

BT marketing for professional vocation at UEP León Itúrburu - Ecuador 2025

Marketing del BT para la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025

Autores:

Letamendi-Carvajal, Paola Edith
UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DEL ECUADOR
Magíster en Pedagogía en FTP, Universidad Bolivariana Del Ecuador, Durán, Ecuador
Guayaquil-Ecuador
 peletamendic@ube.edu.ec

 <https://orcid.org/0009-0001-9408-7260>

Chica-Romero, Gilda Margarita
UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DEL ECUADOR
Magíster en Pedagogía en FTP, Universidad Bolivariana Del Ecuador, Durán, Ecuador
Guayaquil-Ecuador
 gmchicar@ube.edu.ec

 <https://orcid.org/0009-0007-5883-4445>

Carvajal-Parra, Marjorie Del Rocío
UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DEL ECUADOR
PhD En Educación.
Guayaquil-Ecuador
 mdcarvajalp@ube.edu.ec

 <https://orcid.org/000-0002-8858-0083>

García-Hevia, Segress
UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DEL ECUADOR
PhD. Ciencias Pedagógicas
Guayaquil-Ecuador
 sgarciah@ube.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-6178-9872>

Fechas de recepción: 27-FEB-2025 aceptación: 27-MAR-2025 publicación: 31-MAR-2025

 <https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>
<http://mqrinvestigador.com/>



Resumen

El presente estudio fue “Fundamentar la relación que existe entre el marketing del Bachillerato Técnico y la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025”, las dimensiones de la Variable 1 fueron: Dimensión 1 “Estrategias de Promoción de las familias profesionales de salud y servicio: Seguridad ciudadana, Diseño: Diseño de modas, y Tecnologías: Redes y telecomunicaciones.” y Dimensión 2 “Calidad del Servicio Educativo”. La investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, el diseño fue descriptivo correlacional, no experimental, ya que no se manipuló las dos variables. El estudio técnico fue la encuesta y el instrumento cuestionario para comprobar las variables con sus dimensiones que se procesaron con estadística descriptiva con el programa SPSS v21 y Excel para la base de datos. Se seleccionó la escala ordinal para la muestra en relación a las variables de acuerdo a la escala de Likert con los siguientes niveles: 1 siempre, 2 casi siempre, 3 algunas veces, 4 pocas veces, 5 nunca. La población fue de 90 estudiantes, la muestra 30 estudiantes, la confiabilidad se calculó mediante Alfa de Cronbach y se estimó en 0,911 para la variable 1 y para la variable 2 se estimó 0,976 se aplicó el coeficiente de correlación r Pearson y es de 0,576**, es decir una correlación positiva media, entre ambas variables, por lo tanto, se acepta la H_1 : Existe relación significativa entre el marketing del Bachillerato Técnico y la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025 y se descarta la hipótesis nula.

Palabras clave: marketing; vocación profesional; salud y servicio; diseño; tecnologías



Abstract

The present study was "To base the relationship between the marketing of the Technical Baccalaureate and the professional vocation at UEP León Itúrburu - Ecuador 2025", the dimensions of Variable 1 were: Dimension 1 "Promotion Strategies for the professional families of health and service: Citizen security, Design: Fashion design, and Technologies: Networks and telecommunications." and Dimension 2 "Quality of the Educational Service". The research was developed under the quantitative approach, the design was descriptive correlational, not experimental, since the two variables were not manipulated. The technical study was the survey and the questionnaire instrument to check the variables with their dimensions that were processed with descriptive statistics with the SPSS v21 program and Excel for the database. The ordinal scale was selected for the sample in relation to the variables according to the Likert scale with the following levels: 1 always, 2 almost always, 3 sometimes, 4 rarely, 5 never. The population was 90 students, the sample 30 students, the reliability was calculated using Cronbach's Alpha and was estimated at 0.911 for variable 1 and for variable 2 it was estimated at 0.976, the Pearson r correlation coefficient was applied and it is 0.576**, that is, a medium positive correlation, between both variables, therefore, H_0 is accepted: There is a significant relationship between the marketing of the Technical Baccalaureate and the professional vocation at UEP León Itúrburu - Ecuador 2025 and the null hypothesis is discarded.

Keywords: Marketing; professional vocation; health and service; design; technologies



Introducción

La implementación del Bachillerato Técnico (BT) en instituciones educativas que actualmente ofrecen únicamente Educación General Básica (EGB) representa una estrategia fundamental para alinear la educación con las demandas del mercado laboral y las aspiraciones profesionales de los estudiantes, este enfoque no solo enriquece la oferta educativa, sino que también potencia el desarrollo económico y social de la comunidad.

El bachillerato técnico se caracteriza por proporcionar una formación complementaria en áreas técnicas, artesanales, deportivas o artísticas, permitiendo a los estudiantes adquirir competencias específicas que facilitan su inserción en el mercado laboral o el inicio de emprendimientos sociales o económicos.

La diversificación de las familias profesionales en el BT es fundamental, ya que abarca campos específicos del conocimiento técnico que estructuran itinerarios formativos pertinentes a las necesidades territoriales.

La Unidad Educativa Particular (UEP) León Itúrburu, al proponer ampliar su oferta educativa para incluir el bachillerato técnico en las familias profesionales de Diseño en su figura profesional diseño de Moda, Tecnologías en su figura profesional redes y telecomunicaciones, y la familia profesional de Salud y Servicio en su Figura profesional Seguridad Ciudadana, responde a sectores estratégicos con alta demanda laboral y proyección de crecimiento en Ecuador.

La inclusión del BT en Diseño de Moda fomenta la creatividad y la innovación, preparando a los estudiantes para integrarse en la industria de la moda, un sector en constante evolución que contribuye significativamente a la economía nacional. Por su parte, la formación en Redes y Telecomunicaciones capacita a los estudiantes en tecnologías de la información y comunicación, esenciales en la era digital y con amplia demanda en diversos sectores productivos. Asimismo, la especialización en Seguridad Ciudadana aborda una necesidad social apremiante, formando profesionales capaces de contribuir a la seguridad y bienestar de la comunidad.

La transformación de la UEP León Itúrburu en una institución que ofrece BT en estas áreas no solo amplía las oportunidades educativas de sus estudiantes, sino que también fortalece su vínculo con el sector productivo y social, promoviendo una educación pertinente y



contextualizada que impulsa el desarrollo local y nacional, esta iniciativa refleja el compromiso de la institución con la formación integral de sus estudiantes y su preparación para enfrentar los desafíos del mundo laboral contemporáneo.

Ante este análisis se formula la siguiente problemática general ¿Qué relación existe entre las estrategias de marketing del Bachillerato Técnico y la propuesta de implementación por la UEP León Itúrburu y la elección de carreras técnicas por parte de sus estudiantes en el año 2025?

Del mismo modo, surge las siguientes problemáticas específicas ¿Qué relación existe entre el marketing del Bachillerato Técnico y la preferencia de los estudiantes por las familias profesionales en la UEP León Itúrburu durante el año 2025? y ¿Qué relación existe entre las estrategias de marketing del Bachillerato Técnico y la percepción de la calidad del servicio educativo por parte de los estudiantes en la UEP León Itúrburu durante el año 2025?

Así mismo, la implementación de estrategias de marketing para el Bachillerato Técnico (BT) orientadas a la vocación profesional es fundamental para fortalecer la educación técnica y profesional en Ecuador, por lo tanto, el presente estudio se justifica en las siguientes perspectivas teórica, práctica, social, cultural y educativa:

Justificación teórica, el marketing educativo se basa en la aplicación de principios y técnicas de mercadeo al ámbito educativo, con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de los estudiantes y la sociedad. Según un estudio sobre modelos de gestión de marketing educativo, la aplicación de estrategias de marketing en instituciones educativas permite mejorar la percepción y la demanda de sus servicios, alineando la oferta educativa con las necesidades del mercado laboral y las expectativas de los estudiantes.

Justificación Práctica, la promoción efectiva del BT facilita que los estudiantes conozcan y comprendan las oportunidades que ofrece la educación técnica, permitiéndoles tomar decisiones informadas sobre su futuro profesional. La difusión adecuada de las especialidades disponibles en el BT, como Diseño de Moda, Redes y Telecomunicaciones, y Seguridad Ciudadana, puede incrementar la matrícula en estas áreas, asegurando una formación alineada con las demandas del mercado laboral, además, la formación profesional se orienta a que los estudiantes desarrollen habilidades y competencias que les permitan desempeñarse exitosamente en el campo laboral.

Justificación Social, el fortalecimiento del BT mediante estrategias de marketing contribuye a la equidad social al brindar a más estudiantes la oportunidad de acceder a una educación técnica de calidad, esto es especialmente relevante en contextos donde la educación técnica puede ser una vía para mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias y comunidades. Además, la educación técnico-profesional está diseñada para responder a las demandas específicas del mercado laboral y contribuir al desarrollo económico del país.

Justificación Cultural, la promoción de especialidades técnicas como Diseño de Moda, Redes y Telecomunicaciones, y Seguridad Ciudadana en el BT puede influir en la valoración cultural de estas profesiones, al destacar la importancia y el impacto de estas áreas en la sociedad, se fomenta el reconocimiento y la apreciación de oficios técnicos y tecnológicos, contribuyendo a una cultura que valora la diversidad profesional y la innovación.

Justificación Educativa, desde una perspectiva educativa, el marketing del BT orientado a la vocación profesional permite a las instituciones adaptar su oferta formativa a las necesidades reales de los estudiantes y del mercado laboral, esto asegura una educación más pertinente y efectiva, que prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mundo laboral contemporáneo. Además, la educación técnico-profesional proporciona a los estudiantes una formación general y profesional que los ayuda a adaptarse al cambio permanente de las necesidades laborales, permitiéndoles integrarse con éxito a las diferentes áreas de la actividad productiva y/o continuar estudios posteriores.

Así mismo, surgen el objetivo general “Fundamentar la relación que existe entre el marketing del Bachillerato Técnico y la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025” Y los objetivos específicos fueron determinar la relación que existe entre el marketing del Bachillerato Técnico y la preferencia de los estudiantes por las familias profesionales en la UEP León Itúrburu durante el año 2025 y establecer la relación entre el marketing del Bachillerato Técnico y la percepción de la calidad del servicio educativo por parte de los estudiantes en la UEP León Itúrburu durante el año 2025

Por consiguiente, es fundamental demostrar la hipótesis alternativa H_i : Existe relación significativa entre el marketing del Bachillerato Técnico y la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025 y descartar la hipótesis nula H_o : No existe relación

significativa entre el marketing del Bachillerato Técnico y la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

Las figuras profesionales en el Bachillerato Técnico son especialidades que permiten a los estudiantes adquirir competencias específicas en áreas técnicas, artísticas o deportivas, su importancia se destaca en varios aspectos como son la formación especializada de las figuras profesionales, las respuestas a las demandas del mercado laboral, el desarrollo de competencias profesionales, el fortalecimiento de la educación técnica y la orientación vocacional efectiva.

La formación especializada, de las figuras profesionales ofrecen una formación complementaria al tronco común, permitiendo a los estudiantes desarrollar habilidades específicas en campos como la agropecuaria, la industria, los servicios, las artes y el deporte. Esto les proporciona una preparación técnica sólida que facilita su inserción en el mercado laboral o la continuación de estudios superiores.

Y en base al nuevo Acuerdo Ministerial MINEDUC-MINEDUC-2024-00065-A del catálogo de las figuras profesionales de la nueva oferta formativa de bachillerato técnico, Artículo 4.- Catálogo de las figuras profesionales de bachillerato técnico: La nueva oferta formativa en el Bachillerato Técnico estará conformada por 3 áreas, 11 familias y 34 figuras profesionales, por lo cual las hemos descrito en el párrafo anterior.

En respuesta a las demandas del mercado laboral, al estar alineadas con las necesidades de los sectores productivos y económicos, estas figuras aseguran que la formación técnica sea pertinente y contextualizada, aumentando la empleabilidad de los graduados y contribuyendo al desarrollo económico del país.

El desarrollo de competencias profesionales, las figuras profesionales están diseñadas para que los estudiantes adquieran competencias laborales específicas, permitiéndoles incorporarse al campo laboral de forma independiente, asociativa o en relación de dependencia, y aportar en las cadenas de producción de bienes y servicios de los diferentes sectores productivos.

El fortalecimiento de la educación técnica, la implementación de figuras profesionales es una política pública enfocada en fortalecer la incorporación de los jóvenes al mundo del trabajo,

promoviendo la continuidad en la educación técnica y una estrecha vinculación con el sector productivo y las prioridades nacionales.

Y la orientación vocacional efectiva, estas especialidades facilitan la orientación vocacional de los estudiantes, permitiéndoles elegir trayectorias educativas que se ajusten a sus intereses y habilidades, lo que contribuye a una mayor motivación y éxito académico.

En la Unidad Educativa Particular León Itúrburu se compromete a enriquecer la formación de sus estudiantes de básica superior mediante un marketing de bachillerato técnico en las familias profesionales en Salud y Servicio: Seguridad Ciudadana, Diseño: Diseño de Modas y Tecnologías: Redes y Telecomunicaciones, esta iniciativa busca proporcionar a los alumnos competencias técnicas específicas que les permitan integrarse al mercado laboral inmediatamente después de finalizar el bachillerato, al enfocarse en áreas con alta demanda laboral, como la seguridad ciudadana, el diseño de modas y las tecnologías de la información, la institución busca no solo mejorar la empleabilidad de sus egresados, sino también contribuir al desarrollo socioeconómico de la comunidad al formar profesionales capacitados que respondan a las necesidades actuales del mercado. Esta estrategia educativa promueve una formación integral y práctica, motivando a los estudiantes a desarrollar habilidades técnicas desde temprana edad, lo que les brinda una ventaja competitiva en su futuro profesional.

A continuación, se fundamentará el análisis mediante una selección de documentos científicos que respaldarán la evaluación y verificación de las variables, considerando sus respectivas dimensiones e indicadores, tanto a escala internacional, como en el contexto latinoamericano y a nivel nacional.

Según la investigación de (Stronati, 2023) argumentó que en los Estados Unidos, “los programas técnicos y vocacionales en secundaria permiten a los estudiantes especializarse de forma temprana, lo cual mejora la conexión con el mercado laboral y puede aumentar la motivación al vincular la formación con sus intereses personales”, el trabajo subrayó que ofrecer opciones vocacionales bien estructuradas en el bachillerato técnico puede aumentar la equidad educativa, reducir la deserción y facilitar trayectorias claras hacia el empleo o la educación superior.

Un estudio en Canadá, mostró “que existen diversos enfoques según la provincia, pero en general se exige una combinación de formación pedagógica y experiencia profesional previa, se resalta que garantizar requisitos de ingreso claros y programas de formación inicial sólida es fundamental para ofrecer una enseñanza técnica de calidad y relevante para el mercado laboral”. Este estudio es importante porque subraya que la calidad del bachillerato técnico no solo depende del currículo, sino también del perfil y preparación de quienes enseñan, reforzando así la vocación profesional de los estudiantes a través de referentes bien capacitados.(OECD, 2022)

En la china, estudios realizados por (Xie et al., 2020, p. 243) destacan que “la educación vocacional técnica es clave para formar talento especializado y cerrar la brecha entre la escuela y el trabajo”. El fortalecimiento de estas especialidades técnicas mejora la empleabilidad, incrementa la innovación educativa y contribuye al desarrollo económico del país, aunque estuvo enfocado en nivel terciario, el modelo chino mostró cómo una formación técnica sólida desde etapas tempranas (similar al bachillerato técnico) puede convertirse en una plataforma eficaz para impulsar la vocación profesional y el éxito laboral.

En México, en el Centro de Bachillerato Tecnológico, cumplió una función clave al vincular la educación media con el desarrollo de competencias profesionales específicas, su importancia radicó en que no solo prepara técnicamente a los estudiantes, sino que, mediante programas estructurados de orientación vocacional, les ayuda a tomar decisiones informadas sobre su futuro profesional, argumentan que “esto contribuye a reducir el abandono escolar y aumentar las tasas de titulación, facilitando una transición más efectiva hacia el ámbito laboral o hacia estudios superiores Castillo Escalante et al. (2021)”.

Así mismo, es bueno resaltar que “Motivar la vocación profesional en los estudiantes y guiarlos hacia el bachillerato técnico genera beneficios significativos tanto a nivel personal como social, Guerra Casillas et al. (2023)”.

Además, al promover esta conexión entre intereses personales y formación técnica, se fortalece la autoconfianza y la identificación con un camino profesional claro, esto se refleja en el trabajo de (Molina Barbotó et al., 2024)

En la Universidad Don Bosco en El Salvador, hubo una propuesta innovadora que articuló la formación técnica del bachillerato con los estudios superiores técnicos e ingenierías, el



programa buscó establecer un currículo continuo entre niveles educativos, permitiendo a los estudiantes de bachillerato técnico una transición fluida hacia la educación superior, el estudio destacó que “esta articulación contribuyó al desarrollo de competencias laborales desde la media técnica y responde a las necesidades del mercado productivo, facilitando el acceso a estudios universitarios sin perder la orientación técnica (Hernández, 2023)

El estudio de (Guzmán, 2024) analizó los circuitos escolares de nivel secundario en Caleta Olivia, Santa Cruz (Argentina), y cómo factores como la ubicación urbana y el contexto socioeconómico influyen en la elección de escuelas, especialmente las de modalidad técnica, se comparan dos instituciones: una escuela técnica ubicada en una zona central con menor nivel de pobreza, y otra en una zona periférica con mayor vulnerabilidad, los resultados muestran “que el prestigio, el acceso y la formación para el trabajo son razones clave para elegir el bachillerato técnico, aunque las posibilidades reales de acceso están fuertemente condicionadas por la desigualdad urbana”. El estudio subrayó la importancia de políticas que garantizan igualdad de oportunidades para acceder a estas formaciones técnicas que, según los propios estudiantes, representan una vía concreta hacia el empleo.

El estudio de (Salinas Lemus, 2024) tuvo una reflexión crítica de su trabajo de investigación, el autor destacó “cómo las formas de evaluación y selección influyen en la trayectoria de los estudiantes técnicos, quienes enfrentan barreras estructurales para acceder a estudios superiores”. Este análisis es clave para repensar la articulación entre formación técnica media y educación universitaria, un tema central en el fortalecimiento de la vocación profesional en Chile.

En Cuba se destaca cómo los modelos educativos anteriores estuvieron marcados por una fuerte influencia teológica y humanista, lo que contrastaba con la necesidad de un enfoque más técnico y productivo, esta revisión histórica permitió comprender las raíces del bachillerato técnico en Cuba, sus desafíos estructurales y la transformación educativa posterior impulsada por el proceso revolucionario.

El estudio de (Souza, 2023) argumenta que:

El bachillerato técnico ha funcionado históricamente como una alternativa educativa accesible que permite insertarse más rápidamente en el mercado laboral, evitando el alto costo y la larga duración de las carreras universitarias tradicionales. Este trabajo



reflexiona sobre la reconfiguración del prestigio del aprendizaje técnico, su vinculación con políticas de expansión educativa y la tensión entre formación profesional y acceso a la universidad, también subraya que este tipo de educación juega un papel central en reducir las desigualdades sociales, al ofrecer oportunidades reales de cualificación y empleabilidad.

Por otro lado, en la ciudad de Cúcuta, ubicada en el departamento de Norte de Santander en Colombia, se desarrolló un estudio que evaluó las competencias emocionales de estudiantes del bachillerato técnico, la investigación identificó “las fortalezas y debilidades en habilidades como la expresión emocional, el asertividad y el disfrute de los logros”, estos hallazgos destacan la importancia de complementar la formación técnica con el desarrollo emocional, como parte fundamental de una educación integral que prepara a los jóvenes no solo para el trabajo, sino también para enfrentar los desafíos personales y sociales de su entorno.(Molina-Montes et al., 2023)

El análisis de la investigación realizada por (Sacaca-Gemio & Pilco-Vargas, 2022) argumenta que:

En la Institución Educativa Técnica Agropecuaria de Caya, en Putina, Perú, se evaluaron las habilidades sociales de estudiantes del bachillerato técnico, evidenciando limitaciones en áreas como la autoestima, la toma de decisiones, la comunicación y la asertividad, estos factores resultan fundamentales en el desarrollo de una vocación profesional sólida, ya que influyen directamente en la capacidad del estudiante para definir su proyecto de vida y elegir de manera consciente su trayectoria formativa.

El estudio refuerza la idea de que el bachillerato técnico no solo debe centrarse en habilidades técnicas, sino también en potenciar competencias personales que permitan a los jóvenes identificar, fortalecer y sostener su vocación profesional en entornos sociales y laborales reales.

Los estudios revisados evidencian que el éxito del bachillerato técnico no solo depende de la calidad curricular o la infraestructura, sino de su capacidad para despertar, orientar y consolidar la vocación profesional de los jóvenes, en contextos como Cúcuta (Colombia) y Putina (Perú), se resalta que el fortalecimiento de habilidades socioemocionales - como la



toma de decisiones, la autoestima o la comunicación es clave para que los estudiantes identifiquen sus intereses y proyecten su futuro en carreras técnicas específicas. Esto cobra especial relevancia para la UEP León Itúrburu, que en 2025 realizó un marketing en las áreas técnicas en áreas como Salud, en su figura profesional “Seguridad Ciudadana”, Diseño en su figura profesional “Diseño de Modas” y Tecnologías en su figura profesional “Redes y Telecomunicaciones” para analizar su factibilidad.

Desde esta perspectiva, el marketing educativo del bachillerato técnico se centró en visibilizar los beneficios concretos de cada familia profesional, conectar sus contenidos con las aspiraciones reales de los estudiantes y mostrar trayectorias exitosas que inspiren. Tal como lo plantean investigaciones de El Salvador y Brasil, la articulación entre formación técnica y educación superior, así como su función social en la movilidad y empleabilidad, son argumentos potentes para comunicar con claridad el valor diferencial del BT como vía profesional sólida. Una estrategia de marketing vocacional bien estructurada en la UEP León Itúrburu debe, por tanto, conectar emocional y racionalmente con estudiantes y familias, destacando cómo estas especialidades responden a necesidades del entorno, ofrecen inserción laboral temprana y permiten desarrollar talentos en sintonía con el proyecto de vida de cada joven.

En la familia profesional de salud y servicio se destaca la figura profesional de “Seguridad Ciudadana” en el Bachillerato Técnico que se refiere a una formación técnica especializada que prepara a los estudiantes de nivel medio para desempeñarse en funciones relacionadas con la prevención, vigilancia y protección de la comunidad, con un enfoque en el respeto a los derechos humanos y la convivencia pacífica.

En el contexto educativo, como en Ecuador y otros países de América Latina esta figura profesional busca desarrollar competencias técnicas básicas en seguridad preventiva (control de accesos, vigilancia comunitaria, primeros auxilios, prevención de riesgos, manejo de conflictos), promover valores como responsabilidad, ética, disciplina, empatía y trabajo en equipo, generar conciencia ciudadana y vocación de servicio y preparar a los estudiantes para continuar su formación en áreas como criminología, policía, defensa civil, protección civil o seguridad privada.

En la investigación realizada por (Alvarez Santana et al., 2024) argumenta que:



Un estudio, desarrollado en cinco Escuelas de Formación de Policías en Ecuador, identifica los factores personales, sociales y económicos que motivan a jóvenes a optar por la carrera de Policía Técnico Operativo, destaca la vocación de servicio, el deseo de contribuir a la seguridad ciudadana y la admiración institucional como motores clave de elección profesional, estos resultados son especialmente relevantes para la familia profesional de servicio, seguridad ciudadana del bachillerato técnico, ya que evidencian cómo esta figura despierta interés auténtico cuando se comunica adecuadamente su propósito social y las oportunidades que ofrece.

Este estudio reflexiona sobre la importancia de formar a los jóvenes en valores cívicos, responsabilidad social y participación ciudadana desde el sistema educativo ecuatoriano, como parte de un programa estructurado de educación para la democracia y propuso que “el currículo escolar incorpore contenidos que permitan a los estudiantes desarrollar conciencia crítica, respeto por los derechos humanos y compromiso con el orden social”. (Ayala Mora, 2022). Esta propuesta resulta directamente aplicable a la figura profesional de Seguridad Ciudadana del bachillerato técnico, ya que dicha formación no solo requiere habilidades técnicas, sino una profunda comprensión de su rol como garantes del bienestar colectivo y la convivencia pacífica, en este sentido, la vocación profesional en este campo puede y debe construirse desde la educación media, inspirando a los estudiantes a asumir un compromiso real con su comunidad.

Esto refuerza la necesidad de que el marketing educativo de la UEP León Itúrburu visibilice la figura profesional de Seguridad Ciudadana como una vía vocacional real y significativa, capaz de canalizar ideales de servicio, estabilidad laboral y crecimiento profesional. Conectando este enfoque con los aportes de otros estudios sobre vocación y bachillerato técnico, se consolida una estrategia de orientación y comunicación que posiciona al BT como una elección formativa alineada con el proyecto de vida de los estudiantes, esto responde a una necesidad social urgente: la protección de las personas, bienes y espacios públicos. Además, permite a los jóvenes insertarse laboralmente en instituciones públicas o privadas o continuar estudios superiores en áreas afines.

Esta especialización, si se comunica adecuadamente, puede despertar una vocación profesional auténtica en quienes sienten afinidad con el servicio a la comunidad, el orden público y la justicia

En esa misma línea de formación técnica con sentido vocacional, la familia profesional de Diseño, y en particular la figura de Diseño de Moda, representa una oportunidad estratégica para despertar la creatividad, la innovación y la expresión cultural entre los estudiantes. Este campo permite canalizar el talento artístico hacia soluciones visuales con impacto social y económico, fomentando no solo el gusto estético, sino también el pensamiento proyectual y emprendedor. Integrar esta especialidad en la propuesta educativa de la UEP León Itúrburu implica posicionar el diseño como una vía profesional legítima y sostenible, conectada con industrias productivas y circuitos culturales. Desde el enfoque del marketing vocacional, resulta clave mostrar cómo el bachillerato técnico en Diseño de Moda abre puertas reales hacia el autoempleo, estudios superiores especializados y participación activa en sectores creativos emergentes que valoran la identidad local y la innovación juvenil.

Este estudio permite reflexionar sobre “la necesidad de incluir y visibilizar especialidades como Diseño de Modas en el bachillerato técnico, no solo como opción artística, sino como vía profesional sólida.(Rubio Mayoral & Trigueros Gordillo, 2022, pp. 40-48)

Revisando otras investigaciones, destacamos la importancia de (Ernawati et al., 2023) que argumenta:

Este estudio, desarrollado en la Vocational High School 6 de Padang (Indonesia), exploró cómo el uso del modelo de aprendizaje basado en problemas (Problem-Based Learning, PBL) mejora los resultados de aprendizaje de los estudiantes en el área de Diseño de Modas. A través de una investigación en el aula dividida en dos ciclos, se evidenció un aumento significativo en la comprensión y desempeño de los estudiantes al integrar situaciones reales como parte de la enseñanza técnica.

El trabajo muestra que la formación técnica en diseño no solo debe enfocarse en la adquisición de habilidades manuales o estéticas, sino también en el desarrollo de pensamiento crítico, solución de problemas y trabajo colaborativo, componentes clave para fortalecer la vocación profesional desde la educación secundaria.



Este enfoque resulta muy aplicable a contextos como el de la UEP León Itúrburu (Ecuador, 2025), donde el bachillerato técnico en Diseño de Modas puede consolidarse como una figura formativa que articula creatividad, técnica y proyección profesional real.

Por otro lado, De igual forma, la familia profesional de Tecnologías y su figura de Redes y Telecomunicaciones adquiere una importancia estratégica en el contexto actual, donde la conectividad, la ciberseguridad y la gestión de sistemas de información son pilares del desarrollo social y económico. El bachillerato técnico en esta especialidad permite a los estudiantes adquirir competencias técnicas altamente demandadas, desde el montaje de redes y configuración de sistemas, hasta el soporte técnico y mantenimiento de infraestructuras digitales. Esta formación no solo garantiza una rápida inserción laboral, sino que también ofrece una base sólida para continuar estudios superiores en ingeniería, informática o telecomunicaciones.

Al igual que en el campo del diseño, el marketing educativo debe visibilizar esta figura profesional como una vocación de alto impacto, en la que los jóvenes pueden convertirse en protagonistas de la transformación digital, desarrollando perfiles técnicos con visión crítica, capacidad de innovación y compromiso con el futuro tecnológico de sus comunidades.

Asimismo, en el área de Tecnologías, la figura profesional de Redes y Telecomunicaciones en el bachillerato técnico adquiere especial relevancia en un mundo cada vez más digitalizado.

Un estudio desarrollado en la UNED de Costa Rica evidenció que la implementación de metodologías innovadoras como el B-learning permite formar estudiantes con competencias ajustadas a las demandas reales del sector telecomunicaciones. Aunque el estudio se enfocó en educación superior, sus hallazgos confirman que “es fundamental despertar desde la secundaria una vocación profesional sólida en tecnologías, mediante propuestas pedagógicas activas, conectadas con el entorno laboral”. (Santamaría Sandoval, 2022)

Finalmente, un estudio reciente sobre el bachillerato técnico en electrónica destaca:

La urgencia de actualizar los contenidos curriculares incorporando tecnologías emergentes y metodologías más activas, según los docentes del área técnica, es necesario transformar el enfoque formativo para responder a las exigencias del entorno digital actual, esta necesidad refuerza el rol del bachillerato técnico como un



espacio estratégico para despertar y consolidar la vocación profesional de los estudiantes en campos como redes, telecomunicaciones y automatización, al integrar innovación educativa con formación práctica, se potencia no solo el aprendizaje técnico, sino también el compromiso de los jóvenes con trayectorias profesionales alineadas a los avances tecnológicos y las demandas reales del mercado.(Manuel Antola, 2023)

Así, el bachillerato técnico se posiciona como el espacio clave donde los jóvenes pueden comenzar a trazar su camino profesional como futuros especialistas en conectividad, redes e innovación digital.

Material y métodos

Por otra parte, se considera las leyes de educación científica de la SENESCYT publicado en el año 2023, el cual establece los diversos tipos de estudios y las diversas investigaciones en el Artículo 4to literal d y h, el cual contempla que la investigación es un estudio mediante la metodología científica y debe ser definitivo y concreto, debe de ser un trabajo creativo que se desarrolla secuencialmente, para crear un conocimiento cultural, humano, social con la finalidad de contribuir con futuras investigaciones.

El enfoque desde el cual se plantea la investigación es cuantitativo, "recolección de datos para probar hipótesis con base de medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento." (Sampiere, 2003)

Referente al modelo de estudio de la investigación es no experimental, puesto que no se manipularon las variables, el propósito es realizar la correlación y desarrollo de la variable 1 y variable 2, el corte es transversal porque se estableció en un determinado tiempo 2025.

Según (Escamilla 2022), el diseño no experimental es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

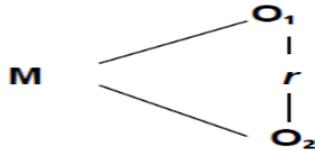
El diseño de la investigación es descriptivo correlacional, ya que se indagó la correlación entre las 2 variables, la variable independiente 1" Marketing del Bachillerato Técnico " con sus dimensiones: Estrategias de Promoción de las familias profesionales, salud y servicio: Seguridad ciudadana, diseño: diseño de modas, tecnologías: redes y telecomunicaciones., la



variable 2 "Para la vocación profesional" con sus dimension: Departamento de consejería estudiantil y motivación

Esquema del diseño de las variable independiente y dependiente.

Se muestra el diseño descriptivo correlacional que demuestra la correlación de las variables:



M=Muestra

V1=Variable 1 independiente “Marketing del Bachillerato Técnico”.

R=Relación

V2= Variable 2 dependiente “Para la vocación profesional”.

Población, muestra y muestreo.

La población es la base esencial de la investigación que tiene muchas características, pueden constituirse por objetos o personas y son el objetivo de la investigación, en escala se lo puede ubicar como el componente meso, ya que el universo es considerado macro, mientras que la muestra se denominara micro, que es el propósito de estudio en la investigación.

La población se estimó entre 90 estudiantes y la muestra se seleccionó con 30 estudiantes educación general básica superior que fue el propósito de estudio y fue seleccionado a través del muestreo no probabilístico por conveniencia que es una muestra no aleatoria, si no que combinó como investigadoras, con el propósito de dar solución a esta problemática estudiada.

En resumido análisis:

Población: 90 estudiantes de EGB 8vo-9no-10mo de la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

Muestra: 30 estudiantes de EGB 8vo-9no-10mo de la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

Muestreo: No probabilístico por conveniencia.

Técnica Instrumento y recolección de datos

Se aplicó la técnica la encuesta y el instrumento cuestionario y fue dirigido a los 30 estudiantes de la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025, tanto para la variable independiente y la variable dependiente, con sus respectivas dimensiones, luego fueron procesados por el procesador de datos el programa de Excel 2010, con la recolección de datos, se seleccionó la escala de Likert con los siguientes valores 1 de siempre, 2 de casi siempre, 3 algunas veces,

4 pocas veces, y 5 de nunca, a partir de los resultados fueron procesados por una base de datos y luego trasladados al estadístico descriptivo SPSS v. 21 para ser procesados las tablas descriptivas y los niveles de calificación de ambas variables y sus respectivas dimensiones.

Resultados

Por otro lado, se procedió al análisis de los datos descriptivos y niveles de calificación de las variables independientes y dependientes con las dimensiones que determinaron la factibilidad de la investigación. Para ello se trabajó de manera alternada con los datos descriptivos y los niveles de calificación de las variables y de las dimensiones de estudio.

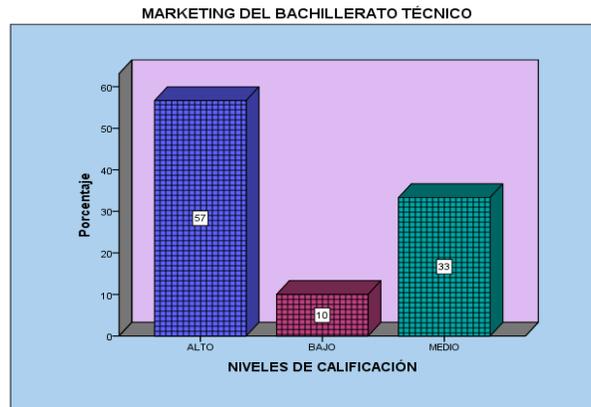
Tabla 1: Datos descriptivos de la variable independiente marketing del bachillerato técnico de la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

MARKETING DEL BACHILLERATO TÉCNICO					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	ALTO	17	57	57	57
	BAJO	3	10	10	66
	MEDIO	10	33	33	100
	Total	30	100	100	

Nota: Se muestran los datos descriptivos de la variable independiente marketing del bachillerato técnico de la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.



Figura N# 1: Niveles de calificación de la variable independiente marketing del bachillerato técnico de la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.



Nota: Se muestran los datos estadísticos de la variable independiente marketing del bachillerato técnico de la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

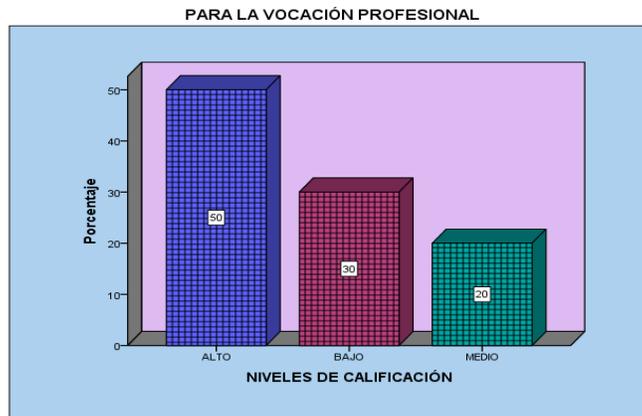
Interpretación: Los datos indican que, de un total de 30 estudiantes, el 57% (17 estudiantes) se encuentran en el nivel ALTO, el 33% (10 estudiantes) en el nivel MEDIO y el 10% (3 estudiantes) en el nivel BAJO en relación con esta variable. Esto sugiere que la mayoría de los estudiantes presentan un nivel alto de aceptación en marketing del bachillerato técnico de la institución mencionada.

Tabla 2: Datos descriptivos de la variable dependiente para la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025

PARA LA VOCACIÓN PROFESIONAL				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ALTO	15	50	50
	BAJO	9	30	80
	MEDIO	6	20	100
	Total	30	100	100

Nota: Se muestran los datos descriptivos de la variable dependiente para la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025

Figura N# 2: Niveles de calificación de la variable dependiente para la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025



Nota: Se muestran los datos estadísticos de la variable dependiente para la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025

Interpretación: La Tabla 2 presenta los datos descriptivos de la variable dependiente "vocación profesional" en la UEP León Itúrburu para el año 2025, con una muestra de 30 estudiantes, los resultados indican que el 50% de los estudiantes (15) alcanzan un nivel alto en vocación profesional del BT, el 20% (6) se sitúa en un nivel medio y el 30% (9) presenta un nivel bajo es decir están interesados por otras ofertas educativas o dejar los estudios. Esto sugiere que, aunque la mitad de los estudiantes muestra una fuerte orientación vocacional para el BT, una proporción significativa (30%) enfrenta dificultades en aceptar o de continuar los estudios. Estos hallazgos resaltan la necesidad de implementar estrategias de orientación y apoyo vocacional para motivar a todos los estudiantes, especialmente aquellos en los niveles medio y bajo.

Tabla 3: Datos descriptivos de la Dimensión 1 estrategias de promoción de las familias profesionales, salud y servicios: seguridad ciudadana, diseño: diseño de modas y tecnologías: redes y telecomunicaciones en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LAS FAMILIAS PROFESIONALES.
SALUD Y SERVICIOS: SEGURIDAD CIUDADANA-DISEÑO: DISEÑO DE MODAS Y
TECNOLOGÍAS: REDES Y TELECOMUNICACIONES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos ALTO	21	70	70	70
BAJO	6	20	20	90
MEDIO	3	10	10	100
Total	30	100	100	

Nota: Se muestran los datos descriptivos de la Dimensión 1 estrategias de promoción de las familias profesionales, salud y servicios: seguridad ciudadana, diseño: diseño de modas y tecnologías: redes y telecomunicaciones en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

Figura N# 3: Niveles de calificación de la Dimensión 1 estrategias de promoción de las familias profesionales, salud y servicios: seguridad ciudadana, diseño: diseño de modas y tecnologías: redes y telecomunicaciones en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025



Nota: Se muestran los datos estadísticos de la Dimensión 1 estrategias de promoción de las familias profesionales, salud y servicios: seguridad ciudadana, diseño: diseño de modas y tecnologías: redes y telecomunicaciones en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025

Interpretación: La Tabla 3 presenta los datos descriptivos de la Dimensión 1, que evalúa las estrategias de promoción de las familias profesionales de salud y servicios en seguridad ciudadana, en diseño y su figura profesional diseño de modas y tecnologías en redes y telecomunicaciones. La muestra de 30 estudiantes, se observa que el 70% (21 estudiantes) alcanzan un nivel alto de aceptación en estrategias de promoción, el 20% (6 estudiantes) se sitúan en un nivel bajo y el 10% restante (3 estudiantes) en un nivel medio. Este predominio en el nivel alto sugiere una implementación efectiva de las estrategias de promoción en las áreas mencionadas. Sin embargo, la presencia de estudiantes en los niveles medio y bajo indica la necesidad de reforzar y adaptar las estrategias para garantizar una comprensión y aplicación más uniformes entre todos los estudiantes.

Tabla 4: Datos descriptivos de la Dimensión 2 calidad del servicio educativo en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

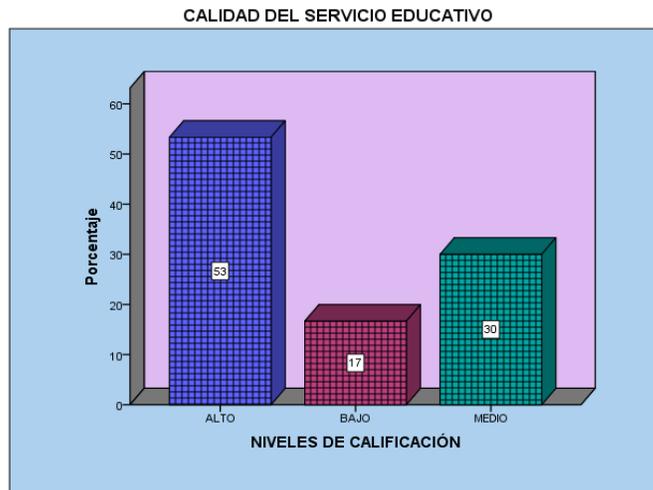
CALIDAD DEL SERVICIO EDUCATIVO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ALTO	16	53	53	53



BAJO	5	17	17	70
MEDIO	9	30	30	100
Total	30	100	100	

Nota: Se muestran los datos descriptivos de la Dimensión 2 calidad del servicio educativo en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

Figura N# 4: Niveles de calificación de la Dimensión 2 calidad del servicio educativo en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.



Nota: Se muestran los datos estadísticos de la Dimensión 2 calidad del servicio educativo en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

Interpretación: La Tabla 4 muestra que, en la UEP León Itúrburu durante 2025, el 53% de los estudiantes perciben una alta calidad en el servicio educativo, el 30% la consideran media y el 17% baja. Esta distribución sugiere que, aunque la mayoría valora positivamente la calidad educativa, existe una proporción significativa que identifica áreas de mejora. Para abordar estas percepciones, sería beneficioso implementar estrategias de mejora continua, enfocándose en aspectos como la gestión administrativa y las competencias docentes, con el objetivo de elevar la satisfacción y el rendimiento académico de todos los estudiantes.

Correlación de las variables

Una vez que procedimos a seleccionar la muestra, aplicamos la técnica de la encuesta y el instrumento denominado el cuestionario, tanto para la variable independiente y la variable dependiente, con sus respectivas dimensiones, se trabajó con el método cuantitativo, para luego procesarlos en la base de datos en el programa de Excel 2010, con la recolección de los datos que proporcionaron la muestra, luego se gestiona el análisis estadístico a través del

programa SPSS 21, por lo cual se procede a la correlación de las variables y sus dimensiones con sus respectivos ítems a través del coeficiente de Alfa de Cronbach que se estimó en 0,911 para la variable independiente “Marketing del Bachillerato Técnico” con sus 14 ítems y para la variable dependiente 2 “Para la vocación profesional” se estimó 0,976 con 14 ítems, que se considera un valor aceptable entre los 30 estudiantes.

Para determinar los parámetros y demostrar la hipótesis que seleccionamos para nuestra investigación, se aplicó el coeficiente de correlación r Pearson y es de 0,545** es decir una correlación positiva media, entre la variable independiente “Marketing del Bachillerato Técnico” y la variable dependiente “Para la vocación profesional”, el valor de significación bilateral que es de 0,01 que se encuentra por debajo de lo requerido esto expresa que este estudio esta con el 1% de error y 99% de confianza.

Discusión

La efectividad del bachillerato técnico no solo radica en la calidad curricular o la infraestructura, sino también en su capacidad para fomentar y consolidar la vocación profesional de los jóvenes, en ciudades como Cúcuta-Colombia y Putina-Perú, se ha destacado que el fortalecimiento de habilidades socioemocionales-como la toma de decisiones, la autoestima y la comunicación-es esencial para que los estudiantes identifiquen sus intereses y proyecten su futuro en carreras técnicas específicas. La UNESCO subraya la importancia de integrar explícitamente estas habilidades en los currículos escolares para promover un entorno educativo inclusivo y eficaz, asimismo, el Banco Interamericano de Desarrollo enfatiza que el desarrollo de competencias socioemocionales es esencial para el éxito personal y profesional en el siglo XXI, por lo tanto, es fundamental que las instituciones de educación técnica implementen estrategias que promuevan estas habilidades, facilitando una formación integral que prepare a los jóvenes para enfrentar los desafíos del mercado laboral actual.

Del mismo modo, el análisis de Souza (2023) destaca que el bachillerato técnico ha sido históricamente una opción educativa accesible, facilitando una inserción más rápida en el mercado laboral y evitando los elevados costos y la extensa duración de las carreras universitarias tradicionales, este enfoque educativo ha sido fundamental en la reconfiguración del prestigio del aprendizaje técnico y su relación con las políticas de

expansión educativa. La tensión entre la formación profesional y el acceso a la universidad es un tema recurrente en este contexto, además, la educación técnica desempeña un papel central en la reducción de las desigualdades sociales al ofrecer oportunidades reales de cualificación y empleabilidad.

Esto confirma los resultados positivos de nuestra investigación donde la variable independiente “Marketing del Bachillerato Técnico” tiene muy buena aceptación ya que los datos indican que, de un total de 30 estudiantes, el 57% (17 estudiantes) se encuentran en el nivel ALTO, el 33% (10 estudiantes) en el nivel MEDIO y el 10% (3 estudiantes) en el nivel BAJO en relación con esta variable, mientras que la variable dependiente “Para vocación profesional” se observó que el 50% (15 estudiantes) alcanzaron un nivel alto en vocación profesional en el Bachillerato Técnico (BT), mientras que el 20% (6 estudiantes) se ubicaron en un nivel medio y el 30% (9 estudiantes) en un nivel bajo, lo que indica que estos últimos podrían estar interesados en otras ofertas educativas o considerar abandonar sus estudios.

Conclusiones

Se pudo fundamentar la relación que existe entre el marketing del Bachillerato Técnico y la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

Se comprobó la hipótesis alternativa H_1 : Existe relación significativa entre el marketing del Bachillerato Técnico y la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025 y se descartó la hipótesis nula H_0 : No existe relación significativa entre el marketing del Bachillerato Técnico y la vocación profesional en la UEP León Itúrburu - Ecuador 2025.

El análisis de la relación entre el marketing del Bachillerato Técnico y las preferencias de los estudiantes por las familias profesionales en la UEP León Itúrburu durante el año 2025 revela que las estrategias de marketing educativo desempeñan un papel importante en la orientación de las decisiones académicas de los estudiantes, una promoción efectiva y una comunicación clara sobre las distintas familias profesionales pueden influir significativamente en la elección de los estudiantes, alineando sus intereses y habilidades con las ofertas educativas disponibles.

Asimismo, al examinar la relación entre el marketing del Bachillerato Técnico y la percepción de la calidad del servicio educativo por parte de los estudiantes en la misma institución y período, se observa que una estrategia de marketing bien estructurada no solo



atrae a nuevos estudiantes, sino que también mejora la percepción de la calidad educativa entre los actuales. La transparencia en la comunicación, la promoción de los logros institucionales y la evidencia de un compromiso genuino con la excelencia académica fortalecen la confianza y satisfacción de la comunidad estudiantil.

Estos hallazgos subrayan la importancia de implementar estrategias de marketing educativo que no solo se enfoquen en la captación de estudiantes, sino también en la promoción de una oferta académica que responda a las necesidades y expectativas del alumnado, al hacerlo, las instituciones educativas pueden mejorar tanto la preferencia por determinadas familias profesionales como la percepción general de la calidad del servicio educativo ofrecido.

Referencias bibliográficas

- Alvarez Santana, J. S., Aguinaca Pachacama, D. I., & Mollocana Lara, P. (2024). Factores Motivacionales para la Elección de Policía Técnico Operativo como Carrera Profesional en el Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 6083-6098. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9953
- Ayala Mora, E. (2022). Educación para la democracia. *Revista Andina de Educación*, 5(1), 1-12. <https://doi.org/10.32719/26312816.2022.5.1.12>
- Castillo Escalante, I., López Vizcarra, M., & Ramírez García, A. (2021). Modelo para facilitar el proceso de orientación vocacional en estudiantes de bachillerato. *SUMMA Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 3(1), 1-28. <https://doi.org/10.47666/summa.3.1.20>
- Ernawati, E., Ferdian, F., & Zur, R. (2023). Improving fashion design learning outcomes by problem based learning model in Vocational High School. *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan*, 6(3), 170-178. <https://doi.org/10.24036/jptk.v6i3.25223>
- Guerra Casillas, E. C., Del Cid García, C. J., & Ramírez González, B. S. (2023). Evaluación de la madurez vocacional de estudiantes de bachillerato tecnológico en el noroeste de México. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 14(1791), e1791. https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v14i0.1791
- Guzmán, M. (2024). Escuela secundaria, formación para el trabajo y desigualdad urbana en una ciudad intermedia: Entre el legado familiar y las (im)posibilidades de conseguir

vacantes para los/as estudiantes. El Cardo, 1(20), 1-18.
<https://doi.org/10.33255/18511562/1796>

Hernandez, E. L. H. (2023). Articulación de la educación superior a través del Programa de Integración Lineal de Estudios Técnicos. *Brazilian Journal of Development*, 9(3), 9160-9169. <https://doi.org/10.34117/bjdv9n3-020>

Manuel Antola, C. (2023). Innovación Curricular: Realidad Emergente en la Formación de Estudiantes de la Educación Media del Bachillerato Técnico en Electrónica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(5), 6162-6176. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.8209

Molina Barbotó, D. E., Molina Barbotó, A. S., Guzmán Hernández, R., & Maceo Castillo, L. M. (2024). Formación técnica profesional para desarrollar competencias laborales en estudiantes del bachillerato técnico. *ConcienciaDigital*, 7(4), 103-119. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v7i4.3237>

Molina-Montes, A., Pérez-Villamizar, D. I., Domínguez-Angarita, D. D., & Yohaid-Trujillo, Y. L. (2023). Competencias emocionales estudiantiles y oportunidades de mejora de los procesos de enseñanza y aprendizaje en la educación emocional. *AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 11(1), 98-105. <https://doi.org/10.15649/2346030X.3129>

OECD. (2022). *Preparing Vocational Teachers and Trainers: Case Studies on Entry Requirements and Initial Training*. OECD. <https://doi.org/10.1787/c44f2715-en>

Rubio Mayoral, J. L., & Trigueros Gordillo, G. (2022). Política educativa y enseñanza de las artes. Estudio de su evolución normativa (España, 1832-2020). *Historia de la Educación*, 41, 41-60. <https://doi.org/10.14201/hedu20224160>

Sacaca-Gemio, L., & Pilco-Vargas, R. (2022). *Habilidades sociales en adolescentes de educación secundaria (1.ª ed.)*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.033>

Salinas Lemus, F. (2024). Reseña del libro de Claudio Ramos: El dispositivo de selección universitaria. Mérito, ciencia, justicia social (Chile, 1850-2022). *Revista Enfoques Educativos*, 21(2), 200-208. <https://doi.org/10.5354/2735-7279.2024.73990>



- Santamaría Sandoval, J. R. (2022). Estrategia de implementación de B-learning en la carrera de Ingeniería en Telecomunicaciones, UNED Costa Rica. *MLS Educational Research*, 7(1). <https://doi.org/10.29314/mlser.v7i1.918>
- Souza, L. B. D. (2023). O ENSINO TÉCNICO E A POSIÇÃO DA CLASSE MÉDIA NO BRASIL. *Anais do XI Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento: XI CICTED 2022*, 2. <https://doi.org/10.29327/XIcicted2022.559543>
- Stronati, C. (2023). The design of upper secondary education across OECD countries: Managing choice, coherence and specialisation (OECD Education Working Papers No. 288; OECD Education Working Papers, Vol. 288). <https://doi.org/10.1787/158101f0-en>
- Xie, Y., Liu, Y., & Zou, F. (2020). Reform and Practice of Computer Application Technology Major Construction and Development in Higher Vocational Colleges in China—Taking Jiangxi Vocational College of Applied Technology as An Example. 1(1).

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.