



FACTIBILIDAD DE UN SERVICIO DE COACHING PARA ENTREVISTAS LABORALES EN PARAGUAY

FEASIBILITY OF A JOB INTERVIEW COACHING SERVICE IN PARAGUAY

Franco Jara, Laura Carolina
Universidad de la Integración de las Américas, Asunción
laura.franco.consultoria@gmail.com

Resumen

El estudio tuvo por objetivo determinar la factibilidad de crear una empresa de servicios de *coaching* para entrevistas laborales en Paraguay. Se desarrolló con enfoque mixto, alcance descriptivo y exploratorio, mediante encuestas a candidatos que habían participado recientemente en procesos de selección, entrevistas a profesionales de recursos humanos y reclutadores, análisis de mercado y revisión de fuentes secundarias. El manuscrito reportó, además, el uso de cuestionarios, Excel y Google Forms para la recopilación y el análisis de la información. En los resultados se identificó que el 50 % de las personas encuestadas vinculadas a consultoras y recursos humanos señaló las descripciones poco claras y los errores ortográficos como causas principales de exclusión durante la revisión curricular; a su vez, el 75 % de los candidatos manifestó inseguridad en las entrevistas. La caracterización de 134 postulantes mostró una concentración de registros en Asunción (56), Ñemby (14) y San Lorenzo (13), con perfiles que abarcaron desde pasantías hasta cargos gerenciales. El análisis competitivo no identificó ofertas que integraran, en los términos descritos, preparación de currículum, simulaciones, comunicación, lenguaje no verbal y gestión emocional. Se concluyó que existe un mercado potencial para un servicio de acompañamiento individual y virtual orientado a la preparación de entrevistas. La factibilidad debe interpretarse con prudencia, pues el manuscrito

no proporciona cálculos financieros, criterios de muestreo ni resultados diferenciados de los grupos mencionados en la metodología.

Palabras clave: coaching; empleabilidad; entrevistas laborales; mercado laboral; selección de personal.

Abstract

The study aimed to determine the feasibility of establishing a job interview *coaching* service company in Paraguay. It used a mixed-methods approach with descriptive and exploratory scope, based on surveys of candidates who had recently participated in recruitment processes, interviews with human-resources professionals and recruiters, market analysis, and review of secondary sources. The manuscript also reported the use of questionnaires, Excel, and Google Forms for data collection and analysis. Results showed that 50% of surveyed participants linked to consulting firms and human-resources areas identified unclear descriptions and spelling errors as the main reasons for exclusion during *résumé* screening; likewise, 75% of candidates reported feeling insecure during interviews. The characterization of 134 applicants showed a concentration of records in Asunción (56), Ñemby (14), and San Lorenzo (13), encompassing profiles from internships to management positions. The competitive analysis did not identify offerings that integrated, as described, *résumé* preparation, simulations, communication, nonverbal language, and emotional management. The study concluded that a potential market exists for an individual, virtual support service focused on job-interview preparation. Feasibility should be interpreted cautiously because the manuscript does not provide financial calculations, sampling criteria, or differentiated results for the groups referred to in the methodology.

Keywords: coaching; employability; job interviews; labor market; personnel selection.

1. Introducción

Los procesos de selección laboral exigen que los postulantes comuniquen con claridad su trayectoria, competencias y motivaciones. En Paraguay, estas exigencias adquieren relevancia para personas que buscan su primer empleo y para profesionales que atraviesan transiciones laborales. El manuscrito identifica como dificultades recurrentes el nerviosismo, la inseguridad y la preparación insuficiente de competencias interpersonales durante la entrevista.

La propuesta se sitúa en el campo del coaching aplicado a la preparación para entrevistas laborales. Whitmore (2017) entiende el coaching como un proceso orientado a potenciar el desempeño y el aprendizaje; desde esa perspectiva, las simulaciones, la retroalimentación y la revisión de la comunicación pueden apoyar la preparación de los candidatos. La inteligencia social y la calidad de las interacciones también constituyen dimensiones pertinentes para comprender la comunicación en contextos de evaluación interpersonal (Goleman, 2006).

El estudio tuvo como objetivo general determinar la factibilidad de crear una empresa de servicios de coaching para entrevistas laborales en Paraguay. Sus objetivos específicos fueron identificar la demanda del servicio en una zona geográfica determinada, segmentar el mercado más rentable mediante criterios sociodemográficos y definir mecanismos de comunicación apropiados para cada segmento. La investigación se justificó por la necesidad de disponer de una oferta de preparación focalizada en entrevistas, comunicación y presentación profesional.

2. Materiales y Metodología

Se realizó una investigación de enfoque mixto, con alcance descriptivo y exploratorio. La dimensión cuantitativa se apoyó en encuestas dirigidas a candidatos que habían pasado por procesos de selección recientes; la dimensión cualitativa incluyó entrevistas con profesionales de recursos humanos y reclutadores. El manuscrito también refiere análisis de mercado, revisión de

literatura académica e informes laborales del Instituto Nacional de Estadística y de organismos internacionales, sin identificar las ediciones o documentos específicos consultados.

La población estuvo conformada por personas en búsqueda de empleo, tanto principiantes como profesionales con experiencia interesados en mejorar sus habilidades de entrevista. El apartado metodológico declara una muestra de 100 personas, dividida en grupos de control y experimental; sin embargo, los resultados presentan una caracterización de 134 candidatos. Ante la ausencia de una explicación documental para esta diferencia, ambos datos se conservan como fueron reportados y no se infiere un tamaño muestral definitivo.

La recolección incluyó encuestas iniciales y posteriores al proceso de coaching, cuestionarios sobre habilidades de entrevista y entrevistas para recoger experiencias, percepciones y recomendaciones. Se mencionan Excel y Google Forms como recursos de apoyo para recopilar y analizar la información. El manuscrito no precisa el periodo de ejecución, la delimitación territorial exacta, el procedimiento de selección de participantes, las características de los grupos ni el protocolo de análisis; por ello, no se incorporaron especificaciones no verificables.

3. Resultados

En relación con el objetivo de identificar la demanda, el estudio reportó que el 50 % de las personas encuestadas vinculadas a consultoras y recursos humanos identificó las descripciones poco claras y los errores ortográficos como motivos principales de exclusión durante la revisión de currículums. Además, el 75 % de los candidatos expresó inseguridad durante las entrevistas. Estos hallazgos describen necesidades de preparación en comunicación, presentación documental y manejo de la situación de entrevista.

Respecto de la segmentación, se informó una caracterización de 134 candidatos procedentes de diferentes postulaciones. Asunción concentró 56 registros, seguida de Ñemby con 14 y San Lorenzo con 13. Los perfiles abarcaron desde pasantías hasta cargos gerenciales, lo que permite reconocer diversidad de trayectorias y áreas de interés entre los potenciales usuarios. El manuscrito no presenta el detalle de las restantes localidades ni indicadores sociodemográficos adicionales.

En cuanto a los mecanismos de comunicación, el análisis de la competencia indicó que no se identificaron servicios que ofrecieran un abordaje integral de coaching para entrevistas laborales en los términos examinados. La propuesta prevé sesiones individuales, talleres grupales y simulaciones prácticas. Asimismo, se planteó el uso de redes sociales y plataformas digitales para acercarse a postulantes jóvenes, junto con correo electrónico y consultas directas para profesionales en transición.

4. Discusión

Los resultados sugieren una oportunidad para estructurar un servicio de preparación laboral que integre revisión de currículum, simulación de entrevistas, comunicación asertiva, lenguaje no verbal y gestión emocional. La inseguridad declarada por el 75 % de los candidatos apunta a una necesidad percibida que puede ser atendida mediante instancias de práctica y retroalimentación. El enfoque propuesto resulta consistente con la noción de coaching centrada en el desarrollo del desempeño (Whitmore, 2017).

La diversidad de los perfiles y la concentración de registros en Asunción, Ñemby y San Lorenzo respaldan una estrategia de segmentación diferenciada. Kotler y Keller (2016) sostienen que la identificación de segmentos permite ajustar la propuesta de valor y la comunicación a características específicas del mercado. En este caso, el uso combinado de canales digitales y

atención personalizada se presenta como una alternativa congruente con los segmentos descritos, aunque el estudio no aporta mediciones comparativas de eficacia por canal.

La interpretación posee límites que condicionan el alcance de la factibilidad. Existe una discrepancia entre la muestra de 100 personas declarada en la metodología y los 134 candidatos reportados en resultados; además, no se documentan el muestreo, el periodo de estudio, el análisis financiero ni los criterios para afirmar la ausencia de ofertas equivalentes. Por tanto, los hallazgos permiten sostener la existencia de una oportunidad de mercado preliminar, pero no probar de manera concluyente la viabilidad económica o el efecto causal del coaching sobre el desempeño en entrevistas.

5. Conclusiones

El estudio permitió identificar una demanda potencial de servicios de preparación para entrevistas laborales. La inseguridad expresada por los candidatos y la relevancia atribuida a problemas de redacción y claridad curricular delinear necesidades que un servicio de coaching podría atender mediante preparación individualizada y ejercicios de simulación.

La caracterización de los postulantes mostró diversidad de trayectorias profesionales y una mayor presencia de registros en Asunción, Ñemby y San Lorenzo. Esta información ofrece una base inicial para segmentar la propuesta de servicios y seleccionar canales de comunicación diferenciados, especialmente medios digitales para ciertos perfiles y contacto personalizado para profesionales en transición.

El análisis competitivo descrito en el manuscrito respalda una propuesta integrada de revisión curricular, comunicación, lenguaje no verbal y gestión emocional. No obstante, la conclusión sobre factibilidad debe mantenerse en un nivel preliminar. La falta de información verificable sobre costos, ingresos, muestreo, temporalidad y la discrepancia en el tamaño de

muestra impiden afirmar una viabilidad financiera concluyente; futuros estudios deberían documentar estas dimensiones con precisión.

6. Referencias

Goleman, D. (2006). *Social intelligence: The new science of human relationships*. Bantam Books.

Kotler, P., y Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15.^a ed.). Pearson.

Whitmore, J. (2017). *Coaching for performance: The principles and practice of coaching and leadership*. Nicholas Brealey Publishing.