

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS
CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO
Universidad de Holguín “Oscar Lucero Moya”
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN SUPERIOR



TESIS

**ESTRATEGIA DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA PARA
EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO DE
COMAYAGUA**

SUSTENTADA POR:

Lic. Adefonso Marcía Euceda

PREVIA OPCIÓN AL TÍTULO DE:

MASTER EN EDUCACIÓN SUPERIOR

TUTOR:

Msc. Ángel Castro

ASESOR:

Dr. Emilio Ortíz Torres

COMAYAGUA, HONDURAS C. A.

NOVIEMBRE DE 2007

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS

RECTOR

**DOCTOR: RAÚL ANTONIO SANTOS
MALDONADO**

VICERECTORA ACADEMICA

**DOCTORA:
RUTILIA CALDERÓN**

SECRETARIO GENERAL

**ABOGADO:
ADALID RODRIGUEZ REYES**

**DIRECTORA DE ESTUDIOS
DE LA DIRECCIÓN DE POST
GRADO DE LA UNAH**

**DOCTORA:
IRMA YOLANDA HERRERA**

**DIRECTOR DEL CENTRO
UNIVERSITARIO REGIONAL
DEL CENTRO**

**INGENIERO:
OSCAR OSWALDO MEZA PALMA**

**SECRETARIO DEL CENTRO
UNIVERSITARIO REGIONAL
DEL CENTRO**

**MASTER:
JULIO CESAR TURCIOS VIGIL**

TERNA EXAMINADORA

**DOCTORA:
MATILDE IRENE RIVERON HERNANDEZ
DOCTOR:
CARLOS MANUEL ORTIGOZA G.
MASTER:
ANGEL CASTRO RUBIO**

ASESOR DE TESIS:

**DOCTOR:
EMILIO ORTÍZ TORRES**

AGRADECIMIENTO

Al ***Dios Todopoderoso*** por iluminarme y llenarme de voluntad en la realización de este trabajo.

A mi asesor, **Doctor Emilio Ortiz**, porque gracias a él, logré cimentar mis conocimientos en este trabajo de investigación.

Al padre **Ángel Castro**, por guiarme en esta idea propositiva

A mis **catedráticos de la Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya**, por darme la oportunidad de profesionalizarme.

A mi **esposa, Yesenia y a mis hijos, Keyla, Josseline, Cindy, Cristiam y Alejandro**, por la comprensión y solidaridad en este esfuerzo

A mis **padres** por la confianza que siempre me han guardado

A mis hermanos, **Doris, Rolando, especialmente a Eda y Nelda**, porque fueron el sustento para la materialización de este esfuerzo

A mis **compañeros** de estudio por ese apoyo incondicional

A todas las personas que participaron a través de la generación del insumo básico de este trabajo.

A mis amigos solidarios

Mil gracias a todos

RESUMEN

El Centro Universitario Regional de Centro (CURC), es una de las instituciones de gran importancia en la región central del país, debido a su carácter ocupacional de dirigir la educación superior. Desde su apareamiento en 1996, ha logrado incorporar a muchos núcleos familiares de escasos recursos económicos al conocimiento, motivado por la cercanía y por las posibilidades de acceso que representa la misma.

El desenvolvimiento paulatino de esta institución, ha permitido el acercamiento con otras instituciones privadas que realizan acciones similares, y con otras, que su tarea es estrictamente el fortalecimiento de la capacidad productiva comercial de la región central.

Sin embargo, a pesar de su labor preponderante, se requiere de un acercamiento mas acentuado con el entorno, para lograr ese estatus que realmente se merece. Es por eso, que el presente trabajo de investigación tiene como objetivo, elaborar una Estrategia de Orientación Educativa, para lograr la pertinencia del Centro Universitario Regional del Centro.

En el contenido de este documento de tesis, se plantea como **hipótesis** de estudio, que con la aplicación de la Estrategia de Orientación Educativa, se incrementará la pertinencia del Centro Universitario Regional del Centro, como una alternativa para lograr la proyección que ésta debe realizar con el entorno.

Para el análisis del objeto en cuestión, se partió de los conocimientos científicos acumulados sobre el tema, en este caso, sobre la orientación educativa y la pertinencia, correlacionándolos con la búsqueda a la solución de los problemas en esta materia de la institución.

En este sentido, el aporte que generará este trabajo de investigación, es lograr una mejor vinculación de la institución con el entorno, a través de la ejecución de diversas

acciones preestablecidas como la creación de un Departamento Orientación Educativa, el cual tendrá como finalidad, promover, coordinar, ejecutar, supervisar, normar, registrar y evaluar todas las actividades atinentes a la orientación institucional, psicopedagógica, profesional, personal, social y acciones de carácter preventivo; concentrando y aprovechando de la mejor manera, el recurso institucional disponible para este tipo de tareas.

Por otro lado, retomar una relación más directa y estrecha a nivel interinstitucional y con los niveles educativos anteriores, los egresados de la institución y el entorno social, entre otras.

Finalmente, el mayor beneficio se logrará en dos líneas de acción fundamentales:

A nivel institucional:

- a) Eficientará los servicios de las funciones sustantivas del centro
- b) Se mejorarán los canales de información de la institución
- c) Habrá mayor fluidez comunicativa interna y externa,
- d) Una mejor coordinación entre los departamentos en la labor de orientación educativa y los sectores involucrados y,
- e) Aprovechamiento del personal docente en materia de orientación educativa

A nivel social:

- a) Se mejorará la coordinación de tareas de orientación para la ejecución de eventos de promoción, capacitación y vinculación universidad - sociedad,
- b) Mejor proyección social y,
- c) En consecuencia, se mejorará la pertinencia de la institución.

INDICE

	<i>Pag.</i>
Resumen	1
Introducción.....	
CAPITULO I	
Fundamentación Teórica	
1.1 Caracterización del Centro Universitario Regional del Centro.....	5
1.2 Fundamentación epistemológica de la educación superior.....	7
1.3 Fundamentación de la orientación educativa	11
Definición de conceptos de la orientación educativa.....	12
Importancia de la actividad de orientación educativa.....	16
La orientación educativa como una actividad profesional.....	17
La orientación educativa para el aspirante universitario.....	20
La orientación educativa como parte integradora, en atención a la diversidad	24
La orientación educativa, a través de los medios de comunicación colectiva..	25
Propuestas de actuación orientadora utilizando los medios de comunicación social.....	27
La orientación educativa como una propuesta de relación entre universidad y sociedad.....	29
Definición de términos, desde el concepto de la orientación educativa.....	30
La pertinencia desde la relación Universidad- sociedad.....	33
Modelo de interrelaciones en los procesos de orientación educativa.....	34
Estudios sobre necesidades de servicios de orientación educativa	36
CAPITULO II	
Diseño metodológico.....	40
Variables.....	40
Población y muestra.....	41
Análisis e interpretación de datos.....	43
Conclusiones.....	60
Recomendaciones.....	61

Bibliografía.....	62
Anexos.....	65

UDI-DEGT-UNAH

INTRODUCCIÓN

El Centro Universitario Regional del Centro (CURC), creado por el Consejo Universitario, mediante acuerdo número uno del 11 de diciembre de 1981, surge como una alternativa extensiva de la educación superior en Comayagua, responsable de organizar, dirigir y desarrollar la educación profesional de la región central.

Actualmente, esta institución ofrece las carreras de Ingeniería Agroindustrial, Comercio Internacional con orientación a la Agroindustria, Administración de Empresas, Periodismo, Enfermería, Producción Agrícola, Producción Pecuaria y la licenciatura en Tecnología en Alimentos; igualmente, dos post grados uno en Educación Superior y, el otro, en Administración de Empresas, con orientaciones básicas a la Mercadotecnia y a las Finanzas.

Esta institución, dispone de un cuerpo de docentes de alta calidad, conformado por un claustro, que tiene la responsabilidad de velar por los intereses de los profesores y, representarlos institucionalmente ante la comunidad universitaria y el entorno. De igual manera, ha establecido vínculo con instituciones públicas y privadas del sector, a través de la firma de convenios de cooperación, con el propósito de unir esfuerzos para contribuir con el desarrollo educativo y socioeconómico de la región.

Bajo estos parámetros es que actúa esta institución académica superior, única en su género presencial y con todos los requerimientos que se necesitan en estos procesos, constituyéndose en una alternativa adecuada para acceder y satisfacer las necesidades de conocimiento de muchas personas que no tienen la posibilidad de realizar estudios superiores en otras universidades del interior del país, y por la creciente demanda que se genera debido a los avances en materia tecnológica, motivado por las necesidades de desarrollo social de la región central; motivo por el cual, los expertos consultores de la UNESCO, consideraron conveniente generar las

posibilidades de estudio a gran parte de esa masa estudiantil y fortalecer este polo de desarrollo nacional.

Sin embargo, a pesar de su labor preponderante en sus funciones sustantivas, existe una débil interacción con su entorno. No mantiene una relación estrecha y directa con la sociedad. Además, no existe claramente que la institución proporcione, esa labor de orientación que debe facilitar a los públicos potenciales con jornadas de capacitación sobre asuntos de carácter psicopedagógico, académico, social, institucional, profesional y de temas relacionados con la personalidad y su vinculación con el campo laboral; por otra parte, de ofrecer sus instalaciones físicas para el desarrollo de actividades comunitarias que contribuyan con el mejoramiento del currículo de la institución; se habla entonces, de eventos pedagógicos y socioculturales, para desaprender esa estructura rígida por una más versátil.

La inexistencia de mecanismos de información adecuados y ágiles, es otro de los factores que afecta el desarrollo normal del quehacer de esta institución, debido a la limitada circulación de información, al poco uso de la misma y al uso eventual de los medios de comunicación social; ya que de echo, estos permiten en forma continua, interpretar no solo las necesidades del mercado, sino proponer los cambios necesarios para lograr un desarrollo sostenible.

Los elementos anteriormente señalados, impiden el desarrollo institucional, la eficiencia, la pertinencia, la calidad de los servicios educativos y la integración efectiva del centro a los procesos de desarrollo educativo de la región. Situación que se agrava, ante el deterioro del ambiente socioeconómico en donde realiza su tarea.

La no disposición de una Estrategia de Orientación Educativa, conlleva a que su papel como institución preponderante dentro de todas las estructuras organizativas existentes y que van aparejadas con el desarrollo social, se vea totalmente descontinuada, sin ningún liderazgo y sin la mayor relevancia; por tanto, la

pertinencia que debe desentrañarse en la sociedad, seguirá siendo sin mayor trascendencia y a la saga de cualquier avance.

Problema Científico: Cómo perfeccionar la labor de Orientación Educativa del Centro Universitario Regional del Centro (CURC).

Objeto del Estudio: Estrategia de Orientación Educativa.

Objetivo: Elaborar una estrategia de orientación educativa, para la pertinencia del Centro Universitario Regional del Centro.

Como consecuencia de lo anterior, el presente trabajo de investigación dejará como resultado una **Estrategia de Orientación Educativa**, a través de la cual se ejecutarán tareas como: la creación de un Departamento de Orientación Educativa, integrado por un cuerpo de profesionales, que tenga dentro de sus responsabilidades el manejo de la Orientación Institucional, vinculada a la promoción y divulgación de información; una Orientación Psicopedagógica, Profesional, Personal y de carácter Preventivo y, una Orientación Social que relacione a la universidad con la sociedad, en aspectos de capacitación posgraduada para los egresados y la promoción de acciones de extensión que realice el centro dentro y fuera de su campus.

Este documento de tesis que hoy se pone a disposición, aparece estructurado en dos capítulos:

En el capítulo I, se expone todo lo relacionado con la caracterización del problema, su situación actual y, lo que es más importante, la fundamentación teórica de la investigación realizada a partir del análisis de la bibliografía consultada, en lo referente al papel de la educación superior y sus conceptualizaciones desde el punto de vista de la orientación y su relación con el entorno.

En el capítulo II, se describe el diseño metodológico con todos sus componentes definitorios, en cuanto a los métodos y a las técnicas utilizadas para la recopilación de información de las muestras previamente definidas.

De igual forma incluye todo lo relacionado con el análisis e interpretación de los resultados del problema objeto de estudio; de igual manera, se presenta el cuerpo de las conclusiones y recomendaciones generales, la bibliografía y los anexos. Estos últimos, aparecen titulados y enumerados para facilitar su búsqueda.

Finalmente, presenta en orden lógico los resultados, primero con la muestra de los estudiantes de secundaria y universitaria; luego, con el análisis de los profesores universitarios y finalmente con los directores de los institutos del nivel medio.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO

El Centro Universitario Regional del Centro, inició operaciones el 16 de julio de 1996, con la apertura de seis carreras: Comercio Internacional con orientación a la Agroindustria, Ingeniería Agroindustrial, Tecnología en Alimentos, Producción Hortícola y Pecuaria, con una matrícula de 800 estudiantes.

Posteriormente, esta institución educativa incorpora a su oferta educativa otras carreras como: Administración de Empresas, Periodismo, Enfermería y finalmente Tecnología en Alimentos. Hasta el momento de adelantar el presente trabajo de investigación, registra un incremento acelerado en la matrícula por el orden de los 2 mil 435 estudiantes; un egreso de 197 nuevos profesionales y un total de 123 profesores responsables de la conducción académica de este centro de educación superior.

Desde su fundación, el CURC no ha realizado acciones de orientación educativa, a pesar de que la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), cuenta con una estructura organizativa a través de la Dirección de Desarrollo Estudiantil (DIDE), y un documento, mediante el cual se fundamentan las acciones de esa institución; Sin embargo, el CURC no a llegado a crear esa estructura fundamental, que defina su vinculación con el entorno interno y externo; por tanto, las acciones que se han realizando son calificadas como ligeros intentos de manera aislada, producto de las iniciativas que impulsan los directivos o el cuerpo de docentes, siguiendo básicamente un método empírico, sin ninguna orientación profesionalizada y que conlleve el estímulo y la motivación que debe contener un trabajo de esta naturaleza.

En consecuencia de lo anterior, esto ha provocado que los niveles de información interna no estén bien definidos; muy poco se sabe cuando se desarrolla una actividad de tipo institucional, no existe responsabilidad directa con criterio profesional para la celebración de cualquier tipo de evento especial que represente imagen interna y externa; tampoco existe esa apertura de relación estrecha con los institutos del nivel medio, egresados, instituciones públicas y la empresa privada, a excepción de dos convenios suscritos con la Corporación Municipal de Comayagua y la Cámara de Comercio.

No se cuenta con una relación interinstitucional con las demás universidades de la región. No hay una relación directa social, es decir, esa posibilidad de abrir las puertas para que la población pueda participar en eventos académicos y científicos de interés, que el mismo cuerpo de docentes o a través de otras instancias académicas y culturales, pueda ofrecer a los públicos, o que éstos, tengan la posibilidad de acceder para el desarrollo de eventos de cualquier índole, a los servicios bibliotecarios, a los laboratorios o que sea un canalizador de cualquier tarea académica y social del entorno, caracterizándolo como un centro de enseñanza para todos, que irradie cultura y educación. En suma, se puede decir, que son ligeros intentos los que se hacen, sin la mayor relevancia necesaria; dicho en otras palabras, es una institución más dentro de un contexto social pasivo generacional.

De acuerdo con las consideraciones anteriormente señaladas, se puede establecer, que esta institución no cuenta con esa identificación y confianza que la misma comunidad social desde su origen le concedió. No es posible bajo estas condiciones, que esta institución de alto valor en la vida nacional, mantenga ese grado de aislamiento, dado que la pertinencia se logra confiriéndole a la sociedad esa respuesta a sus necesidades de formación y que ella misma esté identificada con todo su quehacer, velando por su fortalecimiento económico, académico y político, que la vea como un importante reservorio de capacidad técnica, científica, en donde se genera un clima de academia científica, fuente generadora de ideas y proyectos, que la misma sociedad demanda para su crecimiento cultural. Es en este sentido, es

que el Centro Universitario Regional del Centro, deberá centrar su esfuerzo a efecto de lograr esa respuesta anhelada para lograr su fortalecimiento institucional.

En este trabajo se plantean algunos lineamientos que esta academia del saber puede utilizar para desarrollar esa pertinencia, ya que es un trabajo producto de la consulta científica realizada con todos los actores principales y responsables de la labor docente de esta institución educativa superior.

1.2 FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

La razón de ser de la Universidad, es la formación de profesionales y su objeto es el conocimiento. De acuerdo con la historia, la esencia de los criterios en cuanto a la pertinencia entre uno y otro modelo de las denominadas universidades “liberales burguesas”, estatales y las eclesiásticas, tienen que ver con la línea filosófica histórica, otras con el rol del profesorado o de los estudiantes, otras con la manera de asumir su misión desde la necesidad y alcance del desarrollo de la ciencia, como con la relación con el entorno, entre otros aspectos.

La evolución de las universidades desde su origen hasta el siglo XX, corresponde a un proceso de mercado en su devenir histórico, muy arraigado directamente por los eventos sociales mas connotados de cada época.

Para la UNESCO, previo a la Conferencia Mundial de 1988, señalaba que la universidad desde el punto de vista de la pertinencia, debe estar a tono con la dinámica de desarrollo de la sociedad en cuanto al fortalecimiento de habilidades intelectivas de quienes participan en un proceso formativo superior. Con una universidad preparada a servir con la ciencia y la técnica más actual en la solución de los problemas de la sociedad, capacitando al profesional de su entorno y llenando el espacio que le corresponde en la producción y transferencia del conocimiento.

El concepto incluye elementos de generalizar la enseñanza universitaria y propiciar el acceso a todos y a todas que por su talento lo merezcan, a los vínculos con el mundo del trabajo para incidir en el mercado laboral y la relación con la educación precedente, consecuentemente, para propiciar cambios y atender las necesidades de la sociedad.

El vínculo universidad-sociedad y en su modelo de pertinencia, debe entrañar, entre otros aspectos, los componentes siguientes:

1. El papel educativo de la universidad en correspondencia con la formación de profesionales, con las expectativas y conceptos del entorno
2. La respuesta de investigación y de servicio científico técnico a las necesidades del entorno y del desarrollo del conocimiento universal
3. La identificación de los problemas vinculados a la aprehensión de los conocimientos de alto valor social y su transferencia al entorno
4. La vinculación de la universidad con el modelo nacional de desarrollo económico, político, social y cultural, actuando no sólo como entidad participe del modelo, sino también, de su concepción y rectoría de introducción
5. Contribución de la universidad a la transmisión y consolidación de una cultura de paz, a la preservación y reproducción de la identidad nacional, la integración regional y el desarrollo humano
6. Constituirse en una entidad anticipatoria que incorpore las respuestas a los nuevos perfiles de empleos, al reciclaje profesional y a la investigación en los nuevos dominios de la ciencia

F. V. Alegret, citado por E. Ortiz (2003), plantea que la universidad desempeña el papel de institución social por excelencia, encargada de la preservación, desarrollo y difusión de la cultura y como generadora de nuevos conocimientos que garanticen el desarrollo humano y sostenible y, con ello, la continuidad de la civilización.

Más adelante agrega que “hoy más que nunca, la universidad debe demostrar su **pertinencia social** como espacio idóneo para rechazar cualquier tendencia que

pueda destruir la vida humana, como espacio promotor de los valores universales, de la ética, del diálogo intercultural, la comprensión mutua y la paz”.

Las afirmaciones citadas anteriormente, de acuerdo con el autor, presentan a la universidad como una institución con una misión más clara para redefinir su papel como:

- Responder en los actuales momentos a las crecientes y continuas exigencias de la ciencia, la técnica y la producción, así como a los intereses de la cultura y el progreso social.
- Poseer un claustro con un poderoso potencial científico que participe en la acción de nuevas ideas, y amplíen el volumen de conocimientos científicos y,
- Formar profesionales altamente calificados, que sean capaces de garantizar el desarrollo de la ciencia y su materialización en la producción, lo que determina, en gran medida, el progreso científico-técnico.

Estas tres condiciones planteadas por el autor, determinan la dinámica actual de la educación superior como una nueva forma de vida en el presente siglo, en donde las generaciones deben aprender a conocer, a hacer, a vivir juntos en comunidad y a ser personas con sentimiento humanístico, para promover, de la mejor manera, el desarrollo de la humanidad.

Por su parte, M. D. Baena (1999), coincide con los criterios vertidos anteriormente, ya que señala que la educación superior constituye en la actualidad, uno de los instrumentos principales con que cuentan los poderes públicos en su intento por asegurar el desarrollo de sus países.

La educación superior a pesar de los cambios globalizantes, siempre tendrá la responsabilidad de conducir a la sociedad, a través del conocimiento, la ciencia y la tecnología, a sabiendas que su misión continúa siendo la creación, transformación, transferencia y uso del conocimiento, con el propósito de desarrollar el talento

creativo, formar profesionales y, de esta manera, contribuir con el desarrollo de la sociedad de la cual también forma parte.

La universalidad del conocimiento, hoy día, debe continuar con su carácter masificado independientemente de los cambios generados por la globalización, proceso que ha sido acompañado a partir de la década de los ochenta por políticas neoliberales, que propugnan por la eliminación de las fronteras desde la perspectiva comercial, la desaparición de los estados nacionales y la pérdida del sentido que tienen los propios estados de sus economías, de sus mismas soberanías, ya que para el modelo neoliberal la única soberanía reinante es la que se impone a través del mercado; por tanto, el conocimiento dentro del contexto de la globalización, está orientado al servicio del mercado y no del desarrollo humano y social; se habla entonces, del mercado del conocimiento.

Dentro de este esquema, la tendencia es favorecer a pequeños grupos sociales y no a la comunidad en general, por lo que el acceso de las mayorías a la educación superior se vuelve cada vez más difícil, especialmente en los países no desarrollados, porque el neoliberalismo no fomenta la cooperación y la solidaridad, la integración, la articulación, ni los valores que son tan fundamentales en la formación del individuo; si no por el contrario, los margina. Ante esta imposición que separa la condición humana con el valor económico del conocimiento, genera entonces la creatividad para evitar esa desvinculación, proponiendo nuevas alternativas de aprovechamiento del recurso de su talento, para crear, innovar y comunicar lo que aprende el individuo para el beneficio de la sociedad entera.

Bajo esta concepción, se elevará el nivel cultural del individuo, por lo que los estados no desarrollados, tendrán la obligación de facilitar el conocimiento, para que sus estructuras políticas y organizativas, no se vean afectadas, ante un mundo que cada día se vuelve exigente.

La desigualdad humana y contradictoria, provocada por la sociedad del conocimiento, convoca a la educación superior para que forme parte de manera sistemática del desarrollo cultural, socioeconómico y ecológicamente sostenible de los individuos y de las comunidades independientemente de sus estatus, para poder atender la profunda crisis de valores que son los que producen el retraso en el desarrollo humano de las sociedades.

En consecuencia, los problemas de la universidad son también de la sociedad, por tanto, es una responsabilidad compartida, que de igual manera debe ser asumida por el gobierno, sin afectar su autonomía. Lo anterior, generaría una relación estrecha entre universidad y sociedad, conduciendo al establecimiento de alianzas con todos los sectores productivos sociales, públicos y privados, con las diferentes academias de enseñanza superior, con los niveles de educación anteriores al sistema universitario y con las diferentes organizaciones comunitarias de desarrollo. De esta manera, la universidad se integraría a la solución de las necesidades presentes y futuras de la sociedad, sin perder de vista su sentido académico y científico y, que sobre todo, prime su carácter científico.

Lógicamente que la relación que se pueda establecer entre la universidad y su entorno se pueda realizar por diferentes vías, una de ellas es, redefiniendo el trabajo de las instituciones de educación superior con relación al espacio social, y ejercer fuertemente una labor de orientación educativa, que genere conciencia de beneficio colectivo y, de esta manera, formar las bases con futuro social humanista. Todo lo anteriormente planteado, debe ser propuesto como una alianza para aparejar el quehacer universitario con los cambios sociales que hoy se producen.

1.3 FUNDAMENTACIÓN DE LA ORIENTACIÓN EDUCATIVA

El nacimiento de la Orientación Educativa encuentra sus antecedentes en el empirismo, doctrina filosófica del siglo XX, que considera que todo conocimiento se

fundamenta en los hechos. Bajo su influencia, todas las disciplinas pretenden adquirir carácter científico, aplicando la metodología científico experimental.

A finales del siglo XX, la psicología experimental comienza a desarrollar las técnicas estadísticas y psicosométricas que se aplicarán también a la psicología escolar; por otro lado, la llamada “corriente de la salud mental” supone un paso decisivo en la apertura del tratamiento de las funciones emocionales, tradicionalmente objeto de la psiquiatría, a otros profesionales, psicólogos y orientadores. Paralelamente, nacen los recursos institucionalizados de orientación educativa, ligados a la industrialización y el desarrollo económico.

En Estados Unidos, a comienzos del siglo XX comienzan a organizarse servicios de orientación personal como parte de un movimiento de reforma social, junto a la orientación educativa en las instituciones escolares. Otro tanto ocurre en Europa, en donde la evolución de los servicios de orientación tiene una característica común en los diversos países, por su carácter estatal, en opción a la iniciativa privada norteamericana.

La orientación educativa desde ese entonces, ha sido considerada como un elemento importante en las sociedades humanas. También, en educación se ha dejado sentir, pero que en donde se ha practicado estuvo viviendo de fuentes ajenas a la educación. Movimientos como el psicosométrico, el de la psicología aplicada o el del campo de la salud mental, entre otros, influyeron con mas o menor peso en su concepto, configurando modelos que no llegaron a satisfacer las expectativas que realmente alberga el profesorado la necesidad de formar ciudadanos y ciudadanas, capaces de desenvolverse con criterios propios en una sociedad cada vez mas compleja y móvil.

Definición de conceptos sobre orientación educativa

Para interiorizar en este estudio, conviene definir conceptualmente los términos básicos a utilizar en esta investigación, a efecto de encontrar esa correlación con lo que se aborda en este trabajo investigativo; tomando en consideración el criterio

científico de I. Márquez (2004), quien expresa que la Orientación Educativa forma parte indisoluble del proceso educativo ya que es considerada como un sinónimo de toma de conciencia, de saber dónde se está, dónde se va y como llegar; además, agrega, que ésta modalidad, figura como una alternativa que toda institución debe ofrecer como apoyo a todo estudiante.

Conceptualmente la define, como una acción centrada en apoyar a los estudiantes hacia la conservación del desarrollo personal y de la madurez en la interacción social y laboral, mediante la identificación de sus competencias y del desarrollo de otras nuevas.

De esta manera, plantea la orientación educativa como un proceso mediante el cual el ser humano planifica sus potencialidades, su dimensión social y su valor como especie, por lo cual adquiere el compromiso de definir nuevas tareas ante los retos mencionados, a fin de que se presente una serie de alternativas que conlleven a satisfacer las expectativas reales del estudiante.

Márquez establece que, la orientación educativa se fundamenta bajo el hecho de que toda acción educativa debe estar encaminada en fomentar el desarrollo integral de los alumnos, y de esta manera, contribuir con la formación de individuos capaces de enfrentar los retos que se presentan tanto en el plano profesional, y social como en el personal. El objetivo es proporcionar apoyo y orientación al estudiante, para el desarrollo o consolidación de las habilidades requeridas para el éxito académico futuro.

La visión integradora, contempla diversas acciones, como la tutoría académica y psicopedagógica y actividades de apoyo al estudiantado, a través del desarrollo de talleres, prácticas y conferencias que apoyen a la formación integral de los alumnos.

Para ello, de acuerdo con la autora, se deben diseñar diversos programas como el de Tutoría Académica, el cual tiene como objetivo brindar apoyo y asesoría

sistematizada al estudiante en aquellas áreas que afecten su desarrollo académico con la colaboración de profesores-tutores, buscando incidir positivamente en los indicadores de desempeño, reprobación, rezago y deserción.

La tutoría viene siendo un elemento clave en el proceso de intervención y apoyo con los estudiantes, su base conceptual y metodológica parte de tres áreas de intervención: psicológica, pedagógica y la orientación profesional.

El área psicológica se conforma por dos componentes: el personal, que incluye actitudes, autoestima, autocontrol, autoconocimiento, valores, la planeación de vida y carrera, motivación al logro y la orientación para la salud; y el componente familiar-social, que contempla las relaciones familiares, la interacción social, esto comprende la comunicación, adaptación a la sociedad y al contexto educativo y las relaciones sociales, con el fin de que adquiera estrategias de autorregulación.

El área pedagógica atiende las habilidades de aprendizaje que debe poseer o desarrollar el estudiante, entre ellas están: habilidades de pensamiento, autoaprendizaje, hábitos de estudio, administración del tiempo, estrategias de aprendizaje, trabajo grupal y la motivación o disposición para el estudio.

Finalmente, el área de orientación profesional, busca apoyar a los estudiantes en el proceso de incorporación y vinculación con el mercado laboral, tomando como punto de partida las tendencias del mercado y el autoconocimiento de algunos rasgos del estudiante tales como: perfil profesional, aptitudes, habilidades e intereses, facilitando la toma de decisiones en cuanto a su área laboral.

Se destaca el binomio formado por el tutor y el estudiante, puesto que se espera que la tutoría sea un proceso dinámico que involucre a ambos actores, se trata que el tutor figure como guía y promotor del desarrollo integral del alumno. Se consideran tres niveles de intervención: Promoción, buscando potencializar las capacidades de los alumnos, el de prevención, anticipándose a las situaciones que pudieran interferir

con su desarrollo integral y el nivel de corrección, corrigiendo situaciones que obstaculicen su desarrollo. La acción tutora debe estar presente desde el momento que ingresa, durante su estancia y hasta que egrese facilitando su incorporación al mercado laboral.

Ante lo anterior, la orientación educativa enfrenta el reto de consolidarse como una orientación para la vida, es decir, asumir la responsabilidad de brindar bases a los estudiantes para el aprendizaje continuo y autónomo que le permita ser usado en cualquier momento; asimismo, que adquiera habilidades para adaptarse crítica y constructivamente a los cambios del medio. Sin embargo, para lograr lo anterior se requiere de la participación conjunta de varios agentes: El estudiante, psicólogos, docentes, educólogos, así como autoridades académicas y administrativas, para poder establecer estrategias y mecanismos acordes con las necesidades de los estudiantes y con ello dar respuestas a las demandas de la sociedad.

También, es un proceso de ayuda al estudiante, destinado a conseguir la comprensión adecuada de las distintas opciones profesionales que existen en el mundo de la educación, eligiendo aquella que cumpla con sus intereses y objetivos personales. En consecuencia, es un proceso de ayuda o/y acompañamiento continuo a todas las personas y en todos sus aspectos, con la intención firme de potenciar el desarrollo a lo largo de toda la vida.

En consecuencia se plantean los principios siguientes:

- Educar es orientar para la vida, por ello los aprendizajes han de ser funcionales, que deben estar en conexión con el entorno de los alumnos, al tiempo que guardar relación con el futuro.
- El proceso orientador articula los aspectos sociales e individuales de la educación.
- Orientar es asesorar sobre opciones alternativas, ayudando a recorrer el itinerario educativo más adecuado.

- Orientar es capacitar para el propio aprendizaje, contribuyendo con el desarrollo de capacidades metacognitivas, así como estrategias de control y manejo de procedimientos de aprendizaje.

Importancia de la actividad de la orientación educativa

En algunas instituciones educativas la actividad orientadora ha sido relegada como materia de mero trámite; en otras, se ha hecho sinónimo de psicometría y ubicación, y quizá en pocas instituciones se hagan esfuerzos por devolverle la trascendente importancia que tiene.

La Orientación Educativa, tal como lo plantea I Márquez, es un proceso de ayuda y acompañamiento al estudiante, para la elección adecuada de las distintas opciones profesionales que existen en el mundo de la educación; en contemplar el desarrollo de los estudiantes en forma individual en cuanto a maximizar el aprendizaje, estimular el desarrollo autónomo y responder a los problemas personales y sociales que frenan su evolución personal.

Sin embargo, podría afirmarse que la labor orientadora, hoy día, es más compleja que hace algún tiempo atrás, ya que según avanza la tecnología actual, las ocupaciones y los centros de estudio, éstos reciben sus efectos aumentando el número de ocupaciones y combinando ámbitos profesionales.

Ante esta complejidad del horizonte profesional, se hace necesario que la orientación educativa no se reduzca a señalar rumbos e informaciones, sino también, a habilitar al estudiante para manejar esa estructura dinámica. Esta orientación no puede limitarse a ubicar al estudiante en un área, que al cabo de un corto tiempo, sufrirá cambios sustanciales. Además, la elección será el precedente de otras posibles elecciones y que a su vez marcará su vida profesional de manera irreversible.

Por tanto, la labor de Orientación Educativa tiene un papel fundamental en los nuevos tiempos y debe representar un verdadero apoyo en la identificación de

vocaciones, capacidades y limitaciones del alumno, promover experiencias de socialización democrática, propiciar habilidades para desarrollar proyectos de vida más sanos, impulsando actitudes y valores para la vida personal y laboral.

La orientación educativa como una actividad profesional

De acuerdo con Ortiz (2003), la orientación profesional es la relación de ayuda que se establece con el estudiante para facilitar el proceso de desarrollo de su identidad profesional, a través de diferentes técnicas y vías integradas al proceso educativo en la edad juvenil.

La orientación profesional está dirigida a la identificación del sujeto con una esfera del quehacer social y a favorecer la autodeterminación en el proceso de selección, formación y actuación profesional. Es imprescindible conocer las particularidades y dificultades del sujeto, para lograr su acercamiento e identificación con el mundo de la práctica laboral.

La orientación profesional constituye un proceso que se inicia antes de que el joven elija su profesión y no finaliza cuando ingresa a la universidad, pues continúa a lo largo de todos los años dentro de la carrera seleccionada, incluso una vez egresado se mantiene a través de la superación posgraduada. Por tanto, es un proceso que tiene un comienzo definido y solo finaliza cuando termina la vida profesional de la persona.

El desarrollo acelerado de la sociedad y su creciente complejización, le plantea a las universidades, grandes retos en la formación de profesionales cada vez más competentes y comprometidos con las exigencias sociales, por lo que el desarrollo de sistemas de orientación profesional perfeccionada y fundamentada científicamente, a partir de las investigaciones psicopedagógicas que se viene realizando desde el siglo anterior.

Dentro de las tendencias que han predominado en la orientación profesional ha venido ocupando un lugar preferencial la de corte humanística, desde un enfoque holístico que destaca en el primer lugar el carácter activo del sujeto, vinculado en el proceso de orientación a las instituciones de educación superior, a los docentes, a los directivos, a los medios masivos de comunicación, a la familia y a la comunidad como actores sociales importantes. El carácter activo del joven debe manifestarse en el enfrentamiento consciente y responsable de sus decisiones y conflictos profesionales, los cuales deben ser resueltos con el mayor nivel de autodeterminación posible.

En la implementación de estrategias de orientación profesional para la educación superior, debe privilegiarse la clase una vez que los sujetos han seleccionado su profesión, pues en ella debe primar el enfoque profesional del proceso de enseñanza-aprendizaje, vinculando los contenidos con la realidad de su futura profesión, estimulando la aparición y el desarrollo de los intereses profesionales en los educandos, lo que presupone un trabajo metodológico sistemático, profundo y diferenciado del colectivo de profesores, de acuerdo con los principios generales de la Psicología de la Educación.

En trabajo de orientación profesional es necesario tener en cuenta las etapas por las que atraviesa la educación profesional de la personalidad. Cuando estas etapas no transcurren adecuadamente, se producen diferentes trastornos en el proceso de conformación del carácter profesional de la personalidad.

El autor expone la clasificación propuesta por V. González.

1. Etapa de la formación vocacional general
2. Etapa de la formación de intereses y habilidades profesionales
3. Etapa de consolidación de intereses, conocimientos y habilidades profesionales
4. Etapa de reafirmación profesional

De acuerdo con Ortiz, las dos primeras etapas se manifiestan en la educación primaria y media; en tanto la tercera, se presenta en la formación media y superior y, la cuarta, a partir de los años superiores de su formación. Esta etapa dura dos años después del egreso, aunque en realidad se mantiene durante toda la vida, en tanto la profesionalidad del hombre es una cualidad dinámica, sujeta a una dialéctica permanente con momentos de involución y de desarrollo.

La orientación profesional debe explorar las vías efectivas de facilitar al estudiante, una construcción personalizada de su personalidad. Específicamente, el centro de formación debe planificar y propiciar un proceso de cambio en los estudiantes, que los conduzca a una actuación profesional autodeterminada y eficiente en el desempeño de su rol. La personalidad se manifestará así, en una unidad de identidad y conducta.

La orientación profesional debe incidir en la movilización de los recursos psicológicos necesarios en cada momento, para ayudar al sujeto a vencer los obstáculos que se le imponen en la educación profesional de su personalidad. Por eso, no debe verse como la simple creación o estimulación de intereses profesionales.

Necesariamente hay que incidir en muchas ocasiones en aspectos como la autovaloración, la capacidad de reflexión, la seguridad, entre otras, pues todos juntos, según el nivel de desarrollo y la situación en que se encuentra el sujeto, determinará su autorregulación y su crecimiento en la esfera profesional. Ayudar a una mejor educación profesional del joven es trabajar por su felicidad y su adecuada inserción social; ese debe ser el principal resultado de la orientación profesional.

La orientación educativa para el aspirante universitario

Por mucho tiempo se consideró, que la orientación profesional era una actividad que se programaba para el período de la vida correspondiente a la elección de la profesión. Por suerte, este enfoque ha ido quedando atrás. Se considera, que la orientación profesional es un proceso permanente que se le debe ofrecer al niño, al adolescente, al joven y también al adulto. De manera tal, que la elección profesional no es una solución rápida para un problema urgente para el cual el sujeto no tuvo preparación previa. Esto lógicamente, impone un reto a la institución educativa, pues su misión es que el joven vaya preparándose para la elección de la carrera, y que ello constituya, un verdadero acto de autodeterminación. Para lograr autenticidad en ese momento, es aconsejable, que este tipo de orientación debe ser el resultado de un aprendizaje que se ha producido a lo largo de varios años y, ha de proporcionar una serie de conocimientos preparatorios, de información sobre el medio social, laboral y educativo, así como vivencias y reflexiones sobre sus características personalógicas y su afinidad o no con las exigencias de la carrera que desea estudiar.

El período en que los adolescentes concluyen su ciclo medio, presenta problemas, pues no sobreponen dos crisis, propia del evento vital por el cual están transitando que es el de la adolescencia y otra, por ser precisamente en ésta época de menos ajuste emocional, cuando debe concretarse el destino profesional de una persona. Este hecho justifica aún más la conveniencia de integrar la orientación vocacional a la escuela y contribuir a que profesores, alumnos y padres asuman la responsabilidad que les cabe para ayudar al proceso de orientación.

En todos los individuos, el problema de la elección no se da con las mismas características. Los hay, aunque son los menos, en los que la decisión es rápida y segura sin necesidad de mayor "deliberación", porque las condiciones en la escuela y la familia han favorecido este acto. En otras palabras, es un proceso lento del que solo pueden salir adelante con una ayuda experta. Para otros más, el problema se torna una situación conflictiva que pudiera ser un indicador de un pobre desarrollo personal (Cortada, N. 1991).

Para un adolescente, elegir es difícil, porque está demasiado cerca y a veces encerrado en su individualidad, viviendo su interioridad por encima de todas las cosas, una decisión en función de las oportunidades que le ofrece la sociedad, cuando el tiende en ese período a autoanalizarse, a crear un mundo de fantasía y, su imagen de la realidad, está permeada de sus vivencias personales.

El adolescente es inseguro, tiene muchas dudas y teme equivocarse. La habilidad de intereses lo lleva a expresar "que no sé que me gusta", "ni para que sirve" obviando otros factores de la elección, e incluso idealiza las profesiones para adecuar la realidad a sus fantasías. A la pregunta por qué selecciona tal o cuál carrera; responde, que las características que él posee, está en correspondencia con la profesión elegida; de esta manera se autovalora como comprensivo, solidario, con deseos de ayudar a los demás y por eso considera que debe estudiar medicina, orientándose sólo por una visión parcializada de esta profesión, desconociendo que es una carrera que supone sacrificio desde los tiempos de estudiante, hasta la abnegación que exige un horario de vida no normal, la sensibilidad en su relación con los pacientes, a la vez, que la firmeza para enfrentar al contacto con el dolor y la muerte.

Este adolescente como muchos otros, tienen una información pobre, que le puede generar consecuencias fuertes cuando al cursar los primeros años de la especialidad se percata de que "ésto no es lo que yo pensaba", "a mí no me gusta" y se siente frustrado y quiere reorientarse profesionalmente (Márquez, 1988). Quién responde por este tiempo perdido en el que la sociedad hizo una inversión de recursos humanos y materiales; es la misma sociedad.

En el costo personal y social que ocasiona esta situación, mantiene una cuota de responsabilidad todos los involucrados en el proceso educativo.

El profesor en la medida que domine los aspectos psicológicos y sociales que caracterizan a la adolescencia, estará en mejores condiciones para orientarlos ya que la experiencia que adquiere curso tras curso, lo ubica en una posición más ventajosa para asumir el rol de orientador que a los propios padres, para quienes la

entrada de sus hijos en esta etapa afecta la dinámica familiar y no siempre están en condiciones de asumir con la comprensión requerida, los cambios que en su hijo operan manifestándose las conjeturas siguientes: "no lo entiendo, no sé que le sucede, está muy extraño (a), ya no cuenta sus cosas, ni quiere estar con nosotros, todo lo que hago le parece mal". Esto puede agudizarse cuando el adolescente tiene que seleccionar la profesión, momento en el cual, los padres adoptan distintas actitudes desde sobreprotegerlos, hasta tomar la decisión de elegir sus preferencias de estudio por considerarlos que no están preparados para elegir; otros se desentienden y expresan que son los hijos los que deben determinar su futuro, sin tener en cuenta, si éstos están o no en condiciones de hacerlo; también, están los que dudan si su hijo "sirva para algo" y solicitan la ayuda del psicólogo o del profesor, depositando en otros esta tarea como se ha constatado. (Márquez, 1993).

La elección de la carrera podría ser la primera decisión importante en la vida del estudiante. A esto se une la comunicación disfuncional con sus padres. Mientras que con los amigos habla de temas variados ajenos a la elección de carreras y que se siente distante de sus profesores. Lo anterior sería un caso extremo, pero con diversos matices aparecen otros que compulsan a revisar lo que se está haciendo al orientar profesionalmente a los adolescentes y jóvenes, a delimitar que le corresponde a su estudio a la familia, de tal forma, que no sea al azar quien determine que unos estén más maduros que otros ocasionalmente.

La elección profesional es una manera de expresar la personalidad y de haber llegado a una integración de una identidad coherente.

Una elección reflexiva y madura es el fruto de una personalidad equilibrada y segura, en la cual las determinantes extremos como las relaciones familiares y la formación escolar, han condicionado en gran medida este resultado. Un joven que ha tenido una adecuada comunicación con sus padres desde niño, que ha podido asumir responsabilidades por sus actos, acorde con las características psicológicas de la edad, primero pequeñas y luego cada vez más importante, que ha sido escuchado por sus padres cuando ha necesitado su ayuda, habrá tomado decisiones y

aprendido a interpretar sus éxitos y fracasos como producto de su esfuerzo personal. En el momento de la elección, también sentirá dificultades y podrá experimentar angustia y dudas de sus capacidades, sus intereses y sus objetivos en la vida, como es típico de cualquier adolescente. No obstante, tendrá ya alguna experiencia y será este problema como uno más que puede ser enfrentado del mismo modo que otras, y ser sujeto de su elección y no objeto de las contingencias del entorno.

Sobre este particular, Márquez realizó un estudio participativo en estudiantes de secundaria para indagar y reflexionar acerca de su propia realidad, para describirla y explicarla, es decir, para regenerar conocimiento acerca de ella y actuar sobre la misma. Desde el punto de vista epistemológico es un modo de conocimiento de la realidad, también es una estrategia para el logro de una forma de acción social, por la oportunidad que ofrece de aprender a definir y analizar problemas y de formular alternativas de solución.

El diagnóstico de los niveles de la motivación profesional en los jóvenes, así como, los contenidos autovalorativos en esta esfera permitió la realización de un estudio preliminar y el análisis críticos de los problemas, la búsqueda de información relevante se acerca de cómo perciben y plantean sus inquietudes sobre la orientación profesional, sus intereses profesionales o sus inclinaciones, se estimuló el conocimiento sobre sí mismo, las características psicológicas que poseían y la discusión acerca de la correspondencia y no entre la autovaloración y la valoración social. La utilización de diversas técnicas de trabajo grupal, orientaron no solo a la descripción de los problemas, sino también a una explicación y culminó con la búsqueda de soluciones alternativas.

La etapa acción interventiva, es una consecuencia lógica de la anterior donde se programa un plan de acciones necesarias para procurar las soluciones básicas que promueven una reflexión personal y grupal y la instrumentación de las medidas requeridas, como fueron indagar con especialistas sobre el perfil profesional, ubicación laboral, características del plan de estudio, entre otros, lo que se traía al grupo y se discutían las posibilidades reales de ese joven con relación a las

exigencias que imponía la carrera, tanto para su ingreso, la dedicación en sus estudios y la profesión en sí misma.

La orientación educativa como parte integradora en atención a la diversidad

La atención a la diversidad va más allá de las "necesidades educativas especiales" frente al concepto de "necesidades educativas normales". Desde la atención a la diversidad lo importante es responder a las diferencias partiendo del principio general de que todos los individuos son diferentes. Dicho de forma coloquial, en el campo del saber, hay que integrar a todos los sujetos de una colectividad independientemente de su condición humana, al desarrollo de esa sociedad, a través de la formación de su conocimiento e integración en la sociedad.

Hablar de atender a la diversidad significa entonces intentar responder a las necesidades de todas las personas independientemente de las diferencias, ya sea por razones de sexo, de raza, de cultura, de estatus económico, de nivel cultural; por tanto, la humanidad forma parte de una misma cultura en la que se reconocen las diferencias, lo que en definitiva genera la igualdad. Potenciar esta cultura de la diversidad ayudará a las personas con discapacidades, deficiencias o minusvalías a sentirse como un miembro más del cuerpo social al que pertenece y con los mismos derechos de trabajo, de educación, de ocio, de vivir en convivencia justa e igualitaria para con todos, independientemente de esas diferencias injustas que el mismo individuo ha creado.

Desde esta perspectiva, los medios y recursos son instrumentos al servicio de la educación que han de promover la plena integración de los sujetos con cualquier tipo de problema específico (ya sea de movilidad, de atención, de habla, de visión) en entornos en los cuales puedan desarrollar al máximo sus capacidades. Los medios son extensiones del hombre en el sentido que defendía McLuchan, es decir, permiten ampliar las capacidades naturales, por lo que si éstas sufren cualquier tipo de merma tienen aún mayor sentido hacer uso de los mismos.

Todo ello conduce a reconocer, finalmente, como cierta la afirmación de Roth (1983), que aunque no es novedosa no deja de ser en la actualidad cierta: "Si bien existe una clara diferencia biológica entre personas con y sin discapacidad, ésta no es la diferencia decisiva entre ambos grupos. La minusvalía es una categoría social. Hay un substrato biológico, pero el significado del hecho de ser minusválido, para los demás y así mismo, tiene una dimensión social abrumadora y una dimensión política decisiva".

La orientación educativa, a través de los medios de comunicación colectiva

La orientación educativa, entendida como una intervención asociada a todo proceso formativo e integrada en él, debe apoyarse en una serie de recursos, estrategias y procedimientos que permitan hacerla atractiva, motivadora, eficaz y funcional. En este sentido, cada profesor, tutor u orientador, tiene su estilo personal y profesional de hacer llegar a los alumnos el «*mensaje*» orientador.

Teniendo en cuenta que los mensajes, son de cualquier tipo, suelen llegar al perceptor con una intensidad y eficacia proporcional a la fuerza expresiva y de atracción con que se ha organizado su contenido y, sobre todo, a las características, a la riqueza y a la potencia cautivadora de la fuente emisora.

Desde este planteamiento se puede afirmar, que la orientación educativa puede encontrar en los mensajes e informaciones de los medios de comunicación, unos excelentes aliados para hacer llegar sus propios mensajes orientadores a los alumnos.

Sería muy parcial y limitado pensar que los medios de comunicación únicamente pueden aprovecharse y emplearse como simples recursos didácticos de apoyo a la intervención orientadora; pues, a parte de este eficaz uso, se debe tener en consideración que para aprovechar íntegramente las cualidades y ventajas que ofrecen estos preciados e impersonales emisores, será necesario planificar y desarrollar actividades que permitan analizar sus creaciones, investigar a partir de

sus mensajes y crear los propios mensajes orientadores y educativos aprovechando sus lenguajes y recursos expresivos.

Por otro lado, y justificando la necesidad de la orientación educativa, hay que tener muy en cuenta que la humanidad se desenvuelve en una sociedad dirigida y manipulada por los medios de comunicación. Ante esta realidad evidente, la acción educativa y orientadora no puede permanecer indiferente y debe primar entre sus objetivos, que los alumnos sean capaces de valorar la importancia e influencia que ejercen los mensajes de los medios, al tiempo que los forma como personas críticas y preparadas para enfrentarse al lenguaje que emplean y, lo que es más importante, servirse de él para informarse de forma objetiva o expresarse, sirviéndose de sus recursos estilísticos peculiares.

El empleo de los medios en orientación educativa no puede obedecer a una improvisación puntual que se intercala accidentalmente en el proceso orientador,, sino que requiere, ya sea como objeto de estudio, un recurso didáctico o técnica de trabajo, una organización y planificación adecuada por parte de los equipos de profesores que asegure la efectividad de su uso. Así será de rigor el seleccionar, en primer lugar, un tema de orientación académica o profesional que conecte con las inquietudes y preocupaciones del alumno; después habrá que identificar los medios y tipos de mensajes que se utilizarán; y una vez hecho lo anterior, se programarán las sesiones de trabajo considerando los conocimientos previos de los alumnos, los objetivos propuestos, los criterios de evaluación, las actividades y su temporalización, y los materiales, personas y espacios a emplear.

Para el desarrollo de los planes de actuación orientadora con el empleo de los medios de comunicación, al igual que cualquier intervención educativa, se verá favorecido por el trabajo coordinado de equipos de profesores que reflexionen sobre sus prácticas, con la intención de ir mejorándolas en la línea de una investigación-acción.

Propuestas de actuación orientadora utilizando los medios de comunicación social

El uso de los medios de comunicación ofrece un extenso abanico de posibilidades. Con la finalidad de enriquecer la formación integral del alumno, es preciso desarrollar en el aula una serie de actividades, centradas en el empleo de los propios mensajes de los medios como material de base, que le permitan decodificarlos y obtener una visión objetiva y crítica de la realidad segmentada, imaginada o manipulada que presentan.

En esta línea, se pueden programar actuaciones como: análisis de anuncios publicitarios en distintos soportes; estudio y análisis de una misma noticia emitida en distintos medios y por diferentes emisores; estudio y seguimiento en el tiempo de una noticia de actualidad; estudio de casos o temas concretos -conflictos bélicos, drogas, ecología...); análisis de los distintos medios a través de sus mensajes.

Las producciones de los medios suelen presentar, directa o indirectamente, informaciones y peculiaridades de la realidad escolar, del sistema educativo, del entorno productivo, de las incidencias en centros o cursos, entre otros.

Algunas propuestas de actuación experimentadas serían las siguientes: análisis de documentos gráficos, escritos, audiovisuales, que contengan información sobre las características del sistema educativo en general o de alguna parte específica de él; estudios monográficos sobre temas relacionados con el sistema educativo o el mundo laboral; elaboración de mensajes empleando distintos soportes y medios para promover la información, la autoinformación y orientación en el centro educativo.

Teniendo en cuenta que la culminación de los tramos finales de las distintas ramificaciones que presenta el sistema educativo, exigen una toma de decisiones responsables de cara a la integración en la vida activa laboral y productiva; es preciso tener en cuenta la influencia decisiva de una adecuada orientación permanente que posibilite a los alumnos, hacer una elección profesional acorde con su vocación y características personales.

Aquí también, se pueden utilizar los medios para hacer de la orientación una actividad formativa, atractiva y rentable que permita ayudar al alumno para que éste tenga la oportunidad de conocer la diversidad de opciones profesionales, la realidad laboral de su entorno, los distintos perfiles profesionales, la oferta y la demanda del mundo del trabajo.

Algunas de las propuestas para dar esta orientación profesional, son: actividades de análisis de producciones de los medios, para conocer los tipos de trabajo; las clases de empresa, los requisitos exigidos -estudios, experiencia, disponibilidad, edad, residencia; las ventajas que ofrece el tipo de contrato, tiempo de contratación, horario, posibilidades de promoción, condiciones del puesto; actividades de investigación y autoinformación profesional, análisis del mercado de trabajo a través de búsqueda, selección, clasificación y análisis de artículos de prensa, programas de radio o televisión, folletos y anuncios publicitarios referidos a empresas, sectores laborales, tendencias profesionales, nuevas profesiones; dar respuesta a distintas ofertas de empleo; estudio de perfiles profesionales a partir de los anuncios de oferta y demanda de empleo; creación de anuncios publicitarios, guiones de entrevistas, currículum vitae, solicitudes, cartas, cómics, guiones radiofónicos y para vídeo, murales; simulaciones y creaciones en distintos soportes de anuncios de oferta y demanda de trabajo, llamadas telefónicas a empresas, entrevistas de selección; actividades de entrenamiento en toma de decisiones a partir de las propuestas anteriores.

A manera de conclusiones, la orientación educativa encuentra en los medios de comunicación, entre otras, dos razones para aliar sus mensajes y sus estrategias de comunicación con las prácticas orientadoras y tutoriales que se desarrollan en una institución, tanto desde un ámbito académico, como escolar y profesional.

En primer lugar, la segmentación y, muchas veces, la manipulación que se hace de la realidad para convencer o confundir a la persona. Exige de la orientación educativa un compromiso para ayudar y preparar a los alumnos para que éstos sean

capaces de enfrentarse al bombardeo de la información y de la publicidad que les llega por y desde los distintos medios de comunicación.

Y, en segundo lugar, las eficaces estrategias y recursos expresivos de los medios y sus propios mensajes son preciados recursos que pueden ponerse al servicio de la actividad orientadora para enriquecerla, hacerla más atractiva y acercarla a la realidad social y al entorno.

Las razones anteriores son más que suficientes para justificar la necesidad real que existe de intentar generalizar la práctica orientadora, teniendo en cuenta los medios de comunicación y sus mensajes en los centros educativos.

La orientación educativa como una propuesta de relación entre universidad y sociedad

La orientación educativa es una acción centrada hacia la conservación del desarrollo personal y de la madurez, de la interacción social y laboral mediante la identificación de sus competencias y, del desarrollo de otras nuevas. La orientación educativa toma base en el hecho de que toda acción educativa debe estar encaminada a fomentar el desarrollo integral de los individuos y, de esta manera, se busca contribuir con la formación de personas capaces de enfrentar los retos que se presentan tanto en el plano profesional, social como en el personal.

El objetivo es proporcionar apoyo y orientación al estudiante universitario, al egresado y a aquellas personas que demandan del conocimiento para el desarrollo o consolidación de las habilidades conjuntas requeridas para el éxito en la vida.

La orientación enfrenta el reto de consolidarse con una orientación para la vida, es decir, asumir la responsabilidad de brindar bases a estudiantes para el aprendizaje continuo y autónomo que le permita ser usado en cualquier momento; asimismo, adquiera habilidades para adaptarse crítica y constructivamente a los cambios del medio.

Definición de términos, desde el concepto de la orientación educativa

Otro término de consideración en este trabajo es, **Estrategia**. Etimológicamente, corresponde al arte de dirigir, plan de acción ordenado con un fin determinado, destreza, habilidad para dirigir un asunto. De acuerdo con la literatura, no es más que un programa amplio orientado a definir y alcanzar los objetivos de una organización, las respuestas de la organización a su entorno con el tiempo.

El concepto de estrategia es amplio, por con siguiente, E. Ortiz, señala que no debe establecerse una igualdad entre la estrategia pedagógica y el proceso investigativo, porque son dos procesos diferenciales, ya que la estrategia pedagógica, adquiere un carácter experimental como se quiere demostrar científicamente su validez, si no se ha hecho antes; pero una vez demostrada, no se requieren diseños experimentales. Sin embargo, aclara que entre la investigación y la estrategia existe similitud, porque en ambos términos se aplica la lógica de las ciencias.

En definitiva E. Ortíz concreta diciendo que “las estrategias pedagógicas constituyen procesos de dirección educacional integrados por un conjunto o secuencia de acciones y actividades planificadas, organizadas, ejecutadas y controladas por el profesor, para perfeccionar la formación de la personalidad de los futuros profesionales, de acuerdo con objetivos formativos, previamente delimitados”.

De modo que estos conceptos estudiados anteriormente, avalan la estrategia que se propone plantear en este estudio de investigación, porque la orientación educativa debe estar respaldada por acciones y pasos concatenadas, que lleven a la transformación del individuo. Debe quedar claro en este trabajo de investigación, que lo que se propone no viola el espacio de acción que corresponde al trabajo de extensión en una institución educativa superior, sino que es mas una actividad que vincula al individuo con la institución en situaciones de carácter de formación en su personalidad.

A manera de andamiaje en este trabajo, las áreas de competencia de campo de la orientación educativa están orientadas a:

La orientación institucional: Consiste en que el estudiante debe conocer al máximo posible, el contexto educativo en el cual se insertará o se encuentra inmerso. Es decir, el estudiante debe tener una visión clara de la estructura académica y administrativa de la institución de la cual forma o formará parte.

La orientación psicopedagógica: Tiene como finalidad proporcionar al estudiante dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje, las herramientas teóricas que le permita elevar el nivel de aprendizaje que se desarrolla en el aula. Es considerada como un área de aplicación que se extiende a lo largo de toda la vida, en el proceso de desarrollo de una persona.

Este modo de intervención, se ejecuta, de acuerdo con Bizquera Alcina, a través de los modelos siguientes:

El modelo clínico: efectuado por medio de la atención individualizada, basada en la entrevista personal.

El modelo de programas: concerniente a la prevención de los mismos y el desarrollo integral de la persona y,

El modelo de consulta: realizado mediante mediadores para que sean ellos los que ejecuten los programas de orientación.

Acciones de carácter preventivo: Con esta modalidad se pretende desarrollar estrategias que le permitan al participante adquirir conciencia acerca de ciertas problemáticas sociales, que sobretodo, se agudizan en la adolescencia (más no exclusivamente), dígase drogadicción, alcoholismo, sexualidad, entre otros.

Orientación profesional: Tiene como finalidad explorar y desarrollar en los estudiantes las capacidades de autonomía y voluntad de determinación, que le permita seleccionar una carrera profesional u ocupación laboral, formulándose de esta manera un proyecto de vida profesional.

Orientación personal: Tiene como propósito detectar condiciones de vida perniciosas para la actividad estudiantil (abstencionismo, falta de descanso, falta de condiciones materiales para el estudio, entre otros) o ya sea instituciones de crisis personal con repercusión en la actividad académica, abordando conjuntamente alumno-orientador-maestro y padres de familia.

Orientación social: Esta vinculada a establecer esa relación universidad-sociedad, que le permita dimensionar su actividad ya sea académica, de proyección comunitaria para lograr esa relación estrecha que se establece con todos los sectores sociales que contribuyen al mejoramiento de la calidad humana.

En definitiva, la orientación educativa se concibe como una estrategia que contribuye con la formación integral del estudiante y construcción de su proyecto de vida laboral. Por tanto, la orientación educativa debe abordar en su labor cotidiana lo relacionado con los aspectos inherentes al proceso de enseñanza-aprendizaje, también a la relación universidad sociedad, para el desarrollo integrador y transformador del individuo.

Los conceptos vertidos anteriormente, solo descansan en una orientación vinculada a la formación del futuro estudiante universitario y no de aquella gran masa que dejó de ser universitaria y de aquella otra que por diversas situaciones, no tuvo la oportunidad de estudiar en la universidad, que se encuentra en otro estatus inferior, pero que demanda de oportunidades para formar parte en el desarrollo cultural del país; a través de una institución educativa preponderante que la abra las puertas, que le de esa posibilidad del conocimiento.

Por tanto, es importante agregar que la orientación educativa vinculada a la universidad-sociedad consiste en esa relación permanente con su entorno, que sea la vanguardia de todos los procesos en la evolución del conocimiento y que le permita al individuo, independientemente de su estatus, acceder y contraproponer las mejores formas de adquisición del conocimiento en toda su dimensión, para la interacción humana y el beneficio colectivo.

Tratado lo anterior, también correspondería a este estudio agregar otros términos de importancia porque en ellos descansa, la relación estrecha que se puede establecer entre el CURC y los públicos diversos; corresponde en todo caso a la pertinencia.

La pertinencia desde la relación universidad-sociedad

De acuerdo con Aguilera (2003), **la pertinencia** se puede interpretar “ en función de su cometido y su puesto en la sociedad, de sus funciones con respecto a la enseñanza, la investigación y los servicios conexos, y de sus nexos con el mundo del trabajo en sentido amplio, con el estado y la financiación pública y sus interacciones con otros niveles y formas de educación”.

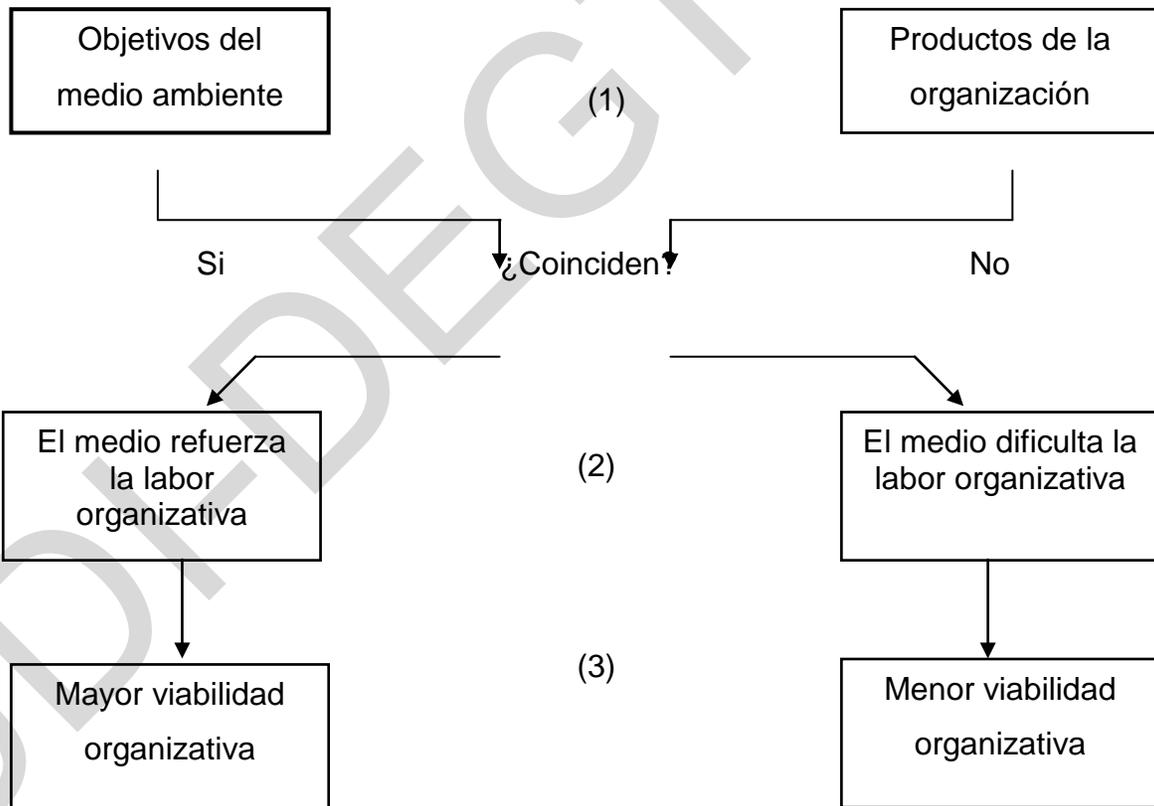
Por tanto, el autor señala conceptualmente, que es la vinculación a la necesidad de cambios en el quehacer de la vida académica, a tono con las nuevas condiciones sociales que van surgiendo en entornos cada vez más dinámicos y prácticos.

Su análisis expone, que la universidad deberá estar preparada para servir con la ciencia y la técnica más actual, en la solución de los problemas de la sociedad, capacitando al profesional de su entorno y llenando el espacio que le corresponde en la producción y transferencia del conocimiento.

En esencia, el ser humano es el “capital” de las instituciones; como tal se le debe considerar y como tal debe actuar.

Modelo de interrelaciones en los procesos de orientación educativa

La orientación es la síntesis de la interacción que el conjunto de premisas tenga con el entorno a través del proceso decisorio, condiciona la naturaleza facilitante u obstaculizante del ambiente para la implementación de las decisiones a objetivos deseados por grupos decisivos del medio, mayor será el apoyo de dicho medio para con la organización y, por lo tanto, mayores serán las probabilidades de supervivencia y desarrollo sostenido de dicha organización. Por el contrario, cuanto menos respondan los productos y servicios a objetivos deseados por el medio circundante, mayores serán las probabilidades de que este último actúe como factor obstaculizante del proceso decisorio. Por lo tanto, menores serán las probabilidades de que la organización encuentre apoyo en el medio, y las perspectivas de desarrollo tanto para el medio como para la organización tenderán a ser menores, llegando incluso a disminuir las probabilidades de supervivencia organizativa. La gráfica que sigue ilustra las interrelaciones sugeridas en este análisis.



En consideración de todo lo planteado en este enfoque, E. Ortiz plantea que, la orientación educativa tiene que ver mucho con la motivación profesional y señala que, para que exista esta última, la universidad tiene que orientar profesionalmente. La motivación profesional está influida por la realidad, en donde hay un desconocimiento, por tanto, tiene un componente cognitivo evidente, no solo afectivo.

El mismo autor señala que Carlos Marx, presentó reflexiones muy interesantes sobre la elección de la profesión, señalando que este momento es el más importante en la vida, porque se puede derivar un fracaso o una victoria. La elección de una carrera en los jóvenes, debe ser un avance de una motivación, dependiendo de las posibilidades económicas y familiares.

El autor sugiere que hay que motivar a los aspirantes universitarios, a los que estudian en la universidad y a los egresados, a través de la orientación profesional, para unos motivarlos a la elección de la carrera, para los otros, reafirmar esa elección y a los últimos, proponerles la capacitación posgraduada; en este sentido, el claustro de profesores tiene una gran responsabilidad.

Señala como ejemplos, la divulgación masiva a través de los medios de comunicación, las charlas, el encuentro de egresados, la orientación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, con la familia, entre otras; porque la orientación profesional es un elemento de proyección de la institución.

Con todo lo anteriormente expuesto se puede establecer, que este estudio tiene un **enfoque holístico**, con sentido humanista, porque permitirá que esta institución educativa pueda desentrañar de manera más amplia su quehacer dentro de un espectro social, que necesita de los atributos que posee una casa rectora de la educación superior, ya que la sociedad actual evoluciona a un ritmo sin precedentes, de forma más acentuada en el área científico-técnica, pero también en su cultura, en sus normas y valores, en su economía, en las formulas organizativas que configuran

sus instituciones, advirtiéndose la necesidad de preparar a sus individuos que la constituyen, para vivir y desarrollarse en un mundo en constante cambio.

Estudios sobre necesidades de servicios de orientación educativa

La Universidad de Educación a Distancia de Costa Rica (UNED), hasta 1987, no disponía de una estructura que permitiera la labor profesionalizante de la orientación educativa, sino que lo que se realizaba era de forma aislada; sin embargo, a raíz del interés por el área de vida estudiantil, se propone realizar un trabajo de investigación y de campo que dio como resultado, en 1994, la creación de un Programa de Orientación Estudiantil, indicando su carácter preventivo y de apoyo al estudiante, atendido por profesionales en Orientación, responsables de la planificación, diseño, ejecución y evaluación de las diferentes acciones del Programa.

Este programa tiene como objetivo fundamental favorecer la incorporación, adaptación y permanencia de los estudiantes en la institución, con el propósito de que logren el éxito académico. Como campos de acción promueve:

- a) Conocimiento y comprensión del Sistema de Educación a Distancia: sus características, sus ventajas, sus responsabilidades, para apoyar la inserción de los estudiantes al mismo.
- b) Conocimiento de las carreras: campos de acción, planes de estudio, requerimientos personales y académicos, marco laboral, entre otros; con la finalidad de apoyar el proceso de la elección de carrera y el proyecto ocupacional.
- c) Difusión de servicios y de programas que faciliten al estudiante y su permanencia en la institución y su éxito académico.
- d) Guía académica para la determinación de la carga académica, la escogencia de los cursos a matricular y el conocimiento de los procedimientos y trámites de matrícula y sus aspectos conexos.
- e) Aprendizaje y práctica de técnicas y estrategias para hacer más provechoso el estudio.

- f) Asesoramiento al personal académico para ejercer técnicamente su función orientadora.
- g) Divulgación de información institucional en lo relativo a: los procesos de admisión e ingreso, las oportunidades de estudio y los servicios estudiantiles para la atracción de estudiantes hacia la universidad.
- h) Investigación, mediante la instancia institucional existente, para contar con estudios periódicos sobre la población estudiantil: características, necesidades, problemas, rendimiento académico, deserción, grado de satisfacción en la escogencia de la carrera, entre otros, de manera que permita planteamientos sobre políticas estudiantiles y académicas (Muñoz, 1993).

La mayoría de los proyectos que se desarrollan están dirigidos prioritariamente a la población del primer ingreso, respondiendo así a las generalizaciones que plantean algunos actores como: Briokfield y otros, 1985) sobre las necesidades y condiciones de aprendizaje de los adultos en un sistema de educación a distancia. Esto plantea, que muchos de estos estudiantes inician su proceso de formación profesional carentes de las habilidades necesarias para enfrentar exitosamente los requerimientos que les plantea esta modalidad educativa como lo son “ el estudio en soledad, el manejo eficiente del tiempo y la auto dirección del aprendizaje” (Bermúdez, 1993).

Al respecto, es oportuno indicar también algunos aportes que brindan los estudiantes de la UNED y como resultado de una investigación realizada entre las cuatro universidades estatales y el instituto sobre alcoholismo y fármaco dependencia (IHAIFA), en la percibe en el sistema como un factor de riesgo, en términos de que no propicia a la interacción de los estudiantes y requieren de actividades para conocerse y compartir (Investigación, Comisión HAIFA-Universidades, 1998).

Por otra parte, se suma a lo anterior las estadísticas sobre el perfil socioeconómico de los alumnos de esa universidad, ya que la mayoría son mujeres (Anuario, 1992-1886, UNED), jefas de hogar, casadas que trabajan fuera del hogar y con diversidad de roles que desempeñar. En este sentido, autores como Briokfiel, 1985; Candy,

1991, y Paúl 1990, citados por Bermúdez 1993, señalan que este tipo de estudiante regresan al sistema educativo formal después de años sin estudiar que enfrentan dificultades para auto dirigir ese proceso educativo, desorientados, con dudas e inseguridad sobre sus destrezas y capacidades para retomar la actividad académica.

Estos aspectos son los que fundamentan y evidencian la pertinencia del Programa de Orientación Estudiantil en la UNED, con un enfoque humanista integral de apoyo al estudiante, que mediante un proceso sistemático coherente se les favorece en el desarrollo de sus habilidades, sus fortalezas y sus potencialidades.

En Honduras, la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), creó en 1959 el Departamento de Bienestar Universitario, atendiendo áreas como: Servicio social profesional, servicio de asistencia económica, servicio médico, asistencia psicológica, servicio de educación física y deporte, servicio de información y servicio de estadísticas. En 1976, se convierte en la Dirección de Servicios Estudiantiles (DISE), iniciando sus operaciones dos años después, para responder a las necesidades e intereses de los estudiantes de ese momento.

Esta Dirección inició con seis programas: Orientación Psicopedagógica, Becas y Asistencia Financiera, Salud, Servicios Complementarios, Cultura Física y Deportes y los servicios de Librería Universitaria.

Sin embargo, este modelo de servicio fue replanteado producto de evaluaciones, jornadas de trabajo, estudio de necesidades en el sector estudiantil, seminarios con las instituciones educativas del nivel superior del país; diagnósticos realizados por la UNAH, entre otros, fueron el punto de partida, para reorientar los servicios al estudiante, por uno más centrado en la formación del recurso humano mejor preparado para la vida, la convivencia y el crecimiento global, que por el planteado inicialmente que era de carácter remedial, orientado a una mínima parte de la población estudiantil y divorciado de la actividad académica. Es así como surge la Dirección de Desarrollo Estudiantil (DIDE), como se le conoce actualmente.

La DIDE aparece integrado de la manera siguiente: Área de información e investigación socioeducativa, área socioeconómica, área de orientación, y el área de salud, luego se incorporan los programas de: Información y promoción, investigación socioeducativa, asesoría para alojamiento estudiantil, asesoría académica, actividades socio-culturales y agrupaciones estudiantiles, medicina preventiva y servicios asistenciales de salud.

Lo anterior expone la creación de una Estrategia de Orientación Educativa para el Centro Universitario Regional del Centro (CURC), acorde con las posibilidades y recursos de la institución y de los requerimientos mínimos que demanda la población de la región, de una institución educativa superior.

CAPITULO II

DISEÑO METODOLOGICO

VARIABLES

Independiente: Estrategia de Orientación Educativa

Dependiente: Pertinencia del CURC

A partir del criterio de I. Vilachá, se define la **Pertinencia** como: la necesidad de cambios en el quehacer de la vida académica, a tono con las nuevas condiciones sociales que van surgiendo en entornos cada vez más dinámicos y productivos. Ello exige sin duda, una universidad replanteada desde la pertinencia.

Estructura de la variable

Para cumplir con el objetivo propuesto en la presente investigación, fue objeto de estructuración la **variable dependiente**, considerada como la pertinencia del Centro Universitario Regional del Centro. Para medir la variable dependiente se utilizaron las dimensiones siguientes: calidad académica, transparencia, oferta educativa, relación universidad-entorno; aspectos considerativos desde el punto de vista de la pertinencia, de acuerdo con I. Vilacha.

HIPÓTESIS

La aplicación de una **Estrategia de Orientación Educativa**, incrementará la pertinencia del Centro Universitario Regional del Centro.

DISEÑO METODOLÓGICO

Método

En el presente estudio de investigación se utilizaron **métodos teóricos** como el **histórico lógico y el hipotético deductivo**, utilizado el primero, para conocer teóricamente la situación del problema objeto de estudio y los reencuentros con una

nueva teoría ajustada a los momentos actuales; mientras que el método hipotético deductivo, para verificar los cambios que se pueden generar en base a la hipótesis propuesta y, lograr de esta manera, la validación y consolidación de la teoría estudiada. Estos métodos fueron la base de sustentación de este trabajo de investigación; consecuentemente se utilizaron métodos empíricos como la encuesta, la entrevista y el criterio de expertos.

La encuesta fue utilizada con estudiantes de secundaria, universitarios, egresados y profesores del Centro; en cuanto a las primeras tres muestras, se recopiló información relacionada con los niveles de conocimientos, actitudes, necesidades de información y comunicación, así como la preferencia de medios; sin embargo con la tercera muestra se abordaron aspectos relacionados con el papel de la orientación educativa de la institución y su entorno.

La entrevista, fue utilizada para recabar información de parte de los directores (as) de las instituciones educativas de secundaria con relación a la labor de orientación educativa que impulsa el Centro, en esos niveles precedentes.

El criterio de expertos, fue utilizado para la validación de contenido de la Estrategia, para lo cual se identificaron los mismos y, a través de la aplicación de la tabla sobre el criterio de experticidad, se sometió a consideración a 10 expertos, quienes ofrecieron su punto de vista científico y los cambios que se deberían incorporar a la misma.

Población y muestra

El presente trabajo de investigación es un estudio intencional, el cual se realizó en el área geográfica de la región central que comprende los departamentos de Comayagua y La Paz, sobre todo, con la muestra potencial identificada a nivel de estudiantes del último año de los institutos de la región.

La muestra estuvo representada por 132 estudiantes de los institutos: Inmaculada, Concepción, León Alvarado, Comayagua, Normal Mixta Centro América y

Comalhuacan del municipio de Comayagua; Genaro Muñoz de Siguatepeque; Lorenzo Cervantes y la Normal Guillermo Suazo Córdova de la ciudad de La paz, respectivamente; 5 directores de los institutos, 28 estudiantes universitarios, 17 egresados y 23 profesores universitarios; haciendo una muestra total de 182 entrevistados.

La elección en cuanto a los institutos de educación media se efectuó, tomando en consideración que estas instituciones, son las que más generan estudiantes para el CURC, por lo que podrían tener un mejor criterio sobre el tema en cuestión.

Como es un problema de carácter práctico, los informantes se seleccionarán de manera intencional, haciendo énfasis en una muestra más cualitativa y cuantitativa en menor grado, por la diversidad de criterios que podrían existir con respecto al objeto de estudio.

Técnicas para la recolección de datos

Como es una investigación rápida, empírica-analítica y con estratos distintos pero relacionados, los instrumentos se diseñaron de acuerdo con cada uno de los segmentos poblacionales, debido a que las percepciones y los niveles de experiencia son totalmente diferentes, a excepción del cuestionario Anexo No 1, que fue aplicado a los estudiantes de secundaria y de la universidad.

Prueba del cuestionario

Una vez elaboradas las propuestas de cuestionarios, se procedió a sus validaciones, con el propósito de determinar su validez, confiabilidad y simplicidad, antes de someter los instrumentos a la muestra identificada.

De acuerdo con esta prueba de validación, se hicieron los ajustes pertinentes, con la finalidad de que el instrumento comprendiera los requerimientos necesarios para recoger la información pretendida dentro del estudio.

ANÁLISIS E INPERPRETACION DE DATOS

A esta parte del estudio corresponde el análisis situacional de las características de la población objeto de estudio, así como la interpretación de los hechos.

ESTUDIANTES DE SECUNDARIA.

Ubicación geográfica del Centro Universitario Regional del Centro.

De acuerdo con la versión de los entrevistados el 48 % manifestó que el Centro Universitario Regional del Centro se encuentra ubicado en El Edén, Comayagua, que corresponde a la verificación de lo investigado; Sin embargo, el 32 % expresó que se localiza en la ciudad de Comayagua.

De igual manera, aparecen otros porcentajes significativos, para el caso, un 10 % no contestó y un 4 %, no sabe. Ver Anexo 7. Tabla 1. Gráfico 1.

Lo anterior deja de manifiesto, que si se hace una relación con los que conocen su ubicación y los últimos resultados, se manifiesta que existe la necesidad de orientar al estrato para lograr el reconocimiento de la institución con las audiencias potenciales.

Quehacer del Centro Universitario Regional del Centro

Sobre el quehacer del Centro Universitario Regional del Centro, el 59 % de los entrevistados manifestaron que esta institución se dedica a formar profesionales y el 24 %, no contestó; Sin embargo, aparecen otros valores como el 10 % que expresó que se dedica a formar valores, un 3 % a abrir oportunidades y un 4 %, no sabe. Ver Anexo 7. Tabla 2. Gráfico 2.

Según lo vertido, se puede interpretar que el criterio que se tiene al respecto es válido en cierta medida, porque expresaron entre otras respuestas: abrir otras oportunidades profesionales y culminar estudios superiores para contribuir con el desarrollo nacional.

Oferta educativa del Centro Universitario Regional del Centro

En cuanto a la oferta educativa, la mayoría tiene conocimiento sobre la oferta educativa del Centro. Un 24 % se refirió a la carrera de Administración de Empresas; 22 %, Comercio Internacional; 14 %, Periodismo; 13 %, Ingeniería Agroindustrial; 11 %, Tecnología de Alimentos y luego aparece un 2 % que hace referencia a la carrera de Enfermería. De otro modo, señalan otras carreras que no se ofrecen en la institución. Ver Anexo 7. Tabla 3. Gráfico 3.

A pesar que existen porcentajes referidos a seis de las siete carreras que se ofrecen en la institución, no hay un real conocimiento de la oferta educativa, porque los resultados encontrados muestran diferencias entre una y otra carrera; por tanto, existe la necesidad de ofertar de manera más sistemática cada una de las carreras que se imparten.

Conocimiento sobre los postgrados que se imparten

El 61 % de los informantes mencionó que no tienen conocimiento acerca de los postgrados que se imparten en el CURC; de igual forma, existe un 30 % que no se refirió al tema, mientras un 2 % mencionó la maestría de Administración de Empresas. Ver Anexo 7. Tabla 4. Gráfico 4.

Por otro lado, existe otro segmento que se refirió a otras especialidades tales como: Comercio Internacional, Matemáticas y Ciencias Sociales, áreas que no son objeto de tratamiento en la institución; lo que demuestra que la población estudiantil desconoce otros niveles de formación superior que existen en el Centro Universitario Regional del Centro.

Número de graduaciones

Del total de entrevistados, el 80 % no sabe nada sobre la cantidad de graduaciones que ha realizado el CURC y un 16 %, no contestó. Ver Anexo 7. Tabla 5. Gráfico 5.

Lo anterior demuestra la falta de conocimiento que tienen estos grupos sobre actividades trascendentales de la vida de la institución Hasta el momento de

adelantar la presente investigación, el Centro Universitario Regional del Centro, desde su fundación ha promovido seis graduaciones.

Información recibida

Otro de los aspectos de tratamiento en este estudio es lo relacionado a la recepción de información por parte de los informantes, sobre este particular, el 34 % ha recibido información una vez; 30 %, más de una vez y un 29 %, nunca. Ver Anexo 7. Tabla 6. Gráfico 6.

De lo anterior se deduce, que la mayor parte de los entrevistados han recibido información del CURC. Según se pudo constatar con los mismos entrevistados, la información que se les ha hecho llegar ha sido a través de diversas fuentes, pero que no están estrechamente vinculadas con la institución; otras de las formas, ha sido mediante los medios de comunicación. Concluyen expresando que no ha sido una labor de carácter institucional.

Disponibilidad de recibir información

El 97 % de los informantes es del criterio que les gustaría recibir información y un 3 %, su respuesta fue negativo, debido a que no tienen ningún interés por estudiar en el Centro Universitario. Ver Anexo 7. Tabla 7. Gráfico 7.

En consecuencia, se puede analizar que éstos estratos poblacionales, demandan de información de la institución para conocer más de su quehacer educativo superior.

Preferencias de información

Al profundizar sobre las preferencias de información, el 22 % prefiere información acerca de las ofertas de las carreras; 21 % sobre los planes de estudio; 21 % relacionado con el calendario de matrículas; 20 % sobre requisitos de ingreso y un 11 %, referido a la labor del CURC. Ver Anexo 7. Tabla 8. Gráfico 8.

Tal parece indicar que existe un marcado interés por información de carácter general y que se considera, según los encuestados, la parte fundamental para poder establecer ese primer acercamiento con la institución. A criterio de los entrevistados,

esta información debe estar disponible a inicio de su último año académico, porque les permite con mucha antelación, determinar sus preferencias y familiarizarse con los procesos a seguir para su incorporación a la universidad.

Preferencias de medios para recibir información

Consultados sobre la preferencia de medios para la recepción de información, el 27 %, prefiere a través de material impreso, como: folletos, revistas, desplegados, entre otros; 17 %, televisión; 12 %, periódicos y 11 %, para cada uno de los medios siguientes: Radio, conferencias y reuniones; y un pequeño porcentaje determinado por el correo electrónico. Ver Anexo 7. Tabla 9. Gráfico 9.

La accesibilidad a los medios es uno de los factores determinantes debido a que la totalidad de la población está en una edad apta para la sintonía de estos medios debido a la etapa de su juventud y lo otro por la ventajas que en este caso relegan los mismos.

Periodicidad para recibir información

De acuerdo con los períodos de tiempo para recibir información del Centro Universitario Regional del Centro, el 37 %, mencionó que le gustaría recibir información semanalmente; 25 %, mensualmente; 22 %, diariamente y un 16 %, quincenalmente. Ver Anexo 7. Tabla 10. Gráfico 10.

La determinación de los períodos de tiempos obedece, al escaso contacto comunicativo que existe; por tanto, sus potenciales audiencias se mantienen al margen de lo que demandan de su futura institución educativa; ello puede provocar la necesidad de la exigencia constante de información, para satisfacer sus necesidades de conocimiento. Esto ocurre porque su próximo paso es enfrentarse con el nivel superior, por tanto, necesitan estar preparados para encontrarse con un nuevo camino en su proceso formativo.

Preferencias sobre radioemisoras locales

El 31 %, prefiere FM. 104; 26 %, Radio Comayagua 90.3, mientras que el 14 %, Radio Metrópolis y un 20 %, otras. Ver Anexo 7. Tabla 11. Gráfico 11.

La determinación sobre la elección de la emisora, obedece a que si se pretende hacer orientación a través de los medios, conviene conocer las preferencias de los públicos, en este sentido, conviene precisar sobre la radio para que los mensajes a difundir, tengan el impacto necesario en las audiencias. El caso particular, en donde la mayoría de los jóvenes eligen FM. 104, como la emisora preferida, responde a las características de identificación que este canal muestra con la juventud.

Preferencias sobre los canales de televisión

En cuanto a los canales de televisión local, la mayoría prefiere Canal 55, representado por un 43 %; Canal 22, con 22 %; considerados como los de mayor preferencia en la zona central; Sin embargo, una pequeña porción mostró interés por Canal 40, con un 17 % y Canal 34, con un 16 % y una mínima parte, no contestó. . Ver Anexo 7. Tabla 12. Gráfico 12.

Al igual que la radio se puede decir, que el Canal de televisión 55 es de su preferencia debido a que la mayor parte de su programación está relacionada con programas dirigidos estrictamente a la juventud, en comparación con las otras estaciones televisoras cuyas programaciones son variadas.

ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Ubicación geográfica

Con respecto a los estudiantes universitarios y sobre la base de la misma interrogante aplicada al nivel medio sobre la ubicación del Centro Universitario Regional del Centro, el 43 %, contestó que se encuentra en el Edén, Comayagua; 21 %, en la Escuela Normal; 32 %, en Comayagua y un 4 %, no contestó. Ver Anexo 7. Tabla 13. Gráfico 13.

En los dos primeros casos se acierta, uno porque se responde al sector de ubicación y el otro porque se define específicamente el local donde funciona el Centro Universitario; Sin embargo, los últimos dos resultados son preocupantes debido a que a pesar de ser una población estudiantil que pertenece a la misma institución, no tiene conocimiento sobre el centro de operación de esta institución educativa, lo que

indica que existe la necesidad de proponer esta academia de la enseñanza de manera más acertada a sus públicos.

Quehacer del Centro Universitario Regional del Centro

De acuerdo con el papel de esta institución, el 78 % de los entrevistados señaló que el Centro Universitario Regional del Centro se dedica a formar profesionales y un 18 %, a la educación superior; mientras tanto un 4 %, no sabe. Ver Anexo 7. Tabla 14. Gráfico 14.

Básicamente se puede señalar que la mayoría tiene conocimiento sobre la labor del Centro; no obstante, una pequeña parte de los entrevistados demuestra que no sabe, situación que se debe tomar en consideración, porque a nivel institucional no se justifica que sus públicos desconozca el quehacer de la institución.

Cantidad de graduados

El 60 % de los estudiantes universitarios no sabe sobre la cantidad de graduados que ha tenido el Centro Universitario; mientras tanto, un 32 %, no contestó; 4 %, dijo que 150 graduados y otro 4 %, estimó más de 300. Ver Anexo 7. Tabla 15. Gráfico 15.

Realmente existe un total desconocimiento sobre el número de egresados de la institución. Hasta el momento de realizar el presente estudio, habían recibido su título universitario 179 personas; en consecuencia, se deduce que la información que se genera al interior de la institución no se reproduce o simplemente no circula. Lo anterior evidencia una deficiencia en la comunicación interna.

Conocimiento sobre los Postgrados que se imparten en el CURC

El 43 % de los estudiantes universitarios no tiene conocimiento sobre los Post Grados que se imparten en el CURC; 32 %, mencionó Administración de Empresas; 21 %, Educación Superior y un 4 %, no contestó. Ver Anexo 7. Tabla 16. Gráfico 16.

Los datos anteriormente señalados, demuestran que existe un total desconocimiento por parte de los estudiantes, sobre los niveles académicos superiores que se imparten en el CURC. De igual manera, existe un pequeño porcentaje que no contestó, pero que es muy significativo, porque se evidencia que existe un desconocimiento en el desempeño de la institución.

Información recibida por parte de los estudiantes universitarios

Un dato curioso y que a la vez se constituye en otro elemento importante es que el 29 por ciento de los estudiantes universitarios nunca han recibido información del Centro; para otros una vez, 28 %; más de una vez, 25 % y constantemente un 18%. Ver Anexo 7. Tabla 17. Gráfico 17.

Esta situación se presenta, debido a que la información que se genera en el Centro, no se da a conocer de manera sistemática sino que se trata de esfuerzos aislados como para el caso, cuando se acerca el período de matrículas, mediante el uso de carteles y de algunos anuncios publicitarios a través de la radio y la televisión. Esto demuestra que no hay una divulgación sistemática de información, que sea el alimento diario para la actualización y el conocimiento de las personas; de otro modo lo que se manifiesta es una mala relación en este sentido.

Disponibilidad para recibir información

A criterio de los entrevistados existe una alta disponibilidad en recibir información, 96 %; no así un 4 %, se mostró indispuesto. Ver Anexo 7. Tabla 18. Gráfico 18.

Este dato podría tener relación con aquellas personas que solamente cursan las materias generales para trasladarse o bien a la misma institución a nivel central, o a otras instituciones superiores del nivel privado, para continuar estudios en otras carreras de su preferencia.

Preferencias sobre información

El 64 % de los informantes prefieren información relacionada con planes de estudio de las carreras, requisitos de admisión, calendario de matrícula y sobre el perfil de los egresados; entre tanto, un 11 %, prefiere sobre la proyección del CURC; otro 11

%, sobre las leyes y reglamentos de la institución; y una pequeña parte sobre el plan de desarrollo y resultados de investigación, representado por un 7 %, para cada preferencia. Ver Anexo 7. Tabla 19. Gráfico 19.

El primer dato es altamente significativo debido a que dentro de las preferencias son las más identificadas, debido a que son parte de los primeros trámites que tiene que cumplir todo estudiante universitario; en consecuencia, existe esta fuerte inclinación por considerársele como la parte más fundamental para formar parte del sistema superior; de ahí que aparecen otras preferencias motivadas por el interés mismo de pertenecer a la institución.

Preferencias de medios para recibir información del CURC

Del total de encuestados, el 39 %, desea recibir información a través de folletos, revistas, despleables, murales, reuniones y conferencias; 21 %, por medio de la televisión; 18 %, periódicos; 11 %, radio y un 11 %, correo electrónico. Ver Anexo 7. Tabla 20. Gráfico 20.

Los datos anteriores dejan en evidencia la necesidad de que el Centro Universitario debe utilizar diferentes medios para establecer esa comunicación con su público y, de esta manera, poner a su disposición todo tipo de información de interés facilitándosela a través de diferentes medios.

Se puede destacar que este tipo de público ya está haciendo uso de la tecnología, en este caso, del Internet; por tanto, deberá utilizar estos servicios para eficientar su labor comunicativa.

Entre las cosas interesantes que mencionan los entrevistados son los murales, las reuniones que podrían ser informativas y las conferencias, porque en este tipo de tareas muy poco se hace al respecto.

Periodicidad para recibir información

La mayoría de los estudiantes universitarios prefieren recibir información semanal, 54 %; quincenal, 18 %; mensual, 18 % y diaria, 14 %. Ver Anexo 7. Tabla 21. Gráfico 21.

Como no existe un canal de comunicación permanente, la exigencia de los entrevistados es acentuada, debido a que esto genera desinformación, consecuentemente, no puede haber una orientación adecuada a sus necesidades relativas a la institución a la cual pertenecen.

Acceso a medios de comunicación

De los cuatro medios de mayor importancia, la televisión y los periódicos son los de mayor accesibilidad para los entrevistados, con un 28 %, por cada uno; la radio, 18 %; correo electrónico, 7 %; revistas, 7 % y una mínima parte, cine; la diferencia de los entrevistados accesan a otros medios y otros, no contestaron. Ver Anexo 7. Tabla 22. Gráfico 22.

Preferencia de radioemisoras locales

De acuerdo con la preferencia de emisoras locales, el 35 % de los entrevistados prefieren FM. 104; Radio Metrópolis, 29 %; Radio Comayagua, 90.3, 25 %; otras 7 % e Impacto, 4 %. Ver Anexo 7. Tabla 23. Gráfico 23.

Preferencia de canales locales de televisión

En cuanto a los canales de televisión local el 35 % de los informantes prefiere Canal 55; 29 %, Canal 22; 25 %, Canal 40 y el 11 %, Canal 34. Ver Anexo 7. Tabla 24. Gráfico 24.

Preferencia de los periódicos de circulación nacional

El 39 %, prefiere La Prensa; 25 %, El Herald; 21 %, La Tribuna; 11 %, El Tiempo y 4 %, Tiempos del Mundo. Ver Anexo 7. Tabla 25. Gráfico 25.

Lo anterior ha sido tomado en consideración, porque se partió de la idea de que eventualmente el Centro Universitario realiza publicaciones en los diarios, a través de notas informativas, para lo cual es necesario conocer la preferencia de los estudiantes en este sentido. Además, a nivel de las asignaturas se les asigna tareas de consulta, por lo que es necesario conocer sus preferencias a nivel de estos medios para hacer más posible la comunicación.

EGRESADOS

Conocimiento sobre los Post Grados que se imparten en el CURC

El 56 % de los egresados, tiene conocimiento sobre la impartición de la Maestría de Administración de Empresas; 35 %, sobre la Maestría de Educación Superior y un 12 %, desconoce. Ver Anexo 7. Tabla 26. Gráfico 26.

Se puede considerar que la mayoría de la población entrevistada, se refirió a la Maestría de Administración de Empresas en comparación con la de Educación Superior, a nivel porcentual; Sin embargo, existe un pequeño porcentaje que desconoce la existencia de Post Grados en el Centro Universitario. A pesar de los niveles porcentuales establecidos, se puede deducir que hace falta más conocimiento por parte de los egresados sobre la oferta educativa que puede ofrecer el CURC, a estos niveles.

Debilidades del CURC

Una de las mayores debilidades que tiene el CURC, según los entrevistados, es la falta de promoción, 41 %; falta de seguimiento a los egresados, 29 %; poca oferta de carreras, 18 % y otras el 12 %. Ver Anexo 7. Tabla 27. Gráfico 27.

Es importante señalar que el nivel promocional del Centro es escaso y, sobre todo, para este tipo de población con la cual no tiene ninguna relación.

La mayoría de los informantes muestran disponibilidad para recibir información del Centro Universitario; sin embargo, existe un porcentaje considerable que no contestaron y que otro no está disponible, lo cual deja como evidencia, el escaso acercamiento entre la institución y sus públicos, lo que genera el desinterés por parte de los entrevistados. En este sentido, habrá que buscar el vínculo ideal para mantener esa relación estrecha, porque la vida universitaria no concluye con la culminación de la carrera, sino que continúa con la formación postgraduada.

Información recibida del CURC

El 65% de los entrevistados nunca han recibido información del Centro Universitario Regional del Centro; 29 %, algunas veces y el 6 %, no contestó. Ver anexo 7. Tabla 28. Gráfico 28.

Lo anterior demuestra que esta institución no está proveyendo la información necesaria a su público potencial, por lo que existe un débil conocimiento hacia la misma, por lo que es imperante la necesidad de mejorar y ampliar los niveles de información.

Disponibilidad para recibir información del CURC

La mayoría de la población representada por un 64 %, está disponible para recibir información del CURC; sin embargo, el 12 % dijo no estar disponible y el 24 %, no contestó. Ver Anexo 7. Tabla 29. Gráfico 29.

Los últimos datos son el resultado, de que muchos se incorporarán a otras instituciones de educación superior, mientras que a otros no les interesa la oferta educativa.

Preferencias de información del Centro Universitario

Del total de egresados, el 40 %, que prefiere recibir información sobre temas como: logros obtenidos por la institución, sobre nuevas carreras, proyección social y sobre oportunidades de trabajo que esta institución puede canalizar.

El 24 %, se refirió a los Post Grados; 18 %, se refirió a las capacitaciones; 12 %, a bibliografía nueva y un 6 %, a los diplomados. Ver Anexo 7. Tabla 30. Gráfico 30.

A pesar de que la gran mayoría expresó sus preferencias por asuntos relacionados con la actividad institucional y no estrictamente a actividades de orden académico, se puede determinar que existe un interés y preocupación por parte de los egresados de mantener ese acercamiento con la institución; Sin embargo, los demás porcentajes mostrados demuestran también que existe el interés por el conocimiento sobre

tareas relacionadas con la formación académica y otro porcentaje por la bibliografía nueva que pueda disponer el Centro.

Preferencia de medios para recibir información del Centro Universitario

La mayor parte de los egresados prefiere recibir información del Centro, a través del correo electrónico, 28 %; reuniones, 18 %; radio, 12 %; periódico, 12 %; otros, 12 %, que corresponde a murales, desplegados y folletos. Además, otro 12 % considera que a través de revistas y un 6 %, por medio de la televisión. Ver Anexo 7. Tabla 31. Gráfico 31.

Como se puede analizar, gran parte de los egresados prefieren recibir información del CURC, a través del correo electrónico, dado a que la disponibilidad de tiempo con que cuentan es más accesible a este tipo de medio está; esto es un buen indicador porque se deduce que la mayoría hace uso de la tecnología. Por el contrario, otros prefieren las reuniones, dato de importancia para provocar ese acercamiento más estrecho entre la institución y sus egresados. De igual manera, aparecen otros datos de importancia, para que el Centro pueda hacer la combinación de medios, para establecer ese contacto con esta población.

Periodicidad para recibir información del CURC

La mayoría de los entrevistados, o sea el 52 %, prefiere hacerlo mensualmente; un 24 %, trimestralmente; 12 %, quincenalmente y otro 12 %, semestralmente. Ver Anexo 7. Tabla 32. Gráfico 32.

Disponibilidad de los egresados de continuarse preparando en el CURC

El 100 %, afirmaron su disponibilidad de continuarse preparando en el Centro Universitario. Ver Anexo 7. Tabla 33. Gráfico 33.

De acuerdo con comentarios de la mayoría de los egresados, pareciera que el Centro Universitario ya cumplió con su responsabilidad al graduarlos y que no existe ninguna posibilidad de poderles ofrecer otras oportunidades de superación para

poder ingresar con otras posibilidades al mercado laboral. Por tanto, son del criterio, que solo esta institución es la única que les puede dar la posibilidad de superación.

Tipo de formación que pueden recibir los egresados por parte del CURC.

El 36 %, manifestó que a través de Post Grados; 35 %, por medio de cursos, talleres y conferencias y, otros, mediante diplomados. Ver Anexo 7. Tabla 34. Gráfico 34.

Aquí no se definió sobre las condiciones de estudio, sino que lo que interesaba era conocer sus intenciones.

Acercamientos con el CURC

El 53 % de los encuestados señalan que nunca han tenido un acercamiento con la institución; sin embargo, el 47 % indicó que de una u otra forma ha estado vinculado con el CURC, pero de manera eventual. Ver Anexo 7. Tabla 35. Gráfico 35.

PROFESORES UNIVERSITARIOS

Conocimiento sobre algunas actividades de orientación educativa que realiza el CURC

El 76 % de los profesores universitarios son del criterio que el Centro Universitario Regional del Centro, sí realiza actividades de orientación educativa y, un 24 %, señaló que no. Ver Anexo 7. Tabla 36. Gráfico 36.

De acuerdo con los datos mostrados anteriormente y según el criterio de los consultados, la actividad de orientación educativa se realiza más que todo, a través de actividades de promoción, divulgación de información y por medio de conferencias. De otra forma, cuando los estudiantes llegan a la universidad, a través de los cursos introductorios y en el salón de clases; pero que no existe algo de manera sistematizada o con las instrucciones adecuadas. Con respecto a los estudiantes de secundaria, son tareas eventuales.

Por el contrario, existe un pequeño porcentaje de los profesores que no tiene conocimiento sobre las acciones de orientación educativa que realiza el Centro. De acuerdo con el punto de vista de estos últimos, lo que realmente se hace es un poco de promoción pero sin ningún fundamento.

Áreas en donde se realizan actividades de orientación educativa

Al respecto, se encontró que el 38 por ciento lo hace a través de la docencia; un 24 %, por medio de Post Grados; 14 %, mediante la extensión; 14 %, con la divulgación de información y un 10 por ciento, sobre la base de la investigación. Ver Anexo 7. Tabla 37. Gráfico 37.

Con lo anterior se reafirma, que el trabajo de orientación educativa se realiza, en cierta medida en el salón de clases, pero no con la claridad y criterios de la misma. Igual corresponde a los demás datos que se presentan.

Tipo de Orientación que debe realizar el CURC con estudiantes de secundaria

De acuerdo con lo consultado y entre los datos más relevantes, el 28 % consideró una orientación institucional, el 24 % una orientación profesional, el 14 % una orientación de tipo social; por el contrario, un 14 % consideró que ninguna porque son los niveles anteriores los que deben hacer la gestión a la institución para realizar este tipo de conocimientos. Ver Anexo 7. Tabla 38. Gráfico 38.

Tipo de Orientación que debe realizar el CURC con estudiantes universitarios

El 24 % de los entrevistados consideró la orientación social; dos datos coincidentes con un 19 % con la orientación institucional y personal; mientras que un 14 % la orientación profesional y otro 14 %, la orientación psicopedagógica. El 5 % aduce que no es necesario, porque ya están incorporados al sistema universitario; entre tanto, otro 5 %, no sabe. Ver Anexo 7. Tabla 39. Gráfico 39.

Existe una amplia consideración de los entrevistados, en el sentido de que impera la necesidad de brindar orientación en los estudiantes de la institución, debido a que esta actividad, es una tarea de acompañamiento durante todo el proceso formativo superior.

Actividades de orientación que puede realizar el CURC con los egresados

Al consultárseles sobre este particular, el 66 %, planteó la necesidad de formar la asociación de egresados; 24 %, capacitación posgraduada; 5 %, a través de la

orientación psicopedagógica y un 5 %, mediante el vínculo con el entorno. Ver Anexo 7. Tabla 40. Gráfico 40.

La mayoría expresó la necesidad de la formación de la asociación de egresados, porque son del criterio que en estos niveles es que se puede determinar cuales son las necesidades más sentidas a nivel de formación y que criterios se deben establecer para el funcionamiento de la misma y las responsabilidades que se tienen que compartir con la universidad. Además señalaron, que esta forma de agrupación contribuiría a que la universidad, demuestre su papel protagónico en el entorno.

Conocimiento sobre un mecanismo que fundamente la orientación educativa del Centro

El 57 % de los informantes señaló que desconoce si el Centro dispone de un mecanismo que fundamente la orientación educativa; 24 %, no contestó y un 19 %, que si conoce. Ver Anexo 7. Tabla 41. Gráfico 41.

De lo anterior se puede deducir que la mayoría de los profesores universitarios desconocen que exista un mecanismo que fundamente la orientación educativa del Centro, lo que evidencia la necesidad de generar un mecanismo que por una parte, determine las áreas de orientación que debe abordar el Centro Universitario y, por otra, las acciones a seguir.

Acciones que debe emprender el Centro Universitario en la orientación educativa con estudiantes de Secundaria

Del total de los entrevistados, el 28 %, mencionó que se deben realizar acciones de promoción; 24 %, pruebas vocacionales; 19 %, visitas; 14 %, acercamiento entre profesores; 10 %, brindar capacitaciones y un 5 %, orientación personal y social. Ver Anexo 7. Tabla 42. Gráfico 42.

A criterio de los encuestados, la mayor parte expresaron que se deben realizar actividades de promoción, como una acción inicial; de otro modo, se refieren a pruebas vocacionales.

En definitiva y con todos los argumentos presentados anteriormente, se puede determinar que la orientación educativa constituye un mecanismo fundamental para las diferentes actividades que pueda impulsar la institución, con este segmento poblacional y potencial del Centro Universitario.

Acciones que debe emprender el Centro Universitario en la orientación educativa con estudiantes universitarios

El 48 %, prefiere que se realicen actividades de promoción; no así el 38 %, pruebas vocacionales y un 14 %, orientación psicopedagógica. Ver Anexo 7. Tabla 43. Gráfico 43.

Es decir, que a nivel interno, según los entrevistados, también se demanda la necesidad de establecer actividades de promoción, para mejorar los niveles de relación entre la institución y sus estudiantes. Consecuentemente, aparece un porcentaje también significativo que se deben realizar pruebas vocacionales, por el motivo que aunque los estudiantes ya estén integrados al sistema universitario, éstos todavía no han definido su vocación y que por tanto durante el curso del plan de estudios generales se pueden considerar tales pruebas para determinar sus preferencias y aspiraciones profesionales.

En cuanto a la orientación psicopedagógica esta se debe realizar en cualquier ambiente universitario.

ENTREVISTAS CON LOS DIRECTORES DE LOS INSTITUTOS DE SECUNDARIA

De acuerdo con lo manifestado por los directores de las cuatro instituciones de secundaria consultadas, el 100 % coinciden, que el Centro Universitario Regional del Centro, no mantiene ningún vínculo estrecho con estas instituciones y que la escasa relación que se ha originado ha sido a través de algunos intercambios de tipo cultural especialmente con el Departamento de Letras de esta institución. Ver Anexo 7. Tabla 44. Gráfico 44

Lo anterior deja en evidencia que no existe ese vínculo entre los niveles anteriores y el Centro Universitario Regional del Centro, lo que pone de manifiesto que es necesario y urgente desarrollar un trabajo que permita esa vinculación con todas las instituciones educativas secundarias, a efecto de brindar un servicio profesionalizado en el área de la orientación educativa.

Consultados sobre algún tipo de labor de orientación educativa que haya realizado el CURC en esos niveles, el 100 % de los entrevistados manifestó que jamás se ha realizado, a excepción de una visita que hicieron estudiantes de la carrera de Comercio Internacional, pero que no corresponde a un trabajo sistemático de orientación educativa, bajo lineamientos establecidos por la institución. Ver Anexo 7. Tabla 45. Gráfico 45.

El 100% de los entrevistados manifestaron que no tienen conocimiento si el Centro Universitario Regional del Centro, dispone dentro de su estructura organizativa, de una instancia responsable de la actividad de orientación educativa; Sin embargo, todos coinciden al recomendar que esta institución debe disponer de un Departamento de Orientación Educativa, que estratégicamente responda a acciones de mercadeo y a otras tareas que corresponden a la orientación educativa como la orientación personal, profesional, social y psicopedagógica, que sea contribuyente a los deseos y aspiraciones de los estudiantes de secundaria. Ver Anexo 7. Tabla 46. Gráfico 46.

Además agregaron, que es uno de los problemas mayores que enfrentan, debido a que no existe una conexión entre el CURC y los institutos, por lo que los estudiantes enfrentan una dificultad muy seria al momento de ingresar a la universidad.

CONCLUSIONES

Después de la realización y el análisis cuidadoso del presente estudio de investigación, se concluye en lo siguiente:

El Centro Universitario Regional del Centro demandaba del diseño y aplicación de una Estrategia de Orientación Educativa, en la que se propusiese, el desarrollo de acciones de orientación para estudiantes de secundaria, universitarios y egresados, como parte de su responsabilidad académica.

La elaboración de la estrategia ha permitido la estructuración de una instancia responsable de la orientación educativa, la identificación de los responsables, así como las acciones a desarrollar, para poder ejecutar un programa que científicamente ha sido validado para su puesta en marcha.

Queda demostrada científicamente la hipótesis propuesta, en el sentido de que se incrementará la pertinencia de la institución, ejecutando todo lo propuesto en la estrategia; por tanto, a partir de este momento, el CURC dispone de un documento debidamente respaldado por expertos en la ejecución de este tipo de tareas.

La diversidad de tareas proponentes servirá para encausar un verdadero proceso de orientación educativa, que permitirá medir el impacto de la institución en materia de orientación educativa y los resultados de pertinencia trazados por la misma, a través de este nuevo modelo operativo.

RECOMENDACIONES

Socializar la Estrategia de Orientación Educativa mediante un evento de carácter científico, que involucre a las máximas autoridades de la institución, el claustro de profesores, directores de las instituciones educativas del nivel secundario y la sociedad en general, con la intencionalidad de que conozcan los resultados del trabajo de investigación, la propuesta metodológica de la estrategia y las diferentes acciones que se deben desarrollar, como una nueva modalidad creada por la institución, dentro del proceso de participación social.

Las autoridades de la institución deberán autorizar la aplicación inmediata de la estrategia, para comenzar con un nuevo proceso que le permita a la institución, incorporarse en estos espacios, a través de un esquema que es producto de un trabajo de carácter científico.

Capacitar a los docentes y a los estudiantes involucrados, para poder ejecutar la estrategia y continuar constatando la pertinencia, y su validez de ejecución.

Realizar otro estudio similar al presente, después del tiempo de ejecución de la presente estrategia, que permita reflejar el grado de pertinencia que el CURC ha logrado con este nuevo enfoque institucional, así como, realizar los cambios necesarios que permitan reorientar el proceso, si fuese necesario.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aguilera García O. (2003). Tendencias Actuales de la Educación Superior.
2. Arguedas Ramírez L. y Jiménez Seguía F. Memoria X Congreso Internacional de Tecnología y Educación a Distancia. UNED, Costa Rica.
3. Anzola Sérvulo. (2004). Conferencia Espíritu Emprendedor y Liderazgo en la Educación. Universidad Tecnológica (UNITEC). La prensa, 18 de junio de 2004.
4. Branger Adriana. Vinculación de la Universidad-sociedad, a través de la pertinencia. Revista Informativa de la Educación Superior. Vol.XXXII. Edición, julio de 2003. <http://www.analítica.com/archivo/> 20/abril/2005
5. Boletín Informativo UNAM. Iztacala. Edición, Mayo 2000, No. 140-141. <http://les.wrs.yahoo.com/>. 01/abril 2005.
6. Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa. El Torrelaguna, 58. 28027 Madrid. Email: correo@cnice.mecd.es
7. Cisneros Lidia (2003). Unidad de Innovación Curricular. Universidad de Guadalajara. México.
8. Correa J. Miguel Ángel. La Administración de la Vinculación. Edición SEP-IPN. Tomo I, pag 32. 2003.<http://www.ucol.mx/acerca/coordinaciones/cgu/index.htm/> 20/abril/2005
9. Díaz Sevilla L. (1999). Congreso de Orientación Educativa. Universidad de Guadalajara, México. Gaceta Universitaria.

10. Documento (1986). Proyecto de la Organización y Funcionamiento de la Dirección de Desarrollo Estudiantil de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH).
11. Dolors Baena M. (1999). El papel de la Educación Superior en el crecimiento y desarrollo de los países Iberoamericanos. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona.
12. Gaceta Universitaria (2003). Universidad de Guadalajara, México.
13. Gómez V. Manuel. El problema de la pertinencia en la Educación Superior Pública. <http://www.edu.cu/^viceac/htm.26/abril/2005>
14. Isla I. I. (2003). Lecturas sobre Universidad Sociedad.
15. Márquez Ibarra L. (2003). La Orientación Educativa y la Tutoría: Alternativas para el estudiante ITSON. Artículo científico. Perspectiva Universitaria, página 9. México.
16. Malagón L. Alberto. Revista de la Educación Superior. Vol. XXXIII. Julio-Septiembre 2003. [Cadel1948@yahoo.com/](mailto:Cadel1948@yahoo.com) 20/abril/2005
17. Monescillo Palomo M. Y Aguaded Gómez J. I. (1998). Orientación Educativa y Medios de Comunicación. Boletín informativo No 150. Universidad de Huelva, Barcelona, España.
18. Montero Fernández M. y A. León J. (2003). El Concepto de Estrategia: Dificultades de definición e implicaciones psicopedagógicas. Universidades Extremadura y Autónoma de Madrid.

19. Martín S. Elvira. La pertinencia en el acceso a la educación Cubana. Revista Universidades Cubanas. <http://www.unam.mx/udual/publicaciones/sabina.htm/20/abril/2005>
20. Ortiz Torres E. y Mariño Sánchez M.A. (2003). Problemas Contemporáneos de la Didáctica de la Educación Superior.
21. Ortiz Torres E. (2004). Lecturas sobre Psicología de la Personalidad.
22. Quintina Martín. Moreno Cerrillo. (1992). Organizaciones Educativas. Universidad de Educación a Distancia. Madrid.
23. Repetto T. Elvira. Historia de la Orientación Educativa. <http://www.uned.es/edu.16/sep/2005>
24. Rimada Peña, Belarmino. (1994). Manual de Orientación Profesional Universitaria: guía del docente. México.
25. Salinas Alberto. (1975). La Reforma Administrativa. Fondo de Cultura Económica. México.
26. Tomes A. F. Stongr. R. Edward Freeman. (1958) Administración. Sexta Edición.

ANEXOS

ANEXO # 1**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS****Centro Universitario Regional del Centro****UNAH – CURC**

Diagnóstico sobre niveles de conocimiento, actitudes, y necesidades de información y comunicación acerca de la naturaleza, organización y funcionamiento del Centro Universitario Regional del Centro (CURC), por parte de la población beneficiaria de su oferta educativa.

ENCUESTA PARA ESTUDIANTES DE SECUNDARIA**CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Sexo: M ___ F ___ Edad _____ Año Académico _____

Domicilio _____

Institución educativa _____

1. ¿Dónde funciona el CURC ?

- a) En el Edén _____
- b) En Comayagua _____
- c) En la UNAH _____
- d) Fuera de la ciudad _____
- e) No sé _____

2. ¿A qué se dedica el CURC ?

- a) Formar profesionales _____
- b) Abrir oportunidades _____
- c) Formar valores _____
- d) No sé _____

3. De la lista de carreras que se le presentan a continuación cuáles considera que son las que se imparten en el CURC.

- a) Comercio Internacional _____
- b) Administración de Empresas _____
- c) Ingeniería Agroindustrial _____
- d) Periodismo _____
- e) Enfermería _____
- f) Tecnología en Alimentos _____
- g) Derecho _____
- h) Mercadotecnia _____
- i) Ingeniería Agronómica _____
- j) No sé _____

4. **¿Qué post grados se imparten en el CURC?**
a) _____
b) _____
c) _____

5. **¿Cuántos promociones ha graduado el CURC desde su fundación?**
a) Dos promociones _____
b) Cuatro promociones _____
c) Seis Promociones _____
d) Muchas promociones _____
e) No sé _____
6. **¿Ha recibido información acerca del Centro Universitario Regional del Centro?**
a) Una vez ____
b) Más de una vez ____
c) Constantemente ____
d) Nunca ____
7. **¿Estaría dispuesto a recibir información acerca del Centro Universitario Regional del Centro?**
a) De acuerdo ____
b) En desacuerdo ____
8. **¿Qué tipo de información prefiere recibir del CURC?**
a) Planes de estudio ____
b) Oferta de Carreras ____
c) Requisitos de admisión e ingreso ____
d) Calendario de matrícula ____
e) Temas de reforzamiento académico ____
f) Labor del CURC ____
g) Resultados de investigaciones científicas ____
h) Metodologías de aprendizaje ____
i) Planes de desarrollo del Centro ____
j) Leyes y Reglamentos de la Universidad ____
k) Desempeño laboral de graduados ____
l) Metodologías de enseñanza ____
m) Perfil institucional del centro ____
n) Perfil del docente ____
o) Otros _____
9. **¿A través de qué medios preferiría recibir información del CURC?**
a) Correo electrónico ____
b) Radio ____
c) Periódicos ____

- d) Televisión ____
- e) Reuniones ____
- f) Conferencias ____
- g) Otro tipo de material impreso ____

10. **¿Con qué periodicidad le gustaría recibir información del CURC?**

- h) Diaria ____
- i) Semanal ____
- j) Quincenal ____
- k) Mensual ____
- l) Mensual ____
- m) Bimensual ____
- n) Trimestral ____
- o) Semestral ____
- p) Anual ____
- q) Otros ____

11. **¿Cuáles son las radioemisoras locales de su preferencia?**

- a) Corporación ____
- b) Metrópoli ____
- c) Impacto ____
- d) FM 104 ____
- e) Radio Comayagua ____
- f) 90.3 FM ____
- g) Stereo Vida ____
- h) Centro Radial ____
- i) Sensación Stereo ____
- j) Stereo Ritmo ____

12. **¿Cuáles son los canales locales de televisión de su preferencia?**

- a) Canal 40 ____
- b) Canal 22 ____
- c) Canal 34 ____
- d) Canal 55 ____

ANEXO # 2

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS Centro Universitario Regional del Centro UNAH – CURC

Diagnóstico sobre niveles de conocimiento, actitudes, y necesidades de información y comunicación acerca de la naturaleza, organización y funcionamiento del Centro Universitario Regional del Centro (CURC), por parte de la población beneficiaria de su oferta educativa.

ENCUESTA PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Sexo: M ___ F ___ Edad _____ Año Académico _____

Domicilio _____

Institución educativa _____

1. **¿Dónde funciona el CURC ?**
 - a) En el Edén _____
 - b) En Comayagua _____
 - c) Fuera de la Ciudad _____
 - d) En la UNAH _____
 - e) No sé _____

2. **¿A qué se dedica el CURC ?**
 - a) Formar profesionales _____
 - b) Abrir oportunidades _____
 - c) Formar valores _____
 - d) A la educación superior _____
 - e) No sé _____

3. **¿Qué post grados se imparten en el CURC?**
 - a) _____
 - b) _____
 - c) _____
 - d) _____

4. **¿Cuántos profesionales ha graduado el CURC desde su fundación?**
 - a) 100 _____
 - b) 179 _____
 - c) 200 _____
 - d) Más de 300 _____
 - e) No sé _____

5. **¿Ha recibido información acerca del Centro Universitario Regional del Centro?**
- a) Una vez ____
 - b) Más de una vez ____
 - c) Constantemente ____
 - d) Nunca ____
6. **¿Estaría dispuesto a recibir información acerca del Centro Universitario Regional del Centro?**
- a) De acuerdo ____
 - b) En desacuerdo ____
7. **¿Qué tipo de información prefiere recibir del CURC?**
- a) Labor del CURC ____
 - b) Resultados de investigaciones científicas ____
 - c) Plan de desarrollo del Centro ____
 - d) Leyes y Reglamentos del CURC ____
 - e) Otros _____
8. **¿A través de qué medios preferiría recibir información del CURC?**
- a) Correo electrónico ____
 - b) Radio ____
 - c) Periódicos ____
 - d) Televisión ____
 - e) Reuniones ____
 - f) Conferencias ____
 - g) Otro tipo de material impreso ____
9. **¿Con qué periodicidad le gustaría recibir información del CURC?**
- a) Diaria ____
 - b) Semanal ____
 - c) Quincenal ____
 - d) Mensual ____
 - e) Mensual ____
 - f) Bimensual ____
 - g) Trimestral ____
 - h) Semestral ____
 - i) Anual ____
 - j) Otros _____
10. **¿Cuáles son las radioemisoras locales de su preferencia?**
- a) Corporación ____
 - b) Metrópoli ____
 - c) Impacto ____
 - d) FM 104 ____
 - e) Radio Comayagua ____

- f) 90.3 FM____
- g) Stereo Vida____
- h) Centro Radial____
- i) Sensación Stereo____
- j) Stereo Ritmo____

11. **¿Cuáles son los canales locales de televisión de su preferencia?**

- a) Canal 40 ____
- b) Canal 22 ____
- c) Canal 34 ____
- d) Canal 55 ____

12. **¿Cuál es el periódico de circulación nacional de su preferencia?**

- a) La Tribuna____
- b) El Tiempo____
- c) El Heraldo____
- d) La Prensa____
- e) Tiempos del Mundo____

ANEXO # 3

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO UNAH-CURC

Estimado Egresado:

He tomado a bien en este temario de preguntas, considerarle a usted para que de la manera mas objetiva, pueda responder a los planteamientos que se le proponen, material que servirá para la elaboración del trabajo de tesis de maestría sobre “**ESTRATEGIA DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA DEL CURC**”

De antemano le agradezco su colaboración.

DATO GENERAL

PROFESIÓN: _____

1. ¿Qué Post Grados se imparten en el CURC?

- a) Administración de Empresas _____
- b) Educación Superior _____
- c) Desconozco _____

2. ¿Puede usted mencionar algunas de las debilidades del CURC?

- a) Falta de seguimiento a los egresados _____
- b) Falta de promoción del Centro _____
- c) Poca oferta de carreras _____
- d) Otras _____

3. ¿Ha recibido información del CURC?

- a) Algunas veces _____
- b) Nunca _____
- c) No sé _____
- d) Si su respuesta es positiva, pase a la pregunta No. 5

En caso negativo: ¿Estaría dispuesto (a) en recibir información del CURC?

- a) Afirmativo _____
- b) Negativo _____

4. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir?

- a) Post Grados _____
- b) Diplomados _____
- c) Capacitaciones _____
- d) Bibliografía nueva _____
- e) Otros _____

5. ¿ A través de que medios le gustaría recibir esa información?

- a. Correo electrónico_____
- b. Radio_____
- c. Periódicos_____
- d. Revistas_____
- e. Reuniones_____
- f. TV_____
- g. Otros_____

6. ¿Con qué periodicidad le gustaría recibir información?

- a) Quincenal_____
- b) Mensual_____
- c) Trimestral_____
- d) Semestral_____

7. ¿Estaría dispuesto (a) en continuarse preparando en el CURC?

- a) Sí_____
- b) No_____

En caso afirmativo: ¿de qué manera?

- a) Post grados_____
- b) Diplomados_____
- c) Otros_____

ANEXO # 4

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO UNAH/CURC

Estimado Profesor Universitario

He tomado a bien en este temario de preguntas, considerarle a usted para que de la manera mas objetiva, pueda responder a los planteamientos que se le proponen, material que servirá para la elaboración del trabajo de tesis de maestría sobre “**ESTRATEGIA DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA DEL CURC**”.

De antemano le agradezco su colaboración.

1. **¿Conoce usted sobre algunas actividades de orientación educativa que realiza el CURC?**

- a) Sí_____
- b) No_____

En caso negativo, ¿Por qué?

2. **¿De las funciones sustantivas, en cuales de ellas realiza actividades de orientación educativa?.**

- a) Investigación_____
- b) Extensión_____
- c) Docencia_____
- d) Pos Grados_____
- e) Divulgación de información_____

3. **¿Qué actividades de orientación educativa puede realizar el CURC, con los estudiantes de secundaria?**

- a) Orientación profesional_____
- b) Orientación institucional_____
- c) Orientación personal_____
- d) Orientación psicopedagógica_____
- e) Orientación Social_____
- f) Ninguna_____
- g) No sabe_____

4. **¿Qué actividades de orientación educativa puede realizar el CURC, con los estudiantes universitarios?**
- a) Orientación profesional_____
 - b) Orientación institucional_____
 - c) Orientación personal_____
 - d) Orientación psicopedagógica_____
 - e) Orientación Social_____
 - f) Ninguna_____
 - g) No sabe_____
5. **¿Qué actividades de orientación educativa se puede realizar el CURC, con los egresados?**
- a) Formar la asociación de egresados_____
 - b) Promover la capacitación post graduada_____
 - c) Establecer encuentros de egresados_____
 - d) Otros_____
6. **¿Tiene conocimiento sobre un mecanismo que fundamente la orientación educativa del CURC?**
- a) Sí_____
 - b) No_____

ANEXO # 5

GUÍA DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTA CON DIRECTORES DE LOS INSTITUTOS DE EDUCACIÓN MEDIA.

1. ¿Mantiene algún vínculo esta institución con el CURC?.
2. ¿El CURC ha realizado en esta institución alguna labor de orientación educativa hacia los estudiantes?.
3. ¿Tiene conocimiento si el Centro Universitario Regional del Centro, dispone de un Departamento de Orientación Educativa?

En caso de no disponer de esta estructura qué recomienda.

ANEXO # 6

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO

ENCUESTA A EXPERTOS

Estimado (a) colega:

Usted, ha sido seleccionado (a) como experto(a) para someter a su consideración, una propuesta de **Estrategia de Orientación Educativa, para la Pertinencia del Centro Universitario Regional del Centro de Comayagua, Honduras**; como un trabajo de carácter científico, previo al grado de Magíster.

De acuerdo con los términos de referencia propuestos, se requiere determinar su nivel de competencia; por tanto, se ha considerado la respuesta a los datos que se le proponen más adelante.

Si usted corresponde a esta intención, solicito su respuesta lo más pronto posible.

Gracias por la atención a la presente.

Atentamente,

Profesor: Ildfonso Marcía Euceda.

I. Datos generales.

Nombre: _____

País: _____

Años de experiencia en Docencia _____

Años de experiencia en orientación educativa _____

Categoría científica: _____

Categoría docente: _____

II. Autovaloración sobre el coeficiente de competencia de los expertos

Marque con una "X" en la casilla correspondiente, el grado de conocimiento que usted posee con relación a la orientación educativa.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

III. Fuentes de conocimiento sobre la orientación educativa

En la tabla que a continuación se le muestra, se presentan algunas categorías sobre su conocimiento; califique su nivel de conocimiento, utilizando en la casilla correspondiente, el valor que corresponda con el grado de conocimiento que usted posee; de la manera siguiente: 0 – 1= baja, 1 - 3 = media y 3 - 5 = alta.

	1. alta	2. media	3. baja
1. Análisis teórico realizado por usted.			
2. Experiencia de trabajo.			
3. Trabajo de autores nacionales consultados.			
4. Trabajo de autores extranjeros consultados.			
5. Su propio conocimiento sobre el estado actual del problema en el extranjero.			
6. Su intuición.			

IV. Aspectos de valoración de la estrategia de orientación educativa

En la tabla que a continuación se le presenta, marque con una “x” en la casilla correspondiente, su criterio de evaluación con respecto a la “ Estrategia de Orientación Educativa “, utilizando los indicadores siguientes:

- M. A. = Muy Adecuada
- B. A = Bastante Adecuada
- A. = Adecuada
- P. A. = Poco Adecuada
- I. = Inadecuada

No	Aspectos	MA	BA	A	PA	I
1	Utilización de los requerimientos técnicos humanos para aplicar la Estrategia					
2	Claridad en las acciones a realizar					
3	Ordenamiento lógico para la ejecución de las acciones					
4	Factibilidad en la aplicación de la Estrategia					
5	Aplicabilidad de la Estrategia					
6	Respuesta a la necesidad institucional, en principio.					

Sugerencias:

ANEXO # 7

INVENTARIO DE INTERESES OCUPACIONALES

INSTRUCCIONES

PRIMERA PARTE: En la primera parte de este material, usted encontrará breves descripciones de actividades a que la gente se dedica. A cada grupo numerado corresponden dos actividades precedidas por una letra sola o por una letra y un número. Usted debe leer cuidadosamente cada par de actividades y escoger la que prefiere si le correspondiera decidirse entre una y otra. No tome en cuenta lo que usted ganaría, cuanto entrenamiento sería necesario o lo que la gente piensa de tal actividad. Usted debe escoger una de las dos actividades a pesar de que, en algunos casos, no le guste ninguna o le gusten ambas. Señale su escogencia con círculos, en la hoja de respuestas, la letra o la combinación de letra y número que preceda a la actividad escogida.

EJEMPLOS:

Ejemplo X:

- B Plantar y cuidar árboles, arbustos y céspedes.
 X
 E Tocar en una banda, orquesta u otra organización musical.

En este ejemplo se ha escogido la actividad precedida de la LETRA "E", por lo cual esta letra se ha marcado con un círculo en el espacio correspondiente en la hoja de respuestas.

Muestra de la hoja de respuestas:

A B C D E F 1 2 3

Ejemplo Y:

- A Diseñar trajes, sombreros y zapatos.
 Y
 B₂ Ayudar a recopilar informes relativos a observaciones científicas.

En este ejemplo se ha escogido la actividad precedida por la combinación B₂ por lo cual se ha marcado con un círculo la LETRA "b" y el número "2".

Muestra de la hoja de respuestas:

A B C D E F 1 2 3

PRIMERA PARTE

- 1 A Entregar provisiones o carne a domicilio.
- 2 D₂ Envolver artículos en el departamento de embarque de una tienda.
- 2 F Trabajar con alimentos, dietas y vitaminas para resolver problemas de nutrición.
- 2 A Investigar y resolver crímenes o infracciones menores a la Ley.
- 3 E₂ Desarrollar películas, placas o imprimir fotografías.
- 3 D Dirigir sobres o doblar cartas y circulares para enviarlos al correo.
- 4 A Recoger y entregar artículos para la lavandería o ropa para planchar.
- 4 B₂ Cultivar flores en invernadero para la venta.
- 5 C Limpiar y aceitar motores pequeños, pulidoras o bicicletas.
- 5 D Escribir a máquina cartas, cuentas o estados de cuenta para enviarlos por correo..
- 6 C Construir equipos de radio o televisión.
- 6 E Diseñar o fabricar cristales coloreados, adornos metálicos o figuras de artes plásticas.
- 7 A Ser acomodador de un teatro, un estadio u otro espectáculo.
- 7 C Lavar y engrasar automóviles y camiones.
- 8 B Criar perros, caballos y otros animales de raza.
- 8 C Manipular tornos, taladros o cepilladuras.
- 9 D₂ Archivar cartas, cuentas o informes en una oficina.
- 9 E Copiar rótulos, anuncios o lemas de propaganda.
- 10 C Hacer planos para casas, edificios públicos o casas de apartamentos.
- 10 A₁ Ayudar a la gente a resolver sus problemas personales.

- 11 C Remendar y reemplazar llantas y neumáticos de las ruedas.
A Conducir equipajes o hacer mandados.
- 12 D₃ Escribir cartas sobre precios, descuentos o comisiones de venta.
C Ser operador de cámara cinematográfica.
- 13 E Mejorar la apariencia de los jardines rústicos, follajes y arriates.
F₂ Probar y reparar baterías, transformadores y otros equipos eléctricos..
- 14 E₁ Ser guía en galerías de arte y museos.
C Ayudar en la construcción de automóviles, barcos y aviones.
- 15 D Envolver paquetes y amarrarlos para los clientes de una tienda.
B₂ Rajar leña o cortar árboles para emplearlos como combustible.
- 16 D Dirigir los métodos de venta de un gran almacén o firma comercial.
E₁ Escribir cuentos o artículos para revistas importantes.
- 17 A Arreglar camas, barrer y efectuar otros trabajos domésticos.
C Hacer diversos trabajos con su serrucho, un martillo o un cepillo de carpintería.
- 18 E Hacer bocetos, dibujos y diseños mediante paga.
B Ayudar en el cuidado y protección de bosques valiosos.
E₂ Recortar setos o podar árboles.
- 19 C Mezclar cemento o acarrear mezcla o ladrillos.
- 20 E₂ Pintar cuadros o paisajes, escenas o flores para su exhibición.
F Efectuar experimentos científicos con sustancias químicas.

- 21 B Cuidar de un jardín o una hortaliza.
D Repartir telegramas o entregar paquetes.
- 22 D₁ Enseñar a los vendedores como se vende la mercadería.
A Proteger los derechos y la propiedad de las personas honradas.
- 23 F Ayudar a un hombre de ciencia en el cuidado de su laboratorio y de su equipo.
D₂ Desempacar mercancías, mantener en orden una bodega o arreglar artículos en los estantes.
- 24 A₁ Ayudar a los clientes a seleccionar trajes, regalos y otros artículos.
C Calcar diseños de madera, metal o materiales plásticos.
- 25 C Reparar zapatos, botas y otras clases de calzados
E Construir artículos sencillos de cuero, caña o cuentas de cristal.
- 26 F₃ Resolver problemas mediante las matemáticas, y trazar gráficas para ilustrar los resultados
D Regentar un gran almacén o cadena de tiendas.
- 27 D₁ Contestar un teléfono comercial, u operar un pequeño tablero de distribución telefónica
A Repartir periódicos, circulares de anuncios u otro material impreso a domicilio.
- 28 E Trazar planos para jardinería, césped o carreteras escénicas
C Construir modelos de botes, aviones o casas.
- 29 D Ordenar recibos u otros documentos
F Coleccionar piedras, cristales u otras formaciones terráqueas.

- 30 F Precedir las condiciones atmosféricas y estudiar el origen de las tormentas
 C Planear o construir artefactos o equipo para economizar trabajos.
- 31 E2 Hacer alfombras de petate y tapices para el baño
 B Dedicarse a la pesca o a la cacería de animales salvajes por negocio
- 32 C Dibujar con ayuda de una regla, un compás o una escuadra
 E Arreglar los efectos de decorado, de iluminación y de sombra en un escenario teatral
- 33 A1 Vender periódicos y revistas en la calle
 D Vender confituras, maíz tostado o maní por negocio
- 34 D3 Redactar arreglos comerciales, hojas de precios, y formularios para pedidos
 B Cazador con trampas o criar animales de piel fina
- 35 F2 Preparar instrumentos y material científico para experimentos
 D2 Rotular botellas, empaquetar huevos o envolver frutas
- 36 D3 Comprobar la exactitud de estados de cuenta o registros financieros
 B Emplear leyes científicas para introducir nuevas máquinas
- 37 B2 Seleccionar y empaquetar frutas para el mercado
 D Hacer flores, frutas o legumbres artificiales
- 38 A1 Enseñar a los niños historia, aritmética y otras asignaturas escolares
 C Reparar relojes, radios o bicicletas
- 39 E Dar los últimos toques o decorar mobiliario sin pintar o artículos ornamentales
 A2 Lustrar los zapatos de los parroquianos y cepillarles el traje

- 40 A Ayudar a los niños u otros miembros de una familia a curarse
D1 Hacerse cargo de la selección y colocación de empleados o trabajadores
- 41 C Encerar pisos, lavar ventanas, o sacudir muebles
F Ayudar a probar leche, mantequilla, queso u otros productos lácteos
- 42 F Probar varias clases de metales
D Dibujar caricaturas o tiras cómicas
- 43 F Ayudar al cultivo y hacer notas acerca de plantas y flores raras
B Cosechar manzanas, moras o tomates
- 44 B Cultivar legumbres, flores u otros productos análogos por negocio
E1 Imitar el habla de conocidos artistas del teatro o de la radio
- 45 A Cuidar de los niños mientras sus padres están ausentes
E Tallar figuras ornamentales en madera, piedra o metal
- 46 E Componer o adaptar música para coro y orquesta
D1 Desarrollar ideas nuevas para anunciar y vender mercancías
- 47 F3 Hacer graficas sencillas, tablas de números y croquis
A Servir a la gente en reposterías y refresquerías
- 48 C Reparar motores de automóviles y sistemas de inyección
B Ensayar pastas dentrificas y enjuagadotes bucales
- 49 B Recolectar trigo, frijoles o arroz
E Raspar pintura o grasa en madera o superficies metálicas

- 50 D3 Manejar las cuentas financieras y los cobros de una compañía grande
C Determinar la resistencia del acero o de construcciones de concreto
- 51 B ordeñar vacas y alimentar cuidar ganado
A3 Vender boletos en los teatros u otros centros de diversión
- 52 A Dirigir juegos y otras actividades en los estadios infantiles
B Arreglar armonías de colores, combinaciones de muebles y decoraciones
- 53 A Asear una oficina, hacer mandados y encargarse de diversas actividades en una oficina
D Fabricar hormas faciales, jabón o pasta dentrifica
- 54 B Criar gallinas, gansos o patos para el mercado
A Aplicar medidas sanitarias y prevenir el contagio de enfermedades
- 55 C Manipular un ascensor de pasajeros o de carga
B Reunir ganado vacuno o lanar en campo abierto
- 56 B Prevenir y tratar enfermedades de caballos, ganado o cerdo
F3 Emplear el telescopio y las matemáticas para aumentar conocimientos sobre estrellas y planetas
- 57 A2 Ser manicurista y dar shampoos
B Destruir gusanos, insectos y otras plagas
- 58 C Manipular una prensa tipográfica o maquina de cocer automática
B Criar ganado vacuno, lanar o porcino para el mercado

- 59 D3 Llevar las cuentas y cobrar el dinero de un agente de publicaciones
 C Ayudar a un carpintero en la construcción de una casa p garaje
- 60 A1 Trabajar en las cortes y en los juzgados con el objeto de procurar que las personas sean juzgadas
 R Analizar formaciones minerales
- 61 C Acarrear cenizas, latas viejas y desperdicios
 B Derribar árboles en un campo maderero
- 62 A Entrenar jugadores de baseball, basketball, tenis y otros deportes
 F Despachar recetas medicas
- 63 D Trabajar en una tienda después de las horas de clases, a fin de semana o durante la navidad
 E2 Fabricar corbatas, pañuelos o manteles
- 64 B Cultivar plantas, bulbos y semillas para el mercado
 A1 Suministrar informes a los viajeros en una estación ferroviaria
- 65 D Exender libros, artículos para escribir y otros enseres escolares
 C Asear oficinas, almacenes o garajes
- 66 B Prevenir y tratar enfermedades de los árboles
 E Hacer experimentos con flores y plantas para descubrir las leyes de rigen su crecimiento
- 67 E Copiar tarjetas de pascua pintadas a mano o tarjetas de cumpleaños
 B Ayudar a recopilar informes relativos a observaciones científicas
- 68 C Diseñar trajes, sombreros y zapatos
 B2 Desramar y podar árboles o plantas en una hacienda o huerto

- 69 A Acarrear valijas y conducir los huéspedes a sus habitaciones en un hotel
E Tejer bufandas, calcetines o guantes de niño
- 70 D3 Calcular planillas de monto de salarios u comisiones devengadas por los agentes vendedores
E Dirigir una banda, una orquesta o un coro
- 71 B Ayudar a un boticario a rotular medicinas u otras drogas
E Montar y cambiar escenario en un teatro
- 72 C Pintar o teñir superficies de madera o de metal
D3 Tomar inventario y llevar el conocimiento de las mercaderías en una tienda pequeña
- 73 F Ayudar a la preparación de los tintes y líquidos limpiadores para su empleo en establecimientos donde se limpian telas
D Pintar y decorar vasos, jarrones y otros artículos de vidrio
- 74 C Hornear pan, pasteles, tortas o panecillos
F3 Sondear la profundidad del océano y el curso de las corrientes
- 75 B Dar de comer a los pollos y mantener limpio el gallinero
D3 Examinar las mercancías recibidas para ver si concuerdan con las facturas
- 76 E Dar recitales públicos de piano y otros instrumentos, o aparecer como solista vocal
D3 Estudiar las tendencias mercantiles, el costo de los negocios y los métodos para reducir los gastos
- 77 C Ayudar en la construcción de caminos, carreteras y la colección de rieles
A Ayudar a la comodidad de los pasajeros mientras viajan

- 78 B Plantar y cuidar árboles, arbustos y céspedes
E Tocar en una banda, orquesta u otra organización musical
- 79 C Hacer distintos trabajos y mantener todo el orden en una tienda
B Conservar las flores y follaje usando goma-laca u otras sustancias defensivas
- 80 F Encontrar sustitutos para el metal, el caucho, la madera o el vidrio
A Ayudar a la gente a vivir mejor y mas decentemente
- 81 D Mantener una oficina en orden y hacer distintos trabajos para el jefe
B Mantener limpia la caballeriza y el establo
- 82 D3 Mantener los índices de producción y gastos extra en una fabrica
F Preparar especimenes en placas para estudio microcópico
- 83 D Comprar y vender bicicletas, radios y otros artículos por negocio
B3 Inspeccionar la exactitud de la balanzas en tiendas y carnicerías
- 84 A Ayudar a los médicos a atender personas enfermas o heridas
D3 Redactar estudios mensuales, hojas de saldos e informe de ganancias y perdidas
- 85 B Hacer velas de fantasías y ornamentos de esperma
C Lavar y planchar ropa o lavar camisas
- 86 B Descubrir medios de aumentar la producción de flores y plantas
C Diseñar y mejorar radios, motores diesel o aviones

- 87 B2 Limpiar y seleccionar frutas y legumbres para el mercado
 C Blanquear cercas, paredes, cobertizos u otras superficies
- 88 B Constatar el efecto de la vitaminas en ratas blancas y otros animales
 D1 Vender mercadería a domicilio o en oficinas
- 89 F Constatar la exactitud de bombas gasolineras en las estaciones vendedoras
 D3 Recibir y revisar los implementos de se reciben en una tienda
- 90 C Innovar cámaras, telescopio o microscopios
 B Introducir mejores métodos para extraer oro, plata y otros metales preciosos
- 91 B Cultivar remolachas, cebollas u otros legumbres
 E3 Reparar y restaurar muebles viejos
- 92 B Criar peces y ranas en estanques privados por negocio
 D1 Redactar circulares de propaganda o cartas comerciales
- 93 D Vender provisiones o carnes en una tienda situada en un pequeño pueblo
 A Tomar ordenes y servir comidas en un restaurante
- 94 B Regentar una cría de peces
 D Regentar una tienda, restaurante o una refresquería
- 95 B Mantener una temperatura y humedad constante en un invernadero
 C Remachar tuercas o soldar alambres
- 96 D Dirigir las operaciones de un astilleros o una compañía petrolera
 C Mejorar la lubricación y sistemas de combustible de maquinas a motor

- 97 D2 Fabricar jarrones sencillos y otros objetos de barro
 B Despojar la tierra o de maleza, monte o piedras
- 98 A1 Atender visitantes y mostrarle la oficina o una fabrica
 C Enladrillar o construir una chimenea
- 99 E Decorar y esmaltar platos, cerámicas u otros artículos similares
 D Entregar y cobrar costo de los artículos mediante el plan de cobro a la entrega
- 100 C Diseñar y construir puentes, túneles o caminos en la montaña
 A Dirigir los asuntos de un colegio o una universidad
- 101 D Cuidar los animales empleados para probar medicinas o vitaminas
 C Reparar muebles, platos u ornamentos quebrados
- 102 E1 Enseñar canto, ejecución de un instrumento o arte dramático
 B Criar animales o insectos para observar caracteres hereditarios
- 103 B Alimentar puercos y cuidar sus chiqueros
 E Ayudar a la cría y cuidado de los animales de raza
- 104 E Fabricar objetos de cerámica, estatuas o soportes para libros
 A1 Asesorar a los viajeros sobre sus planes y vender boletos
- 105 B2 Pintar cestas para papeles, para ropa lavada o estantes de libros
 D Cultivar flores para la venta
- 106 A Ayudar a la mejora de condiciones de vida en las ciudades y secciones rurales
 E1 Escribir sobre conciertos, programas radiales u operas

- 107 A Ayudar a los niños a cruzar las calles y evitar accidentes de tránsito
 F3 Mantener conocimiento de la temperatura y de la caída de aguas lluvias
- 108 F Ensayar métodos para teñir telas y otros materiales
 A2 Tomar la temperatura y el pulso de los pacientes y hacer análisis de sangre
- 109 F2 Llenar botellas, engomar etiquetas y lavar tubos de ensayo
 B Saber juzgar los caracteres sobresalientes de motores u otra maquinaria
- 110 C Inventar herramientas para la fabricación de motores u otra maquinaria
 B Desarrollar medios para exterminar plagas, tales como gusanos, pulgas y otros animales
- 111 A Distribuir leche, mantequilla, huevos u otros productos lácteos
 B Producir leche y mantequilla para el mercado
- 112 D1 Ser anunciador (locutor) y tomar parte en actuaciones breves ante el micrófono
 B Operar equipos de rayos x
- 113 F Esterilizar vendajes o instrumentos quirúrgicos
 A Conducir un tranvía o un ómnibus
- 114 D Incrementar una pequeña agencia de periódicos o revistas
 F Analizar la pureza del agua o de la leche
- 115 A Acarrear bandejas, lavar platos, o ser ayudante del cocinero en un restaurante
 C Pintar y retocar mobiliario para el vestíbulo, pisos o muebles de cocina
- 116 F Preparar mapas para geografía o enciclopedias
 B Desarrollar nuevas especies de flores o plantas

- 117 B Pescar langostas, camarones y otros mariscos, para el mercado
A Conducir un automóvil y mantenerlo en buenas condiciones, para el jefe
- 118 D2 Fijar etiquetas en las mercancías y colocarlas en los estantes
B Trabajar en una mina de carbón o de otra clase
- 119 C Bombear gasolina, llenar los radiadores, y probar baterías en una bomba de gasolina
D3 Llevar las cuentas del dinero recibido y gastado en una pequeña tienda
- 120 B Desarrollar nuevos métodos para la conservación del suelo y para el control de las inundaciones
A Mandar una compañía de soldados, marineros o infantes de marina

INVENTARIO DE INTERESES OCUPACIONALES

NOMBRE: _____ EDAD: _____

SEXO: _____ FECHA: _____

1	A	B	C	D	E	F	1	2	3	40	A	B	C	D	E	F	1	2	3
2	A	B	C	D	E	F	1	2	3	41	A	B	C	D	E	F	1	2	3
3	A	B	C	D	E	F	1	2	3	42	A	B	C	D	E	F	1	2	3
4	A	B	C	D	E	F	1	2	3	43	A	B	C	D	E	F	1	2	3
5	A	B	C	D	E	F	1	2	3	44	A	B	C	D	E	F	1	2	3
6	A	B	C	D	E	F	1	2	3	45	A	B	C	D	E	F	1	2	3
7	A	B	C	D	E	F	1	2	3	46	A	B	C	D	E	F	1	2	3
8	A	B	C	D	E	F	1	2	3	47	A	B	C	D	E	F	1	2	3
9	A	B	C	D	E	F	1	2	3	48	A	B	C	D	E	F	1	2	3
10	A	B	C	D	E	F	1	2	3	49	A	B	C	D	E	F	1	2	3
11	A	B	C	D	E	F	1	2	3	50	A	B	C	D	E	F	1	2	3
12	A	B	C	D	E	F	1	2	3	51	A	B	C	D	E	F	1	2	3
13	A	B	C	D	E	F	1	2	3	52	A	B	C	D	E	F	1	2	3
14	A	B	C	D	E	F	1	2	3	53	A	B	C	D	E	F	1	2	3
15	A	B	C	D	E	F	1	2	3	54	A	B	C	D	E	F	1	2	3
16	A	B	C	D	E	F	1	2	3	55	A	B	C	D	E	F	1	2	3
17	A	B	C	D	E	F	1	2	3	56	A	B	C	D	E	F	1	2	3
18	A	B	C	D	E	F	1	2	3	57	A	B	C	D	E	F	1	2	3
19	A	B	C	D	E	F	1	2	3	58	A	B	C	D	E	F	1	2	3
20	A	B	C	D	E	F	1	2	3	59	A	B	C	D	E	F	1	2	3
21	A	B	C	D	E	F	1	2	3	60	A	B	C	D	E	F	1	2	3
22	A	B	C	D	E	F	1	2	3	61	A	B	C	D	E	F	1	2	3
23	A	B	C	D	E	F	1	2	3	62	A	B	C	D	E	F	1	2	3
24	A	B	C	D	E	F	1	2	3	63	A	B	C	D	E	F	1	2	3
25	A	B	C	D	E	F	1	2	3	64	A	B	C	D	E	F	1	2	3
26	A	B	C	D	E	F	1	2	3	65	A	B	C	D	E	F	1	2	3
27	A	B	C	D	E	F	1	2	3	66	A	B	C	D	E	F	1	2	3
28	A	B	C	D	E	F	1	2	3	67	A	B	C	D	E	F	1	2	3
29	A	B	C	D	E	F	1	2	3	68	A	B	C	D	E	F	1	2	3
30	A	B	C	D	E	F	1	2	3	69	A	B	C	D	E	F	1	2	3
31	A	B	C	D	E	F	1	2	3	70	A	B	C	D	E	F	1	2	3
32	A	B	C	D	E	F	1	2	3	71	A	B	C	D	E	F	1	2	3
33	A	B	C	D	E	F	1	2	3	72	A	B	C	D	E	F	1	2	3
34	A	B	C	D	E	F	1	2	3	73	A	B	C	D	E	F	1	2	3
35	A	B	C	D	E	F	1	2	3	74	A	B	C	D	E	F	1	2	3
36	A	B	C	D	E	F	1	2	3	75	A	B	C	D	E	F	1	2	3
37	A	B	C	D	E	F	1	2	3	76	A	B	C	D	E	F	1	2	3
38	A	B	C	D	E	F	1	2	3	77	A	B	C	D	E	F	1	2	3
39	A	B	C	D	E	F	1	2	3	78	A	B	C	D	E	F	1	2	3

79	A	B	C	D	E	F	1	2	3	100	A	B	C	D	E	F	1	2	3
80	A	B	C	D	E	F	1	2	3	101	A	B	C	D	E	F	1	2	3
81	A	B	C	D	E	F	1	2	3	102	A	B	C	D	E	F	1	2	3
82	A	B	C	D	E	F	1	2	3	103	A	B	C	D	E	F	1	2	3
83	A	B	C	D	E	F	1	2	3	104	A	B	C	D	E	F	1	2	3
84	A	B	C	D	E	F	1	2	3	105	A	B	C	D	E	F	1	2	3
85	A	B	C	D	E	F	1	2	3	106	A	B	C	D	E	F	1	2	3
86	A	B	C	D	E	F	1	2	3	107	A	B	C	D	E	F	1	2	3
87	A	B	C	D	E	F	1	2	3	108	A	B	C	D	E	F	1	2	3
88	A	B	C	D	E	F	1	2	3	109	A	B	C	D	E	F	1	2	3
89	A	B	C	D	E	F	1	2	3	110	A	B	C	D	E	F	1	2	3
90	A	B	C	D	E	F	1	2	3	111	A	B	C	D	E	F	1	2	3
91	A	B	C	D	E	F	1	2	3	112	A	B	C	D	E	F	1	2	3
92	A	B	C	D	E	F	1	2	3	113	A	B	C	D	E	F	1	2	3
93	A	B	C	D	E	F	1	2	3	114	A	B	C	D	E	F	1	2	3
94	A	B	C	D	E	F	1	2	3	115	A	B	C	D	E	F	1	2	3
95	A	B	C	D	E	F	1	2	3	116	A	B	C	D	E	F	1	2	3
96	A	B	C	D	E	F	1	2	3	117	A	B	C	D	E	F	1	2	3
97	A	B	C	D	E	F	1	2	3	118	A	B	C	D	E	F	1	2	3
98	A	B	C	D	E	F	1	2	3	119	A	B	C	D	E	F	1	2	3
99	A	B	C	D	E	F	1	2	3	120	A	B	C	D	E	F	1	2	3

TABULACIÓN DE ENCUESTAS APLICADAS A ESTUDIANTES DE SECUNDARIA

Tabla 1
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO

categorias	Cantidad	porcentaje
Fuera de la ciudad	5	4 %
En la UNAH	2	2 %
En el Edén	65	49 %
En Comayagua	42	32 %
No sabe	5	4 %
No contesto	13	10 %
total	132	100 %

Grafico
Criteria de los estudiantes de secundaria sobre la ubicación geográfica del centro universitario regional del centro

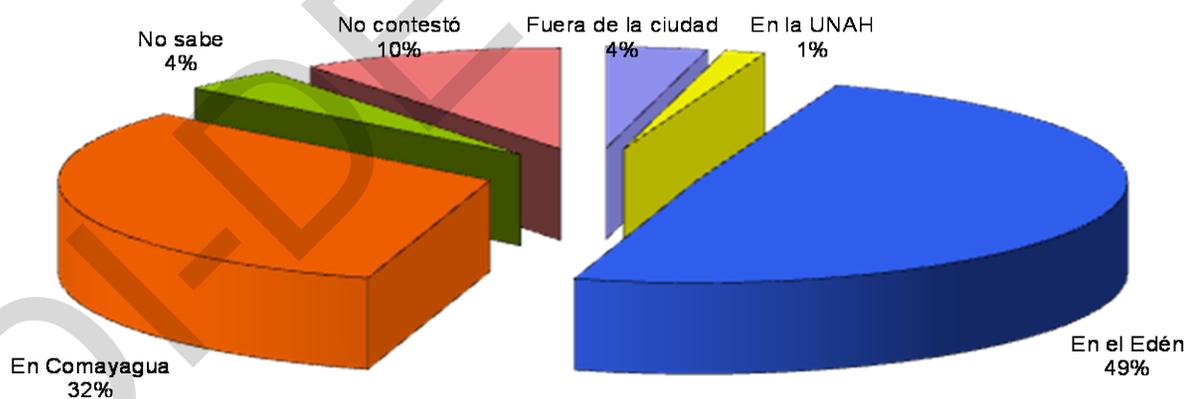


TABLA 2
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE EL QUEHACER DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A formar profesionales	78	59 %
Abrir oportunidades	4	3 %
Formar valores	13	10 %
No contestó	32	24 %
No sabe	5	4 %
total	132	100 %

Gráfico 2
Criterios de los estudiantes de secundaria sobre el quehacer del Centro Universitario Regional del Centro

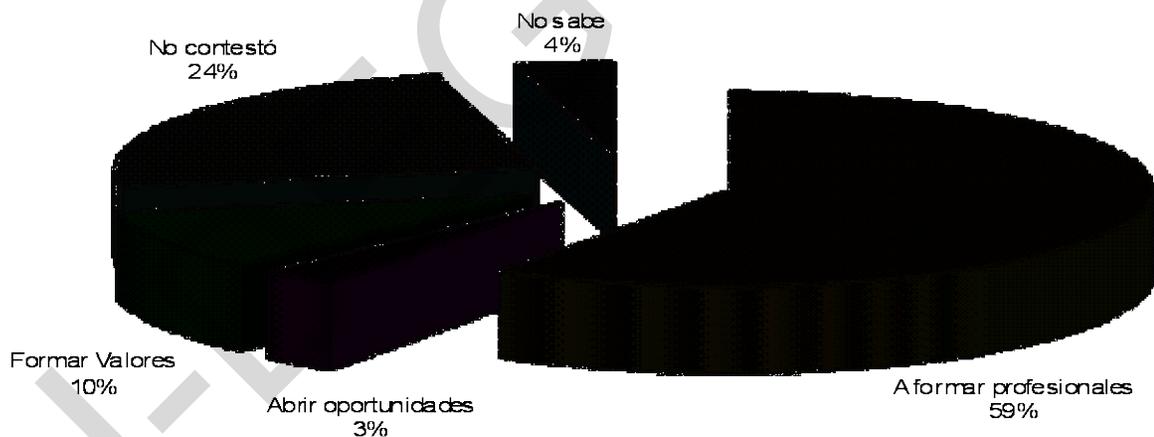


TABLA 3
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE LA OFERTA EDUCATIVA DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Comercio Internacional	29	22 %
Periodismo	18	14 %
Ingeniería Agronómica	4	3 %
Ingeniería Agroindustrial	17	13 %
Administración de Empresas	32	24 %
Enfermería	3	2 %
Mercadotecnia	1	1 %
Técnico en Alimentos	15	11 %
Derecho	9	7 %
No sabe	4	3 %
total	132	100 %

Gráfico 3
Crterios de los estudiantes de secundaria sobre la oferta educativa del Centro Universitario Regional del Centro

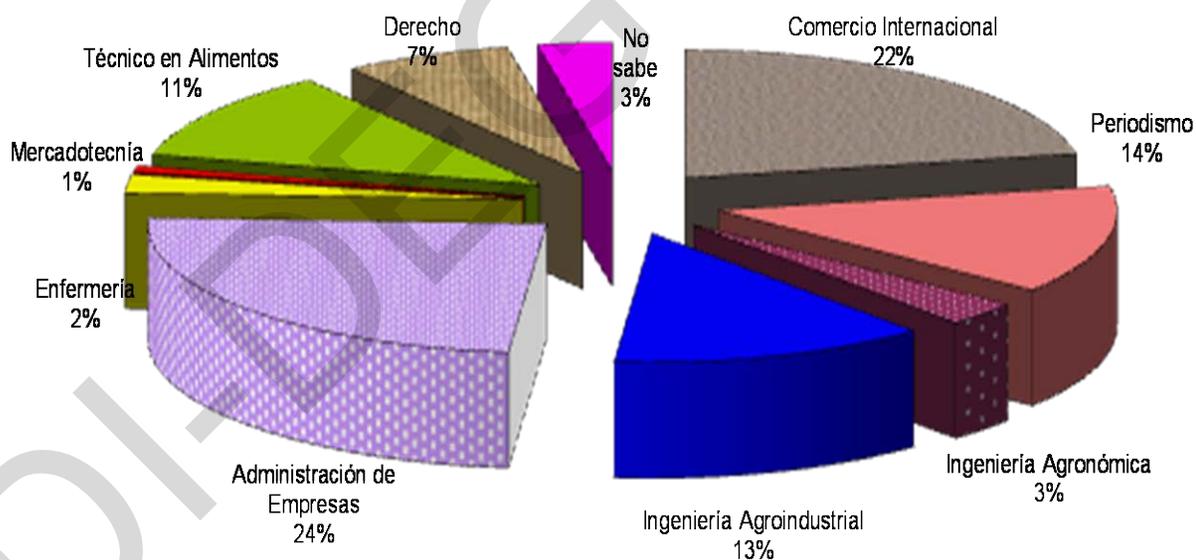


TABLA 4
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE EL
CONOCIMIENTO
DE LOS POST GRADO QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO UNIVERSITARIO
REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
No sabe	82	62 %
Comercio Internacional	2	2 %
Ciencias Sociales	4	3 %
NO Contestó	40	30 %
Matemáticas	2	2 %
Administración de Empresas	2	2 %
total	132	100 %

Gráfico 4
Criterios de los estudiantes de secundaria sobre el conocimiento
de los post grados que se imparten en el Centro Universitario
Regional del Centro

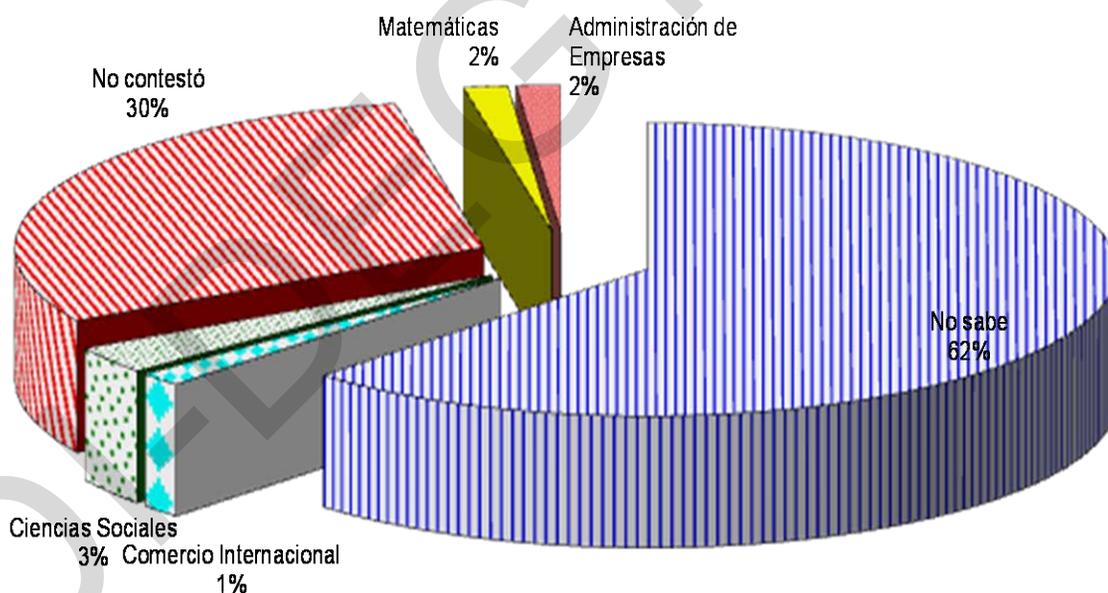


TABLA 5
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE EL
CONOCIMIENTO
DE LOS POST GRADO QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO UNIVERSITARIO
REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
No Sabe	106	80 %
Muchas Promociones	2	2 %
No Contestó	21	16 %
Dos promociones	3	2 %
total	132	100%

Gráfico 5
Crterios de los estudiantes de secundaria sobre el número de
graduaciones del Centro Universitario Regional
del Centro

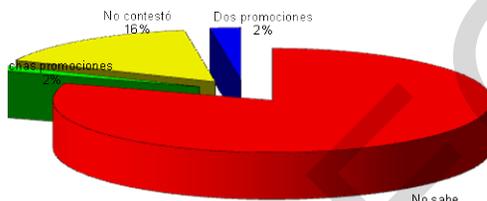


TABLA 6
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE INFORMACIÓN RECIBIDA DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Una vez	44	34 %
Mas de una vez	40	30 %
Constantemente	7	5 %
Nunca	38	29 %
No Contesto	3	2 %
total	132	100%

Gráfico 6
Criterios de los estudiantes de secundaria sobre información recibida del Centro Universitario Regional del Centro

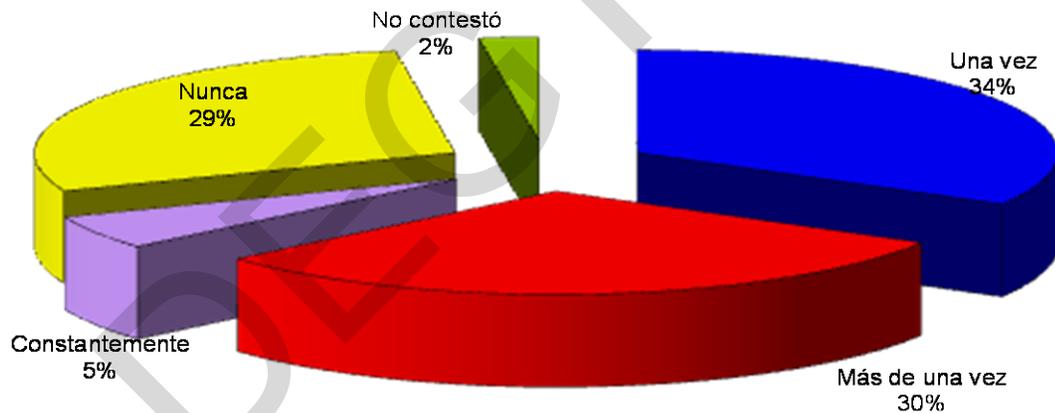


TABLA 7
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE LA
DISPONIBILIDAD DE RECIBIR INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO
REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
De Acuerdo	128	97 %
En Desacuerdo	4	3 %
total	132	100%

Gráfico 7
Criterios de los estudiantes de secundaria sobre la disponibilidad de recibir
información del Centro Universitario Regional del Centro

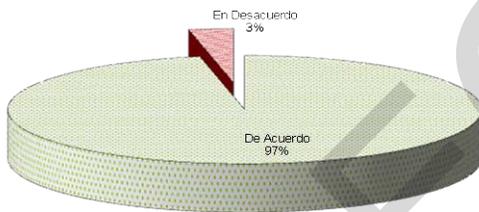


TABLA 8
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE PREFERENCIAS DE INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Requisitos de ingreso	26	20 %
Ofertas de las carreras	28	22 %
Calendario de matricula	28	21 %
Planes de estudio	28	21 %
Labor del CURC	15	11 %
Otros	7	5%
total	132	100%

Gráfico 8
Criterios de los estudiantes de secundaria sobre preferencias de información del Centro Universitario Regional del Centro

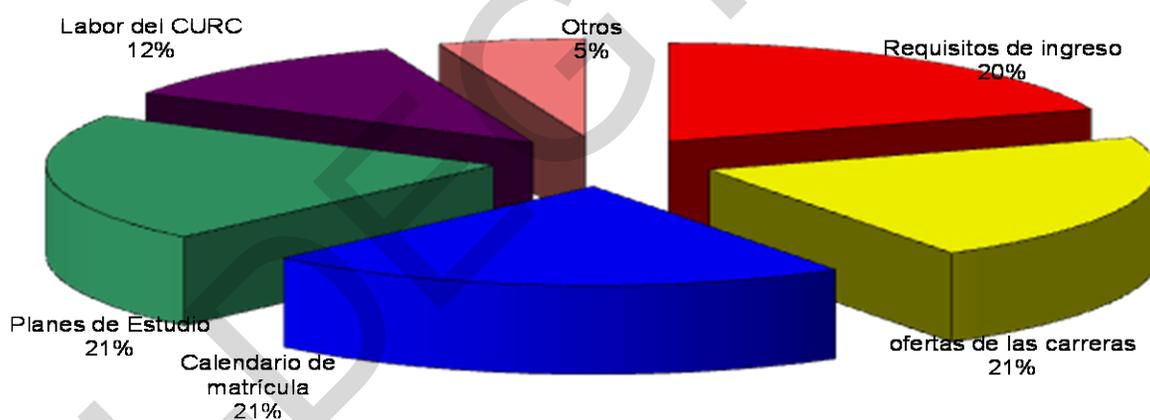


TABLA 9
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE LA
PREFERENCIAS DE MEDIOS PARA RECIBIR INFORMACIÓN DEL CENTRO
UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Correo electrónico	13	10 %
Radio	15	11 %
Televisión	22	17 %
Periódicos	16	12 %
Material impreso	36	27 %
Conferencias	15	11 %
Reuniones	14	11 %
No contesto	1	1 %
total	132	100%

Gráfico 9
Cirterios de los estudiantes de secundaria sobre la preferencia
de medios para recibir información del Centro Universitario
Regional del Centro

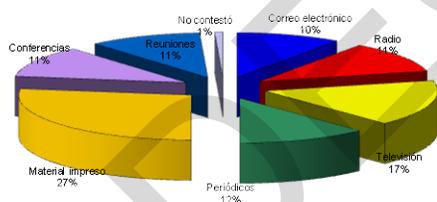


TABLA 10
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE LA
PERIODICIDAD PARA RECIBIR INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO
REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diarias	29	22 %
Semanal	49	37 %
Quincenal	21	16 %
Mensual	33	25 %
total	132	100%

Gráfico 10
Criterios de los estudiantes de secundaria sobre la periodicidad
para recibir información del Centro Universitario Regional
del Centro



TABLA 11
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE
PREFERENCIAS DE RADIOEMISORAS

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Metrópolis	19	14 %
Impacto	12	9 %
FM 104	41	31 %
Comayagua 90.3	34	26 %
Otras	26	20 %
total	132	100%

Gráfico 11
Criterios de los estudiantes de secundaria sobre la
preferencia de radioemisoras

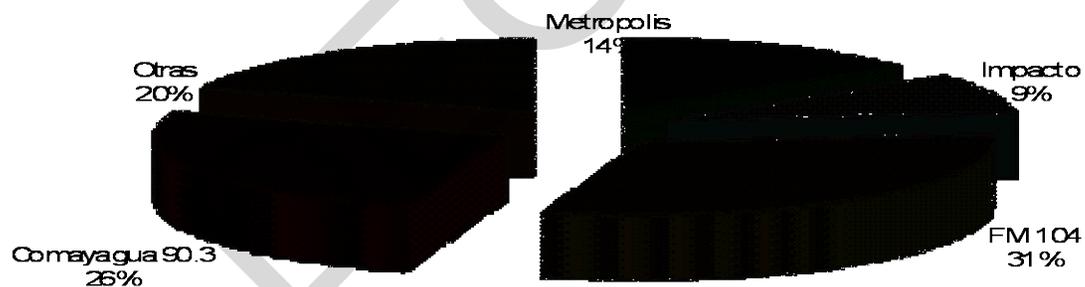
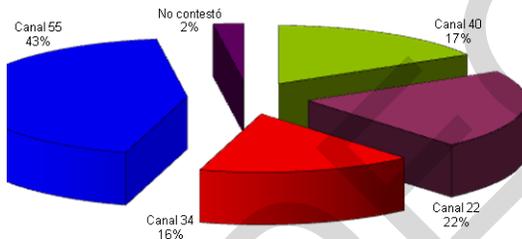


TABLA 12
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA SOBRE
PREFERENCIAS DE CANALES LOCALES DE TELEVISIÓN.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Canal 40	22	17 %
Canal 22	29	22 %
Canal 34	21	16 %
Canal 55	57	43 %
No contestó	3	2 %
total	132	100%

Gráfico 12
Criterios de los estudiantes de secundaria sobre la
preferencia de canales locales de televisión



TABULACIÓN DE ENCUESTAS APLICADAS A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

TABLA 13
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
En la Escuela Normal	6	21 %
En el Edén	12	43 %
En Comayagua	9	32 %
No contestó	1	4 %
total	28	100%

Gráfico 13
Criterios de los estudiantes universitarios sobre ubicación geográfica del Centro Universitario Regional del Centro

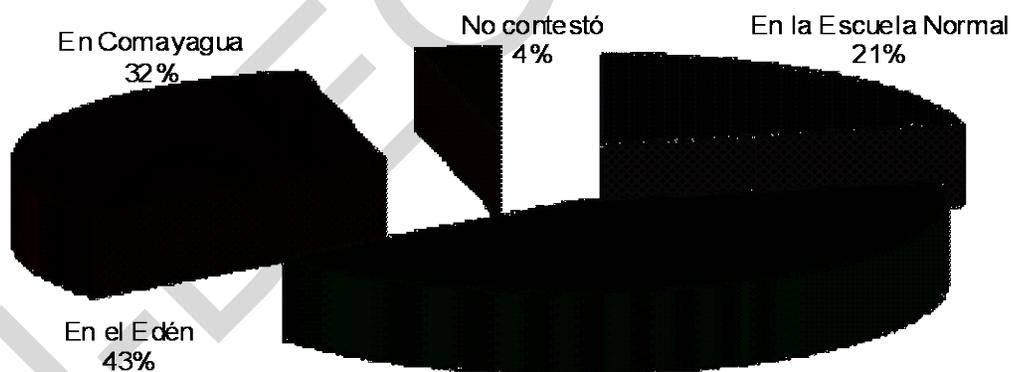


TABLA 14
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE EL QUEHACER DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A formar profesionales	22	78 %
A la educación Superior	5	18 %
No contesto	1	4 %
total	28	100%

Gráfico 14
Criterios de los estudiantes universitarios sobre el quehacer del Centro Universitario Regional del Centro

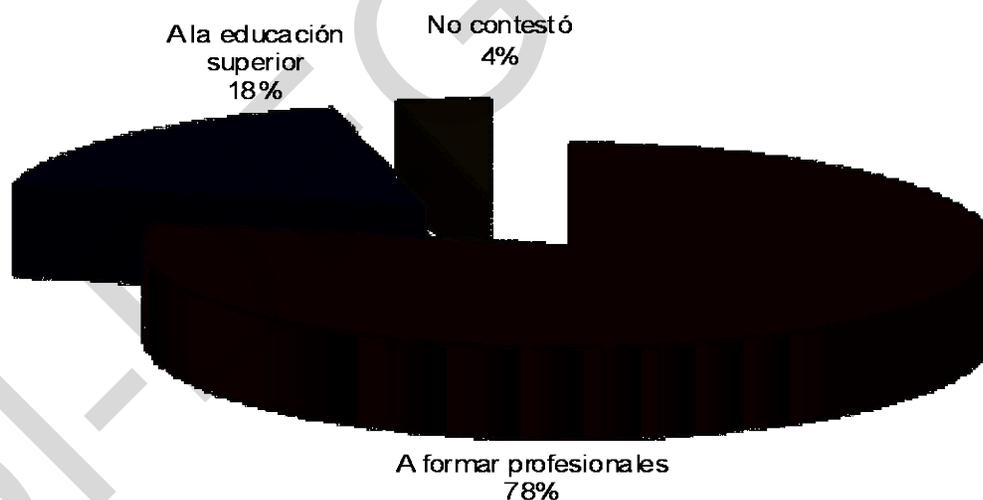


TABLA 15
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE LOS POST GRADOS QUE SE IMPARTE EN EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Administración de Empresas	9	32 %
Educación superior	6	21 %
No contesto	1	4 %
No sabe	12	43 %
total	28	100%

Gráfico 15
Criterios de los estudiantes universitarios sobre los post grados que se imparten en el Centro Universitario Regional del Centro

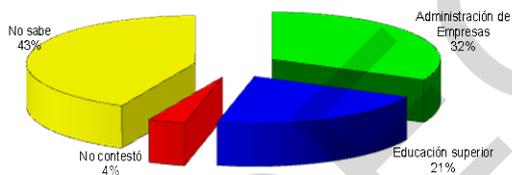


TABLA 16
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE LOS POST GRADOS QUE SE IMPARTE EN EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
150 graduados	1	60 %
No sabe	17	4 %
Más de 300 graduados	1	32 %
No contestó	9	4 %
total	28	100%

Gráfico 16
Criterios de los estudiantes universitarios sobre la cantidad de graduados del Centro Universitario Regional del Centro

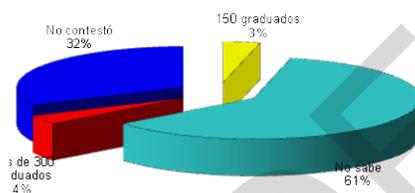


TABLA 17
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE LA
INFORMACIÓN RECIBIDA DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL
CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Una vez	8	28 %
Mas de una vez	7	25 %
Constantemente	5	18 %
Nunca	8	29 %
total	28	100%

Gráfico 17
Crterios de los estudiantes universitarios sobre la
información recibida del Centro Universitario
Regional del Centro

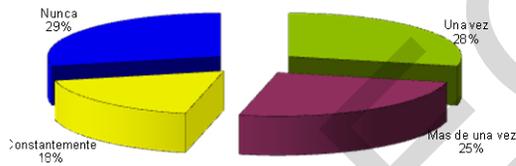


TABLA 18
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE LA
DISPONIBILIDAD DE RECIBIR INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO
REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Dispuesto	27	96 %
Indispuesto	1	4 %
total	28	100%

Gráfico 18
Criterios de los estudiantes universitarios sobre la disponibilidad
de recibir información del Centro Universitario
Regional del Centro



TABLA 19
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE
PREFERENCIAS DE INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL
DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Otros	18	64 %
Resultados de investigaciones	2	7 %
Plan de desarrollo del centro	2	7 %
Leyes y Reglamentos del CURC	3	11 %
Labor del CURC	3	11 %
total	28	100%

Gráfico 19
Criterios de los estudiantes universitarios sobre preferencias
de información del Centro Universitario Regional
del Centro

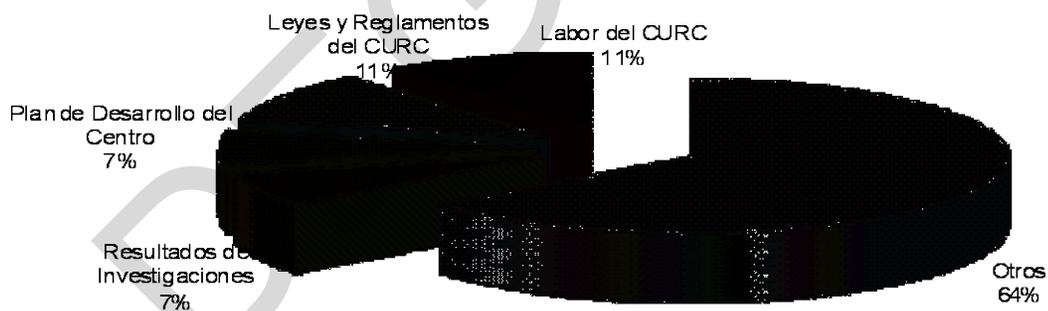


TABLA 20
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE
PREFERENCIAS DE INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL
DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Correo Electrónico	3	11 %
Radio	3	11 %
Televisión	6	21 %
Periódicos	5	18 %
Otros	11	39 %
total	28	100%

Gráfico 20
Criterios de los Estudiantes Universitarios sobre preferencia de medios para
recibir información del Centro Universitario Regional del Centro

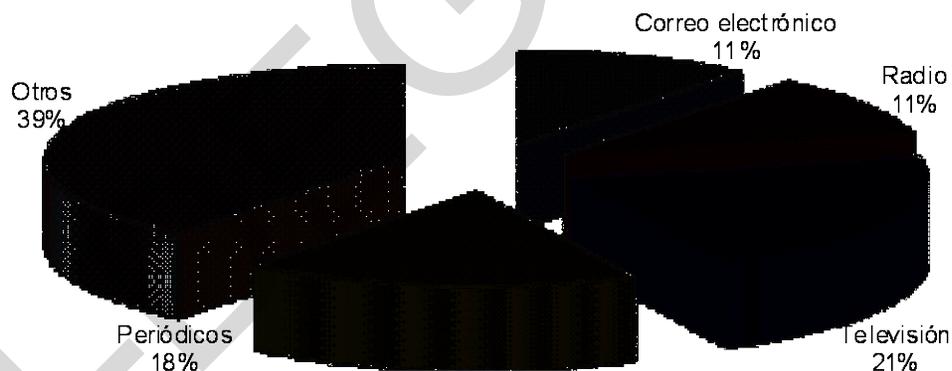


TABLA 21
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE LA PERIODICIDAD PARA RECIBIR INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diaria	4	14 %
Semanal	15	54 %
Quincenal	5	18 %
Mensual	4	14 %
total	28	100%

Gráfico 21
Criterios de los estudiantes universitarios sobre la periodicidad para recibir información del Centro Universitario Regional del Centro

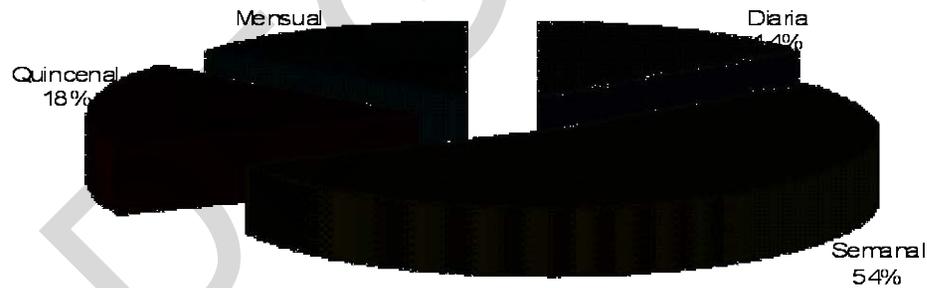


TABLA 22
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE EL ACCESO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Correo electrónico	2	7 %
Radio	5	18 %
Televisión	8	28 %
Periódicos	8	28 %
Revistas	2	7 %
Cine	1	4 %
No contestó	1	4 %
Otros	1	4%
total	28	100%

Gráfico 22
Criterio de los estudiantes universitarios sobre el acceso a medios de comunicación

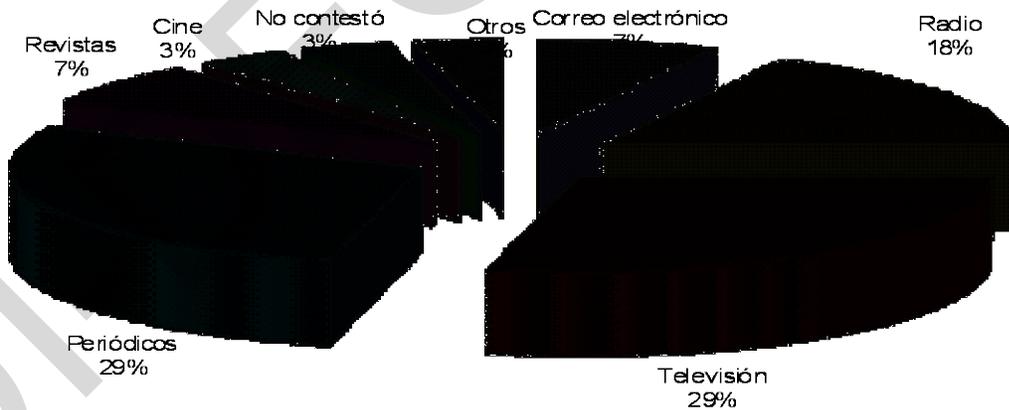


TABLA 23
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE LA
PREFERENCIA DE RADIOEMISORAS LOCALES.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Metrópolis	8	29 %
FM 104	10	35 %
Impacto	1	4 %
Comayagua 90.3	7	25 %
Otras	2	7 %
total	28	100%

Gráfico 23
Criterios de los estudiantes universitarios sobre la
preferencia de radioemisoras locales

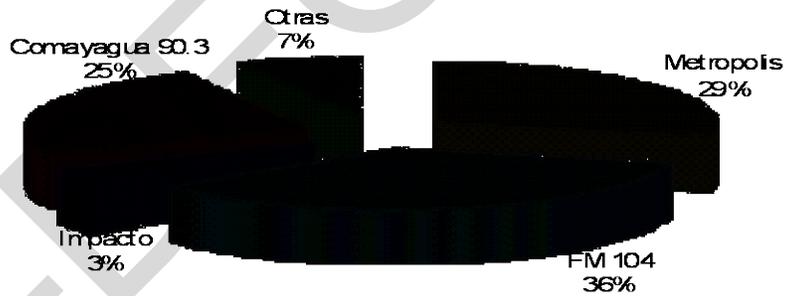


TABLA 24
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE LA
PREFERENCIA DE LOS CANALES LOCALES DE TELEVISIÓN.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Canal 40	7	25 %
Canal 22	8	29 %
Canal 34	3	11 %
Canal 55	10	35 %
total	28	100%

Gráfico 24
Crterios de los estudiantes universitarios sobre la
preferencia de los canales locales de televisión

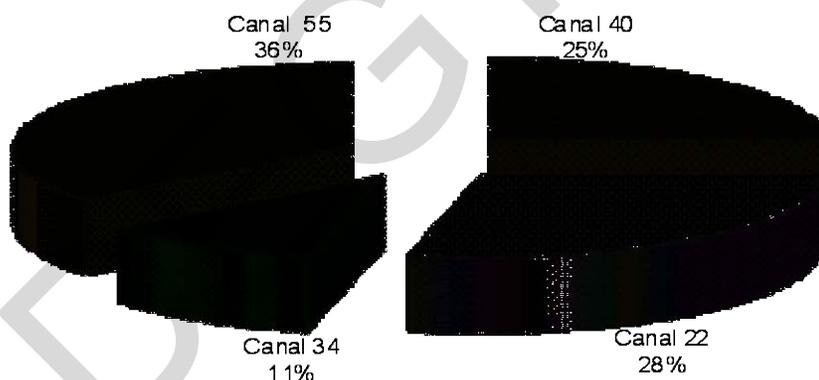


TABLA 25
CRITERIOS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SOBRE LA
PREFERENCIA DE LOS PERIÓDICOS DE CIRCULACIÓN NACIONAL.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
La Tribuna	6	21 %
La Prensa	11	39 %
El Tiempo	3	11 %
El Heraldó	7	25 %
Tiempos del mundo	1	4 %
total	28	100%

Gráfico 25
Criterios de los estudiantes universitarios sobre
la preferencia de los periódicos de
circulación nacional



TABULACIÓN DE ENCUESTAS APLICADAS A EGRESADOS

TABLA 26
CRITERIOS DE LOS EGRESADOS SOBRE LOS POST GRADOS QUE SE
IMPARTEN
EN EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Administración de Empresas	9	53 %
Educación Superior	6	35 %
Desconoce	2	12 %
total	17	100%

Gráfico 26
Criterios de los egresados sobre los post grados que se
Imparten en el Centro Universitario Regional del
Centro



TABLA 27
CRITERIOS DE LOS EGRESADOS SOBRE LAS DEBILIDADES DEL
CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Falta de promoción del centro	7	41 %
Falta de seguimiento a egresados	5	29 %
Poca oferta de la carrera	3	18 %
Otras	2	12 %
Total	17	100%

Gráfico 27
Criterios de los egresados sobre las debilidades del
Centro Universitario Regional del Centro



TABLA 28
CRITERIOS DE LOS EGRESADOS SOBRE LAS DEBILIDADES DEL
CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Algunas veces	5	29 %
Nunca	11	65 %
No contestó	1	6 %
Total	17	100%

Gráfico 28
Criterios de los egresados sobre información recibida del
Centro Universitario Regional del Centro

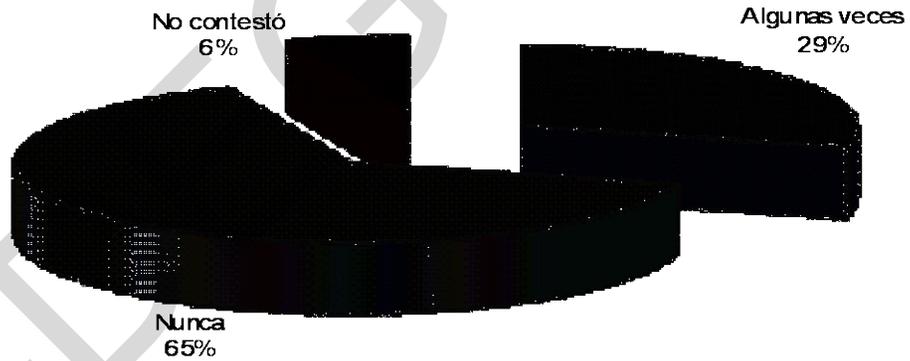


TABLA 29
CRITERIOS DE LOS EGRESADOS SOBRE LA DISPONIBILIDAD DE RECIBIR INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Disponible	11	29 %
No disponible	2	65 %
No contestó	4	6 %
Total	17	100%

Gráfico 29
Criterios de los egresados sobre la disponibilidad de recibir información del Centro Universitario Regional del Centro

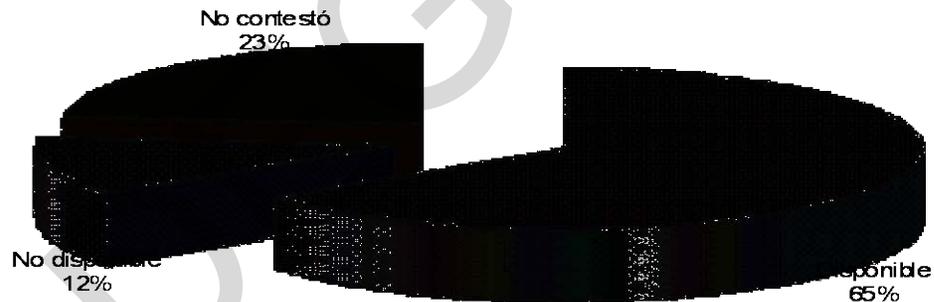


TABLA 30
CRITERIOS DE LOS EGRESADOS SOBRE LAS PREFERENCIAS DE INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Post grado	4	24 %
Diplomados	1	6 %
Bibliografía nueva	2	12 %
Capacitaciones	3	18 %
Otros	7	40 %
Total	17	100%

Gráfico 30
Crterios de los egresados sobre las preferencias de información del Centro Universitario Regional del Centro

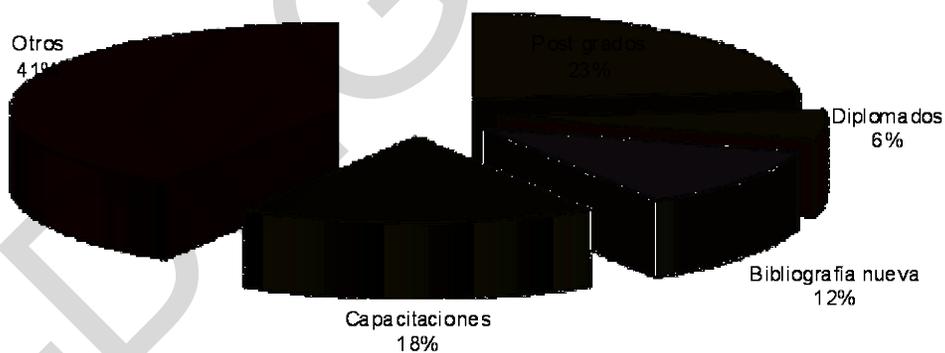


TABLA 31
CRITERIOS DE LOS EGRESADOS SOBRE PREFERENCIAS DE MEDIOS
PARA RECIBIR INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO
REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Correo electrónico	5	28 %
Radio	2	12 %
Periódico	2	12 %
Revistas	2	12 %
Televisión	1	6 %
Reuniones	3	18 %
Otros	2	12 %
Total	17	100%

Gráfico 31
Criterios de los egresados sobre preferencia de medios
para recibir información del Centro Universitario
Regional del Centro

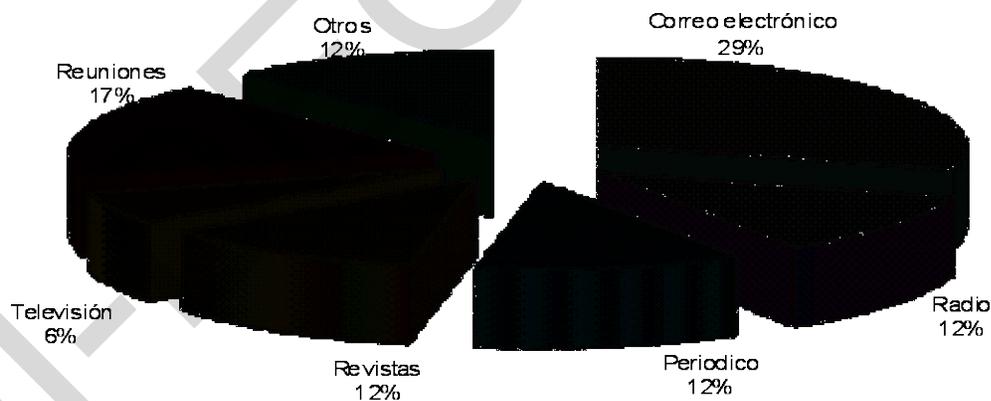


TABLA 32
CRITERIOS DE LOS EGRESADOS SOBRE LAS PERIODICIDAD PARA RECIBIR INFORMACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Quincenal	2	12 %
Mensual	9	52 %
Trimestral	4	24 %
Semestral	2	12 %
Total	17	100%

Gráfico 32
Criterios de los egresados sobre periodicidad para recibir información del Centro Universitario Regional del Centro

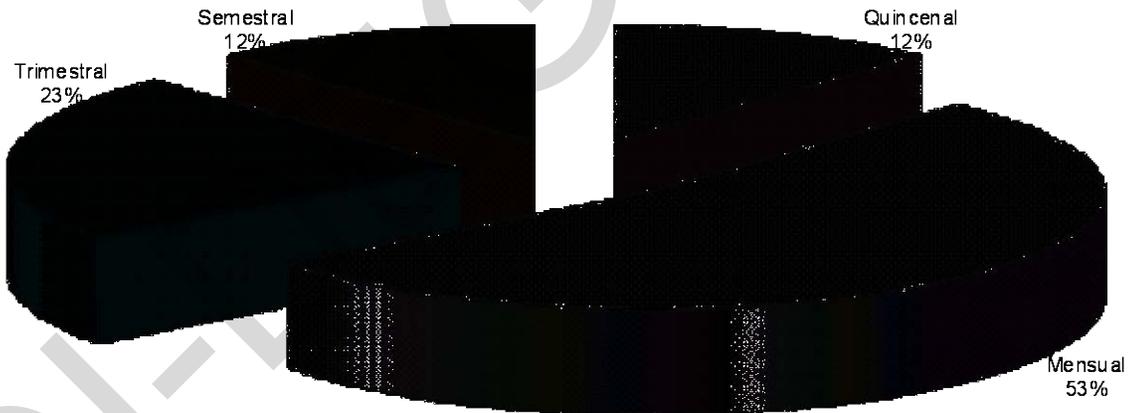


TABLA 33
CRITERIOS DE LOS EGRESADOS SOBRE LA DISPONIBILIDAD DE
CONTINUARSE PREPARANDO EN EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL
DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Disponible	17	100 %
No disponible	0	0 %
Total	17	100%

Gráfico 33
Criterios de los egresados universitarios sobre la Disponibilidad
de continuarse preparando en el Centro Universitario
Regional del Centro

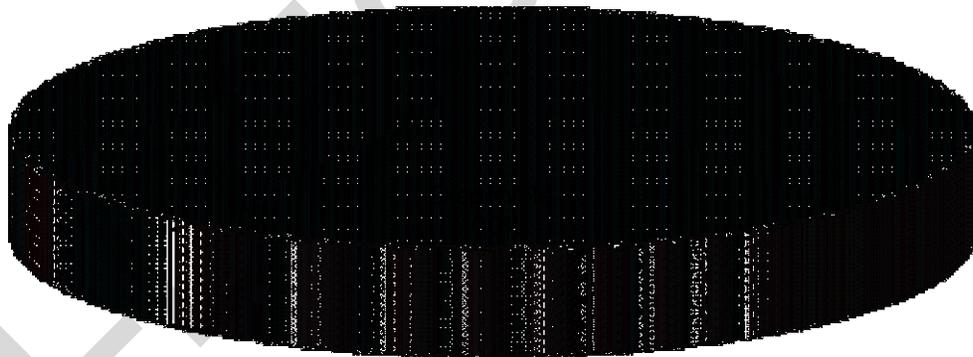


TABLA 34
CRITERIOS DE LOS EGRESADOS SOBRE LA DISPONIBILIDAD DE
CONTINUARSE PREPARANDO EN EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL
DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Post grado	6	36 %
Diplomados	5	29 %
Otros	6	35 %
Total	17	100%

Gráfico 34
Criterios de los egresados sobre las formas de preparación que pueden recibir
del Centro Universitario Regional del Centro

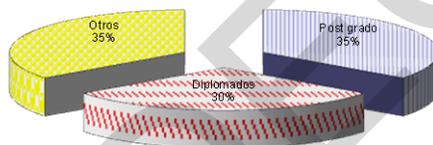


TABLA 35
CRITERIOS DE LOS EGRESADOS SOBRE LA DISPONIBILIDAD DE
CONTINUARSE PREPARANDO EN EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL
DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positivo	7	47 %
Negativo	8	53 %
Total	17	100%

Gráfico 35
Criterio de los egresados sobre el acercamiento con el
Centro Universitario Regional del Centro



TABULACIÓN DE ENCUESTAS APLICADAS A PROFESORES UNIVERSITARIOS

TABLA 36
CRITERIOS DE LOS PROFESORES UNIVERSITARIOS SOBRE EL CONOCIMIENTO DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA QUE REALIZA EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positivo	16	76 %
Negativo	5	24 %
Total	21	100%

Gráfico 36
Crterios de los profesores universitarios sobre el conocimiento de actividades de orientación educativa que realiza el Centro Universitario Regional del Centro

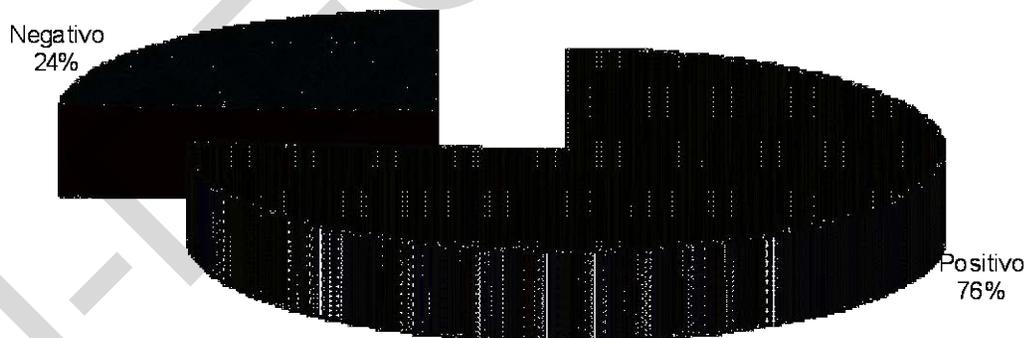


TABLA 37
CRITERIOS DE LOS PROFESORES UNIVERSITARIOS SOBRE LAS ÁREAS EN DONDE REALIZA ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Investigación	16	10 %
Extensión	5	14 %
Docencia		38 %
Divulgación de información		14%
Post grado		24 %
Total	21	100%

Gráfico 37
Criterios de los profesores universitarios sobre las áreas en donde realiza actividades de orientación educativa el Centro Universitario Regional del Centro

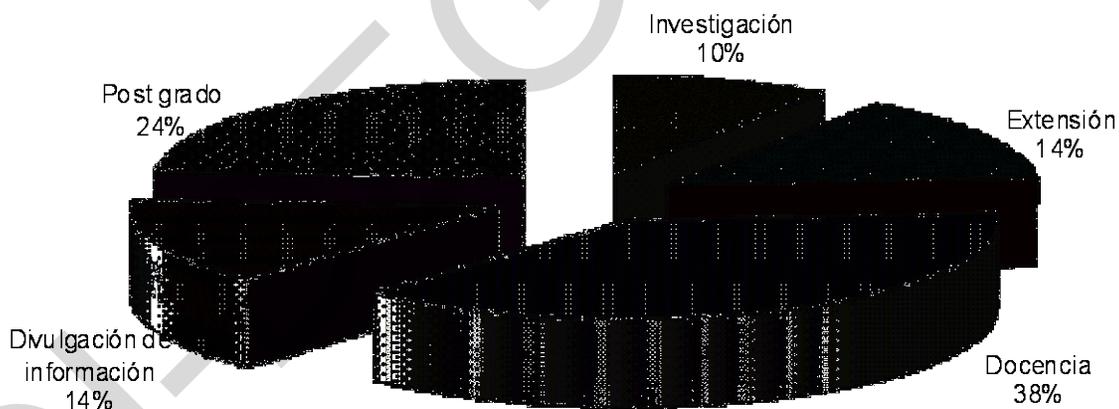


TABLA 38
CRITERIOS DE LOS PROFESORES UNIVERSITARIOS SOBRE EL TIPO DE ORIENTACIÓN QUE DEBE REALIZAR EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO EN LOS INSTITUTOS DE SECUNDARIA.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Orientación profesional	5	24 %
Orientación institucional	6	28 %
Orientación personal	1	5 %
Orientación psicopedagógica	2	10 %
Orientación social	3	14 %
Ninguna	3	14 %
No sabe	1	5 %
Total	21	100%

Gráfico 38
Crterios de los profesores universitarios sobre el tipo de orientación que debe realizar el Centro Universitario Regional del Centro en los institutos de secundaria

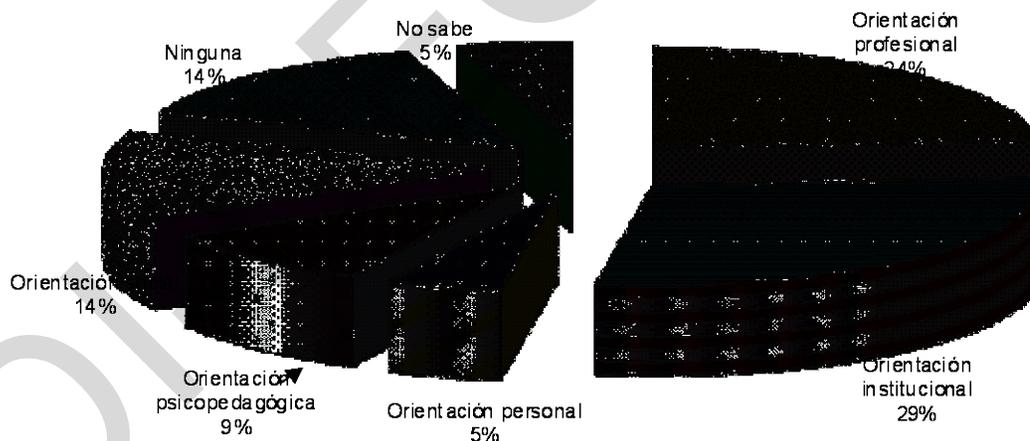


TABLA 39
CRITERIOS DE LOS PROFESORES UNIVERSITARIOS SOBRE EL TIPO DE ORIENTACIÓN QUE DEBE REALIZAR EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO CON SUS ESTUDIANTES.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Orientación profesional	3	14 %
Orientación institucional	4	19 %
Orientación personal	4	19 %
Orientación psicopedagógica	3	14 %
Orientación social	5	24 %
Ninguna	1	5 %
No sabe	1	5 %
Total	21	100%

Gráfico 39
Criterios de los profesores universitarios sobre el tipo de orientación que debe realizar el Centro Universitario Regional del Centro con sus estudiantes

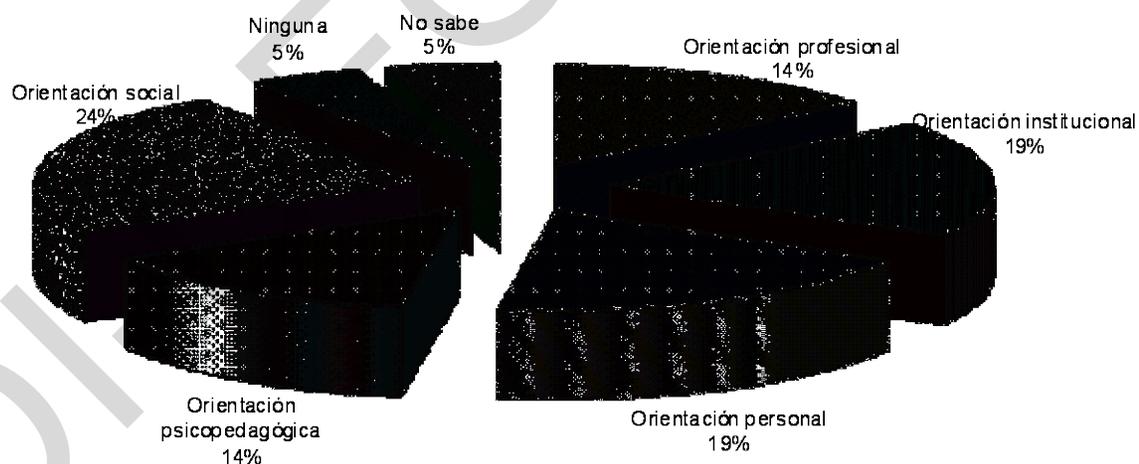


TABLA 40
CRITERIOS DE LOS PROFESORES UNIVERSITARIOS SOBRE LAS
ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN QUE PUEDE REALIZAR EL CENTRO
UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO CON LOS EGRESADOS.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Establecer vinculo con el entorno	1	5 %
Formar asociación con egresados	14	66 %
Orientación psicopedagógica	1	5 %
Capacitación post graduada	5	24 %
Total	21	100%

Gráfico 40
Criterios de los profesores universitarios sobre las actividades
de orientación que puede realizar el Centro Universitario
Regional del Centro con los egresados

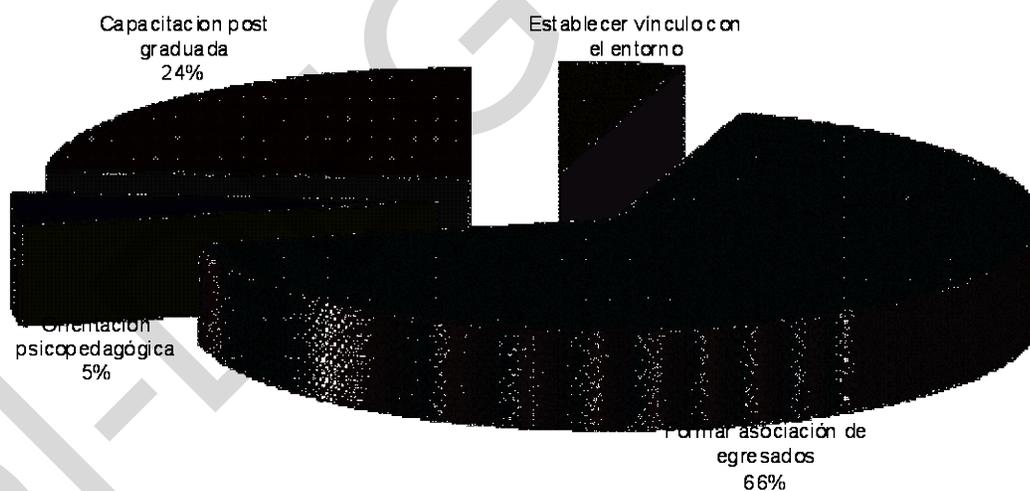


TABLA 41
CRITERIOS DE LOS PROFESORES UNIVERSITARIOS SOBRE EL CONOCIMIENTO DE UN MECANISMO FUNDAMENTE LA ORIENTACIÓN EDUCATIVA DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positivo	4	19 %
Negativo	12	57 %
No contestó	5	24 %
Total	21	100%

Gráfico 41
Criterios de los profesores universitarios sobre el conocimiento de un mecanismo que fundamente la orientación educativa del Centro Universitario Regional del Centro

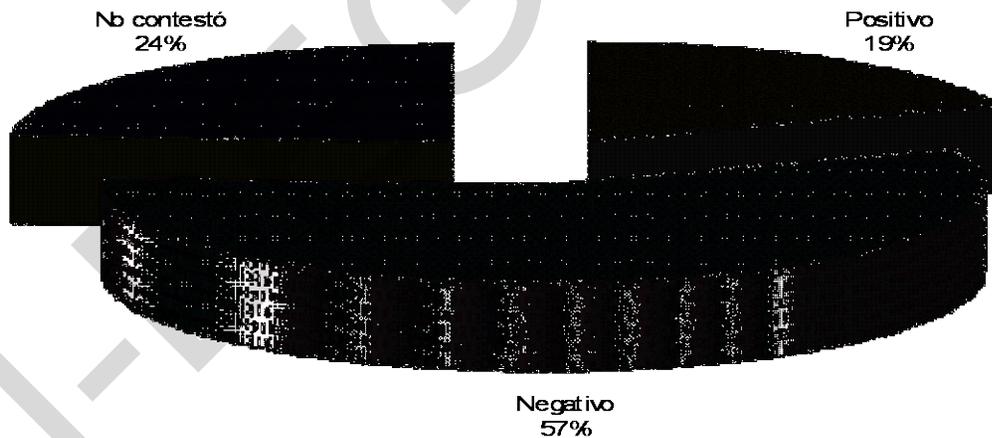


TABLA 42
CRITERIOS DE LOS PROFESORES UNIVERSITARIOS SOBRE ACCIONES QUE DEBE EMPRENDER EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO EN LA ORIENTACIÓN EDUCATIVA A ESTUDIANTES DE SECUNDARIA.

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Pruebas vocacionales	5	24 %
Visitas	4	19 %
Orientación personal y social	1	5 %
Brindar capacitaciones	2	10 %
Realizar actividades de promoción	6	28 %
Acercamiento entre profesores	3	14 %
Total	21	100%

Gráfico 42
Criterios de los profesores universitarios sobre acciones que debe emprender el Centro Universitario Regional del Centro en la orientación educativa a estudiantes de secundaria

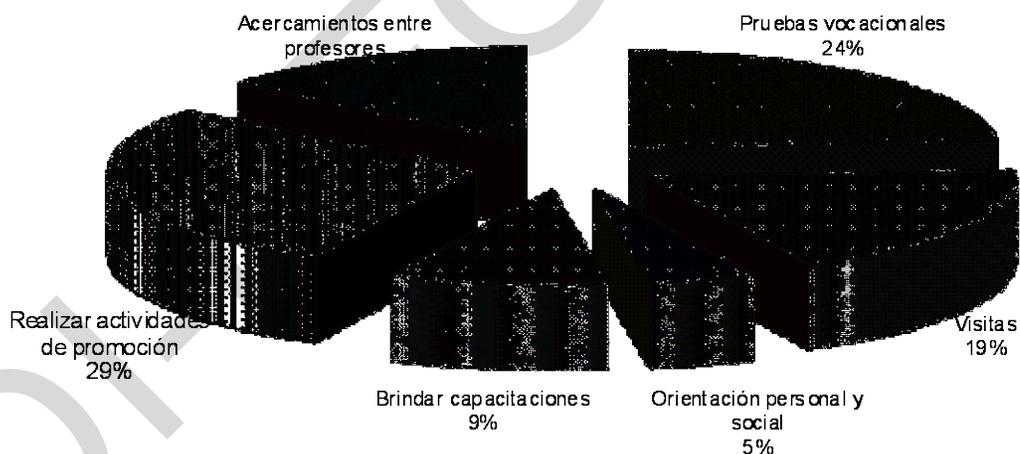
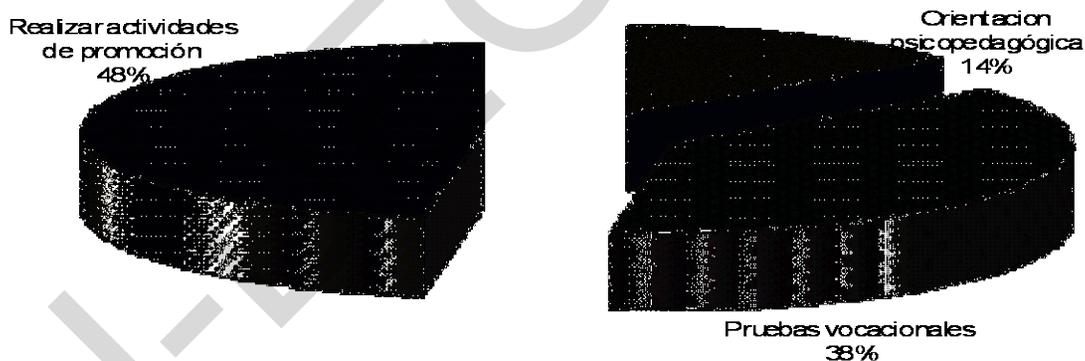


TABLA 43
CRITERIOS DE LOS PROFESORES UNIVERSITARIOS SOBRE ACCIONES QUE DEBE EMPRENDER EL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO EN LA ORIENTACIÓN EDUCATIVA A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.

Categorías	Cantidad	porcentaje
Orientación psicopedagógica	3	14 %
Pruebas vocacionales	8	38 %
Realizar actividades de promoción	10	48 %
Total	21	100%

Grafico 43
Criterios de los profesores universitarios sobre acciones que debe emprender el centro universitario regional del centro en la orientación educativa a estudiantes universitarios.



ANEXO 9 TABULACIÓN DE ENCUESTAS APLICADAS A LOS EXPERTOS

TABLA DE AUTOVALORACIÓN

Experto	Autovaloración										
No.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	kc
1										x	0.9
2										x	0.9
3										x	0.9
4								x			0.7
5									x		0.8
6										x	0.9
7								x			0.7
8										x	0.9
9									x		0.8
10										x	0.9
11										x	0.9

TABLAS FUENTE DE CONOCIMIENTO

Experto	Análisis Teórico	Experiencia	Autores Nacionales	Autores Extranjeros	Estado Actual	Intuición	Ka	Kc	K
1	0.3	0.4	0.3	0.3	0.2	0.4	1.9	0.9	1.4
2	0.3	0.4	0.2	0.2	0.2	0.4	1.7	0.9	1.3
3	0.4	0.4	0.3	0.4	0.2	0.4	2.1	0.9	1.5
4	0.3	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	2.4	0.7	1.6
5	0.3	0.4	0.3	0.3	0.2	0.4	1.9	0.8	1.4
6	0.4	0.4	0.4	0.3	0.4	0.4	2.3	0.9	1.6
7	0.3	0.5	0.3	0.3	0.2	0.4	2	0.7	1.4
8	0.3	0.3	0.4	0.3	0.3	0.4	2	0.9	1.5
9	0.4	0.5	0.3	0.3	0.3	0.5	2.3	0.8	1.6
10	0.3	0.3	0.4	0.4	0.3	0.4	2.1	0.9	1.5
11	0.3	0.4	0.3	0.3	0.3	0.4	2	0.9	1.5

EXPERTOS	ASPECTOS					
	A1	A2	A3	A4	A5	A6
E1	MA	MA	BA	MA	MA	BA
E2	MA	BA	MA	BA	A	BA
E3	BA	A	A	BA	BA	A
E4	MA	BA	A	BA	BA	BA
E5	MA	BA	BA	BA	BA	BA
E6	BA	BA	A	BA	BA	A
E7	BA	BA	A	A	BA	BA
E8	BA	A	A	BA	BA	MA
E9	BA	A	A	BA	BA	MA
E10	MA	BA	BA	BA	BA	MA
E11	BA	BA	BA	BA	BA	MA

FRECUENCIAS ABSOLUTAS DE LAS EVALUACIONES POR ASPECTOS

ASPECTOS	MA	BA	A	PA	I
A1	5	11	11	11	11
A2	1	8	11	11	11
A3	1	5	11	11	11
A4	1	10	11	11	11
A5	1	10	11	11	11
A6	4	9	11	11	11

FRECUENCIAS ACUMULADAS DE LAS EVALUACIONES POR ASPECTOS

ASPECTOS	MA	BA	A	PA	I	TOTAL
A1	5	6	0	0	0	11
A2	1	7	3	0	0	11
A3	1	4	6	0	0	11
A4	1	9	1	0	0	11
A5	1	9	1	0	0	11
A6	4	5	2	0	0	11
Total	13	40	13	0	0	66

MA	BA	A	PA	I
5	6	0	0	0
1	7	3	0	0
1	4	6	0	0
1	9	1	0	0
1	9	1	0	0
4	5	2	0	0

FRECUENCIAS RELATIVAS ACUMULADAS

ASPECTOS	MA	BA	A	PA	I
A1	0.455	1.000	1.000	1.000	1.000
A2	0.091	0.727	1.000	1.000	1.000
A3	0.091	0.455	1.000	1.000	1.000
A4	0.091	0.909	1.000	1.000	1.000
A5	0.091	0.909	1.000	1.000	1.000
A6	0.364	0.818	1.000	1.000	1.000

DISTRIBUCION NORMAL INVERSA

ASPECTOS	MA	BA	A	PA	I
A1	0.455	1.000	1.000	1.000	1.000
A2	0.091	0.727	1.000	1.000	1.000
A3	0.091	0.455	1.000	1.000	1.000
A4	0.091	0.909	1.000	1.000	1.000
A5	0.091	0.909	1.000	1.000	1.000
A6	0.364	0.818	1.000	1.000	1.000

CALCULO DE PROMEDIOS POR FILAS Y COLUMNAS

PUNTOS DE CORTE Y ESCALA DE LOS INDICADORES									
ASPECTOS	MA	BA	A	PA	I	Suma	Promedio	N PROMEDIO	
A1	-0.114	3.490	3.490	3.490	3.490	13.846	2.769	-0.617	BA
A2	-1.335	0.605	3.490	3.490	3.490	9.739	1.948	-1.948	BA
A3	-1.335	-0.114	3.490	3.490	3.490	9.021	1.804	-1.804	BA
A4	-1.335	1.335	3.490	3.490	3.490	10.470	2.094	-2.094	BA
A5	-1.335	1.335	3.490	3.490	3.490	10.470	2.094	-2.094	BA
A6	-0.349	0.908	3.490	3.490	3.490	11.030	2.206	-2.206	BA
Suma	-5.804	7.559	20.940	20.940	20.940	64.576	12.915		
Promedio	-0.967	1.260	3.49	3.49	3.49	2.153	2.153		

M.A.	B.A.	A	P.A	I
-0.038	2.208	3.49	3.49	3.49

ANEXO N° 10
ESTRATEGIA DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA
DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO

OBJETIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE CONTROL	RECURSOS	TIEMPO DE EJECUCIÓN	RESPONSABLES	SEGUIMIENTO	DESTINATARIO
1. Coordinar las actividades de orientación educativa y asesoría técnica en el Centro Universitario Regional del Centro, en tareas de orientación institucional, psicopedagógica, personal, de carácter preventivo y social.	- Crear el Departamento de Orientación Educativa. - Crear la estructura organizativa del departamento y la definición de sus roles. -Selección del personal -Integración del comité técnico de orientación educativa	Departamento organizado y funcionando.	-Humano Médicos Psicólogos Pedagogos Sociólogos Trabajadores Sociales Comunicadores Materiales Equipamiento: Proyector multimedia Retro-proyector Papelería Tablero didáctico (pizarra, marcador y borrador). Escritorios Archivos Computadoras	Abril de 2006.	Dirección y Claustro de Profesores del Centro Universitario Regional del Centro, con sede en Comayagua.	Junta Directiva del Claustro de Profesores.	Estudiantes de último año de secundaria, estudiantes del Centro Universitario Regional del Centro (CURC) y egresados del CURC.
2. Analizar y seleccionar las instituciones educativas, públicas y privadas para desarrollar actividades orientada educativa.	Elaborar un listado de las instituciones educativas, públicas y privadas de la región con sus respectivas direcciones.	Listado elaborado.	Humano Comunicadores. Materiales - Computador - Disket - Discos compactos - Folders - Papel	Abril de 2006	Secretaria departamento de orientación educativa	Director(a) Público de las instituciones educativas, públicas y privadas de la región.	Público de las instituciones educativas, públicas y privadas de la región.
3. Capacitar a los miembros del departamento de Orientación Educativa sobre tareas de Orientación Educativa.	Realizar cursos y talleres sobre las diferentes áreas de tratamiento de la Orientación Educativa.	Cursos realizados	Humano Personal de la Dirección Desarrollo Estudiantil	Mayo-Agosto	Personal de la Dirección de Desarrollo Estudiantil (DIDE), UNAH.	- Dirección del CURC - Junta directiva del claustro de profesores - Dirección de Desarrollo Estudiantil (DIDE), UNAH.	Comité técnico del departamento de Orientación Educativa.
4. Organizar el directorio de instituciones públicas y privadas	Elaborar el directorio	- Directorio elaborado - Actualización del mismo.	Humano Comunicadores	Cada mes	Secretaria del departamento de Orientación Educativa	Director(a)	Público de las instituciones educativas, públicas y privadas

OBJETIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE CONTROL	RECURSOS	TIEMPO DE EJECUCIÓN	RESPONSABLES	SEGUIMIENTO	DESTINATARIO
del nivel local, regional y nacional, para monitorear las posibilidades de empleo.			Materiales - Computador - Disket - Discos compactos - Fólderes - Papel				privadas de la región.
5. Establecer un rol de visitas para coordinar actividades de orientación educativa como: cursos, talleres, seminarios y conferencias y encuentros académicos, con los directores de las instituciones educativas del nivel medio de la zona central, empresas e instituciones públicas del entorno.	Reuniones informativas con directores de las instituciones educativas del nivel medio, empresas e instituciones públicas de la región.	-Presentación de informes del comité coordinador de orientación educativa. -Firma de convenios por parte del Comité Técnico de Orientación Educativa. -Reuniones informativas de avance. -Listado de instituciones participantes.	Humano Médicos Psicólogos Pedagogos Sociólogos Trabajadores Sociales Comunicadores Materiales Proyector multimedia Retro-proyector Papelería Tablero didáctico (pizarra, marcador y borrador) vehículo.	Instituciones Educativas Mayo- Julio- y Octubre de cada año. Empresas y Entidades Gubernamentales y no Gubernamentales Dos veces al año.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa del Centro Universitario Regional del Centro, con sede en Comayagua.	Dirección del Centro y Junta Directiva del Claustro de Profesores.	Directores de instituciones educativas del nivel secundario. Directivos de empresas privadas, entidades Gubernamentales y no Gubernamentales.
6. Brindar información sobre aspectos académicos, administrativos y de orientación educativa del Centro Universitario Regional del Centro, a través de medios impresos, radiofónicos y televisivos.	Producción de material divulgativo como: trífolios, afiches, hojas volantes, boletines informativos y revista.	-Divulgación del material producido. -Definición de canales de distribución. -Listado de medios de distribución. - Registros de material distribuido.	Humano Pedagogos Comunicadores Diseñadores gráficos. Materiales Computador Estudios de grabación Papelería Vehículo.	A partir de Marzo de 2006.	Comité Técnico Operativo de Orientación Educativa.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa.	Estudiantes de secundaria, universitarios y egresados del Centro Universitario Regional del Centro.
7. Proporcionar información sobre aspectos académicos, administrativos y de orientación educativa del Centro	-Desarrollo de curso Pre-universitario. - Entrevistas con directivos de instituciones	Presentación de informes del Comité de Orientación Educativa. -Entrevistas con directivos de las instituciones educa-	Humanos Equipo Técnico Operativo de Orientación Educativa. Materiales Proyector multimedia Retro-proyector	A partir de 2006. Abril y Septiembre de cada año.	Comité Técnico Operativo de Orientación Educativa.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa.	Estudiantes de secundaria.

OBJETIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE CONTROL	RECURSOS	TIEMPO DE EJECUCIÓN	RESPONSABLES	SEGUIMIENTO	DESTINATARIO
Universitario Regional del Centro, a través de reuniones grupales y conferencias.	educativas de secundaria. -Charlas a los estudiantes de secundaria.	tivas de secundaria. - Calendario de charlas. - Listado de instituciones entrevistadas.	Papelería Tablero didáctico (pizarra, marcador y borrador). Vehículo				
8. Contribuir con la formación integral del estudiante desde su ingreso hasta su egreso, mediante acciones encaminadas a su desarrollo personal, académico y profesional, con el propósito de facilitar su inserción en el campo laboral y social.	Taller sobre aptitudes vocacionales. - Aplicación del test de aptitudes. - Orientar al alumno de acuerdo con la aptitud vocacional. - Aplicación de test de aptitudes	Test aplicados. Presentación de informes del Comité Técnico Operativo de Orientación Educativa.	Humanos Psicólogos Trabajadores Sociales Materiales Proyector Multimedia Retro-proyector Papelería Tablero didáctico (pizarra, marcador y borrador). Vehículo.	A partir de 2006. Septiembre de cada año.	Comité Técnico Operativo de Orientación Educativa.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa.	Estudiantes de secundaria
9. Estimular el desarrollo personal y social del estudiante, a través de la orientación sobre temas relacionados con la drogadicción, el alcoholismo, la delincuencia juvenil, la sexualidad y otros de interés, para que pueda alcanzar con éxito su proyecto de vida.	Taller sobre acciones de carácter preventivo. Charlas educativas sobre drogadicción, tabaquismo, alcoholismo y sexualidad.	Presentación de informes del Comité Operativo de Orientación Educativa. Entrevistas con los directivos de las instituciones educativas Y de asociaciones estudiantiles.	Humanos Psicólogos Trabajadores Sociales Comunicadores Materiales Proyector multimedia Retro-proyector Papelería Tablero didáctico (pizarra, marcador y borrador). Vehículo.	A partir de 2006 Mayo y Agosto de cada año.	Comité técnico Operativo de Orientación Educativa.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa.	Estudiantes de secundaria y del Centro Universitario Regional del Centro
10. Proporcionar los elementos sobre el ambiente de estudio, la auto motivación, aprovechamiento del tiempo, así como el fortalecimiento del área verbal, de escritura, lectura y de pensamiento, para asegurar en el estudiante su	Taller sobre técnicas de estudio, ortografía y redacción.	Presentación de informes del Comité Técnico de Orientación Informativa. Entrevistas con directivos de las instituciones educativas y de asociaciones estudiantiles.	Humanos Pedagogos Comunicadores Docente del Departamento de Letras Materiales Proyector multimedia Retro-proyector Papelería Tablero didáctico (pizarra, marcador y borrador).	A partir del 2006. En Junio y Octubre de cada año.	Comité técnico Operativo de Orientación Educativa.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa.	Estudiantes de secundaria y universitarios.

OBJETIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE CONTROL	RECURSOS	TIEMPO DE EJECUCIÓN	RESPONSABLES	SEGUIMIENTO	DESTINATARIO
aprendizaje y permanencia en el sistema universitario.			Vehículo.				
11. Organizar el directorio de egresados del Centro Universitario Regional del Centro, actualizándolo periódicamente, para facilitar la comunicación y realizar convocatorias de carácter académicas, científicas y de preparación post graduada.	Localización de los egresados.	Estructuración de un directorio. Archivo organizado y actualizado.	Humanos Secretaria Materiales Computador Papelería Archivo.	A partir de Abril de 2006.	Secretaria del Departamento de Orientación Educativa.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa.	Egresados del Centro Universitario Regional del Centro.
12. Identificar las necesidades de aprendizaje de los egresados, para la formulación de un plan de actualización profesional y superación post graduada.	Encuentro de egresados. Organización de la asociación de egresados. Inventario de capacitación de los egresados.	Elaboración y ejecución del proyecto. Montaje del evento.	Humanos Pedagogos, Psicólogos Trabajadores Sociales Comunicadores Materiales Proyector multimedia Retro-proyector Papelería Tablero didáctico (pizarra, marcador y borrador). Vehículo.	A partir de Julio de 2006. Una vez por año.	Comité Técnico Operativo de Orientación Educativa. Escuela de Periodismo del Centro Universitario Regional del Centro.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa.	Egresados
13. Proponer diversas opciones de preparación universitaria, mediante cursos, diplomados, maestrías y otros eventos de capacitación, relacionados con áreas afines a su profesión universitaria.	Capacitación post graduada. -Elaboración de currícula post graduada	Montaje de eventos.	Humanos Personal especializado en las áreas de trabajo de tratamiento. Materiales Proyector Multimedia Retro-proyector Papelería Tablero didáctico (pizarra, marcador y borrador). Vehículo.	A partir de Noviembre del 2006 Una vez al año.	Departamento de Docencia del Centro universitario Regional del Centro.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa.	Egresados del Centro Universitario Regional del Centro.

OBJETIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE CONTROL	RECURSOS	TIEMPO DE EJECUCIÓN	RESPONSABLES	SEGUIMIENTO	DESTINATARIO
14. Divulgar información sobre las diferentes acciones de orden académico, administrativo, científico y de orientación educativa del Centro Universitario Regional del Centro.	Diseño y producción de revista electrónica informativa.	Inclusión de la revista electrónica en la página Web del Centro Universitario Regional del Centro.	Programador Comunicadores Docentes y alumnos del Centro Universitario Regional del Centro Materiales Computador Cámara Digital.	A partir de Agosto de 2006.	Departamento de Informática. Escuela de Periodismo.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa	Estudiantes de secundaria, universitarios, egresados, docentes y público interesado,
15. Estructurar una revista informativa del Centro Universitario Regional del Centro, mediante la cual se divulguen acciones relacionadas con la actividad académica, administrativa, orientación educativa, investigación, extensión y socioculturales de la institución.	Producción de una revista universitaria. Selección de la radioemisora y de la hora de difusión.	Contratación del espacio Producción y difusión de la revista.	Humanos Pedagogos Comunicadores Conferencistas Materiales Estudio de radio Grabadoras Computador Baterías Disco compacto Casete Papel. Lápices Libretas	A partir del 17 de Junio de 2006.	Escuela de Periodismo.	Dirección del Departamento de Orientación Educativa.	Estudiantes de secundaria, universitarios, docentes y público interesado.

Anexo # 11

Conceptos del aporte de la estrategia de orientación educativa

Creación del Departamento de Orientación Educativa del Centro Universitario Regional del Centro (CURC).

El Departamento de Orientación Educativa del Centro Universitario Regional del Centro (CURC), será la unidad académica responsable de coordinar, promover, supervisar, ejecutar y evaluar las acciones de orientación, asesoría educativa y sociocultural, encaminadas a promover el desarrollo académico y personal de los estudiantes, mediante sus áreas fundamentales como la orientación institucional, psicopedagógica, profesional, personal y social.

Este Departamento, estará representado por la estructura siguiente:

Nivel Superior: Será la instancia jerárquica, representada por un coordinador (a) y un asistente (a), quienes dependerán única y exclusivamente del Claustro de Profesores del Centro Universitario Regional del Centro (CURC).

Comité Técnico Operativo: Estará representado por los especialistas que conformarán las diferentes áreas de atención del departamento como: psicólogos, sociólogos, pedagogos, trabajadores sociales y comunicadores, quienes tendrán la responsabilidad fundamental de la ejecución de las acciones de Orientación Educativa que se impulsen a nivel interno y externo.

Una secretaria: Estará bajo la responsabilidad de una secretaria, quien tendrá como responsabilidad, el manejo concerniente a la información que se genere al interior y de los casos que tengan que ver con el trabajo de orientación a nivel externo del Departamento y de la misma institución.

Funciones del Nivel Superior

- Cumplir con los objetivos, normas, reglamentos y las políticas de la institución.
- Coordinar, promover, ejecutar, supervisar y evaluar todas las actividades de orientación Educativa que impulse el Centro Universitario Regional del Centro a

nivel interno y las que se realicen con instituciones educativas del nivel medio, superior, empresa privada, instituciones gubernamentales, no gubernamentales y organizaciones de la región.

- Fomentar un ambiente armónico y agradable al estudiante, para que logre su bienestar personal y que pueda alcanzar un desarrollo adecuado durante y después de sus estudios universitarios.
- Establecer mecanismos de comunicación adecuados con todas las unidades académicas de la institución.
- Mantener un adecuada y permanente relación con los medios de comunicación para dar respuestas a las actividades de promoción y de orientación del Centro.
- Fortalecer el vínculo con los egresados y con todos los sectores sociales.
- Coordinar con las diferentes coordinaciones de las carreras del CURC, las acciones de Orientación Educativa a desarrollar.
- Establecer roles de control operativo, a través de informes y reuniones informativas.
- Ajustar y reorientar el proceso de Orientación Educativa.

Funciones del Comité Técnico Operativo

- Ejecutar todas las acciones concernientes a las áreas de Orientación Institucional, Psicopedagógica, Profesional, Personal y Social, emanadas por el Departamento de Orientación Educativa del Centro Universitario Regional del Centro.
- Presentar informes de resultados al nivel superior, sobre acciones como: Giras a instituciones educativas del nivel medio y laboral, producción de material divulgativo; desarrollo de cursos preuniversitarios, como: taller de aptitudes vocacionales, acciones de carácter preventivo, técnicas de estudio, localización de los egresados, encuentros y organización de los egresados, capacitación post graduada, diseño y producción de revista electrónica y de la radiorevista universitaria, y todas aquellas acciones que comprendan actividades de

orientación educativa desarrolladas dentro del marco de cumplimiento de las políticas y objetivos de la institución.

- Cumplir con todas las disposiciones emanadas por el nivel superior.
- Realizar evaluaciones sobre cada una de las acciones realizadas.
- Establecer monitoreos sobre todas las acciones concernientes a las tareas de orientación educativa.

Funciones de la Secretaría

- Manejo del sistema de información atinente al Departamento de Orientación Educativa.
- Registros de control de todas las actividades ejecutadas por el Departamento de Orientación Educativa.
- Manejo y actualización de archivo del perfil y hoja de vida del personal del Departamento.
- Manejo y actualización del directorio de los egresados por carrera.
- Manejo de expedientes.
- Recibir la correspondencia.

Funciones del Coordinador(a)

- a) Organizar, planificar, supervisar y dirigir las actividades del Departamento de Orientación Educativa.
- b) Dictar políticas y medidas de trabajo para el funcionamiento del Departamento de Orientación Educativa.
- c) Velar por el cumplimiento de las normas del Departamento y consecuentemente del Centro.
- d) Presidir las reuniones de trabajo del Departamento
- e) Coordinar tareas de trabajo con los coordinadores de los departamentos del Centro
- f) Asistir a todos los eventos programados por la dirección del Centro

- g) Gestionar ante organismos nacionales e internacionales apoyo para el Departamento
- h) Preparar informes semestrales y anuales sobre las actividades realizadas por el Departamento de Orientación Educativa
- i) Cumplir con otras funciones que le fuere asignadas por la dirección del Centro. Ojo.

Funciones del Asistente (a)

- a) Asistir al director (a) en la organización, planificación, supervisión y dirección de las actividades del Departamento de Orientación Educativa.
- b) Colaborar con las tareas de orden administrativo
- c) Asistir y representar al director (a) en las reuniones convocadas en caso de ausencia
- d) Sustituir al director en caso de ausencia
- e) Responder a la correspondencia que le fuere asignada por el director
- f) Colaborar con la elaboración de informes semestrales y anuales que le sean solicitados por la dirección
- g) Asistir al coordinador (a) en el análisis y formulación de documentos técnicos
- h) Cumplir con otras tareas que le fuere asignadas por la dirección.

ACCIONES DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA

Giras a instituciones educativas del nivel medio, universitario y laboral

Las giras se realizarán con los propósitos siguientes:

- Promocionar el Centro Universitario Regional del Centro (CURC), a nivel de directivos de las diferentes instituciones y de estudiantes, para que conozcan el interior de la institución, sus fortalezas, debilidades y amenazas.
- Lograr convenios de cooperación en materia de Orientación Educativa y de otros colaterales que se podrían dar. (Incluye intercambio de los estudiantes en estos niveles).

Las giras se realizarán previas concertaciones y acuerdos con los directivos, para lo cual, la Coordinación del Departamento de Orientación Educativa del Centro Universitario Regional del Centro, enviará notas de solicitud para el cumplimiento de esta tarea.

El abordaje de estos eventos se realizará conjuntamente con las autoridades de la institución.

Producción de material divulgativo

Consiste en la producción de material que sirva para la difusión de todo tipo de información relacionada con el Centro y todo el entorno social; por ejemplo, retomar los dos únicos medios oficiales con que cuenta la institución como el boletín “El Tridentino” y la “Revista CURC”, mejorando su calidad en la producción y presentación, así como su periodicidad y el cumplimiento de los tiempos establecidos. Por otra parte, se recomienda la producción de un periódico trimestral que pueda circular en todo el entorno.

También, se considera en este acápite, la elaboración de trifolios, afiches, catálogo de las carreras, cuñas para radio y televisión, entre otros. Los contenidos teóricos para la elaboración de los mensajes, deberán ser entregados por la Coordinación del Departamento de Orientación Educativa a la Coordinación de la Escuela de Periodismo, para su producción y difusión.

Cabe señalar, que los mensajes una vez elaborados deberán ser revisados y ajustados por ambas unidades para su posterior difusión, pero lo cual será necesario también establecer, períodos de tiempo en su producción y difusión.

Desarrollo de curso preuniversitario

Estará dirigido básicamente a la promoción del Centro para los estudiantes de último año del nivel medio. El evento se desarrollará en las instalaciones del Centro Universitario Regional del Centro y se abordará todo lo relacionado con la estructura organizativa de la institución, la oferta educativa, el perfil de las carreras, los campos de acción laboral de las mismas, los costos de la carrera, requisitos de matrícula,

servicios bibliotecarios, el perfil de los profesores, entre otros. Lo anterior será efectivo, de acuerdo con las visitas realizadas y previa convocatoria de los participantes.

Taller sobre aptitudes vocacionales

Este evento se desarrollará en las instalaciones del Centro Universitario Regional del Centro, con la participación de los estudiantes de los diferentes institutos de secundaria, previa convocatoria, en donde se abordarán temas relacionados con los valores, intereses, autoestima, aptitudes, el papel que deben desempeñar en su entorno social y, una vez egresados de la universidad; así como las preferencias de estudio. Por tanto, al finalizar el taller se aplicará un test, para que puedan descubrir mejor sus aptitudes y que emprendan, de la mejor manera, su proyecto de vida. Este taller vocacional estará dirigido por el equipo técnico del Departamento de Orientación Educativa.

Talleres sobre acciones de carácter preventivo

De igual manera, este evento se realizará en las instalaciones del Centro Universitario Regional del Centro, con la participación de estudiantes de secundaria y universitaria, previa convocatoria, en donde se abordarán temas relacionados con la drogadicción, el alcoholismo, la delincuencia juvenil, la sexualidad y otros de interés. Se aconseja que cada uno de los temas deben ser abordados por profesionales entendidos en la materia. Por ejemplo, la drogadicción, por un psicólogo, un médico y un sociólogo.

En este sentido, además del personal profesional que dispondrá el departamento, se recomienda establecer acuerdos de cooperación con instituciones del nivel nacional, regional y local como las Secretarías de Salud, Ambiente, Comisionado Nacional de los Derechos Humanos, Instituto Hondureño de Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia, entre otras, para que puedan contribuir con este proceso.

Taller sobre técnicas de estudio

Este taller también se desarrollará en el Centro Universitario Regional del Centro, dirigido siempre a los dos niveles de estudiantes con los propósitos siguientes:

- Facilitar la adaptación, aprendizaje y permanencia en el sistema universitario.
- Establecer mejores vínculos de interacción y acercamiento.
- Promover el trabajo de estudio en equipo.
- Incentivar hacia las mejores formas de obtener aprendizaje.
- Compartir sentimientos de amistad y ayuda.
- Identificar habilidades y fortalezas.
- Identificar hábitos de lectura.
- Aprovechamiento del tiempo.
- Memorización.
- Aprender a escuchar.
- Enriquecer el vocabulario y,
- Generar un pensamiento crítico y reflexivo.

Localización de los egresados

Esta actividad consistirá en localizar las direcciones de todos los egresados del Centro Universitario Regional del Centro (residencia, teléfono, correo electrónico, centro de trabajo), con el propósito de establecer acercamientos necesarios y mantener un vínculo comunicativo con los mismos. De otra forma, organizar el directorio y mantenerlo constantemente actualizado.

A continuación se presenta el ejemplo siguiente:

Datos Generales	Información Especifica
Nombre	
Residencia	
Profesión	
Centro de trabajo	
Dirección del centro de trabajo	

Teléfono fijo de residencia	
Teléfono fijo centro de trabajo	
Celular	
Correo electrónico	
Apartado postal	

Encuentro de egresados

Este evento reviste la importancia necesaria porque, a través del mismo, se pretende determinar la situación de los egresados con respecto a su profesión, su impacto en el mercado laboral e identificar las necesidades de capacitación postgraduada y, determinar de esta manera, las alternativas de solución a la problemática encontrada. El encuentro dejará como resultado valioso, el hecho de que las carreras que se imparten en la institución, ajusten sus planes de estudio a las necesidades sociales. Por tanto, la Dirección del Centro, conjuntamente con la Coordinación de Orientación Educativa, harán las gestiones pertinentes, a efecto de adelantar cada evento de capacitación que corresponda. Este evento deberá realizarse una vez al año en las instalaciones del Centro Universitario Regional del Centro, con la participación de las autoridades de la institución, Junta Directiva del Claustro de Profesores, coordinadores de las carreras y de los departamentos de Investigación, Docencia, Extensión, Dirección de Orientación Educativa y directivos de las diferentes instituciones públicas y privadas, sobretodo de la empresa privada.

De otra manera, se considera la organización de la Asociación de Egresados del Centro Universitario Regional del Centro, para disponer de una instancia que a través de su junta directiva, se canalice las actividades de índole académica como conferencias, congresos, seminarios y sesiones académicas y de corte cultural para establecer una comunicación bidireccional con la comunidad de su plantel y con otras asociaciones de egresados del país. Para tal efecto, la Coordinación de Orientación Educativa realizará por lo menos dos veces al año, reuniones de trabajo; existiendo la posibilidad de extender el número de las mismas, si el caso así lo demanda.

Capacitación post graduada

La capacitación post graduada será posible una vez identificadas y priorizadas las necesidades de capacitación por parte de los egresados. Lógicamente, que los eventos regulares como los cursos, seminarios y los talleres, no representan mayor complejidad para su ejecución, no así los diplomados y los post grados; por consiguiente, habrá que encontrar todas las alternativas posibles para su puesta en marcha. Estos eventos, serán atendidos por el personal docente del Centro Universitario Regional del Centro, por área de especialización y, por profesionales con reconocida capacidad, identificados en el entorno. El desarrollo del evento se realizará previa convocatoria de los egresados y confirmación de los facilitadores.

Todo evento de capacitación post graduada se realizará en las instalaciones de la institución.

Diseño y producción de revista electrónica

Básicamente será un medio diseñado y que será incorporado en la página Web del Centro Universitario Regional del Centro. Contendrá información sobre acciones fundamentales de carácter promocional, ambiental, educativo, técnico y científico, es decir, todo lo relacionado con la estructura organizativa de la institución y sus acciones: la oferta educativa, el perfil de las carreras, los campos de acción laboral de las mismas, los costos de inversión de la carrera, requisitos de matrícula, servicios bibliotecarios, el perfil de los profesores, acuerdos, convenios, investigaciones, tecnología, entre otros. De igual forma, se deberá incluir información de las diferentes actividades de transferencia que realice el CURC con el entorno.

Es importante mencionar que esta revista deberá ser actualizada periódicamente por el Departamento de Orientación Educativa y la Coordinación de la Escuela de periodismo.

Producción de radio revista universitaria

Al igual que la revista electrónica, este formato servirá para promocionar y divulgar los avances y las acciones del Centro Universitario Regional del Centro, así como, ampliar la cobertura de los servicios de información.

Cabe señalar, que en ella se abordarán diferentes temas relacionados con el quehacer de la institución, en sus funciones básicas sustantivas, y otros tópicos. De igual manera, se considera la comparecencia de docentes y público del entorno, con quienes mantiene relación la institución, para el abordaje de temas relacionados con la educación, el ambiente, la participación comunitaria, los derechos humanos, entre otros. La intención de esta modalidad deberá orientarse a abrir espacios de participación del entorno en general.

Esta radio revista estará bajo la dirección y producción de la Escuela de Periodismo del CURC y tendrá una duración inicial de 15 minutos, con una prolongación de tiempo, según las necesidades.

Su estructura será la siguiente:

Presentación: Comprenderá el nombre de la institución promotora, en este caso, del Centro Universitario Regional del Centro, bajo la producción de la Escuela de Periodismo. Estará grabada y tendrá una duración de un minuto.

Sección de noticias: Comprenderá información relacionada con el quehacer de la universidad en general y del quehacer social del entorno.

Sección de entrevistas: Proporcionará información sobre la intervención de los diferentes actores del sistema universitario y de la sociedad en general.

Sección: Salón Cultural: Se divulgará todo lo relacionado con la cultura y el arte.

Sección tecnológica: Todo lo relacionado con los avances tecnológicos en materia de educación, salud, ambiente, medios de comunicación, entre otros.

Sección: De la biblioteca universitaria: En esta sección se abordarán temas relacionados con contenidos de interés como cultura general, información sobre conocimientos específicos de temas de estudio en las carreras, entre otros.

Sección: Para su salud: En esta sección se abordará el servicio médico, odontológico, psicológico, con información técnicamente supervisada por un profesional de las áreas de tratamiento.

Sección deportiva: Esta sección comprenderá todo lo relativo al deporte universitario.

Cierre: Comprenderá los elementos relativos a la presentación.

Para la producción de la radio revista se utilizarán formatos dinámicos y participativos como debates, radioforos, entre otros; constituyéndose como fuentes de información la dirección, las coordinaciones de los diferentes departamentos, junta directiva del claustro de profesores, asociación de estudiantes, población estudiantil, docentes, egresados y directivos de las diferentes instituciones públicas y privadas del sector educativo y empresarial que desarrollen acciones conjuntas con la institución.

Anexo 12 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DEL CENTRO PROFESIOGRAMA DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA

