

Actitudes, Autoeficacia Vocacional y Expectativas de Empleabilidad como Predictores de la Intención de Elegir Gastronomía como Carrera Universitaria en Estudiantes de Bachillerato de Ibarra, Ecuador

Attitudes, Vocational Self-Efficacy, and Employability Expectations as Predictors of the Intention to Choose Gastronomy as a University Major Among High School Students in Ibarra, Ecuador

Yamileth Burbano¹, Fernanda Torres², Nicoll Pozo³, Daniela Ortega⁴, Adrián Vizcaino⁵ y Luis Gualan⁴

¹Universidad Técnica del Norte, yaburbanoc@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0009-0001-0969-4921>, Ecuador

²Universidad Técnica del Norte, fntorresm@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0009-0007-6284-6596>, Ecuador

³Universidad Técnica del Norte, nnpozoj@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0009-0002-8355-9899>, Ecuador

⁴Universidad Técnica del Norte, ddortegam@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0009-0006-4613-0961>, Ecuador

⁵Universidad Técnica del Norte, javizcainog1@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0009-0003-4953-9824>, Ecuador

⁶Universidad Técnica del Norte, legualanm@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0009-0006-1732-7458>, Ecuador

Información del Artículo

Trazabilidad:

Recibido 23-05-2026

Revisado 25-05-2026

Aceptado 15-07-2026

Palabras Clave:

Elección de carrera
Autoeficacia vocacional
Expectativas de empleabilidad
Gastronomía
Orientación vocacional

RESUMEN

La elección de una carrera universitaria representa una de las decisiones más importantes en la vida de los jóvenes, y la Gastronomía se ve afectada por varios vacíos informáticos frente a los estudiantes de bachillerato. El siguiente estudio investiga si las actitudes hacia la Gastronomía, la idea de la autoeficacia vocacional y la perspectiva de empleabilidad influyen en la intención de elegir la carrera universitaria, tomando como muestra a 125 estudiantes de segundo y tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Ibarra. En la encuesta se aplicaron 30 ítems, con tres dimensiones predictoras medidas en escala Likert de cinco puntos (actitudes, autoeficacia vocacional, expectativas de empleabilidad, ocho ítems cada una) y una dimensión de intención de elección medida en escala ordinal de tres niveles (No / Tal vez / Si, tres ítems). El análisis de correlación de Spearman reveló que las actitudes hacia la Gastronomía son, con una diferencia marcada, el predictor más sólido de la intención de elegirla ($p = .630$, $p < .001$), seguidas de las expectativas de empleabilidad ($p = .359$, $p < .001$); a diferencia, la autoeficacia vocacional general no mostró una forma significativa con dicha intención ($p = .137$, $p = .128$). Los estudiantes que manifestaron su intención de elegir Gastronomía en este momento presentaron actitudes y expectativas de empleabilidad considerablemente más altas que quienes no la elegirían ($p < .01$), no se hallaron diferencias en autoeficacia vocacional. La orientación vocacional se asoció con un aumento significativo de autoeficacia ($p < .01$), pero no con actitudes, expectativas ni intención hacia la Gastronomía específicamente. De esta manera se concluye que la elección por la carrera de Gastronomía depende principalmente de la valoración afectiva y de imagen que presenta la carrera, y con menor relevancia, las expectativas económico-laborales, mientras que la confianza vocacional de los estudiantes no distingue entre quienes se inclinan o no por dicha opción específica, lo que implica consecuencias directas para el diseño de estrategias de orientación vocacional y difusión de la oferta académica en Gastronomía.

Keywords:

Career choice
Vocational self-efficacy
Employability expectations
Gastronomy
Vocational guidance

ABSTRACT

Choosing a university career is one of the most important decisions in the life of young people. Gastronomy has some information gaps for high school students. This study looks at if attitudes to Gastronomy, vocational self-efficacy, and employability expectations influence the intention to choose it as a university career. The sample is 125 students from second and third year of high school at Unidad Educativa Ibarra. The survey had 30 questions. Three predictor dimensions were measured with a five-point Likert scale

(attitudes, vocational self-efficacy, employability expectations, eight items each). One dimension of intention to choose was measured with three levels (No / Maybe / Yes, three items). The Spearman correlation showed that attitudes to Gastronomy are the strongest predictor of intention to choose it ($p = .630, p < .001$). Employability expectations are second ($p = .359, p < .001$). Vocational self-efficacy in general was not significant ($p = .137, p = .128$). Students who said they would choose Gastronomy now had higher attitudes and employability expectations than those who would not ($p < .01$). There were no differences in vocational self-efficacy. Vocational guidance was linked with higher self-efficacy ($p < .01$), but not with attitudes, expectations, or intention to Gastronomy. In conclusion, the choice of Gastronomy depends mainly on affective value and the image of the career, and less on economic-work expectations. General vocational confidence does not separate students who choose or not this option. This has direct implications for strategies of vocational guidance and promotion of Gastronomy academic programs.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la decisión de una carrera universitaria representa una de las decisiones más importantes para los jóvenes que finaliza la educación media, ya que define en gran parte su participación en el mercado laboral, su desarrollo personal y profesional. Usualmente, las áreas de ciencia, tecnología y administración han centrado el interés de los bachilleres; sin embargo, en las últimas dos décadas, las disciplinas relacionadas con sector de servicios y la hospitalidad han experimentado un crecimiento exponencial sin precedentes. En este contexto, la Gastronomía ha dejado de verse como un oficio meramente técnico u operativo, posicionándose como una alternativa profesional legítima, multidisciplinaria y con un impacto económico y cultural en crecimiento a nivel global.

Entender las razones por las cuales un estudiante opta o no por una carrera específica requiere un marco teórico que vaya más allá del interés superficial. La Teoría Social Cognitiva de la Carrera (Social Cognitive Career Theory, SCCT), formulada por Lent, Brown y Hackett (1994) a partir de la teoría social cognitiva general de Bandura (1977), plantea que la elección vocacional está definida por la interacción entre la autoeficacia (el pensamiento de la propia capacidad para desempeñarse en un dominio), las expectativas de resultado (lo que la persona espera obtener al seguir cierto camino) y los intereses personales, los cuales juntos organizan las metas y, finalmente, la conducta de elección. Metaanálisis recientes afirman que estos tres componentes predicen de forma consistente las metas de elección de carrera en poblaciones diversas (Lent et al., 2019). Para complementar, la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1991) una de las teorías más citadas en toda la psicología social, con evidencia reunida en una cantidad inmensa de dominios conductuales afirma que la intención de realizar una conducta (en este contexto, la elección de una carrera) está definida principalmente por la actitud hacia dicha conducta, de igual manera la norma subjetiva y el control conductual percibido, siendo la actitud, en gran medida de los estudios ejecutados, el predictor más consistente de la intención.

La autoeficacia vocacional, comprendida como la confianza de una persona en su capacidad para tomar decisiones de carrera informadas y ajustadas a sus intereses, fue formulada originalmente por Hackett y Betz (1981) y Betz y Hackett (1981) como un modelo conceptual clave para entender el por qué ciertos grupos exploran o evaden determinados campos profesionales, y ha sido inmensamente validada como un factor central del desarrollo de carrera desde entonces (Betz & Hackett, 2006; Taylor & Betz, 1983). Sin embargo, es importante diferenciar la autoeficacia vocacional general la confianza en el propio proceso de decidir una carrera, independientemente de cuál sea de las inclinaciones personales hacia un campo profesional; ambos factores, aunque en relación, no son sustituibles, y su importancia relativa sobre la elección de un campo específico como la Gastronomía no puede asumirse sin evidencia empírica directa.

Las expectativas de empleabilidad la percepción de que una carrera ofrece oportunidades laborales reales, ingresos adecuados y estabilidad constituyen el tercer eje central de este estudio. Rothwell y Arnold (2007) y Rothwell et al. (2008) desarrollaron y validaron escalas de empleabilidad percibida que muestran su relevancia como antecedente de las decisiones de carrera y del compromiso académico, mientras que Fugate et al. (2004) conceptualizan la empleabilidad como un constructo psicosocial que ayuda a las personas a afrontar las transiciones laborales. En el campo específico de la hospitalidad y la gastronomía, la evidencia internacional es más bien de advertencia: Richardson (2009, 2010) encontró que un porcentaje considerable de estudiantes de turismo y hospitalidad, tras conocer mejor el sector, contempla activamente carreras alternativas, principalmente por percepciones desfavorables sobre las condiciones laborales, y hallazgos

similares se han reportado en China (Jiang & Tribe, 2009; Lu & Adler, 2009), Turquía (Kusluvan & Kusluvan, 2000) y Malasia (Richardson & Butler, 2011), lo que evidencia la relevancia de medir con precisión las expectativas de empleabilidad de quienes aún no han ingresado a la carrera.

En el Ecuador, la elección de carrera de los bachilleres está fuertemente influenciada por la orientación vocacional recibida o su ausencia, la información familiar y social, y el prestigio percibido de cada opción académica (Crespo-Gutiérrez et al., 2025; Vallejo-Valdivieso, 2022). Estudios recientes muestran que las carreras emergentes, entre las que se incluye la Gastronomía, tienen una gran desventaja informativa frente a las carreras tradicionales, asociada a una menor claridad sobre sus trayectorias ocupacionales (Crespo-Gutiérrez et al., 2025), lo que hace pertinente examinar empíricamente qué factores explican realmente la intención de elegirla en un contexto local como el de Ibarra.

Con esta base, el presente estudio tiene como objetivo general analizar los determinantes psicosociales y vocacionales asociados a la intención de elegir Gastronomía como carrera universitaria en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Ibarra, mediante un modelo explicativo cuantitativo. Específicamente, se busca: (a) analizar la relación entre las actitudes y la autoeficacia vocacional con la intención de elegir Gastronomía como alternativa universitaria, y (b) determinar cómo las expectativas de empleabilidad influyen en dicha intención.

Hipótesis general (H1): Las actitudes hacia la Gastronomía, la autoeficacia vocacional y las expectativas de empleabilidad presentan una correlación positiva y estadísticamente significativa con la intención de elegir Gastronomía como carrera universitaria.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se empleó un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo-correlacional y corte transversal. La población de estudio estuvo constituida por estudiantes de segundo y tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Ibarra; se obtuvo una muestra no probabilística por conveniencia de 125 estudiantes (54,4% mujeres, 43,2% hombres, 2,4% que prefirió no indicar su género), con edades entre 17 y 19 años (63,2% de 17 años), de los cuales el 63,2% cursaba tercero de bachillerato y el 36,8% segundo de bachillerato.

El instrumento fue una encuesta estructurada de 30 ítems, adaptada de escalas previamente utilizadas en la literatura de autoeficacia vocacional (Betz & Hackett, 1981) y actitudes/expectativas hacia carreras de hospitalidad (Richardson, 2009), organizada en cuatro dimensiones: (1) Actitudes hacia la Gastronomía, que mide la valoración afectiva y de imagen profesional de la carrera (8 ítems, escala Likert de 5 puntos); (2) Autoeficacia Vocacional, que mide la confianza general del estudiante en su capacidad de tomar decisiones de carrera informadas (8 ítems, Likert de 5 puntos); (3) Expectativas de Empleabilidad, que mide la percepción de oportunidades laborales, ingresos y estabilidad asociadas a la Gastronomía (8 ítems, Likert de 5 puntos); y (4) Intención de Elegir Gastronomía, medida en una escala ordinal de tres niveles (No = 1, Tal vez = 2, Sí = 3; 3 ítems). Adicionalmente, se registraron variables sociodemográficas (género, edad, curso) y dos preguntas dicotómicas de contexto: si el estudiante había recibido orientación vocacional en su institución, y si conocía alguna universidad que ofreciera la carrera de Gastronomía.

La puntuación de cada dimensión se calculó como el promedio de sus ítems constitutivos. La fiabilidad de las escalas se evaluó mediante el Alfa de Cronbach (Cronbach, 1951; Nunnally & Bernstein, 1994). Dado que las variables son de naturaleza ordinal, las asociaciones entre dimensiones se analizaron mediante el coeficiente de correlación de Spearman (ρ), con un nivel de significancia de $p < .05$, interpretando la magnitud del efecto según las convenciones de Cohen (1988). Se empleó adicionalmente la prueba U de Mann-Whitney para comparar grupos definidos por variables dicotómicas (intención de elección actual, orientación vocacional recibida, conocimiento de oferta universitaria). El procesamiento se realizó con Python (bibliotecas pandas y SciPy).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Perfil sociodemográfico y estadística descriptiva

De los 125 estudiantes encuestados, el 64,0% recibió orientación vocacional en su institución y el 65,6% conoce alguna universidad que ofrece la carrera de Gastronomía. No obstante, al preguntarles directamente si elegirían Gastronomía, si tuvieran que decidir en este momento, solo el 48,0% respondió con certeza, lo que avala que el conocimiento de la oferta académica no se ve de forma directa en una intención de elección mayoritaria.

Tabla 1: Estadística descriptiva y fiabilidad de las dimensiones del estudio (n = 125).

Dimensión	Ítems	M	DE	Alfa de Cronbach
Actitudes hacia la Gastronomía	8	3.72	0.81	.904
Autoeficacia Vocacional	8	3.75	0.77	.905
Expectativas de Empleabilidad	8	3.73	0.74	.916
Intención de Elegir Gastronomía	3	1.83	0.68	.881

Como muestra la Tabla 1, las tres escalas predictoras obtuvieron una credibilidad excelente (α entre .90 y .92), y la escala de intención también se pudo apreciar una consistencia interna muy alta (α = .881) a pesar de estar compuesta por solo tres ítems, lo que avala su solidez psicométrica del instrumento aplicado.

Análisis de correlaciones

La Figura 1 presenta, en un panel doble, los coeficientes de correlación de Spearman entre cada predictor y la acción de elegir Gastronomía (panel A), y la matriz completa de correlaciones entre las cuatro variables del estudio (panel B). Las actitudes hacia la Gastronomía confirmaron la relación más fuerte y estadísticamente muy significativa con la intención de elegirla (ρ = .630, p < .001), una pronunciada cantidad considerada fuerte según los criterios de Cohen (1988). Las expectativas de empleabilidad también se relacionan de forma significativa, aunque de magnitud moderada (ρ = .359, p < .001). A diferencia, la autoeficacia vocacional general no presentó una correlación estadísticamente significativa con la intención de elegir Gastronomía (ρ = .137, p = .128).

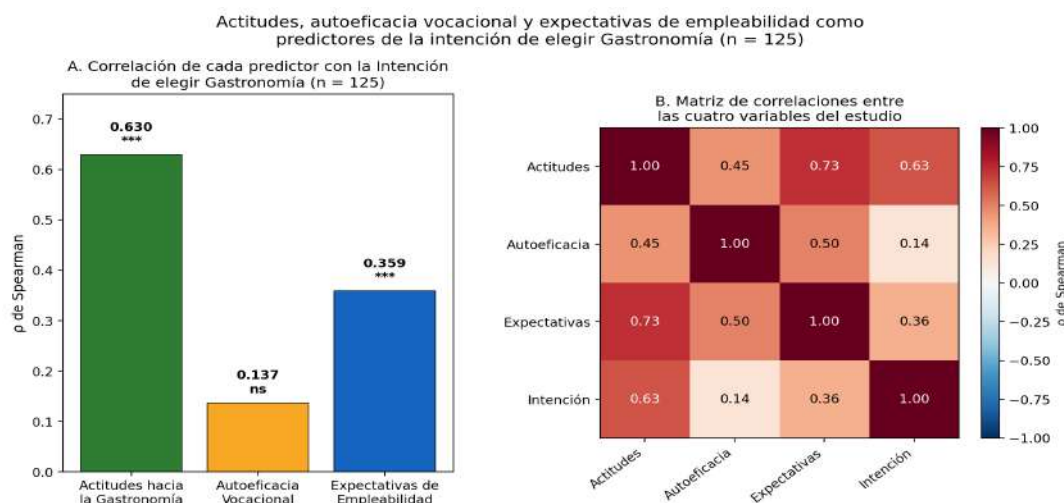


Fig. 1: (A) Correlación de Spearman entre cada predictor y la intención de elegir Gastronomía. (B) Matriz de correlaciones entre las cuatro variables del estudio (n = 125). *** p < .001; ns = no significativo.

Estos resultados son coherentes con la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1991), que distingue la actitud como el indicador habitual más presente de la intención conductual, y con los hallazgos de Richardson (2009, 2010) en el sector de hospitalidad, donde la evaluación afectiva y de imagen de la profesión influyen de manera considerable en las decisiones de carrera. Que la autoeficacia vocacional general no anticipe la intención hacia Gastronomía específicamente es válida con la distinción teórica que plantea Betz y Hackett (2006): la confianza general para tomar decisiones de carrera es distinto de la actitud hacia una profesión particular, y ambos no deben considerarse como equivalentes. En otras palabras, un estudiante puede sentirse muy capaz de elegir bien una carrera universitaria (alta autoeficacia vocacional) pero eso no implica ninguna inclinación particular hacia la Gastronomía; es la valoración afectiva específica de la carrera y, en menor medida, sus expectativas de empleabilidad— lo que definitivamente orienta la intención.

La matriz de correlaciones (Figura 1B) también muestra una relación fuerte entre actitudes y expectativas de empleabilidad (ρ = .73), lo que plantea que, en la percepción de los bachilleres, la imagen positiva de la Gastronomía y el pensamiento en sus oportunidades laborales tienden a construirse de manera conjunta, en línea con el modelo de Lent et al. (1994, 2019), donde actitudes/intereses y expectativas de resultado se retroalimentan dentro del proceso de formación de metas de carrera.

Comparación de grupos

Los estudiantes que indicaron elegir Gastronomía en este momento (48,0% de la muestra) mostraron actitudes significativamente más positivas ($M = 4.00$ frente a $M = 3.47$; U de Mann-Whitney, $p < .001$) y expectativas de empleabilidad elevadas ($M = 3.92$ frente a $M = 3.56$; $p = .009$) que quienes no la elegirían, pero no se observaron diferencias exponenciales en autoeficacia vocacional ($M = 3.79$ frente a $M = 3.71$; $p = .360$), lo que refuerza la conclusión de que este último constructo no diferencia a los estudiantes inclinados hacia la Gastronomía de los que no lo están.

Respecto a las variables de contexto, haber recibido orientación vocacional se relacionó con una autoeficacia vocacional explícitamente más alta ($M = 3.89$ frente a $M = 3.50$; $p = .007$), pero no con actitudes ($p = .977$), expectativas de empleabilidad ($p = .521$) ni intención hacia la Gastronomía ($p = .428$). Esto plantea que los programas de orientación vocacional actuales refuerzan la confianza general de los estudiantes para decidir, pero no les proporcionan con exactitud información específica sobre la Gastronomía que repercuta en su interés o expectativas hacia esta carrera en particular, una brecha ya señalada en el contexto ecuatoriano por Crespo-Gutiérrez et al. (2025) y Vallejo-Valdivieso (2022) para las carreras emergentes en general.

CONCLUSIÓN

Los resultados avalan que la intención de elegir Gastronomía como carrera universitaria en los bachilleres de la Unidad Educativa Ibarra está determinada principalmente por las actitudes hacia la carrera ($p = .630$) y, en menor medida, por las expectativas de empleabilidad ($p = .359$), mientras que la autoeficacia vocacional general no cumple un rol para anticipar significativamente. Esto trae consigo que las estrategias de captación y orientación vocacional relacionadas a esta carrera deberían priorizar el trabajo sobre la imagen, el atractivo y el reconocimiento profesional de la Gastronomía —por ejemplo, visitas a laboratorios de cocina, experiencias de egresados y muestra de proyectos creativos— por encima de intervenciones genéricas que refuercen la autoeficacia vocacional, que si bien son valiosas para la toma de decisiones en general, no parecen inclinar significativamente la balanza hacia la Gastronomía. La coexistencia de un alto conocimiento de la oferta universitaria (65,6%) con una intención de elección menor (48,0%) confirma, que informar sobre la existencia de la carrera no es suficiente: se necesita trabajar de forma específica la actitud y las expectativas económico-laborales que esperan los futuros bachilleres.

REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Betz, N. E., & Hackett, G. (1981). The relationship of career-related self-efficacy expectations to perceived career options in college women and men. *Journal of Counseling Psychology*, 28(5), 399–410. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.28.5.399>
- Betz, N. E., & Hackett, G. (2006). Career self-efficacy theory: Back to the future. *Journal of Career Assessment*, 14(1), 3–11. <https://doi.org/10.1177/1069072705281347>
- Betz, N. E., Klein, K. L., & Taylor, K. M. (1996). Evaluation of a short form of the Career Decision-Making Self-Efficacy Scale. *Journal of Career Assessment*, 4(1), 47–57. <https://doi.org/10.1177/106907279600400103>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2a ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Crespo-Gutiérrez, R. S., Rodríguez-Fuentes, S. B., & Boderó-Arizaga, L. del C. (2025). Factores que influyen en la elección de una carrera universitaria tradicional o emergente en estudiantes de tercer año de bachillerato en Ecuador. *Código Científico Revista de Investigación*, 6(2), 670–698. <https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v6/n2/1221>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Fugate, M., Kinicki, A. J., & Ashforth, B. E. (2004). Employability: A psycho-social construct, its dimensions, and applications. *Journal of Vocational Behavior*, 65(1), 14–38. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2003.10.005>
- Hackett, G., & Betz, N. E. (1981). A self-efficacy approach to the career development of women. *Journal of Vocational Behavior*, 18(3), 326–339. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(81\)90019-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(81)90019-1)

- Holland, J. L. (1997). *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments* (3a ed.). Psychological Assessment Resources.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (2022–2024). *Análisis de los estudiantes de pregrado en Ecuador: Datos de la ENEMDU y acceso a la educación superior*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/enemdu/>
- Jiang, B., & Tribe, J. (2009). “Tourism jobs – short lived professions”: Student attitudes towards tourism careers in China. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 8(1), 4–19. <https://doi.org/10.3794/johlste.81.174>
- Kusluvan, S., & Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21(3), 251–269. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00060-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00060-6)
- Lee, P. C., Lee, M. J., & Dopson, L. R. (2019). Who influences college students' career choices? An empirical study of hospitality management students. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 31(2), 74–86. <https://doi.org/10.1080/10963758.2018.1485497>
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79–122. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027>
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2019). Social cognitive career theory at 25: Empirical status of the interest, choice, and performance models. *Journal of Vocational Behavior*, 115, Article 103316. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.06.004>
- Lu, T., & Adler, H. (2009). Career goals and expectations of hospitality and tourism students in China. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9(1–2), 63–80. <https://doi.org/10.1080/15313220903041972>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3a ed.). McGraw-Hill.
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra [PUCE-SI]. *Informes de la Plataforma del CPCCS y Rendición de Cuentas (Escuela de Turismo y Gastronomía / GESTURH)*. <https://www.pucesi.edu.ec/web/rendicion-de-cuentas/>
- Richardson, S. (2009). Undergraduates' perceptions of tourism and hospitality as a career choice. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 382–388. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.10.006>
- Richardson, S. (2010). Undergraduate tourism and hospitality students' attitudes toward a career in the industry: A preliminary investigation. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 8(1), 23–46. <https://doi.org/10.1080/15313220802410112>
- Richardson, S., & Butler, G. (2011). Attitudes of Malaysian tourism and hospitality students' towards a career in the industry. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 262–276. <https://doi.org/10.1080/10941665.2011.625430>
- Rothwell, A., & Arnold, J. (2007). Self-perceived employability: Development and validation of a scale. *Personnel Review*, 36(1), 23–41. <https://doi.org/10.1108/00483480710716704>
- Rothwell, A., Herbert, I., & Rothwell, F. (2008). Self-perceived employability: Construction and initial validation of a scale for university students. *Journal of Vocational Behavior*, 73(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2007.12.001>
- Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación [SENESCYT]. *Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador (SNIESE). Estadísticas de matrícula y oferta académica vigente*. <https://siau.senescyt.gob.ec/estadisticas-de-educacion-superior/>
- Super, D. E. (1980). A life-span, life-space approach to career development. *Journal of Vocational Behavior*, 16(3), 282–298. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(80\)90056-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(80)90056-1)
- Taylor, K. M., & Betz, N. E. (1983). Applications of self-efficacy theory to the understanding and treatment of career indecision. *Journal of Vocational Behavior*, 22(1), 63–81. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(83\)90006-4](https://doi.org/10.1016/0001-8791(83)90006-4)
- Universidad Técnica del Norte [UTN]. *Informe de Rendición de Cuentas Institucional (Periodo 2024–2025). Gaceta Oficial de Matrículas y Asignación de Cupos por Facultades (FACAE)*. <https://www.utn.edu.ec/transparencia/>
- Vallejo-Valdivieso, P. A. (2022). La orientación vocacional y su influencia en la elección de carreras universitarias. *Episteme Koinonia*, 5(9), 1–15.