escolares la decisión de los jóvenes de postular a educación superior? Un estudio Longitudinal en Lima, Perú. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo GRADE. Disponible en: <http://www.grade.org.pe/upload/publicaciones/archivo/download/pubs/ddt69.pdf>
- Benavides, M. (2004). *Educación y estructura social en el Perú. Un estudio acerca del acceso a la educación superior y la movilidad intergeneracional en una muestra de trabajadores urbanos*. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo GRADE.
- Blanco, F. (2003). *Jóvenes del tercer milenio*. México: Servicio de publicaciones de la Universidad de Colima.
- Boada, A., Di Alessio, M. y Millán, A. (s.f.). *Conceptualización y operacionalización de variables vocacionales para el desarrollo de un sistema informatizado de asesoramiento para el ingreso a la educación superior*. Venezuela: s.e. Disponible en: http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/vrac/documentos/Curricular_Documentos/Evento/Ponencias_1/boada_antonio_y_otros.pdf
- Bohoslavsky, R. (1999). *Orientación vocacional. La estrategia Clínica*. (21ª ed.) Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Bourdieu, P. (1990). *La juventud no es más que una palabra, en sociología y cultural*. México, Grijalbo Citado en: Blanco, F. (2003). *Jóvenes del tercer milenio*. México: Servicio de publicaciones de la Universidad de Colima.
- Buckingham, D. (2008). *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Buenos Aires: Editorial Manantial.
- Cabrera, M. y Toscón, M. (2012). *Escribir e Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Barcelona: Fundéu BBVA, Galaxia Gutenberg, Círculo de Lectores SA.
- Camus, J. (2009). *Tienes 5 segundos*. [Libro digital]. Disponible en: www.tienes5segundos.cl
- Carlín, C. (18 de junio de 2012). ¿Se da una adecuada orientación vocacional en los colegios? [posteo en web]. Disponible en: http://www.capital.com.pe/2012-06-18--se-da-una-adecuada-orientacion-vocacional-en-los-colegios-noticia_493468.html
- Carnoy, M. (1978). *La educación universitaria en el desarrollo económico del Perú*. *Revista del Centro de Estudios Educativos*. 3 (3), 1-58. Disponible en: http://www.cee.iteso.mx/BE/RevistaCEE/t_1978_3_02.pdf

- Casas, F. (2012). Procedimientos formales e informales para la apertura y funcionamiento de Universidades desde el Conafu, Perú. *Revista Andina de Estudios Políticos*. 2 (2), 76-99. [Revista en línea]. Disponible en: <http://iepa.org.pe/raep/index.php/ojs/article/view/15/12>
- Cassaretto, M. (2011, octubre - marzo) Relaciones entre la personalidad y el afrontamiento en estudiantes preuniversitarios. *Revista Vanguardia Psicológica*. 1 (2), 202-225. Disponible en: <http://190.242.126.4/revp/index.php/vanguardiapsicologica/article/view/28/143>
- Castañeira, V. (2010). Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico. Citado en: Rascovan, S. (Comp.) (2010). Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico.
- Castillo, G. (1985). Los padres y la orientación vocacional de sus hijos. Pamplona: Eunsa. Citado en: Aguirre, A. (Ed.) (1994). *Psicología de la adolescencia*. Barcelona: Marcombo.
- Cevallos, L. (2011). Etapas de la vida humana. Disponible en: <http://es.slideshare.net/lourdescevallos/etapas-de-la-vida-humana> .
- Coleman, J. y Hendry, L. (2003). *Psicología de la adolescencia*. Madrid: Ediciones Morata.
- Consejo Nacional de Educación. (2011). Políticas Educativas 2011-2016. Agenda Común Nacional-Regional. Lima: Biblioteca Nacional del Perú. Disponible en: <http://www.cne.gob.pe/images/stories/cne-publicaciones/AGENDA%20COMUN%20politicas%20para%20el%20quinquenio%20julio2001.pdf>
- Crystal, D. (2001). *Lenguaje e Internet*. Madrid: Cambridge University Press.
- Del Mastro, C. (2011). La educación superior en Iberoamérica. La educación superior en el Perú. Lima: Centro Interuniversitario de Desarrollo. Disponible en: <http://www.universia.net/wp-content/uploads/Peru11.pdf>
- Dubois, M. (2010). Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico. Citado en: Rascovan, S. (Comp.) (2010). Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico.
- Echeburúa, E. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22 (2), 91-96. Disponible en: <http://www.adicciones.es/files/91-96%20editorial%20echeburua.pdf>
- Enrique, S. (2010). Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico. Citado en: Rascovan, S. (Comp.). (2010). Las elecciones vocacionales de los jóvenes escolarizados. Proyectos, expectativas y obstáculos. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico.

- Espinar, E. y Gonzáles, M. (2008) Jóvenes conectados. Las experiencias de los jóvenes con las nuevas tecnologías. RES, 9, 109-122. Disponible en: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/33269/1/2008_Espinar_Gonzalez_RES.pdf
- Fernandez-Planells, A. y Figueras, M. (2012). La televisión e Internet hoy: diferentes roles, usos y consumos en el tiempo libre de jóvenes de Barcelona y Lima. *Icono14 Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 72 (3), 176-201.
- Figueredo, C. y Ramírez, C. (2008). Jóvenes y nuevas tecnologías, estado de cuestión. *Ensayos*, (11), 315-325.
- Frisancho, A. (2006). La orientación vocacional en los colegios público y privados de Lima: situación actual y propuesta de un programa de acción para la secundaria pública. *Revista en investigación psicológica. [Revista en línea]* 9 (1) 23-35. Disponible en: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/4027/3207>
- Frisancho, A., Mesías, R., Peralta, A. y Aliaga, J. (2013, enero-junio). Evaluación de la orientación vocacional que se imparte en los colegios públicos y privados en Lima. *Investigación Educativa. [Revista en línea]*. 17 (31), 27-44. Disponible en: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/view/7701/6726>
- Gavilán, M. (2006). La transformación de la orientación vocacional. Argentina: Homosapiens Ediciones. Citado en: Oliveros, O. (2012, diciembre). Hacia un nuevo paradigma en orientación vocacional. *Paradigma. [Revista en línea]*. 33(2), 129-143. Disponible en: <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/1210/443>
- Gifreu, J. (1991). Estructura general de la comunicación pública. Barcelona: Portic SA. Citado en: Alsina, M. (2001). Teorías de la comunicación, ámbitos, métodos y perspectivas. Barcelona: Universidad de Valencia, Universidad Pompeu Fabra, Universidad de Barcelona, Universidad Jaume I.
- Gil, A., Feliu, J., Rivero, I. y Gil, E. (2003). ¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital. Disponible en: http://www.edicionessimbioticas.info/IMG/pdf/nuevas_tecnologias_y_la_comunicacion.pdf
- Gonzáles, J. (2010, noviembre). Congreso Internacional en Orientación. *Tiempo Latinoamericano*. (19), 2-4. Citado en: Oliveros, O. (2012, diciembre). Hacia un nuevo paradigma en orientación vocacional. *Paradigma. [Revista en línea]*. 33(2), 129-143. Disponible en: <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/1210/443>
- Gonzáles, J. y Lessiere, O. (2009). Contextualización y competencias en la orientación comunitaria. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*. 12(1), 130-141. Citado en: Oliveros, O. (2012, diciembre). Hacia un nuevo paradigma en orientación vocacional. *Paradigma. [Revista en línea]*. 33(2). 129-143. Disponible en: <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/1210/443>
- Guerrero, G. (2013). ¿Cómo afectan los valores individuales y escolares la decisión de los jóvenes de postular a educación superior? Un estudio Longitudinal en Lima, Perú. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo GRADE. Disponible en: <http://www.grade.org.pe/upload/publicaciones/archivo/download/pubs/ddt69.pdf>

- Herrera, J. (2001). La pobreza en el Perú 2001. Una visión departamental. Lima: INEI IRD. Citado en: Benavides, M. (2004). Educación y estructura social en el Perú. Un estudio acerca del acceso a la educación superior y la movilidad intergeneracional en una muestra de trabajadores urbanos. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo GRADE.
- Hollingshead, A. (1961). Elmtown's youth. Nueva York: Science Editions. Citado en: Agulló, E. (1997). Jóvenes, trabajo e identidad. Asturias: Servicio de publicaciones de la Universidad de Oviedo.
- Hurtado, L. (2006, agosto). Acerca de la preparación pre universitaria. Revista del Instituto de Investigaciones Educativas. 10 (17), 167-174. Disponible en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv_educativa/2006_n17/a16.pdf
- Igarza, R. (2008). Nuevos medios, estrategias de convergencia. Buenos Aires: La Crujía. Citado en: Martínez, E. y Lazo, C. (2011). Jóvenes interactivos: nuevos modos de comunicarse. La Coruña – España: Netbiblo.
- Jekins, H. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century, en Bulding the new field of digital media. Disponible en: <http://digitalllearning.macfound.org> Citado en: Morduchowicz, R. (2012). Los adolescentes y las redes sociales, la construcción de la identidad juvenil en Internet Buenos Aires: Fondo de Cultural Económica.
- Jozami, M. (2009). De pasiones y destino. Contribuciones psicoanalíticas a la orientación vocacional. Buenos Aires: Letra Viva.
- Levy, D., Rascovan, S. y Korinfeld, D. (2013). Entre adolescentes y adultos en la escuela, puntuaciones de época. Buenos Aires: Paidós.
- Ley N° 28044, Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 28 de julio de 2013 Disponible en: http://www.minedu.gob.pe/p/ley_general_de_educacion_28044.pdf
- Logros Perú (2011). ¿Quiénes somos? [Web institucional] Disponible en: <http://www.logrosperu.com/>
- López, E. (1 de noviembre de 1988). El talante de la juventud. En Papeles para la libertad. Diario YA. Citado en: Salinas. F. y Carrasco F. (1994). Los jóvenes. Documentación social, revista de estudios sociales y de sociología aplicada. Madrid: Caritas España.
- Martin, O. (1993). Cultura juvenil: opiniones y valoraciones del '85 al '93. Bogotá: Colcultura.
- Martínez, E. y Lazo, C. (2011). Jóvenes interactivos: nuevos modos de comunicarse. La Coruña – España: Netbiblo.
- Martínez, P. y Morote, R. (2001). Preocupaciones de adolescentes de Lima y sus estilos de afrontamiento. Revista de Psicología de la PUCP. 2 (2), 212-236.
- Matterlard, A. (1995). La invención de la comunicación. Madrid: Siglo veintiuno.

- Ministerio de Educación del Perú (2014). Aprendizajes [web institucional] Disponible en: <http://www.minedu.gob.pe/>
- Ministerio de Educación del Perú. (2005) Diseño Curricular de Educación Básica Regular. Lima: Fimart SAC. Disponible en: <http://www.minedu.gob.pe/normatividad/reglamentos/DisenoCurricularNacional.pdf>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2015). Servicio en línea – SOVIO. [Web institucional]. Disponible en: <http://www.trabajo.gob.pe/mostrarContenido.php?id=1007&tip=105>
- Molina, D. (2004). Concepto de orientación educativa: diversidad y aproximación. Revista Iberoamericana de Educación. 33(6). Citado en: Oliveros, O. (2012, diciembre). Hacia un nuevo paradigma en orientación vocacional. Paradigma. [Revista en línea]. 33(2), 129-143. Disponible en: <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/1210/443>
- Morduchowicz, R. (2012). Los adolescentes y las redes sociales, la construcción de la identidad juvenil en Internet. Buenos Aires: Fondo de Cultural Económica.
- Moreno, A. (2007). La adolescencia. Barcelona: Editorial UOC.
- Moura, C., Martin, C, y Wolf, L. (2008) Las escuelas de secundaria en América Latina y el Caribe y la transición al mundo del trabajo. Washington DC: Unidad de Educación, Publicaciones del Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en: <http://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/4723/Las%20escuelas%20de%20secundaria%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe%20y%20la%20transici%C3%B3n%20al%20mundo%20del%20trabajo.pdf?sequence=1>
- Müller, M. (1997). Orientar para un mundo en transformación, jóvenes entre la educación y el trabajo. Buenos Aires: Editorial Bonum.
- Muñoz, G. (2010). ¿De los nuevos medios a las hipermediaciones? Colombia: Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud alianza de la Universidad de Manizales y el CINDE. Citado en: Martínez, E. y Lazo, C. (2011). Jóvenes interactivos: nuevos modos de comunicarse. La Coruña – España: Netbiblo.
- Narodowski, M. (2008). El secundario en el centro del debate. Buenos Aires: Diario El Clarin.
- Oliveros, O. (2012, diciembre). Hacia un nuevo paradigma en orientación vocacional. Paradigma. [Revista en línea]. 33(2), 129-143. Disponible en: <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/1210/443>
- Pain, S. (1973). Diagnóstico y tratamiento de los problemas del aprendizaje. Buenos Aires. Nueva Visión.
- Prieto-Figueroa, L. (2009). De una educación de castas a una educación de masas. s.l.: Editorial IPASME. Citado en: Boada, A., Di Alessio, M. y Millán, A. (s.f.). Conceptualización y operacionalización de variables vocacionales para el desarrollo de un sistema informatizado de asesoramiento para el ingreso a la educación superior. Venezuela: s.d. Disponible en: http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/vrac/documentos/Curricular_Documentos/Evento/Ponencias_1/boada_antonio_y_otros.pdf

- Quiroz, M. (2008). La edad de la pantalla, tecnologías interactivas y jóvenes peruanos. Lima: Fondo editorial Universidad de Lima.
- Rascovan, S. (2000). Los jóvenes y el futuro. Buenos Aires: Psicoteca Editorial.
- Rascovan, S. (2005). Orientación vocacional, una perspectiva crítica. Buenos Aires: Paidós
- Rascovan, S. (2008). Reflexiones sobre la orientación vocacional-educativa y tutorías en Argentina. [20 párrafo]. [posteo en blog]. Disponible en: http://puntoseguido.com/boletin_items_detalle.asp?item_id=162
- Ratón, (1988). El nuevo reto: la toma de decisión para la elección de carrera universitaria. España: Novak-Joseph. Citado en: Aguirre, A. (Ed.) (1994). Psicología de la adolescencia. Barcelona: Marcombo.
- Requena, M. y Mingote, C. (2008). El malestar de los jóvenes: contextos, raíces y experiencias. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Rocher, G. (1985). Introducción a la sociología general. Barcelona: Herder Ediciones. Citado en: Aguirre, A. (1994). Psicología de la adolescencia. Barcelona: Marcombo
- Salinas, F. y Carrasco, F. (1994). Los jóvenes. Documentación social, revista de estudios sociales y de sociología aplicada. Madrid: Caritas España.
- Salinas, S. y López, C. (2003). Internet y correo electrónico, información y comunicación Coruña-España: Editorial Ideas Propias.
- Schramm, W. (1982). Hombre, mensaje y medios. Madrid: Forja. Citado en: Alsina, M. (2001). Teorías de la comunicación, ámbitos, métodos y perspectivas. Barcelona: Universidad de Valencia, Universidad Pompeu Fabra, Universidad de Barcelona, Universidad Jaume I.
- Skype (2015). ¿Qué es Skype? [Web institucional]. Disponible en: <https://support.skype.com/es/faq/FA6/que-es-skype>
- Smyth, E. y Hannan, C. (2007). School processes and the transition to higher education. Oxford Review of Education. Citado en: Guerrero, G. (2013). ¿Cómo afectan los valores individuales y escolares la decisión de los jóvenes de postular a educación superior? Un estudio Longitudinal en Lima, Perú. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo GRADE. Disponible en: <http://www.grade.org.pe/upload/publicaciones/archivo/download/pubs/ddt69.pdf>
- Tafur, R. y Pontífice Universidad Católica del Perú. (2012). Los sistemas de acceso, normativas de permanencia, y estrategias de tutoría y retención de estudiantes de educación superior. Lima: ACCEDES. Disponible en <http://departamento.pucp.edu.pe/educacion/files/2014/11/Tafur-R-2012-Accedes.pdf>
- Taípe, A. (17 de febrero de 2014). Academias pre universitarias: ¿el negocio llega a su fin? [8 párrafo] [portal web] Disponible en: <http://elcomercio.pe/economia/negocios/academias-preuniversitarias-negocio-llega-su-fin-noticia-1710109>

- Universia Perú (2015). ¿Qué es Universia? [Web Institucional] Disponible en: <http://www.universia.edu.pe/>
- Universia Perú (2015). Estructura del sistema educativo. [Página web] Disponible en: <http://universidades-iberoamericanas.universia.net/peru/sistema-educativo/estructura.html>
- Urresti, M. (2008). Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet. Buenos Aires: La Crujía.
- Vera, E. (1996) Desorientación vocacional y hábitos de estudio. Liberabit: revista de psicología. (2), 91-95. Disponible en: http://www.revistaliberabit.com/es/revistas/liberabit02/enrique_vera_perez.pdf
- Weber, R. (2004, marzo). Educación para los medios: una propuesta curricular para la secundaria. Educación. 1 (2), 67-71. Disponible en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtualdata/publicaciones/educacion/n2_2004/06.pdf
- Winocur, R. (2006, julio-setiembre). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. Revista Mexicana de Sociología, 68 (3), 551-580.
- Wolton, D. (2005). Pensar la comunicación. Buenos Aires: Prometeo.
- Zanoni, L. (2008). El Imperio digital. Buenos Aires: Ediciones B