

Título de la comunicación: Inbound Recruiting.***Título de la comunicación: Inbound Recruiting*****F. Santos¹, D. Jiménez¹, F. Peralvo¹ y José Baldeón-Becerra²**¹ Instituto Tecnológico Superior Quito Metropolitano. Carán N3-195 y Calle B (Nueva Tola 2) Quito, Ecuador.dajimenez@itsqmet.edu.ec, fperalvo@itsqmet.edu.ec, & msantos@itsqmet.edu.ec² CleanStage S.A. josefranciscobaldeon@gmail.com**RESUMEN:**

Este documento presenta de forma resumida la importancia que tiene en la actualidad el lograr llegar de manera más precisa a los mejores candidatos del mercado laboral. El Inbound recruiting se basa en el employer branding, la búsqueda de talento en redes sociales y un adecuado sistema de comunicación para permitir que los candidatos tengan una de sus mejores experiencias en sus procesos de reclutamiento. Las raíces del inbound recruiting nacen del inbound marketing, que es, una metodología estratégica que usa sus herramientas digitales para seducir y atraer a sus clientes mediante la idea del Buyer persona. Lo impresionante del inbound recruiting es, su habilidad para reunir las características principales del marketing con las técnicas del reclutamiento logrando así atraer al mejor talento humano. Mediante este documento se va a identificar la metodología, fases y los beneficios que las empresas pueden percibir por su aplicación. El reclutamiento tradicional generalmente atrae solo a personal que en selección se le denomina “Candidatos Activos”, que son personas que se encuentran buscando activamente una posición de trabajo, lo cual deja a más de la mitad del mercado por fuera de la aplicación de nuestros anuncios. El Inbound recruiting por el contrario, nos va a permitir alcanzar un nivel en el cual vamos a poder atraer tanto candidatos “Candidatos Activos”, como “Pasivos”, que son aquellos que se encuentran conformes con su puesto de trabajo. Este tipo de personas, no se mueven solamente por dinero, buscan empresas que les permitan crecer personal y profesionalmente, valoran la misión, visión y estrategia, valores de las organizaciones, se preocupan por las opiniones de los empleados de

ÉLITE 2021, VOL. (3). NÚM. (2)
ISSN: 2600-5875

Recibido: 26/06/2021

Revisado: 21/07/2021

Aceptado: 26/08/2021

Publicado: 28/09/2021

las empresas para saber si les conviene o no un cambio laboral. El inbound recruiting genera contenido que va a permitir que los candidatos se enamoren de nuestras organizaciones.

Palabras clave: Inbound Marketing, Inbound recruiting, candidato, organización, reclutamiento, selección.

ABSTRACT:

This document summarizes the importance of reaching more precisely the best candidates in the labor market today. Inbound recruiting is based on employer branding, the search for talent in social networks and an adequate communication system to allow candidates to have one of their best experiences in their recruitment processes. The roots of inbound recruiting come from inbound marketing, that is, a strategic methodology that uses its digital tools to seduce and attract its customers through the idea of the Buyer persona. The impressive thing about inbound recruiting is its ability to combine the main characteristics of marketing with recruitment techniques, thus attracting the best human talent. Through this document, the methodology, phases and benefits that companies can receive from its application will be identified. Traditional recruiting generally attracts only personnel that in selection are called "Active Candidates", who are people who are actively looking for a job position, which leaves more than half of the market outside the application of our ads. . Inbound recruiting, on the other hand, will allow us to reach a level at which we will be able to attract both "Active Candidates" and "Passive Candidates", who are those who are satisfied with their job position. These types of people do not move only for money, they look for companies

that allow them to grow personally and professionally, they value the mission, vision and strategy, values of the organizations, they care about the opinions of the employees of the companies to know if they are interested in them. Whether or not a job change is convenient. Inbound recruiting generates content that will allow candidates to fall in love with our organizations.

Keywords: Inbound Marketing, Inbound recruiting, candidate, organization, recruitment, selection.

INTRODUCCIÓN:

El proceso de búsqueda de información que se desarrolló para el presente trabajo se llevó a cabo en el Instituto Tecnológico Metropolitano de Quito, dedicada a la formación profesional de tecnólogos con excelencia educativa, de manera inclusiva e igualdad de oportunidades, la misión institucional contempla la diversidad étnica, cultural, económica, responsabilidad social y compromiso ciudadano.

Este trabajo se estructura en base a la necesidad de crear un mejor proceso de selección para docentes de la institución, en la cual mediante la creación de un perfil de selección adecuado se pudo determinar que es importante poder generar una metodología como es el Inbound Recruiting para ayudar a mejorar las estrategias de reclutamiento que ésta brindando el departamento de recursos humanos, principalmente al área de reclutamiento y selección. El principio fundamental de metodología parte de una pregunta básica: ¿De qué manera la metodología Inbound Recruiting podría ser implementada para mejorar la estrategia del área de reclutamiento y selección? Llevándonos a realizar una profunda reflexión sobre los

procesos de contratación de docentes que llevaba a cabo la organización.

Con el fin de mejorar este proceso y centrados en los actores principales del giro del negocio que son los Docentes, nos acercamos a la conclusión de que este trabajo, será el impulso para la implementación de una metodología más eficiente y eficaz para mejorar los procesos de reclutamiento dentro de la organización, incluso se podrá promover la marca empleadora y sobre todo fidelizar a los candidatos que podrán apreciar las buenas prácticas de selección que maneja la institución.

Otro de los beneficios de implementar la metodología del Inbound Recruiting es que, nos va a permitir optimizar tiempo, recursos y costos dentro de la operación.

METODOLOGÍA:

Esta investigación tendrá una base metodológica inductiva basada en el Proyecto de investigación llevado a cabo en el Instituto Tecnológico Metropolitano de Quito, sobre el Desarrollo de un Plan de selección por competencias para docentes en el Instituto ya mencionado, del cual nace la pregunta de cómo podemos mejorar este proceso de selección y que metodología aplicar al respecto?, usando un proceso de revisión bibliográfica documental que es una técnica de investigación a través de la cual se explora lo que se ha escrito y publicado antes acerca de un determinado tema, mediante el cual esperamos realizar una recomendación para aplicación de la metodología de Inbound Recruiting en la institución descrita con anterioridad.

RESULTADOS:

El recurso humano debe poseer las aptitudes, las competencias y los conocimientos necesarios para desenvolverse de una forma eficiente en los diferentes puestos de trabajo (operativo, administrativo, técnico, gerencial) de la empresa. Las personas son el factor clave en toda organización.

Algunos expertos consideran que, dentro del ciclo de vida del colaborador uno de los puntos más importantes para el éxito o fracaso que pueda llegar a tener el personal dentro de la organización depende mucho del proceso de reclutamiento, por cuanto, esta va a determinar si hemos podido elegir al personal idóneo para la organización y para la vacante.



FIGURA 1. StorMeUp Blog

Cuando se incorpora una persona a la empresa se realizan evaluaciones del rendimiento para conocer su eficacia y la eficiencia en su desempeño, detectando sus fortalezas y debilidades y estableciendo las acciones formativas necesarias para cubrir esas necesidades. Cuando se realiza una evaluación del potencial el objetivo es saber lo que esa persona puede llegar a aportar dentro de la empresa, por lo tanto, se evalúa cuáles son sus posibilidades de

desarrollo y se obtiene información sobre las carencias formativas. Varios, A. (2013). Manual selección de personal. Madrid.

Sin embargo, todo esfuerzo de evaluación que apliquemos en la organización para poder mejorar brechas entre el puesto de trabajo y la persona pueden ser ineficaces si el candidato para el puesto de trabajo que hemos elegido no cumple con las características principales que requiere el cargo y sobre todo si no logra adaptarse a las especificidades de la organización.

La gestión y administración del Talento Humano ha tenido un avance y desarrollo exponencial, en el cual podemos encontrar varias herramientas, metodologías y procesos que nos permites mejorar nuestras políticas organizacionales en pro de desarrollar el talento de nuestros colaboradores, basados en la gestión y cumplimiento de los objetivos y las estrategias de la organización.

Es importante ir aplicando estas nuevas tendencias para mejorar el desempeño y asegurar el crecimiento de la organización y de sus colaboradores, el objetivo base debe ser un “Ganar- Ganar”.

La metodología del Inbound Recruiting, rompe con el paradigma de que el objetivo principal de un proceso de reclutamiento es solo cubrir una vacante dentro de la organización. El inbound Recruiting rompe esquemas y nos dice que, ya no es suficiente con realizar un proceso de búsqueda o reclutamiento de manera tradicional, que las nuevas tendencias de la gestión del Talento humano nos exigen cada vez más, así que plantea esta metodología en la que busca básicamente 4 aspectos: Atraer, convertir, contratar y enamorar.



FIGURA 2. Talent Clue

DISCUSIÓN DE RESULTADOS:

La pregunta pertinente en este punto sería ¿Qué es el inbound Recruiting? y ¿De donde nace este concepto?, Pues bien, Cuando hablamos de Inbound Recruiting hablamos de una metodología de reclutamiento centrada en los candidatos que crea un sistema para recibir candidatos calificados de manera continua, independientemente de si hay puestos vacantes o no en ese momento. Toni Gimeno (2022).

Las experiencias de los candidatos dentro de un proceso de selección se vuelven cada vez más importantes en el mundo laboral. En la actualidad la tecnología ha creado consumidores más exigentes y debemos empezar a ver a nuestros potenciales colaboradores como “clientes”.

A lo largo de los años, las empresas siempre han ejercido una posición de poder, porque de una u otra manera, se consideraba que era la organización quien decidía y definía a su gusto quien podría ser su futuro colaborador velando únicamente por los propios intereses de la organización, sin embargo en la actualidad nuestro potenciales colaboradores le han dado un giro a esta tradicional forma de manejar los procesos de selección, exigiendo mayor seguimiento y obteniendo mayor control sobre los avances del proceso de selección en el que se encuentran involucrados.

La metodología del Inbound Recruiting basa sus orígenes en el “Inbound marketing” que básicamente busca generar estrategias que les permita captar la atención de futuros clientes mediante la creación de experiencias que permitan a su consumidor sentirse familiarizado con el producto o servicio que la organización le brinda y sobre todo impactar generando una buena impresión del mismo.

El Inbound Marketing presenta las siguientes características:

- Crear contenidos y comunidades fieles. Se busca obtener la mayor atracción posible.
- Optimizar todos los recursos y vías de acción. Conocer al cliente, ya que cada uno exigirá un tipo de mensaje adaptado a su situación.
- Dinamizar tanto los productos como los mensajes. La presencia en redes sociales es un tema fundamental para un Inbound eficaz.
- Convertir. Estudiar y analizar las métricas para obtener el mejor ROI posible. EAL-DE Business School (2019)

Basado en estos principios la empresa Talent Clue de la mano de Toni Gimeno, desarrollan y la metodología de Inbound Recruiting en torno a la búsqueda de mejorar los procesos de reclutamiento en de las organizaciones.

Según la guía completa sobre la metodología inbound recruiting generada en el sitio web de Toni Gimeno, esta metodología busca atraer, convertir, contratar y enamorar a los futuros candidatos.

1. PRIMERA FASE: ATRAER



FIGURA 3. Toni Gimeno

Esta etapa nos explica sobre la importancia que tiene dentro de la metodología la atracción hacia las redes sociales, o medios de publicaciones de las ofertas laborales de una organización. El objetivo es generar el mayor tráfico en estos medios, pero considerando que no debe ser cualquier tráfico, debe ser el adecuado, uno que comparta la misma visión, cultura y valores de la organización.

Para esto la metodología nos presenta una de las herramientas más poderosas que en la actualidad ha marcado la diferencia y se trata del Employer Branding, considerada como otra metodología que ha venido a transformar la visión de la gestión del talento, la cual tiene como objetivo principal crear y diseñar una imagen como marca. Cuando ya hemos logrado convertirnos como organización en una marca aspiracional lograremos atraer al mejor talento humano del mercado.

Según Gimeno (2022), es importante considerar una diferencia básica en estos dos últimos conceptos que son:

Employer Branding es la promesa de la experiencia que alguien tendrá trabajando en nuestra empresa; Mientras que Inbound Recruiting es la metodología para comunicar esta promesa al mundo.



FIGURA 4. CareerBuilder

Adicional, en esta guía Podemos encontrar la importancia de definir bien quien es nuestro Candidate Persona, sin este perfil no podremos tener claridad de que es lo que puede atraer a los candidatos, ni qué propuesta de valor podemos ofrecerles; y por ultimo pero no menos importante, debemos tener claridad que nuestra empresa debe contar con una web bien diseñada, con presencia en redes sociales, que permita a la organización transmitir a la gente la información básica para entender a la empresa, su estrategia, misión, visión y cultura organizacional.

2. SEGUNDA FASE: CONVERTIR



FIGURA 5. Toni Gimeno

El objetivo principal de esta etapa es convertir a los visitantes de nuestras páginas en candidatos potenciales para cubrir nuestras vacantes. Esto se logrará, solo si hemos podido consolidar nuestra imagen en las redes, demostrando de una u otra manera que como organización somos la mejor opción.

3. TERCERA FASE: CONTRATAR

Después de atraer y convertir las visitas en candidatos debes ser rápido y eficaz para no perder por el camino a los mejores y contratarlos.



FIGURA 6. Toni Gimeno

Hemos llegado a una de las fases que pueden definir la imagen de nuestra organización, hay un dicho que dice” la primera impresión cuenta” y encaja perfectamente en esta metodología. Este paso, en el que deja de ser un candidato y pasa a ser un empleado va a definir la primera experiencia del colaborador, aquí vivirá de primera mano la cultura organizacional de la empresa. La comunicación es un pilar fundamental en esta etapa.

4. CUARTA FASE: ENAMORAR



FIGURA 7. Toni Gimeno

La última fase busca enamorar, no solo a los elegidos, sino a los que no pasaron el proceso o quedaron descartados del mismo. El objetivo de esta etapa es conseguir que estas personas se conviertan en “Embajadores de la Marca”.

Todas las personas aspiran a trabajar en las mejores empresas, Si las organizaciones logran implementar de una manera adecuada esta metodología, seguramente logrará que cada candidato o colaborador que

haya cruzado por su organización se convierta en un Embajador de la marca.



FIGURA 8. Nielsen

CONCLUSIONES:

Después de haber realizado el proyecto de investigación para el desarrollo de un Plan de selección por competencias para docentes en el Instituto Tecnológico Metropolitano de Quito y en base a la observación de generar una estrategia para mejorar los procesos de reclutamiento del mismo, se logra llegar a la conclusión de la importancia que tiene en la actualidad el manejo de la imagen de la organización en la atracción de talento adecuado para la empresa.

Resultado de este análisis y en base a la reseña documentada en líneas anteriores, se recomienda que el ITSQMET pueda aplicar la Metodología de Inbound Recruiting en sus procesos de gestión de talento humano.

Es importante aplicar un estudio detallado sobre la percepción de la marca empleadora del ITSQMET, que permita recopilar información tanto de los clientes internos (colaboradores), como de los clientes externos y mediante este estudio fortalecer, establecer o reestructurar la estrategia de la organización, generar valores que estén alineados a mejorar la experiencia de nuestros consumidores y plantear objetivos que permitan

que el ITSQMET se convierta en una empresa aspiracional para docente de alto nivel y calidad.

AGRADECIMIENTOS:

Agradecemos a las autoridades del ITSQMET por su ardua labor e interés en el desarrollo de investigación de sus docentes, ya que esto aporta al crecimiento de cada uno de sus colaboradores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- EALDE, Business scholl (2019) , El Inbound Marketing y sus características, España, <https://www.ealde.es/inbound-marketing-caracteristicas/>
- Aguado, P. R. (2010). Reclutamiento y selección 2.0. La nueva forma de encontrar talento (1.ª ed.). Editorial UOC.
- Alles, M. A. (2006). Dirección estratégica de Recursos Humanos. Gestión por Competencias (6.ª ed.). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica
- Gimeno, T. (2022). TONI GIMENO. Obtenido de <https://www.tonigimeno.com/>
- Varios, A. (2013). Manual selección de personal. Madrid, Spain: Editorial CEP, S.L. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/itsqmet/50715?page=35>.

OPORTUNIDADES		F+O		D+O	
O1	Contar con convenios de profesionalización y capacitación a nivel nacional de acuerdo al perfil docente.	F1 - O1	Implementar capacitaciones de manera continua para construir a que los docentes desarrollen un perfil con mejores competencias y habilidades.	D7-O1	Planificar capacitaciones e inducciones por unidad a cargo de profesionales para generar desde un principio una comunicación efectiva dentro de la institución.
O2	Evaluación y acreditación institucional fomentando la capacidad docente.	F8 - O2	Generar diferentes documentos realizados por el personal docente que logran impactar de manera positiva en la evaluación y acreditación institucional	D3-O2	Buscar la acreditación institucional mediante la creación de un documento que se enfoque en las necesidades y requerimientos de los docentes que permita como institución brindar la capacitación adecuada a su personal.
O3	Intercambios académicos donde se potencialice los conocimientos técnicos de las diferentes carreras.				Emplear métodos de evaluación que permitan conocer el ambiente en el que se desenvuelve el docente, su desempeño y estrategias de aprendizaje-enseñanza que emplea con los estudiantes.
O4	Preparación docente como elemento fundamental en su continua contratación.	F8 - O4	Buscar mediante la unidad de investigación el desarrollo profesional de los docentes en el ámbito editorial.	D1-O4	Generar una planificación para la inducción desde inicio del periodo académico para que todos los integrantes de la labor docentes conozcan sobre los procesos que deben desarrollar.
O5	Programas de desarrollo de posgrados para docentes con una trayectoria en la institución.	F6 - O4	Diseñar metodologías personalizadas con el fin de garantizar la calidad de la acción docente		

O6	Estímulos Económicos y de capacitación cuando su proceso de gestión sobrepase el promedio general requerido.	F3 - O6	Implementar un plan de estímulos que permitan reconocer la calidad de los docentes destacados	D2-06	Implementar métodos de compensación para que los docentes se sientan motivados y concluyan por lo menos el periodo académico cumpliendo con sus actividades de la mejor manera.
O7	La situación de salud actual genera en los docentes la necesidad de actualizar sus conocimientos en cuanto al tema de educación virtual.			D6-O7	Aprovechar la necesidad en los docentes de actualizar sus conocimientos para introducir conceptos nuevos en la parte de la docencia (modelos de evaluación, uso de tecnologías para la educación)
O8	Intercambios académicos donde se potencialice los conocimientos técnicos de las diferentes ca-				
AMENAZAS		F+A		D+A	
A1	Docentes con mejor y mayor perfil profesional que deciden renunciar por nuevas y mejores oportunidades.	F3, 7-A1	Generar un ambiente organizacional aceptable, cultura de respeto, responsabilidad, solidaridad y compromiso, plataformas virtuales que faciliten las actividades con el fin de retener el personal docente.	D7-A1	Generar un método de compensación para docentes que cumplan con los objetivos institucionales, tengan buen rendimiento y sobre salgan de los demás.
A2	Política del gobierno actual orientada a un cambio en la estructura de la educación superior, donde se tenga claro los lineamientos de calidad educativa.			D9-A2	Fomentar un modelo de evaluación que permita conocer los requerimientos de los estudiantes respecto a sus clases con la finalidad de cumplir con los estándares de calidad
A3	La situación de salud actual obliga a docentes a actualizar sus propios recursos conocimientos en cuanto al tema de educación virtual.	F6 - A3	Hacer uso de los medios educativos audiovisuales en aulas y de manera virtual para contribuir en el aprendizaje constante del docente.		

La Matriz MAFE propuesta anteriormente, fue el punto de partida para la creación o elaboración de nuevas estrategias que permitan erradicar los problemas detectados.

Problemas detectados:

Procesos débiles de inducción docente y por unidades.

Baja permanencia del personal académico por más de un año.

Inexistencia del plan de carrera docente

No se cuenta con un manual de funciones específicas, por unidad y cargos.

No se evidencian procesos y planes operativos tácticos por unidades de trabajo

Falta de compensaciones a docentes que cumplan con el objetivo de logro

Falta de información dentro de las unidades.

Comunicación ineficaz.

Falta de imparcialidad docente-estudiante.

Sistema de control y evaluación docente limitado y carente de indicadores de gestión.

Estrategias desarrolladas:

DO: Emplear métodos de evaluación que permitan conocer el ambiente en el que se desenvuelve el docente, su desempeño y estrategias de aprendizaje-enseñanza que emplea con los estudiantes.

FO: Diseñar metodologías personalizadas con el fin de garantizar la calidad de la acción docente

DA: Fomentar un modelo de evaluación que permita conocer los requerimientos de los estudiantes respecto a sus clases con la finalidad de cumplir con los estándares de calidad

DO: Planificar capacitaciones e inducciones por unidad a cargo de profesionales para generar desde un principio una comunicación efectiva dentro de la institución y construir a que los docentes desarrollen un perfil con mejores competencias y habilidades.

DA: Generar un método de compensación para docentes que cumplan con los objetivos institucionales, tengan buen rendimiento y sobre salgan de los demás.



Figura 2 Esquema de planteamiento de estrategias

El proceso que se llevó a cabo para la aplicación de las estrategias desarrolladas fue el siguiente:

Se emplearon nuevos métodos de evaluación tales como: Heteroevaluación y Coevaluación, con el fin de conocer el desempeño del docente desde la perspectiva de la unidad y del alumnado, asimismo se implementó una metodología ganadora la cual consiste en actuar de manera personalizada para cada docente generando una retroalimentación constante que permita al docente rectificar sus errores y pulir sus aciertos al mismo tiempo que se cumplieran con las necesidades de los estudiantes y los estándares de calidad que desea brindar la institución. Una vez que se ejecutó la nueva estrategia se brindó la retroalimentación necesaria para la planificación de capacitaciones que ayudaron a fortalecer las habilidades de cada docente, además del desarrollo de inducciones por parte de la unidad para fomentar la comunicación efectiva dentro de la institución. Además, como parte final de todo el proceso la información y las actividades realizadas para lograr un exitoso

desarrollo se generó un método de compensación para los docentes que tuvieron gran rendimiento, lograron cumplir con todo lo requerido y han llegado a sobresalir de los demás.

Fase II: Implementación de la estrategia

1. Implementación de procesos de inducción docente con el fin de socializar parámetros a considerar respecto a los modelos de evaluación que se ejecutaran dentro de la unidad.

MODELOS DE EVALUACIÓN	A CARGO DE	PROCESO
COEVALUACIÓN	UNIDAD DE CALIDAD	Se evalúa mediante parámetros establecidos el cómo desarrolla y se desenvuelve el docente al impartir cada una
	COORDINADOR DE CARRERA	
HETEROEVALUACIÓN	ESTUDIANTES	Aquí el protagonista es el estudiante que responde a un cuestionario enfocado a la pertinencia de contenidos y desempeño del docente.

MATERIALES/ HERRA-	SE GENERA
MATRIZ DE EVALUACIÓN	1 VEZ POR PARCIAL
MATRIZ DE EVALUACIÓN	1 VEZ POR PARCIAL
FORMULARIO	1 VEZ POR PARCIAL

Tabla 2 Modelos de evaluación llevados a cabo por representantes de las unidades

2. Planificaciones de cronogramas semanales por proceso de Coevaluación.

CRONOGRAMA DE COEVALUACIÓN					
DEL / /20					AL / /20
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
7:00 - 9:00	DOCENTE 1		DOCENTE 3		DOCENTE 5
9:00 - 11:00		DOCENTE 2		DOCENTE 4	
11:00 - 13:00	DOCENTE 6		DOCENTE 7		DOCENTE 8

Tabla 3 Modelo de cronograma de planificación semanal para coevaluación por parte de la unidad

3. Evaluaciones mensuales a cada uno de los docentes de manera sincrónica y verificación de videos de clase.

COEVALUACIÓN UNIDAD												
PROFESOR:	*****											
PARAMETROS DE EVALUACIÓN	PARCIAL 1				PARCIAL 2				PARCIAL 3			
	Asignatura: *****											
	Nivel: *****											
Fecha: / /20	5	3	1	OBSERVACIÓN	5	3	1	OBSERVACIÓN	5	3	1	OBSERVACIÓN
CONOCIMIENTO DE LA MATERIA	5											
PLANIFICACIÓN DE CLASE (TIEMPO Y TEMA)	5											
DINAMISMO Y PARTICIPACIÓN EN CLASE	5											
RECURSOS DIDÁCTICOS	5											
TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	5											
TOTAL	25	0	0		0	0	0		0	0	0	
	TOTAL	25	100		TOTAL	0	0		TOTAL	0	0	

Tabla 4 Modelo de matriz para ejecución de coevaluación por parcial de manera personalizada para cada profesor para un mejor control de seguimiento.

La matriz presenta diferentes criterios como parámetros de evaluación previamente establecidos por la unidad y entidades superiores a fin de lograr garantizar la debida ejecución de cada clase, en ese sentido se presentan los siguientes criterios:

- Conocimiento de la materia
- Planificación de clase (tiempo y tema)
- Dinamismo y participación en clase
- Recursos didácticos
- Técnicas de evaluación

Una vez establecidos los criterios se asigna una escala de calificación en este caso se presenta de la siguiente forma (Tabla 5):

CALIFICACIÓN	ESCALA
5	Cumple con el criterio – Se evidencia dentro de la clase
3	Se presenta inconvenientes, pero cumple con el criterio
1	No cumple con el criterio – falta de desarrollar en la clase

Tabla 5 Escalas de calificación a utilizar en base a los criterios de evaluación

Posteriormente se realiza la suma de los pesos dados a cada criterio según como se desarrolló la clase, en el caso del modelo planteado la suma por criterio da 25 puntos. Finalmente, mediante la siguiente fórmula se transforma a una calificación sobre 100.

$$\text{Calificación Total} = (\text{Suma de criterios} * 100/25)$$

- Creación de formularios de heteroevaluación por parcial que será realizada por los estudiantes a través de preguntas dirigidas sobre el proceso de enseñanza aprendizaje de los docentes durante el periodo académico.

Con el propósito de realizar mejoras en la calidad del trabajo y desempeño docente a través de un correcto proceso de evaluación, se elaboró un cuestionario como herramienta de información de la pertinencia de contenidos y desempeño del docente enfocado en los siguientes criterios:

- Imagen del docente
- Planificación de la clase
- Solvencia y conocimiento de los contenidos
- Pertinentes modelos de evaluación

- Recursos didácticos empleados en clase

Además, se añade un espacio de recomendaciones y sugerencias para el docente por parte del estudiante y el mismo da una calificación final sobre 10 según la siguiente escala (Tabla 6):

CALIFICACIÓN	ESCALA
10	Muy satisfactorio
8 - 9	Satisfactorio
5 -7	Poco Satisfactorio
0 - 4	Nada Satisfactorio

Tabla 6 Escalas de calificación a utilizar en las recomendaciones y sugerencias

Se toma en cuenta que la información solicitada a los estudiantes es de carácter confidencial, para generar ese espacio de seguridad y confianza de expresar su opinión.

- Ejecución de reuniones constantes de realimentación para establecer fortalezas y debilidades dentro del proceso de enseñanza aprendizaje de cada docente.

En este apartado se genera reuniones personales con cada profesor por parcial para realizar la respectiva retroalimentación de ambas evaluaciones generadas en el instituto. La persona encargada de la unidad será quien presente la matriz de coevaluación antes mencionada con sus respectivas observaciones y calificación, el docente de ser necesario podrá requerir una nueva evaluación, en la parte de heteroevaluación el docente podrá revisar los comentarios .

- Elaboración de Informe Final Proceso de Evaluación y Desempeño Docente según el Periodo Académico en el que se ejecuta.

En el informe se presentan todos los datos obtenidos en todo el periodo académico de ambas evaluaciones (Coevaluación y Heteroevaluación) con sus respecti-

vos promedios (Tabla 7).

	CÉDULA	NOMBRE	CARRERA	COEVALUACION UNIDAD 70%	HETEROEVALUACION 30%	PORCENTAJE FINAL
1	17*****91	DOCENTE 1	CARRERA 1			
2	17*****92	DOCENTE 2	CARRERA 4			
3	17*****93	DOCENTE 3	CARRERA 3			
4	17*****94	DOCENTE 4	CARRERA 4			
5	17*****95	DOCENTE 5	CARRERA 5			
6	17*****96	DOCENTE 6	CARRERA 1			
7	17*****97	DOCENTE 7	CARRERA 2			

Tabla 7 Resultados obtenidos en los periodos académicos

El resultado de Coevaluación se obtiene del promedio de las 3 evaluaciones de clase ejecutadas durante el periodo académico donde se evidencia si el docente ha cumplido con los parámetros establecidos o no y tendrá un peso del 70% para el porcentaje final, asimismo, la Heteroevaluación será el resultado del promedio de las calificaciones dadas por los estudiantes durante los 3 parciales con un peso del 30%. El porcentaje final para establecer un estándar de cumplimiento y excelente rendimiento está basado por la siguiente escala (Tabla 8):

PORCENTAJE	ESCALA
90 - 100	Muy Bueno
80 - 90	Bueno
70 - 80	Regular

Tabla 8 Escala de cumplimiento y rendimiento docente

Fase III: Medición de impacto.

Para evidenciar si la estrategia implementada de aplicar modelos de evaluación docente ha generado un impacto positivo se procede a realizar una comparación de matrices entre la creada como diagnóstico inicial en el primer periodo abril septiembre 2021 y la del siguiente periodo octubre 2021 marzo 2022. La institución para el periodo académico abril septiembre 2021 presento 55 docentes, se toma como muestra 5 docentes que siguieron vigentes en el siguiente periodo

octubre 2021 marzo 2022 (Tabla 9).

			COEVALUACIÓN (70%)	HETEROEVALUACIÓN (30%)	TOTAL
ABRIL - SEP 2021	DOCENTE 1	CARRERA 1	61,2	27,15	88,3
ABRIL - SEP 2021	DOCENTE 2	CARRERA 2	59,8	26,94	86,7
ABRIL - SEP 2021	DOCENTE 3	CARRERA 3	58,9	27,42	86,4
ABRIL - SEP 2021	DOCENTE 4	CARRERA 4	52,4	26,84	79,2
ABRIL - SEP 2021	DOCENTE 5	CARRERA 5	52,1	24,24	76,3

Tabla 9 Diagnóstico: Evaluación del Periodo académico abril septiembre 2021

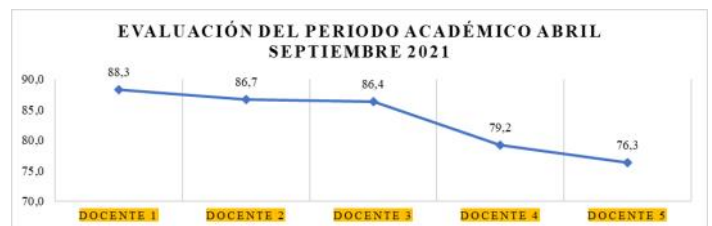


Figura 3 Resultados obtenidos en los periodos académicos

Para la primera prueba en el periodo académico abril septiembre 2021 de los 55 docentes se evidencio un promedio general de 87,15. En la Figura 3 se observa que de la muestra tomada se presenta 5 docentes de diferentes carreras, donde el primer docente de la carrera 1 obtuvo el porcentaje más alto de 88,3/100 al contrario del docente 5 que presento el resultado más bajo de 76,3/100. Dentro de la Heteroevaluación (Tabla 10) y Coevaluación (Tabla 11) se logró identificar cuáles fueron los cambios que se dieron para llegar a ese puntaje final.

PARCIAL 1	PARCIAL 2	PARCIAL 3	PROMEDIO	NOTA FINAL
7,57	9,86	9,72	9,05	27,15
8,89	8,95	9,10	8,98	26,94
8,47	9,23	9,72	9,14	27,42
8,89	9,00	8,95	8,95	26,84
7,71	8,45	8,08	8,08	24,24

Tabla 10 Heteroevaluación del Periodo académico abril septiembre 2021

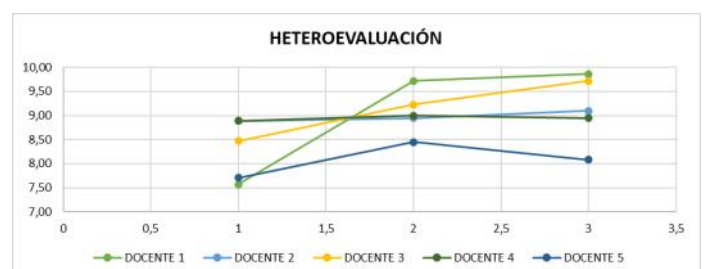


Figura 4 Resultados obtenidos de la heteroevaluación del correspondiente periodo

En la Tabla 10 se evidencian los cambios que se generaron durante los 3 parciales. En el primer parcial se observa la poca satisfacción que tenían los estudiantes con las clases que imparten los docentes, por lo que se ha generado retroalimentaciones constantes con cada docente dando buenos resultados, ya que para el final del periodo se evidencia un índice de mejoramiento de 0,78%, es decir hay mejor aceptación del trabajo que realiza el docente por parte de los estudiantes (Figura 4).

PARCIAL 1	PARCIAL 2	PARCIAL 3	PROMEDIO	NOTA FINAL
83,95	86,96	91,23	87,38	61,17
82,46	82,46	91,23	85,38	59,77
78,95	85,96	87,72	84,21	58,95
52,63	82,46	89,47	74,85	52,40
73,68	73,98	75,44	74,37	52,06

Tabla 11 Coevaluación del Periodo académico abril septiembre 2021

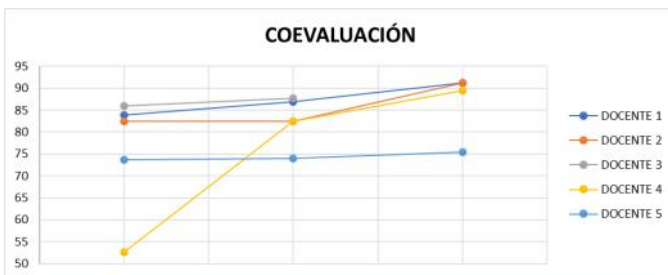


Figura 5 Resultados obtenidos de la coevaluación del periodo correspondiente

Respecto a la coevaluación según la Tabla 11 se observa la como los docentes empiezan con puntajes bajos, pero debido a la retroalimentación constante y la planificación de capacitaciones se han logrado elevar los porcentajes, el más notorio es el docente 4 que empezó en 52,63/100 y continuo hasta llegar al 89,74/100 (Figura 5).

			COEVALUACIÓN	HETEROEVALUACIÓN	TOTAL
OCT 2021 - MAR 2022	DOCENTE 1	CARRERA 1	67,55	29,58	97,13
OCT 2021 - MAR 2022	DOCENTE 2	CARRERA 2	63,04	27,95	90,99
OCT 2021 - MAR 2022	DOCENTE 3	CARRERA 3	64,68	28,35	93,03
OCT 2021 - MAR 2022	DOCENTE 4	CARRERA 4	59,36	29,79	89,15
OCT 2021 - MAR 2022	DOCENTE 5	CARRERA 5	58,13	25,58	83,71

Tabla 12 Evaluación del Periodo académico octubre 2021 marzo 2022



Figura 6 Resultados obtenidos en el periodo académico octubre 2021- marzo 2021.

Para el periodo académico octubre 2021 marzo 2022 los docentes aumentaron un 58% y se evidencio un promedio general de 88,36/100. En la Tabla 12 se observa que, de la muestra tomada de 5 docentes de diferentes carreras, el primer docente de la carrera 1 obtuvo el porcentaje más alto de 97,13/100 y el docente 5 un promedio llegando al promedio de 83,71/100, se observa porcentajes superiores al del periodo anterior (Figura 6).

PARCIAL 1	PARCIAL 2	PARCIAL 3	PROMEDIO	NOTA FINAL
9,8	9,92	9,86	9,86	29,58
9	9,63	9,32	9,32	27,95
9,33	9,57	9,45	9,45	28,35
10	9,86	9,93	9,93	29,79
8	8,79	8,79	8,53	25,58

Tabla 13 Resultados del periodo académico octubre 2021 marzo 2022

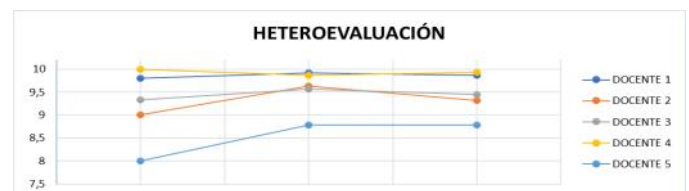


Figura 7 Heteroevaluación del periodo académico octubre 2021 marzo 2022

En la Tabla 13 se evidencia la heteroevaluación correspondiente al periodo académico octubre 2021 marzo 2022, donde se observa un crecimiento en las calificaciones de todos los docentes, llegando los docentes 1 y 4 a una nota casi perfecta con 9,86 y 9,93/10 respectivamente. Los procesos de evaluación ayudaron a llevar el seguimiento adecuado que con la ayuda de la retroalimentación ha generado buenos resultados (Figura 7).

PARCIAL 1	PARCIAL 2	PARCIAL 3	PROMEDIO	NOTA FINAL
94,74	94,74	100	96,49	67,55
87,72	82,46	100	90,06	63,04
87,72	92,98	96,49	92,40	64,68
87,72	78,95	87,72	84,80	59,36
77,19	84,21	87,72	83,04	58,13

Tabla 14 Resultados del periodo académico octubre 2021 marzo 2022-coevaluación



Figura 8 Coevaluación del Periodo académico octubre 2021 marzo 2022

En la Figura 8 se puede observar que al empezar el periodo los docentes se encuentran en un rango de calificación de 70 a 80%, sin embargo, al pasar los parciales se evidencia una mejora notable de llegar a calificaciones de 80 a 95%.

MATRIZ FINAL	ABRIL - SEP 2021	OCT 2021 - MAR 2022
DOCENTE 1	88,3	97,1
DOCENTE 2	86,7	91,0
DOCENTE 3	86,4	93,0
DOCENTE 4	79,2	89,1
DOCENTE 5	76,3	83,7

Tabla 15 Comparación de Periodos: Periodo académico abril septiembre 2021 VS Periodo académico octubre 2021 marzo 2022

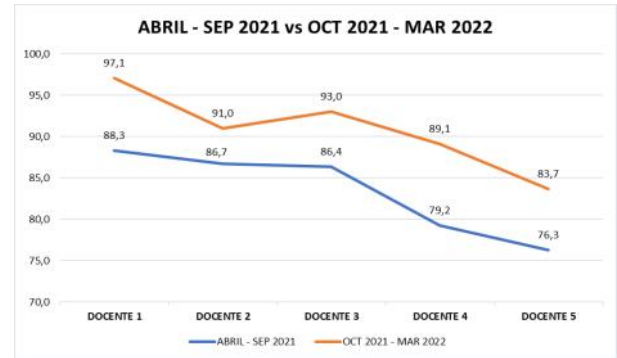


Figura 9 Resultados del periodo académico abril-septiembre vs octubre 2021 marzo 2022

En la Figura 9 se puede observar el cambio existente entre un periodo y el otro, en el primer periodo que se usó como parte del diagnóstico de la investigación se identifican calificaciones debajo de 90, sin embargo con la aplicación constante de las nuevas técnicas de evaluación, retroalimentación, seguimiento personalizado y planificación de capacitaciones respectivas han generado excelentes resultados para el periodo octubre 2021 marzo 2022 llegando a calificaciones sumamente altas que van desde el 80 al 100%.

HETEROEVALUACIÓN	ABRIL - SEP 2021	OCT 2021 - MAR 2022
DOCENTE 1	27,15	29,58
DOCENTE 2	26,94	27,95
DOCENTE 3	27,42	28,35
DOCENTE 4	26,84	29,79
DOCENTE 5	24,24	25,58

Tabla 16 Heteroevaluación del periodo abril-septiembre vs octubre 2021 marzo 2022



Figura 10 Resultados de la heteroevaluación del periodo abril-septiembre vs octubre 2021 marzo 2022

En la Figura 10 se observa los resultados de heteroevaluación del periodo abril – septiembre 2021 y octubre 2021 marzo 2022, donde se evidencia el aumento en las calificaciones de un periodo al otro. Para el primer periodo se identifica calificaciones bajo los 28 puntos que si bien es aceptable ya con los procesos y estrategias establecidas han generado un mayor entendimiento del docente hacia las necesidades de los estudiantes en esta nueva modalidad lo que deja claro que entendiendo mejor lo que buscan los estudiantes y planteando criterios a cumplir dentro de las clases impartidas el docente puede brindar una enseñanza de mayor calidad (Tabla 16).

COEVALUACIÓN	ABRIL - SEP 2021	OCT 2021 - MAR 2022
DOCENTE 1	61,17	67,55
DOCENTE 2	59,77	63,04
DOCENTE 3	58,95	64,68
DOCENTE 4	52,40	59,36
DOCENTE 5	52,06	58,13

Tabla 17 Coevaluación del periodo abril-septiembre vs octubre 2021 marzo 2022



Figura 11 Resultados de la coevaluación del periodo abril -septiembre vs octubre 2021 marzo 2022

Se puede observar en la Figura 11 la diferencia de calificaciones que existe de los 5 docentes entre los dos diferentes periodos, para el periodo octubre 2021 marzo 2022 se logra identificar un aumento considerable en cada docente alcanzado de 2 a 5 puntos más que en el primer periodo,

debido a la retroalimentación personalizada que ha permitido a cada docente conocer cuáles son sus puntos fuertes y cuáles son los criterios que le falta por trabajar dejando como resultado calificaciones que representan el estándar de calidad que la institución imparte.

CONCLUSIONES:

De acuerdo a lo planteado en este artículo de investigación se llega a la conclusión que los modelos de evaluación docente han logrado un gran impacto en la calidad de educación que brinda el ITSQMET, los resultados expuestos por el análisis de la ejecución del método en dos periodos académicos permitieron conocer que la evaluación docente no es solo un método de control. Debido a que el docente es un investigador permanente en cuanto al proceso de aprendizaje los métodos utilizados brindan al docente una retroalimentación constante que le permite señalar cuáles son sus fortalezas que se deben seguir perfeccionando y debilidades que gracias al apoyo de la institución han logrado suprimir por medio de capacitaciones contantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- 1.- Barrón Tirado, M. C. (2020). La educación en línea. Transiciones y disrupciones. En H. Casanova Cardiel (Coord.), Educación y pandemia: una visión académica (pp. 66-74). Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación. Obtenido de http://132.248.192.241:8080/jspui/bitstream/IISUE_UNAM/540/1/BarronC_2020_La_educacion_en_linea.pdf

- 2.- Basurto Mendoza, S., Moreira Cedeño, J., Velásquez Espinales, A., & Rodríguez Gámez, M. (2021). Autoevaluación, Coevaluación y Heteroevaluación como enfoque innovador en la práctica pedagógica y su efecto en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Revista Polo del conocimiento*, 6(3). Obtenido, de <file:///C:/Users/Itsqmet-lab3-001/Downloads/Dialnet-AutoevaluacionCoevaluacionYHeteroevaluacionComoEnf-7926891.pdf>
- 3.- Garces, R. (2010). El rol del docente en el contexto actual. *Revista Electrónica de Desarrollo de Competencias*, 2 (6). Obtenido de https://www.academia.edu/27606804/El_rol_docente_en_el_contexto_actual?from=cover_page
- 4.- Gómez, L., & Valdés, M. (2019). La evaluación del desempeño docente en la educación superior. *Propósitos y Representaciones*, 7 (2), 479-515. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v7n2/a19v7n2.pdf>
- 5.- Gómez, V., Tolozano, M., & Delgado, N. (2017). La Acreditación Institucional de la Calidad en los Institutos Superiores Técnicos y Tecnológicos del Ecuador desde la Perspectiva de un Instituto Acreditado. 10 (6). Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/formuniv/v10n6/art07.pdf>
- 6.- Kevans Espinoza, M. (2020). Gestión educativa y calidad de la educación superior tecnológica en instituciones estatales de Lima Metropolitana. *Educación*, 26(2). Obtenido de <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/educacion/article/view/2229/2306>
- 7.- León, A. (2007). Qué es la educación. Universidad de los Andes., Mérida. Obtenido de <http://ve.scielo.org/pdf/edu/v11n39/art03.pdf>
- 8.- Marchesi, A. & Pérez, E. M. (2018). Modelo de evaluación para el desarrollo profesional de los docentes. Obtenido de <https://www.grupo-sm.com/es/sites/sm-espana/files/news/documents/Modelo-de-evaluaci%C3%B3n-para-el-desarrollo-profesional-de-los-docentes-de-la-Fundaci%C3%B3n-SM.pdf>
- 9.- Matienzo, R. (2020). Evolución de la teoría del aprendizaje significativo y su aplicación en la educación superior. *Dialektika: Revista De Investigación Filosófica Y Teoría Social*, 2(3), 17-26. Obtenido de <https://journal.dialektika.org/ojs/index.php/logos/article/view/15>
- 10.- Mendoza, L. (2020). Lo que la pandemia nos enseñó sobre la educación a distancia. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 50 (Especial), 343-352. Obtenido de https://ri.iberomx/bitstream/handle/iberomx/4944/RLEE_50_03NE_343.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- 11.- Orozco Inca, E., Jaya Escobar, A., Ramos Azcuy, F., & Guerra Bretaña, R. (2020). Retos a la gestión de la calidad en las instituciones de educación superior en Ecuador. *Educación Médica Superior*, 34(2), e2268. Obtenido, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412020000200019&lng=es&tlng=es.
- 12.- Ontiveros Lajo, J. (2021). Desempeño docente desde la percepción de los estudiantes de los institutos tecnológicos estatales Huancayo. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.

yo. Obtenido de https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/6989/T010_40180781_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- 13.- Pacheco Cámara, M., Ibarra Bocardo, I., Iñiguez Galindo, M., Lee García, H., & Sánchez Sánchez, C. (2020). La evaluación del desempeño docente en la educación superior. *Revista Digital Universitaria*, 19(6). Obtenido de https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/v19_n6_a2_La-evaluacion-del-desempeno-docente-en-la-educacion-superior.pdf
- 14.- Pozo, M., Álvarez Castillo, J. L., Luengo Navas, J., & Otero Urtza, E. (2004). *Teorías e instituciones*. Madrid: Biblioteca Nueva. Obtenido de <http://ve.scielo.org/pdf/edu/v11n39/art03.pdf>
- 15.- Ríos, H. & Berra, J. (2014) *Gestión de calidad del docente en institutos privados de educación superior*. *Innovación y Gerencia; Revista científica arbitrada*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/ems/v34n2/1561-2902-ems-34-02-e2268.pdf>
- 16.- Solís Sierra, M., & Duarte Morante, P. (2018). La educación superior tecnológica y la empleabilidad. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 21-33. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n3/2218-3620-rus-10-03-21.pdf>