

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA TOULOUSE
LAUTREC



**CREACIÓN DE ESPACIOS FÍSICOS Y HERRAMIENTAS DIGITALES
"VOCATÓN" PARA LA FALTA DE AUTOCONOCIMIENTO PARA LA
ELECCIÓN DE VOCACIÓN EN ALUMNOS DE 5TO DE SECUNDARIA EN LIMA
METROPOLITANA**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de
Interiores

AUTOR:

Luisa Fernanda Neyra Rios

(ORCID: 0000-0002-8836-7944)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y
Diseño Publicitario

AUTOR:

Alejandra Nicoll Bonilla Huamani

(ORCID: 0000-0003-1341-4440)

Asesor

LENY PERCCA TREJO

(ORCID: 0000-0002-8363-8354)

Lima-Perú

Diciembre 2021

● 13% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	hdl.handle.net Internet	1%
2	Universidad Privada del Norte on 2023-05-02 Submitted works	1%
3	repositorio.usil.edu.pe Internet	<1%
4	fulbright.de Internet	<1%
5	scielo.cl Internet	<1%
6	Universidad Cesar Vallejo on 2017-03-09 Submitted works	<1%
7	Universidad San Ignacio de Loyola on 2023-11-29 Submitted works	<1%
8	Universidad Estatal de Milagro on 2019-12-06 Submitted works	<1%

9	entredocentes.mejoredu.gob.mx	Internet	<1%
10	repositorio.utelesup.edu.pe	Internet	<1%
11	repositorio.ucv.edu.pe	Internet	<1%
12	coursehero.com	Internet	<1%
13	es.slideshare.net	Internet	<1%
14	renati.sunedu.gob.pe	Internet	<1%
15	bancomundial.org	Internet	<1%
16	repositorio.urp.edu.pe	Internet	<1%
17	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2019-07-02	Submitted works	<1%
18	National University College - Online on 2017-05-18	Submitted works	<1%
19	Universidad Cesar Vallejo on 2022-08-11	Submitted works	<1%
20	Universidad Internacional de la Rioja on 2016-01-16	Submitted works	<1%

21	repositorio.uladech.edu.pe	Internet	<1%
22	docplayer.es	Internet	<1%
23	gestion.pe	Internet	<1%
24	repositorio.usanpedro.edu.pe	Internet	<1%
25	transparencia.carm.es	Internet	<1%
26	clubensayos.com	Internet	<1%
27	biblioteca.apj.org.pe	Internet	<1%
28	laboratorioterritorio.claeh.edu.uy	Internet	<1%
29	tesis.pucp.edu.pe	Internet	<1%
30	oalib.com	Internet	<1%
31	repositorio.uwiener.edu.pe	Internet	<1%
32	unavarra.es	Internet	<1%

33	communitynewspapers.com	Internet	<1%
34	journals.cincader.org	Internet	<1%
35	repositorio.uco.edu.co	Internet	<1%
36	sifcc.cs.buap.mx	Internet	<1%
37	goodreads.com	Internet	<1%
38	Carbonell Marques, angela. "Brechas de las Politicas Publicas y la Inter..."	Publication	<1%
39	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2013-06-20	Submitted works	<1%
40	apirepositorio.unh.edu.pe	Internet	<1%
41	prezi.com	Internet	<1%
42	repositorio.upn.edu.pe	Internet	<1%
43	campuseducacion.com	Internet	<1%
44	dykinson.com	Internet	<1%

45	educacion.gob.es	Internet	<1%
46	feyalegria.org.do	Internet	<1%
47	internet.com.uy	Internet	<1%
48	redasturias.com	Internet	<1%
49	slideshare.net	Internet	<1%
50	tdx.cat	Internet	<1%
51	Universidad Internacional de la Rioja on 2020-07-21	Submitted works	<1%
52	Universidad Internacional de la Rioja on 2022-05-10	Submitted works	<1%
53	Universidad del Norte, Colombia on 2017-05-19	Submitted works	<1%
54	cdn.upc.edu.pe	Internet	<1%
55	redipe.org	Internet	<1%
56	Instituto Madrilen0 de Formacion on 2021-08-14	Submitted works	<1%

57

Unviersidad de Granada on 2019-05-17

<1%

Submitted works

58

bibliotecaunapec.blob.core.windows.net

<1%

Internet

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente

FUENTES EXCLUIDAS

repositorio.tls.edu.pe

Internet

75%

Resumen del Trabajo de investigación

En Lima Metropolitana, de quince alumnos que inician una carrera, tres desertan, dos se cambian y de los cinco que terminan solo dos volverían a estudiar lo mismo según menciona Zaragoza, director de Grupo Educación al Futuro. Esto manifiesta que encontrar el camino profesional suele ser complicado y estresante ya que es una decisión que se debe tomar en la adolescencia. El estudiante a puertas de egresar aún está conociéndose y, por ende, tiene habilidades que le son ocultas. Por tanto, para resolver este problema encontramos en la teoría de las inteligencias múltiples de Gardner una forma de ayudar al adolescente de Lima Metropolitana del N.S.E. B a resolver la falta de autoconocimiento para elección de vocación.

El objetivo es crear espacios físicos y herramientas digitales en los cuales los alumnos de quinto de secundaria puedan explorar y auto descubrir sus habilidades de manera efectiva, y así puedan afrontar la siguiente etapa a la escolar. La Vocatón busca ayudar a adolescentes de 5to de secundaria de Lima Metropolitana a encontrar su vocación a través de las inteligencias múltiples. Lo que hace única a la solución es que ellos podrán experimentar en espacios seguros y no-convencionales para descubrir la habilidad que los hace únicos y así puedan aportar a la sociedad.

La validación del proyecto se realizó con ayuda de prototipos 3D del espacio y wireframes de alta fidelidad de la aplicación mediante entrevistas virtuales con profesionales, posibles usuarios y padres de familia. Los usuarios dieron un feedback positivo sobre el proyecto e inclusive afirmaron que lo usarían. A futuro, el proyecto se podría explayar a nivel nacional ya que es un problema vigente en la sociedad y aporta a largo plazo a la ODS de Educación de Calidad, dando herramientas de autoconocimiento a los adolescentes para un futuro empleo.

Palabras clave: Autoconocimiento, Elección de vocación, Inteligencias múltiples, App

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del proyecto de innovación	2
1. Contextualización del problema	6
2. Justificación... ..	8
3. Reto de Innovación... ..	9
4. Sustento teórico.....	10
4.1 Estudios previos	10
4.2 Marco teórico... ..	14
5. Beneficiarios	25
6. Propuesta de valor	
6.1 Propuesta de valor.....	28
6.2 Segmento de clientes.....	28
6.3 Canales.....	28
6.4 Relación con los clientes.....	29
6.5 Actividades clave	29
6.6 Recursos clave	30
6.7 Aliados clave.....	31
6.8 Fuentes de ingreso.....	31
6.9 Presupuesto... ..	32
7. Resultados	33
8. Conclusiones	34
9. Bibliografía	36
10. Anexos	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Presupuesto de Enero-Junio</i>	32
Tabla 2. <i>Presupuesto de Julio-Diciembre</i>	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Fachada Vocatón</i>	33
Figura 2. <i>App Vocatón</i>	34

1. Contextualización del Problema

La agenda 2030, planteada por la ONU, consiste en un ambicioso plan de acción en beneficio de las personas, el planeta y la prosperidad mediante los ODS (Objetivos de desarrollo sostenible). En el cuarto objetivo, Educación de calidad, se propone llegar a la meta de aumentar el número de jóvenes y adultos con competencias necesarias para acceder al empleo, trabajo decente y emprendimiento.

En nuestra sociedad, para acceder al empleo es necesario contar con algún oficio o carrera al servicio de la comunidad, esta es una travesía que se inicia cuando los estudiantes de secundaria llegan a los últimos años de colegio y deben decidir qué estudiar. Las expectativas al respecto son muy altas y la gran mayoría aún no conoce cuál es su vocación.

En Lima Metropolitana, la elección de vocación en adolescentes de últimos años es desconcertante ya que el 80% de ellos no sabe a qué dedicarse terminando el colegio (Ríos, 2019). No es de esperarse menos ya que se trata de elegir su profesión y a que se dedicarán casi la mayor parte del tiempo de su vida.

Para los estudiantes de últimos años existen apoyos como charlas vocacionales, ferias de carreras, visitas a la universidad y consultas a expertos del área; sin embargo, en un estudio del director del grupo Educación al Futuro arrojó que “tres de cada 15 estudiantes dejan sus estudios; mientras que otros dos se cambian de carrera en el camino. De los cinco que llegan a terminar la carrera, solo dos señalan que volverían a estudiar lo mismo” (Zaragoza, 2019, Párr. 4). Estas cifras son desconcertantes ya que nos lleva a pensar en una problemática a futuro de las vidas de los estudiantes al no poder descubrir cuál es su vocación, como consecuencia puede traer el abandono a la universidad, el estrés en el trabajo y la falta de compromiso. Según Hoyos (2016) una de las principales razones para la deserción universitaria sería la falta de vocación (26%).

Hay diversos factores que influyen en la elección vocacional como los valores, actitudes, personalidad, la familia, la búsqueda de prestigio y el nivel socioeconómico (NSE) (Moreno, 2012).

Con todos estos datos se refleja que encontrar una vocación es un proceso complicado y una de las principales razones es por la falta de autoconocimiento de las capacidades en los adolescentes y a esto se le puede sumar los cambios físicos y psicológicos por los que un adolescente puede pasar. También hay que tener en cuenta que “a diferencia de otros países, en Perú la secundaria es solo cinco años. Entonces, tenemos un porcentaje grande de jóvenes que termina la secundaria con solo 16 años y ya tienen que decidir qué estudiar” (Zaragoza, 2019, párr. 9).

Las capacidades de un adolescente se suelen relacionar con una carrera profesional, mas no se ven otras posibilidades como ser emprendedor o seguir una carrera técnica ya que muchas veces las personas suelen minimizar ciertos trabajos por no pasar por la universidad. Los jóvenes se ven sumamente condicionados por el contexto, optan por lo “seguro” debido a múltiples influencias -que pueden ser familiares, de entorno o incluso acerca de la legitimidad de las carreras- (Nanzer y Sarachú, 2015). Esto puede traer como consecuencia que los estudiantes se vean obligados a elegir las carreras más tradicionales y que pasen por alto otras opciones.

Por esta razón, es importante el autoconocimiento del adolescente; permitirle la experimentación de múltiples capacidades fomenta una mejor evolución como ser humano a la edad adulta. De la misma forma que esto conlleva a que los adolescentes puedan obtener las competencias necesarias para acceder a un empleo digno y justo a largo plazo; contribuyendo al cumplimiento de la meta ODS (Objetivo de Desarrollo Sostenible), Educación de Calidad. Ante el problema planteado, partiendo de la carrera de Arquitectura de Interiores y Dirección y Diseño Publicitario se propone crear una intervención en un espacio público mediante 8 túneles basados en las inteligencias múltiples de Gardner. Dentro de ellos, habrá actividades,

simulaciones y otros elementos que ayudarán al adolescente a descubrirse a sí mismo. De la misma forma, los interesados podrán llevar parte de la experiencia a casa mediante un diario inteligente y lentes de realidad virtual.

Este proyecto busca ayudar al adolescente a descubrir sus habilidades ocultas a través de espacios físicos y virtuales mediante interacciones lúdicas, simulaciones y exploración para la identificación y potenciamiento de sus talentos. Como resultado tendrá una experiencia más certera al momento de tomar una decisión vocacional.

1. Justificación

JUSTIFICACIÓN SOCIAL

La última etapa escolar es difícil para los jóvenes tanto en lo académico como en lo personal. Uno de los problemas que afecta a un estudiante de Lima Metropolitana es la etapa de la elección de vocación. La presión social, familiar y de su entorno (aparte de los propios cambios físicos y emocionales) hace más difícil tomar esta gran decisión. Además, muchos adolescentes no cuentan con el apoyo necesario para descubrir o explorar sus talentos tanto en casa como en el colegio. Esto también se ve reflejado en la calidad de educación que puedan recibir, donde los puedan animar a explorar y a conocerse a uno mismo mediante experiencias. Una persona con vocación está más motivada en el entorno laboral y esto se demuestra en las ganas de ampliar su conocimiento y en su bienestar emocional y físico (a manera de menos estrés).

El proyecto “Vocatón” busca explorar habilidades ocultas mediante interacciones, simulaciones y exploración para ayudar al autoconocimiento de los adolescentes de 5to de secundaria en la elección de su vocación.

JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de facilitar el proceso de experimentación e identificación de talentos y capacidades para la posterior elección de vocación. Muchas de las herramientas actuales pasan por alto las motivaciones, gustos y capacidades del individuo; por este motivo, no llegan a la profundidad necesaria para ser de verdadera ayuda en una “decisión de vida”. Además, según la página web Psicólogos Córdoba, la “orientación vocacional” suele referirse a elegir una carrera universitaria; a pesar de que esta orientación debería tan solo acompañar a la persona en su elección- sea esta una carrera universitaria, técnica, un oficio, un trabajo, etc.

JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Para este proyecto de innovación se usó la metodología de Toulouse Thinking que consiste en cuatro etapas: investigar, idear, desarrollar y transferir. También, se usaron algunas herramientas para responder nuestras preguntas de investigación: encuestas en Google Forms para conocer qué consideran los adolescentes que significa vocación, cómo consiguen información vocacional los estudiantes y qué factores influyen en la toma de decisiones; entrevistas virtuales, mediante la plataforma de Zoom, donde se resolvieron interrogantes con ayuda de especialistas en psicología educativa; e investigaciones de escritorio para conocer las herramientas que existen para identificar vocaciones e instituciones que apoyan nuevos talentos.

2. Reto de innovación

“Crear espacios físicos y herramientas digitales "Vocatón" para la falta de autoconocimiento para la elección de vocación en alumnos de 5to de secundaria en Lima Metropolitana” establece los siguientes objetivos para responder a la pregunta de investigación: ¿Cómo ayudar a la falta

de autoconocimiento para la elección de vocación en alumnos de 5to de secundaria en Lima Metropolitana?

Objetivo general

“Crear espacios físicos y herramientas digitales "Vocatón" para la falta de autoconocimiento para la elección de vocación en alumnos de 5to de secundaria en Lima Metropolitana”

Objetivos específicos

- 1. Investigar los 8 tipos de inteligencias múltiples según Gardner, H. (1983) para generar una propuesta para individuos diversos.*
- 2. Asesorarse con profesionales para la elaboración de herramientas de autodescubrimiento*
- 3. Identificar qué recursos se necesitan para la “Creación de espacios físicos y herramientas digitales "Vocatón"*
- 4. Validar que la Creación de espacios físicos y herramientas digitales "Vocatón" ayudarán al autoconocimiento para la elección de vocación en alumnos de 5to de secundaria en Lima Metropolitana”*

3. Sustento Teórico

3.1. Estudios previos

Casa Coila, M. D. (2019). *“Inteligencias múltiples e inclinación profesional en estudiantes de educación secundaria”*. Artículo para la revista de investigaciones de la escuela de posgrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

Tiene como objetivo determinar la relación de las inteligencias múltiples y la elección vocacional en los estudiantes de secundaria. Gardner nos propone ocho tipos de inteligencia múltiple. En la tesis, el autor propone que el sistema educativo debería tener contenidos directamente relacionados con las inteligencias que poseen los estudiantes, permitiendo que tengan un desarrollo de capacidades en lo social y lo profesional.

Los resultados de la tesis dieron positivo a la relación que poseen las inteligencias múltiples con la elección vocacional.

La utilidad de esta tesis es relacionar la teoría de Gardner con los adolescentes para poder generar una propuesta que abarque múltiples individuos.

Olivares, S., Rivera, N., López M., Turrubiates M. (2020). *Etapas de la identidad para ser profesionista: evolución de las expectativas de los retos académicos a lo largo de la carrera*. Artículo financiado por TecLabs del Instituto Tecnológico de Monterrey. México.

El objetivo consiste en diferenciar las etapas de la identidad profesional en estudiantes cursando diferentes años de carrera a través de preferencias, expectativas y logros que los alumnos tuvieron hacia retos académicos.

Los resultados de la investigación concluyen que hay diferencias en la identidad entre los alumnos de distintos años de ingreso. Los estudiantes van cambiando las expectativas sobre ciertas vivencias académicas universitarias a medida que avanzan en su trayectoria educativa.

La utilidad en el presente artículo nos da un panorama más amplio sobre la evolución de la vocación en las distintas fases del ser humano, desde un adolescente (autoconocimiento), un estudiante universitario o técnico (relacionándose con el entorno profesional y formando su identidad profesional) y posteriormente en los últimos años de carrera o ejerciendo la vocación (Conceptualización profesional y Cambio consciente). Esto nos ayuda a validar la relevancia del autoconocimiento en encontrar la vocación.

Gonzales, M., Alonzo, A. (2015). *Factores que motivan la elección de la carrera profesional de educación en los estudiantes de ciencias sociales de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle*. Una tesis para optar al Título Profesional de Licenciado de Educación.

El objetivo es determinar la relación entre las variables que motivan la elección de la carrera profesional de Educación de los alumnos de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

Los resultados muestran que existen relaciones importantes entre los factores personales, factores familiares, factores económicos y factores interpersonales en la elección de la carrera. También nos dejan claro que los factores económicos e interpersonales son relevantes al momento de tomar una decisión.

La utilidad en la tesis es que nos da un conocimiento más amplio sobre las variables que influyen en la toma de decisiones y cómo influye al adolescente su entorno.

Cairampoma, F. (2021). *Programa “Proyecto mi vida” para desarrollar la orientación vocacional en los estudiantes 5to de educación secundaria*. Una tesis para optar el grado de Maestro en Educación con mención en Gestión de la Educación. Universidad San Ignacio de Loyola.

El objetivo consiste en la propuesta de un programa de orientación vocacional “Proyecto mi vida” con lo que se busca fomentar los intereses profesionales en los estudiantes de quinto año de secundaria de una institución educativa para lo cual se diagnosticó la situación de los intereses profesionales en los estudiantes, se fundamentó de manera teórica y temática las categorías orientación vocacional y se buscó validación mediante la opinión de expertos.

Los resultados de la investigación concluyen que existe una la ausencia de un programa o plan orientador vocacional tutorial, dificultades en el trabajo colaborativo docente por desarrollar la orientación vocacional y una deficiente implementación docente en tutoría. Asimismo, habla acerca de la involucración de la institución (docente y directivos) en coordinación con la comunidad educativa (padres de familia y exalumnos).

La utilidad de la tesis radica en su análisis de investigaciones, programas y proyectos tanto nacionales como internacionales; por otra parte, cuenta con un profundo análisis psicológico acerca de la vocación y trabajo de campo con gráficos y sus respectivas interpretaciones.

Urbano, E. (2018) desarrolló la tesis *“Lo que quiero ser: Toma de decisiones respecto a la ocupación futura en adolescentes de dos instituciones educativas de Lima”*, para optar el grado del título de Licenciada con mención en Psicología Educacional, en la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Tuvo como objetivo analizar la toma de decisiones respecto a la ocupación futura de adolescentes de dos instituciones, una privada y otra estatal. Se investigaron las barreras y apoyos percibidos que surgen en la escuela, familia durante los procesos de planificación y elección.

En la investigación, se concluyó que el papel del adulto es fundamental en la toma de decisiones respecto a la ocupación futura de estos participantes. La ausencia de este es una potencial vía explicativa del fracaso en el tránsito a espacios postsecundarios de muchos adolescentes del Perú.

Se escogió este estudio de la toma de decisiones para una ocupación futura porque será un gran aporte a la investigación para conocer los aspectos psicológicos que influyen a los adolescentes en la elección de una vocación.

3.2. Marco teórico

Creación de Espacios físicos y Herramientas digitales

1.1. Conceptualización de Espacios físicos y Herramientas digitales

1.1.1. Espacios Físicos

Según la Real Academia Española (2020) el término *espacio* se refiere a la “Capacidad de un terreno o lugar.” (párr. 4) El término *físico* se refiere, por otro lado, a algo “Perteneiente o relativo a la constitución y naturaleza corpórea, en contraposición a moral.” (párr. 2)

Se puede deducir entonces que *espacio físico* hace referencia a algo material que ocupa cierta área.

Iglesias, M. (2008) menciona en su artículo que:

El término “espacio” se refiere al espacio físico, es decir a los locales para la actividad, caracterizado por los objetos, materiales didácticos, mobiliario y decoración. Por el contrario, el término “ambientes” se refiere al conjunto del espacio físico y a las relaciones que en él se establecen (pág. 52).

Teniendo en cuenta lo mencionado se puede concluir que, si bien un *espacio físico* se refiere al aspecto material, tiene la capacidad de combinarse con otros factores como el funcional, relacional, entre otros.

1.1.1.1. Tipos de espacios

1.1.1.1.1. Espacios de aprendizaje

Iglesias, M. (2008) menciona en su artículo que:

Cuando entramos en un centro educativo las paredes, el mobiliario, su distribución, los espacios muertos, las personas, la decoración, en fin, todo nos habla del tipo de actividades que se realizan, de la comunicación entre los alumnos de los distintos grupos, de los intereses de alumnos y profesores, de las relaciones con el exterior, etcétera. (pág. 51)

En este artículo se expone que los espacios se pueden reconocer mediante los elementos que lo componen y su funcionalidad. En el caso de los espacios de aprendizaje estos deben reflejar las actividades que se realizan dentro, el aspecto social y comunicativo, las interacciones que ocurren, entre otros.

Barranco, R. (2020) menciona acerca del espacio físico de aprendizaje que:

La pedagogía del espacio promueve la intervención de espacios educativos para generar una habitabilidad de éstos, generando así nuevas oportunidades didácticas y pedagógicas. Fortaleciendo la idea de que el mejor espacio físico de aprendizaje no es aquel que cuenta con tecnología de punta, o tiene la conexión de internet más rápida, o se encuentra en la zona más prestigiosa de la ciudad; el mejor espacio físico de aprendizaje es aquel que posee una flexibilidad y habitabilidad que permita desarrollar la mayor cantidad de estrategias y prácticas para el desarrollo de los actores de la educación. (pág. 64)

Barranco manifiesta que un espacio destinado al aprendizaje no debe destacar principalmente por su tecnología; en cambio, un espacio de aprendizaje debería priorizar el desarrollo pedagógico de los estudiantes (y también el desarrollo de otros personajes incluidos en el proceso educativo).

1.1.1.2. Características de espacios físicos

Funcionalidad

Según la Real Academia Española (2020) *funcional* se refiere a algo “Dicho de una cosa: Diseñada u organizada atendiendo, sobre todo, a la facilidad, utilidad y comodidad de su empleo.” (párr. 2)

La funcionalidad por ende se refiere a las características que vuelven práctico el uso de una cosa o, en este caso, un espacio.

Gómez y Mauri (1991) mencionan que:

La funcionalidad no debe confundirse con una mera utilización o aplicación mecánica de lo que se domina en una situación a otras que se consideran semejantes a la primera. Los aprendizajes realizados de modo significativo deben ser efectivamente utilizables pero todo ello exige adaptaciones y esfuerzo, búsqueda de conexiones y reconocimiento de relaciones y, por ello, esa funcionalidad es, a la vez, causa y origen de modificaciones de la propia estructura de conocimientos y de su progreso, así como origen de cambios en su comportamiento. (pág. 3)

Los autores hablan de la funcionalidad no solo como algo planeado previamente sino también como un generador de futuras transformaciones ya sea en el usuario como en el propio elemento.

1.1.2 Herramientas digitales

El diccionario de informática y tecnología ALEGSA comenta:

“Las herramientas digitales son todos los recursos de software (algunos incluyen en su definición al hardware que contiene este software) presentes en computadoras y dispositivos relacionados, que permite realizar o facilitar todo tipo de actividades.” (párr. 1)

Actualmente, estas pueden ser usadas como herramientas de investigación que recopilen información mediante plataformas virtuales. También sirven como entretenimiento, medio de comunicación y al mismo tiempo nos da la ventaja de compartir información con otras personas de forma instantánea.

Tecnologías de la información y la comunicación - TIC

López, M. (2013) comenta que:

“Pueden ser definidas como el conjunto de herramientas tecnológicas que conforman la sociedad de la información. Incluye a la informática, el internet, la multimedia, entre otras tecnologías, así como a los sistemas de telecomunicaciones que permiten su distribución.” (pág. 294)

Esta cita nos confirma cómo las TIC forman parte de nuestra vida y lo podemos usar para ámbitos laborales, de educación, en la salud, etc.

Según Barbera, Mauri y Onrubia (2008):

El uso específico de las tecnologías de la información y la comunicación se desprende de uno de los usos más comunes del computador. Internet se encuentran el procesador de textos, el incremento del uso del correo electrónico, la navegación por la red para buscar información, el procesador de imágenes, la elaboración de diapositivas, creación de archivos y videoconferencias para el nivel superior. (pág.18)

Esta herramienta nos facilita la vida, al punto de no poder imaginar una vida sin estas. Las TIC han trascendido a ser usada por todas las generaciones desde los más ancianos hasta los más jóvenes.

1.1.2.1 Aplicación móvil

Un App es un software que funciona en dispositivos móviles, además ayuda a solucionar distintos problemas que pueda tener un usuario, por ejemplo: Waze es un aplicativo que ayuda a los transportistas a movilizarse por la ciudad evitando el tráfico.

Según la RAE (2020), una aplicación móvil significa: “Programa informático destinado a ser ejecutado en teléfonos inteligentes, tabletas u otros dispositivos móviles.” (párr. 1)

En otras palabras, es toda información que puede estar en la palma de la mano, localizarse donde las personas estén y en el momento donde deseen ver la información.

Altamirano (2017) precisa:

Una aplicación móvil es un programa o conjunto de instrucciones lógicas creado para llevar a cabo una tarea específica solucionando una necesidad, a este programa se puede acceder fácilmente mediante una descarga desde un teléfono inteligente o algún otro aparato móvil con acceso a internet. (pág. 7)

Esto nos confirma que una aplicación puede resolver un problema y está disponible para todas las personas ya que puede ser fácilmente descargada desde cualquier celular.

Rios (2018) comenta:

Una aplicación móvil se puede instalar en cualquier dispositivo móvil o tablet, con el fin de apoyar al usuario con alguna tarea en específico, ya sea de forma profesional o de simplemente ocio y entretenimiento. El objetivo de una app es poder brindar una facilidad de que se logre realizar una labor determinada o de ayudar en las gestiones y operaciones del día a día. (pág. 22)

Las aplicaciones móviles conviven con la sociedad todos los días, estos también participan en algunos casos como reemplazos para ciertos trabajos que antes solía ser hechos por una persona en un espacio físico. Por ejemplo: La aplicación “Kambista”, el cual permite cambiar la moneda de un país por otra, esto en años anteriores solía ser hecho por una casa de cambio presencial. Hoy podemos tener más opciones al momento de decidir cómo resolver un problema.

En la actualidad hay diversos tipos de sistemas operativos en los que se puede ejecutar las aplicaciones móviles, tales como: Android, IOS, Windows 10 Mobile, BlackBerry 10, etc.

Sistema operativo

Según Altamirano (2017): “el sistema operativo se encarga de gestionar los recursos del hardware y los procesos y servicios de un ordenador o un móvil.” (pág. 7)

Entonces podemos concluir que controla la interacción de los componentes del hardware como la memoria y la gestión de programas.

Geolocalización

Según Aruni (2015):

Hace referencia al conocimiento de la propia ubicación geográfica de modo automático. También denominada georreferenciación, la geolocalización implica el posicionamiento que define la localización de un objeto en un sistema de coordenadas determinado. Este proceso es generalmente empleado por los sistemas de información geográfica, un conjunto organizado de hardware y software, más datos geográficos, que se encuentra diseñado especialmente para capturar, almacenar, manipular y analizar en todas sus posibles formas la información geográfica referenciada, con la clara misión de resolver problemas de gestión y planificación. (pág. 22)

Como comenta la cita, la geolocalización nos permite ubicar a un individuo en el punto exacto que esté en el globo terráqueo. Esto nos abre la posibilidad de poder sacar conclusiones sobre su estilo de vida y lugares que frecuenta.

1.2 Características de la creación de Espacios físicos y Herramientas digitales

1.2.1 Inteligencias Múltiples de H. Gardner

La creación de los espacios físicos está orientada a las 8 inteligencias múltiples definidas por Gardner, las cuales son lingüística, lógico-matemática, espacial, musical, física-cinestésica, interpersonal, intrapersonal y la naturalística.

A continuación, se explicará cada una de las inteligencias definidas de forma didáctica en la Revista de Psicología PUCP (2002):

La inteligencia lingüística: es la habilidad de leer, escribir y comunicar con palabras. (...) En cuanto a la inteligencia lógico-matemática: se trata de la habilidad de razonar y calcular, pensar y organizar objetos en una manera lógica, sistemática. (...) Por otro lado la inteligencia espacial: es la habilidad de poder comprender y expresar las imágenes visuales y espaciales. (...) Además, la inteligencia musical: se refiere a la habilidad de hacer o componer música, cantar bien o entender y apreciar la música, llevar el ritmo. (...) Asimismo, la inteligencia física-cinestésica: es la habilidad de utilizar el cuerpo humano para resolver problemas, crear productos o transmitir mensajes y emociones. (...) Por otra parte, la inteligencia interpersonal: es la habilidad de conectarse y trabajar eficientemente con otras personas, desplegar empatía y comprensión y comprender motivaciones y metas. (...) Del mismo modo, la inteligencia intrapersonal: es la habilidad de poder auto-analizarse, reflexionar, de ser contemplativo y evaluar calladamente las acciones y sentimientos más profundos, la capacidad de conocerse a sí mismo. (...) Finalmente, la inteligencia Naturalista: (...) se refiere a la habilidad para reconocer flora y fauna, explorar y entender el mundo natural y usar estos conocimientos para mejorar cultivos o desarrollar las ciencias biológicas. (pág. 325-326)

Al conocer los diferentes tipos de inteligencias que existen los adolescentes pueden desarrollar de manera más fácil diversas habilidades.

1.2.2 Análisis de datos

Según Lugo, C., López, J. (2018):

El Análisis de Datos (Data Analysis, o DA) es la ciencia que examina datos en bruto con el propósito de sacar conclusiones sobre la información. El análisis de datos es usado en varias industrias para permitir que las compañías y las organizaciones tomen mejores decisiones empresariales y también es usado en las ciencias para verificar o reprobar modelos o teorías existentes. El análisis de datos se distingue de la extracción de datos por su alcance, su propósito y su enfoque sobre el análisis. Los extractores de datos clasifican inmensos conjuntos de datos usando software sofisticado para identificar patrones no descubiertos y establecer relaciones escondidas. El análisis de datos se centra en la inferencia, el proceso de derivar una conclusión basándose solamente en lo que conoce el investigador. (pág. 13)

Los análisis de datos nos ayudan a encontrar patrones sobre comportamientos o conductas en un grupo objetivo, con la finalidad de encontrar un hallazgo que ayude a una causa específica.

Base de datos

Aguilar, E., Dávila, D. (2013) comentan:

“Una base de datos no es más que un sistema de almacenamiento de información, el cual maneja aspectos relacionados con la seguridad, tratamiento y consulta de datos. Dicha información permanecerá almacenada para un posterior uso.” (pág. 35)

Como el nombre lo indica es un espacio virtual donde se almacenan los datos de los usuarios que pueden ser añadidos a través de formularios. Es necesario manejar estos datos con absoluta discreción. Es necesario esto para un posterior análisis.

1.2.3 Charlas educativas

Según Ramos (2015) las charlas educativas se definen como una “técnica de comunicación verbal de tipo expositiva, por el cual el educador comparte una información a un grupo de participantes. El tema se desarrolla en forma continua y ordenada, verificando permanentemente que los mensajes sean comprendidos.” (pág. 14)

Las charlas educativas son una forma de comunicación para compartir información a las personas.

1.2.4 Aprendizaje interactivo

Aprendizaje

Feldman (2005) define el aprendizaje “como un proceso de cambio relativamente permanente en el comportamiento de una persona generado por la experiencia” (pág. 54)

De esta manera podemos decir que mediante la experiencia y la constancia del individuo se genera aprendizaje.

Mientras que Riva (2009) considera que es un “proceso mediante el cual se origina o se modifica una actividad respondiendo a una situación siempre que los cambios no puedan ser atribuidos al crecimiento o al estado temporal del organismo” (pág. 22).

Ambos autores consideran que el aprendizaje es un proceso en el cual se adquieren conocimientos.

Interactivo

Cardenas, R., Lópe, D. (2018)

La interacción designa ese espacio de relación dialógica que existe entre o en medio de dos personas u objetos. La interacción implica reciprocidad, es decir que en sentido estricto es una acción o un intercambio comunicativo de una persona o cosa hacia la otra o viceversa. Las ciencias sociales abordan este concepto desde el punto de vista de la relación entre los individuos. (pág.32)

Entonces se puede afirmar que el aprendizaje va a ser bien recepcionado por el individuo mientras haya una línea de comunicación recíproca.

1.3 Importancia de la creación de Espacios físicos y Herramientas digitales

La importancia del espacio físico como un factor educativo según Maximi (2015):

Los espacios físicos son un factor importante en el mejoramiento de la calidad de la educación, de manera que puede ser más efectivo en un ambiente adecuado y cómo para los estudiantes, un ambiente deplorable contribuye a la incomodidad del estudiante llevándolo incluso a la deserción de sus estudios. (pág. 12)

El autor nos comenta que es importante pensar y planear los espacios donde se piensa tener actividades, por lo contrario, los estudiantes pueden verse afectados en sus estudios.

Para Mendoza (2019):

Estas sin dudas abren en el campo de la educación posibilidades sin precedentes en la posibilidad de generar mejores oportunidades de desarrollo para los niños (as) y jóvenes de nuestro país y continente. Las herramientas tecnológicas buscan mejorar la calidad y pertinencia de los procesos de formación profesional de los estudiantes. (pág. 15)

Las herramientas digitales son medios para mejorar la calidad de la formación en los estudiantes.

La creación de espacios físicos y herramientas digitales son, en este proyecto, un medio dinámico para el desarrollo y descubrimiento de habilidades en los adolescentes de 5to de secundaria de Lima Metropolitana. La distribución de los espacios basados en las inteligencias servirá para facilitar el reconocimiento de sus habilidades y vivir una experiencia que resalte de las demás. Las herramientas digitales permitirán, por otro lado, como una experiencia personalizada; dando recomendaciones de nuevas cosas, habilidades, profesiones, entre otros.

4. Beneficiarios

4.1. Directos

El servicio de espacios físicos y herramientas digitales “Vocatón” está enfocado directamente hacia las personas del nivel socioeconómico B de 16 y 17 años que cursan el 5to de secundaria en Lima Metropolitana y buscan encontrar lo que quieren hacer terminando el colegio, su vocación. Encontrar esto es una tarea difícil para ellos ya que cuentan con poco tiempo para decidir y además muchos de ellos no se conocen a sí mismo ni a sus habilidades. La “Vocatón” beneficia también a instituciones educativas de nivel secundario pues brinda ayuda vocacional a sus estudiantes, facilitando así la tarea docente y de personal académico en la guía personalizada de los alumnos.

(a) Arquetipo del cliente

Los beneficiarios son jóvenes de 16 y 17 años que se encuentran en Lima Metropolitana. Son personas que cursan el último año de secundaria y son presionados a tomar elecciones vocacionales de manera pronta. Suelen hacer uso constante de las redes sociales y se preocupan por lo que otros dicen. Les molestan los prejuicios existentes acerca de ciertas carreras. En sus tiempos libres procura buscar información acerca de carreras e instituciones educativas. Por último, necesita una forma de encontrar las múltiples opciones profesionales disponibles teniendo en cuenta la experiencia de otras personas y su propia experimentación.

Fiorella Espinoza tiene 16 años y está cursando el último año de secundaria en Lima Metropolitana. Ella vive con sus padres en el distrito de Surquillo. En sus tiempos libres se dedica a entrar a webinars virtuales de las universidades para encontrar qué carrera va más acorde a su perfil. Ella está interesada en la carrera de Veterinaria ya que se ha dado cuenta que le gusta el cuidado de los animales sin embargo no está segura cuáles son las tareas de esta carrera o si tendrá las habilidades para hacerlas. Le gusta estar en las redes sociales como Instagram y Tik Tok porque le gusta estar en contacto con sus amigos del colegio.

Ella les ha comentado esta idea a sus padres, sin embargo, ellos le han recomendado que busque otras opciones porque según su mamá esa carrera no tiene salida. Lo cual hace que ella se sienta frustrada y vea las opciones más tradicionales.

En base a este arquetipo se elaboró un Customer Journey Map para conocer cada una de las etapas experiencias por las que atraviesa el cliente. A continuación, se dará un ejemplo del customer que se divide en tres etapas:

PRIMERA ETAPA: El conflicto en donde nuestro arquetipo tiene algunas preferencias por ciertas vocaciones según sus gustos, lo que escucha y lo que ve. Pero no está segura ya que no tiene una información real. Además, siente la presión social y familiar por tomar una pronta decisión.

SEGUNDA ETAPA: El usuario inicia la búsqueda de su vocación, inicia viendo las páginas webs de las universidades, luego mediante redes sociales le sale una publicidad sobre un evento llamado “Vocatón”. La adolescente curiosa ingresa al perfil y ve las fotos, por lo que decide visitar la web. Es ahí donde mira los horarios de atención y el lugar donde será el evento. Ella, con mucha ilusión, pide a sus padres que le den el dinero de la entrada y además les cuenta sobre el evento. Cuando llega el día, la adolescente se prepara con su mejor estilo y va al lugar

y pasa por la boletería que le da la opción de pagar de manera física, ya adentro hay unos chicos de orientación que le ayudan a bajarse la aplicación del evento y activar los permisos de geolocalización. Una vez en el lobby, el patio principal, se queda maravillado por los diferentes colores. Es en ese momento cuando escucha la llamada de introducción en el escenario principal donde junto a otros jóvenes se percatan sobre qué se trata el evento y que son las inteligencias múltiples y además les presentan la utilidad de la aplicación (diario virtual). El usuario decide ingresar al área de la inteligencia espacial y cuando ingresa se da cuenta que hay un muro informativo que va cambiando de contenido cada cierto tiempo, teniendo teoría, representantes de la inteligencia y la explicación de la actividad central. En medio del área se encuentra con una actividad relacionada a la inteligencia y módulos para tomar test. Además, escucha en las bocinas que a las 3pm habrá una charla sobre un emprendimiento de arte para el medio ambiente. Ella prueba de todo y ya cansadísima, la recogen sus padres y regresa a casa.

TERCERA ETAPA: Estando en su casa la joven prende su celular y escribe toda la experiencia del día en la aplicación del Vocatón, y examina en qué zonas pasó más tiempo. Según el análisis de permanencia, pasó el 30% de su tiempo en la Zona Naturalista y este resultado proyecta las posibles habilidades y carreras afines. Realizando clic en “Veterinaria”, se le recomiendan profesionales referentes como Pancho Cavero, redes sociales, blogs, videos y entre otros materiales audiovisuales de apoyo. Luego de un mes de asistir al Vocatón y ya con un análisis más profundo, la aplicación recomienda la carrera de Zootecnia.

4.2. Cantidad de beneficiarios

El presente proyecto va enfocado a adolescentes de 16 a 17 años de Lima Metropolitana que aproximadamente son 310,000. Fueron escogidos en base a la delimitación social e

investigación, para llevar a cabo el espacio físico y herramientas digitales “Vocatón”, fomentando así el autodescubrimiento. Finalmente, se quiere ayudar a los jóvenes a tomar una mejor elección de vocación en su última etapa escolar.

5. Propuesta de valor

5.1. Propuesta de valor

La Vocatón busca ayudar a adolescentes de 5to de secundaria de Lima Metropolitana a encontrar su vocación a través de las inteligencias múltiples. Lo que hace única a la solución es que ellos puedan experimentar en espacios seguros y no-convencionales para descubrir la habilidad que los hace únicos y así puedan aportar a la sociedad.

5.2. Segmento de clientes

Los clientes centrales son los adolescentes de 5to de secundaria de Lima Metropolitana ya que ellos son los más beneficiados.

Los clientes directos son los padres de familia que están interesados en el futuro de su hijo.

Los clientes indirectos vendrían a ser las instituciones educativas teniendo en cuenta que la Vocatón puede servir como herramienta vocacional para sus alumnos.

5.3. Canales

La manera de llegar a nuestro público es a través del espacio físico llamado “Vocatón”, donde se realizan actividades relacionadas con las inteligencias múltiples.

Además, contaremos con una aplicación que ayudará al adolescente analizar su experiencia que él tuvo en el espacio.

Otro medio de comunicación será la publicidad. Esta se realizará en las redes sociales Facebook, Instagram y Tik Tok que redireccionará a la landing page para más información.

5.4. Relación con los clientes

La Vocatón adoptará una comunicación jovial, moderna con la tendencia.

Nuestra comunidad en redes será activa mediante respondiendo comentarios en redes de manera jovial.

También dentro del espacio físico se realizará actividades frecuentes como retos, activaciones, etc.

5.5. Actividades clave

Diseñar y construir el espacio físico

El espacio físico “Vocatón” será una obra de arquitectura, diseñado teniendo en cuenta las inteligencias múltiples y experiencias interactivas. La Vocatón contará también con una zona posterior con información acerca de dónde profundizar los intereses del usuario (carreras, cursos, entre otros). Como áreas también tenemos una sala de charlas y una sala de asesoría psicológica.

Desarrollo de aplicación y web

La aplicación móvil contará con 4 secciones relevantes. La primera función será un diario donde el adolescente podrá redactar la experiencia que tuvo en el Vocatón, con esto la aplicación analizará los posibles gustos del usuario. La segunda función es analizar los resultados del diario a través de las palabras más repetidas y en base a esto recomendará que inteligencia se inclina más con el adolescente y las posibles carreras y habilidades que este tuviera. La tercera función son test de inteligencias múltiples para tener resultados en porcentaje de que inteligencias se encuentran más desarrolladas. Como última función, está la

geolocalización para examinar en qué zonas de la Vocatón el usuario pasa mayor tiempo. Aparte, se tendrá el perfil del usuario que será como un pasaporte virtual para ingresar al espacio presencial.

Difusión del servicio (lanzamiento)

Se realizará una campaña publicitaria para el lanzamiento del Vocatón que estará presente tanto los medios tradicionales como el digital. Por un lado, en la parte tradicional se crearán spots para televisión y radio en programas segmentados hacia los adolescentes de Lima. Por otro lado, los medios digitales estarán en las redes sociales de Facebook, Instagram y Tik Tok creando un contenido divertido para nuestro público.

Difusión del servicio (paquetes escolares)

El Vocatón ofrecerá sus servicios directamente en colegios como opción de excursión escolar. De esta manera, promociones de 90 a 120 alumnos asistirán a la Vocatón de manera ordenada con la ayuda de guías.

Desarrollar la comunidad en redes sociales

Los adolescentes, son un público que navega más en redes sociales, por ende, nuestros esfuerzos estarán en formar una sólida comunidad en estos con el fin que nos lleguen a conocer por estos medios.

5.6. Recursos clave

Vocatón (Espacio físico)

Este recurso, a su vez, requerirá de múltiples profesionales para su diseño e implementación: diseñadores con especialidad de arquitectura, contratistas para su ensamblado (y posterior desarmado), entre otros. Una vez ya activo, el espacio requerirá de supervisores para las distintas áreas. Además, emprendedores para que puedan dar las charlas sobre los distintos temas a tratar dentro del espacio.

Vocatón (Digital)

Para este espacio digital se requiere la colaboración de diseñadores gráficos, publicitarios, community manager que atiendan e interactúen con nuestros usuarios en las redes sociales. Además, para contar con la landing page es indispensable el contrato de un dominio web. Para desarrollar la aplicación móvil se requerirá de profesionales en programación y diseñadores.

5.7. Aliados clave

Los aliados claves para el correcto funcionamiento de la Vocatón serán:

Ministerio de Educación

Este organismo del estado nos ayuda a respaldar la eficacia de nuestro proyecto y dar más credibilidad a los padres por el posicionamiento que tiene.

Instituciones educativas

Las escuelas secundarias son primordiales para la efectividad del Vocatón teniendo en cuenta el público objetivo. Estas se benefician debido a que el proyecto facilitaría la labor orientadora de las instituciones y el personal académico.

Emprendimientos conscientes

El proyecto contará con charlas y quienes lo dicten serán nuestros socios claves, los emprendedores, ya que ellos tienen experiencia en el campo.

5.8. Fuentes de ingresos

Los ingresos económicos se deberán a:

La venta de entradas del Vocatón

Se realizará mediante la plataforma digital en Joinnus y boletería física en la puerta del evento.

Esta entrada será válida para un día donde el costo será de 10 soles por persona.

La membresía anual de la aplicación Vocatón

Esta membresía brindará acceso a herramientas dentro de la aplicación entre las cuales se encuentran el análisis inteligente de habilidades y las recomendaciones basadas en este.

Consulta con Psicólogos

Se contará con psicólogos profesionales y cada consulta duraría 50 minutos en la cual los adolescentes podrán llevar una asesoría acerca del proceso de elección vocacional.

Alquiler de puestos de comida

El alquiler ocurrirá dentro del Espacio Físico Vocatón y se ofrecerán alimentos saludables.

Espacios publicitarios para Universidades

Se alquilarán espacios destinados a la publicidad. Este servicio será solamente para instituciones de educación superior.

5.9. Presupuestos

Para el tema de presupuesto o gastos financieros que se dará dentro del Vocatón:

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ventas	S/. 47,200.00	S/. 60,160.00	S/. 60,160.00	S/. 78,880.00	S/. 78,880.00	S/. 104,840.00
Costos Fijos	S/. 39,523.00	S/. 39,523.00	S/. 39,523.00	S/. 39,523.00	S/. 39,523.00	S/. 39,523.00
Costos Variables	S/. 19,688.87	S/. 19,688.87	S/. 19,688.87	S/. 19,688.87	S/. 19,688.87	S/. 19,688.87
Utilidad	S/. -12,011.87	S/. 948.13	S/. 948.13	S/. 19,668.13	S/. 19,668.13	S/. 45,628.13
Margen	-25%	2%	2%	25%	25%	44%

Tabla 1: Presupuesto de Enero-Junio

Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
--------------	---------------	------------------	----------------	------------------	------------------

S/. 104,840.00	S/. 104,840.00	S/. 104,840.00	S/. 104,840.00	S/. 137,040.00	S/. 137,040.00
S/. 39,523.00	S/. 39,523.00	S/. 39,523.00	S/. 39,523.00	S/. 39,523.00	S/. 39,523.00
S/. 19,688.87	S/. 19,688.87	S/. 19,688.87	S/. 19,688.87	S/. 19,688.87	S/. 19,688.87
S/. 45,628.13	S/. 45,628.13	S/. 45,628.13	S/. 45,628.13	S/. 77,828.13	S/. 77,828.13
44%	44%	44%	44%	57%	57%

Tabla 2: Presupuesto de Julio-Diciembre

6. Resultados

Resultados

Luego de una investigación, se percibió que muchos de los estudiantes de 5to de secundaria no cuentan con orientación vocacional dirigido al autodescubrimiento afectando así su elección de vocación. De esta manera se propuso diseñar un espacio físico y digital que facilitará el autoconocimiento mediante el desarrollo e identificación de inteligencias múltiples.

Experimentación

Para llegar a este resultado, se contactó a los usuarios a través de Whatsapp. Una vez ya seleccionados los participantes, se procedió a realizar la presentación de prototipos digitales a manera de 3D (Figura 1) y wireframes en alta fidelidad (Figura 2) para mostrar los espacios, distribución y funcionamiento del lugar a los usuarios; y, en el caso de la aplicación, verificar la correcta usabilidad e interacción por parte de ellos.



Figura 1. Fachada Vocatón



Figura 2. App Vocatón

Todos los testeos se desarrollaron de forma virtual mediante la plataforma Zoom. Como resultados obtuvimos reacciones positivas tanto para el espacio físico como para la aplicación, obteniendo feedback para mejoras e implementaciones a futuro.

Según los comentarios de los 6 usuarios, la Vocatón es una iniciativa creativa y distinta a los servicios tradicionales vocacionales. El feedback también sirvió para realizar mejoras en el servicio y proyectar planes a futuro.

7. Conclusiones

De acuerdo con nuestro Reto de Innovación: ¿Cómo ayudar a la falta de autoconocimiento para la elección de vocación en alumnos de 5to de secundaria en Lima Metropolitana? Se ha logrado alcanzar la meta y validado junto a los usuarios. Los comentarios recibidos fueron que es un proyecto necesario en estos momentos que atraviesan y otras personas que ya han pasado por este proceso afirman que les hubiera gustado tener algo similar cuando estaban por elegir una carrera.

Lo efectivo del proyecto es el enfoque a las inteligencias múltiples y no a las carreras exclusivamente, buscando que el usuario explore y no se limite a persuadir sobre una decisión en particular.

Para el desarrollo efectivo de la propuesta se han investigado los 8 tipos de inteligencias múltiples según Gardner, H. (1983) teniendo así en cuenta a diversos individuos. Con conocimiento de estas se han desarrollado actividades, paneles informativos y test de nivel.

El proyecto se ha desarrollado con asesoramiento profesional para la elaboración de sus diversas herramientas teniendo en cuenta la psicología del usuario, sus necesidades y las metodologías usadas tradicionalmente como herramientas vocacionales.

Se pudo también identificar todos los recursos que serían necesarios para la implementación del proyecto (teniendo en cuenta recursos humanos, materiales, económicos, entre otros) teniendo prototipos en 3D y wireframes de alta fidelidad para profundizar en las necesidades del desarrollo.

Finalmente, la validación ocurrió mediante entrevistas a psicólogos, posibles usuarios, padres de familia y docentes; teniendo todos una reacción positiva ante la solución al Reto de innovación y generando proyecciones a futuro de la Vocación gracias al feedback.

8. Bibliografía

Aguilar, E., Dávila, D. (2013). Análisis, diseño e implementación de la aplicación web para el manejo del distributivo de la facultad de ingeniería (Tesis previa a la obtención

del Título de Ingeniero de Sistemas, Universidad de Cuenca, Ecuador). Recuperado de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4303/1/tesis.pdf>

Alegsa, L. (2016). Definición de herramientas digitales. Alegsa. Recuperado de https://www.alegsa.com.ar/Dic/herramientas_digitales.php

Altamirano, D. (2017). Aplicación Móvil con Realidad Aumentada como Estrategia de Marketing 2.0 Para el menú del restaurante Chimichurri Moros y Menestras en la ciudad de Ambato. (Trabajo de graduación, Universidad Técnica De Ambato, Ecuador). Recuperado de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26425/1/Tesis_t1311si.pdf

Aruni, F. (2015). Geolocalización para niños con autismo. (Para optar al título de licenciatura en informática mención: ingeniería de sistemas informáticos, Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia). Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/7309/T.2964.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Barbera, E., Mauri, T. y Onrubia, J. (2008). Cómo valorar la calidad de la enseñanza basada en la Tic: Pautas e instrumentos de análisis. Editorial Graó.

Barranco, R (2020). La relación del espacio físico y el aprendizaje: Propuesta de un modelo de aula para la educación del siglo XXI en México. (Tesis para obtener el título

en el grado de: Maestro en Educación Superior, Universidad Autónoma de Puebla, México). Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12371/11254>

Cairampoma, F. (2021). Programa “Proyecto mi vida” para desarrollar la orientación vocacional en los estudiantes 5to de educación secundaria (Tesis de Maestro, Universidad San Ignacio de Loyola, Perú). Recuperado de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/e64d06f2-8f89-497d-9fa3-25ed240b4218/content>

Cardenas, R., López, D. (2018) La interactividad en las redes sociales y los procesos de enseñanza – aprendizaje de los alumnos del séptimo ciclo de la institución educativa Tupac Amaru De Tapuc – Yanahuanca 2017 (Para obtener el título profesional de licenciado en educación, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Cerro de Pasco, Perú). Recuperado de <http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/360/1/la%20interactividad%20en%20las%20redes%20sociales%20y%20los%20procesos%20de%20enseñanza%20aprendizaje%20de%20los%20alumnos%20de.pdf>

Casa, M., Cusi, L., Manani, P. (2019). Inteligencias múltiples e inclinación profesional en estudiantes de educación secundaria. (Revista de investigaciones de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Del Altiplano, Perú). Recuperado de <http://revistas.unap.edu.pe/epg/index.php/investigaciones/article/view/949/239>

¿Cuáles son los test de orientación vocacional más usados? (s. f.). Psicólogos de Córdoba. Recuperado de <https://psicologoscordoba.org/test-orientacion-vocacional-mas-usados/>

Ernst-Slavit, G. (2001). Educación para todos: La Teoría de las Inteligencias Múltiples de Gardner (Revista de Psicología de la PUCP, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú). Recuperado de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/3633/3613>

Gómez, I., Mauri, T. (1991). La funcionalidad del aprendizaje en el aula y su evaluación. Cuadernos de Pedagogía N.º 188, pág. 28-32. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/artpub/1991/164814/cuaped_a1991m1n188p28.pdf

Gonzales, M., Alonzo A. (2015). Factores que motivan la elección de la carrera profesional de educación en los estudiantes de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle (Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán Valle, Perú). Recuperado de <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/1198>

Hoyos, R.G. (2016). Niveles socioeconómicos y motivación en la elección de la carrera profesional en estudiantes pre-universitarios (Tesis de Maestría, Universidad de San Martín de Porres, Perú). Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/2320>

Iglesias, M. (2008). Observación y evaluación del ambiente de aprendizaje en educación infantil: dimensiones y variables a considerar. Revista Iberoamericana de

Educación Vol. 47, pág. 49-70. Recuperado de <https://rieoei.org/historico/documentos/rie47a03.pdf>

López, M. (2013). Aprendizaje, Competencias y Tic: Aprendizaje basado en competencias. México: Pearson.

Jóvenes eligen las carreras tradicionales por la influencia de su entorno (2015).

Universia. Recuperado de <https://www.universia.net/ar/actualidad/vida-universitaria/jovenes-eligen-carreras-tradicionales-influencia-su-entorno-1122424.html>

Lugo, C., López, J. (2018). Analítica de datos con aplicación en un caso práctico, mediante el uso de una herramienta libre. (Universidad Tecnológica De Pereira, Colombia). Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/9185/T006.312%20L951.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Maximi, C., Yadira Y. (2015). El espacio físico y su relación con el aprendizaje activo en el nivel inicial. (Tesis de pregrado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador). Recuperado de <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/206>

Mendoza, J. (2019). Aplicación de herramientas tecnológicas para la enseñanza – aprendizaje de los estudiantes de la facultad de administración de la Universidad

Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica (Para optar el título de segunda especialidad profesional de tecnologías de información y comunicación, Universidad Nacional de Huancavelica, Perú). Recuperado de <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/2525>

Moreno, R. (2013). Factores socio-económico-culturales y su Influencia en la demanda de una carrera universitaria en el departamento de La Libertad, Perú. Revista “Ciencia y Tecnología” Vol.8 Núm. 22, Escuela de Postgrado - Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/198>

Olivares, S., Rivera, N., López, M., & Turrubiantes, M. (2020). Etapas de la identidad para ser profesionista: evolución de las expectativas de los retos académicos a lo largo de la carrera. Revista digital Formación Universitaria. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000400011>

Ramos, K. (2015). Apreciación de los pobladores sobre la función educativa del profesional de enfermería en la promoción de la salud - AA. HH Santo Toribio de Mogrovejo, Chachapoyas 2014. (Tesis para optar el título de: Licenciada en enfermería, Universidad Nacional “Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas”, Perú). Recuperado de <http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/240>

Real Academia Española (s. f.). Diccionario de la lengua española (23.^a ed.). Recuperado en noviembre de 2021, de <https://dle.rae.es/>

Ríos, J. (2018). Efectividad de una aplicación móvil en el proceso de delivery de productos en una pyme que comercializa productos naturales. (Título Profesional de Ingeniero Informático y de Sistemas, Universidad San Ignacio de Loyola, Perú). Recuperado de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/5b28d7e5-262e-4ebc-a438-2a15eb0ea840/content>

Ríos, M. (2019). El 80% de escolares no sabe qué carrera profesional estudiar al terminar el colegio. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/80-escolares-carrera-profesional-estudiar-terminar-colegio-266166-noticia/>

Riva Amella, J. L. (2009). Cómo estimular el aprendizaje. Barcelona, España. Editorial Océano.

Romero, C. (2011). La ponencia: un tipo textual necesario. Cuadernos de Lingüística Hispánica, (17),97-104.[fecha de Consulta 15 de Noviembre de 2021]. ISSN: 0121-053X. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322227523008>

Urbano, E. (2018). Lo que quiero ser: Toma de decisiones respecto a la ocupación futura en adolescentes de dos instituciones educativas de Lima (Tesis de Pregrado: Licenciado en Psicología con mención en Psicología Educacional, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú). Recuperado de <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2661328>

9. Anexos

Anexo N°1: Preguntas de entrevista de validación

¿Cuál es tu opinión de la Vocatón?

¿Qué cosas te gustaron más?

¿Qué te gustó menos?

¿Qué le añadirías a la Vocatón?

¿Irías varias veces o una sola vez?

¿Qué diferencia sientes entre la Vocatón y las ferias vocacionales de carreras?

¿Qué herramientas de la aplicación usarías con frecuencia?

Anexo N°2: Encuesta al usuario

20/12/21 19:16 Elección de vocación

Elección de vocación

Somos estudiantes de la escuela superior Toulouse Lautrec y en el marco del programa Innovation Challenge, nos encontramos realizando esta investigación: Elección de vocación en alumnos de 4to y 5to de secundaria en Lima Metropolitana. Dentro de esta temática estamos interesados en conocer qué consideran los adolescentes que significa vocación, cómo consiguen información vocacional los estudiantes y qué factores influyen en la toma de decisiones. Agradecemos anticipadamente su ayuda.

1. 1.¿Qué año estas cursando?

Marca solo un óvalo.

4to de secundaria

5to de secundaria

2. 2.Sexo

Marca solo un óvalo.

Femenino

Masculino

3. 3.Estudias en un colegio estatal o privado

Marca solo un óvalo.

Estatal

Privado

<https://docs.google.com/forms/d/1V7eaHWWz11ZmHAUK7TeINNVEYSTDYteloXC9yLhOg/edit> 1/5

4. ¿Qué consideras que significa "vocación" ?

Selecciona todos los que correspondan.

- Carrera profesional
- Hobbies
- Algo que me gusta
- Lo que quiero hacer en la vida
- Dedicarse a algo
- Talento

5. ¿Has hecho un test vocacional?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

6. ¿Brinda tu colegio orientación vocacional?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

7. ¿Dónde has conseguido información sobre vocaciones *(marca opciones múltiples)?

Selecciona todos los que correspondan.

- Por tu propia cuenta en internet
- Publicidad en redes sociales
- Colegio
- Conocidos
- Revistas
- No estoy buscando

12. ¿Cómo te hace sentir terminar el colegio?

Marca solo un óvalo.



Molestia



Tristeza



Indiferencia



Felicidad

13. ¿Has participado en alguno de los siguientes?

Selecciona todos los que correspondan.

- Webinars (Charla vocacional)
- Feria vocacional
- Test vocacional
- Orientación vocacional con psicólogos
- Ninguno

14. ¿Sientes que tus talentos son valorados?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

15. ¿Crees que la única manera de desarrollar tu talento es en una universidad/instituto?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

16. ¿Cómo prefieres descubrir tu vocación?

Marca solo un óvalo.

- Por tu cuenta
 Con ayuda profesional
 Con ayuda de amigos
 Con ayuda de los padres
 Con ayuda de profesionales del rubro

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Anexo N°3: Preguntas de entrevista a psicólogos

¿Qué es una vocación?

¿Hay alguna diferencia entre hobby y vocación?

¿De qué trata un test vocacional?

¿Cómo una persona encuentra su vocación (capacidades o talentos)?

¿Desde qué edad puede uno identificar su vocación?

¿Cómo una persona puede validar que esa es su vocación?

¿Qué agentes influyen a la hora de escoger una vocación? (presión social, padres, amistades)

¿Es posible desarrollar varias inteligencias múltiples o es mejor solo una? ¿cómo se pueden desarrollar estas y como un joven se puede dar cuenta de estas?

¿De qué manera el colegio ayuda a encontrar la vocación? (que se podría mejorar)

¿Ayudan los test vocacionales a la determinación de una vocación?

¿Qué valoran más las personas la vocación o la empleabilidad?

¿Es importante la vocación a la hora de ser seleccionado para un trabajo?

Hay personas que no terminan la universidad y son exitosos ¿Por qué se da?

¿Qué tan importante es tener una carrera universitaria (dar ejemplo)? (¿Qué estudios existen acerca del tema?)