REVISTA

Finnova

Investigación e Innovación Financiera y Organizacional

Revista Finnova • Volumen 4 • Número 6 • ISSN 2462-9758 Bogotá, agosto - diciembre de 2017

Finnova

Investigación e Innovación Financiera y Organizacional

Revista de Investigaciones
del Centro de Servicios Financieros
SENA, Regional Distrito Capital

ISSN 2462-9758
Volumen 4 · Número 6
Bogotá, agosto - diciembre de 2017

Director SENA
Carlos Mario Estrada Molina

Director Regional SENA D.C.
Enrique Romero Contreras

Subdirectora (E) Centro de Servicios Financieros
Emilia Aguirre Leguizamo

REVISTA FINNOVA

Director (E)
Emilia Aguirre Leguizamo, Esp

Directora Editorial
Liliana González Díaz, MSc

COMITÉ EDITORIAL

Manuela del Carmen Sánchez Humarán, Ph.D, Centro de Estudios Universitarios de Baja California

Stella Betancourt, Ph. D, Universidad Cooperativa de Colombia

Ana María Ortegón, Ph.D, Universidad Federal de Santa Catarina

Alejandra Calderón, Ph.D, Universidad Nacional de Colombia

María Patricia Asmar Amador, Ph.D, Universidad de Navarra

ÁRBITROS REVISTA No. 6

Ana María Ortegón
PH.D Universidad Federal de Santa Catarina.

Stefany Gallego Ortiz
MSc, Universidad Eafit

Corrección de estilo
Liliana González Díaz, MSc

Traducciones
Diana Rodríguez Triana, MSc

Dirección de arte
Patricia Gutiérrez Marín, SENA

Diseño y diagramación
Jaime Andrés Morales, SENA

Distribución
Centro de Servicios Financieros
Cra. 13 No. 65 – 10
Tel. 5461600, ext. 14558
Bogotá

Suscripciones
Centro de Servicios Financieros
Cra. 13 No. 65 – 10
Tel. 5461600, ext. 14558
Bogotá

Canjes
Centro de Servicios Financieros
Cra. 13 No. 65 – 10
Tel. 5461600, ext. 14558
Bogotá

Revista FINNOVA
Dirección: Cra. 13 No. 65 – 10
Teléfono: 5461600 Ext. 15630
Correo electrónico: revistacsf@misena.edu.co
Periodicidad: semestral
Páginas del número: 64
Formato: 21.5 x 28 cm.
Tiraje: 200 ejemplares
Precio: circulación gratuita
No incluye gastos de envío

El material de la revista puede ser reproducido sin autorización para su uso personal o en el aula de clase, siempre y cuando se cite la fuente. Para reproducciones con cualquier otro fin es necesario solicitar autorización al comité editorial de la revista. Las opiniones e ideas aquí consignadas son de responsabilidad exclusiva de los autores y no necesariamente reflejan la opinión del SENA.

Tabla de Contenido

Editorial

Educación financiera

13 Reflexiones sobre las mejores prácticas para orientar resultados financieros a aprendices SENA
Reflections about best practices to guide financial results for apprentices SENA
Reflexões das melhores práticas para orientar os resultados financieiros dos aprendizes SENA
Blanca Yanneth Murallas Bueno

Gestión y desarrollo empresarial

21 Caracterización de la cultura organizacional de los establecimientos comerciales del Centro Comercial Manila de la ciudad de Fusagasugá
Characterization of Organizational culture of commercial places in Manila mall in Fusagasugá
Caracterização da cultura organizacional das lojas comerciais do Shopping Manila na ciudade de Fusagasugá
Carlos Enrique Parra Rodríguez
Sandra Elena Mahecha

Desarrollo e innovación financiera (Finanzas, Banca y Seguros)

27 Emprendimiento empresarial financiado con capital de riesgo
Risk Capital financing Empresarial Entrepreneurship
Empreendedorismo empresarial financiado con capital de risco
Leonor Alicia Pacheco Striedinger

35 Didáctica activa del Visual Merchandising
Active Didactics of Visual Merchandising
Didática Ativa do Visual Merchandising
Leonor Alicia Pacheco Striedinger

Temas varios

43 Estrategia didáctica para la enseñanza-aprendizaje de la química. Una experiencia del Centro Nacional Colombo Alemán CNCA
Didactic Strategy of Chemestry Teaching-Learning. An Experience in the Colombo German National Center CNCA
Estratégia didáctica para o ensino-aprendizagem da química. Uma experiencia do Centro Nacional Colombo Alemão CNCA
Freddy Goyeneche López

49 Eficacia Intercultural: Una percepción dentro de os Tecnólogos de Gestión Administrativa en el SENA-COMM
Intercultural Effectiveness: a perception among Tecnologists of Administrative Management of SENA-COMM
Eficiênca Intercultural: a percepção entre os Tecnólogos de Gestão Administrativa do SENA-COMM
Aldemir Quintero Solano

Editorial

Sobre el escribir

El tema a tratar en este número de la revista es el escribir, lo escogí porque las editoriales que lo antecedieron sobre el Malestar de la educación parte I y II (Betancourt 2017) señalaban unas crisis que aquejan a las instituciones públicas de educación. La exigua inversión que en nuestro país se dedica al campo de la investigación y la innovación, ha generado que ocupemos una vergonzosa posición frente a otros países latinoamericanos, lo cual nos induce a proponer salidas con una visión más amplia y actualizada, con mayor calidad y pertinencia.

En este sentido, la política pública debe favorecer la calidad y pertinencia de la formación profesional en entidades como el SENA. Por ello, en el Centro de Servicios Financieros, como una salida pedagógica a las crisis de la educación y la formación, se ha asumido el reto de orientar, motivar, controlar, difundir la lectura y la escritura en los instructores, para que puedan publicar sus experiencias investigativas, construidas en los espacios de interrelación con los miembros de la comunidad educativa, recuperando así la capacidad de asombro que a veces es esquiva por la rutina y la cotidianidad.

De esta forma, se constituye el escribir en un ejercicio que produce un tipo de lenguaje en el cual intervienen factores neurológicos, procesos cognitivos de atención, percepción, memoria, estructuras personales y afectivas dadas en los intercambios sociales que posibilitan esta comunicación. Es así, como el ser humano ha llegado a elaborar, expresar y representar el pensamiento mediante la producción gráfica.

Los grafismos con significado y sentido son elementos que solo están vinculados a nuestra especie. Expresar y representar lo que sentimos o pensamos es importante para las personas, poner en palabras los sentimientos facilita entender y actuar en consecuencia. Dar forma racional a las emociones para poder manejarlas mejor, y para poder compartirlas. La escritura no se considera una función innata sino aprendida y se sustenta en el lenguaje, la memoria, la motricidad y la emoción. Teniendo siempre presente que quien garabatea, dibuja y escribe no es la mano, es el cerebro y la creatividad es fundamental, ya que se escribe sobre lo que ha tenido significado para cada uno de nosotros.

De acuerdo a lo expuesto, es ese el significado que reflejan los artículos publicados en nuestra revista FINNOVA y que, desde la subdirección del Centro de formación, se apoya como otrora lo han hecho, para contribuir con el deber que se tiene con Colciencias: almacenar, difundir y publicar los escritos sobre la investigación aplicada que se generan en el SENA y entidades de educación superior.

En consecuencia, los escritos de las investigaciones que se publican en este número de la revista, dan cuenta del desarrollo de habilidades para razonar, debatir, producir, convivir y potencializar el interés científico y creativo de los aprendices para explorar con éxito hechos y fenómenos químicos; la aplicación de las técnica Merchandising en el aula de clase para facilitar el aprendizaje teórico y práctico de la comercialización

de un producto o servicio; el desarrollo de la competencia intercultural y el respeto por la diversidad; el apalancamiento del emprendimiento empresarial y la sensibilización de instructores del área de contabilidad y finanzas por parte de semilleros de investigación para el diseño de herramientas técnico pedagógicas.

De igual modo, se gestiona el conocimiento que en ocasiones pareciera distante porque se piensa demasiado y se expresa poco. Diferente a la "dulzura, bondad y hermandad" que requiere el mundo para acabar con la amargura e indiferencia de lo que nos sucede en el día a día. La vida puede ser divertida y una aventura si conocemos a través de escritos lo que otros han vivido, lo que para otros ha tenido significado y lo han plasmado en una investigación que se difunde a través de revistas, ensayos, páginas en internet, conversaciones y redes sociales.

Finalmente, este es el reto que hemos asumido y queremos invitarl@s a consultarnos y realizar los comentarios pertinentes para derribar barreras, incentivar la escritura, la investigación de lo que nos parece sencillo, pero a la vez es complejo: derrotar la indiferencia y contribuir a consolidar la Entidad donde la razón, la investigación y la ciencia nos conduzca a la felicidad propia y de quienes se forman con nuestra ayuda.

Emilia Aguirre Leguizamo
Subdirectora (E)
Centro de Servicios Financieros – regional Distrito Capital

Educación financiera

Reflexiones sobre las mejores prácticas para orientar resultados financieros a aprendices SENA

Reflections about best practices to guide financial results for apprentices SENA

Reflexões das melhores práticas para orientar os resultados financieiros dos aprendizes SENA

Blanca Yanneth Murallas Bueno[1]

Fecha de recepción: 12 de septiembre 2017
Fecha de aceptación: 17 de octubre 2017

RESUMEN
El objetivo de este artículo de reflexión es sensibilizar a los instructores del área de contabilidad y finanzas del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, en torno a la importancia y necesidad de diseñar e implementar herramientas que faciliten la orientación, construcción y apropiación de conocimiento en el área de finanzas por parte de los aprendices. Como punto de referencia se describen las mejores prácticas para orientar resultados financieros de los programas de formación titulada y complementaria de la red de gestión administrativa y financiera y se presentan algunos avances y resultados de investigaciones realizadas por los semilleros de investigación ISAFI y CRISALIDA, respecto al diseño de herramientas técnico-pedagógicas. A partir de estas experiencias se pueden derivar mejores recursos pedagógicos para implementar en los ambientes de aprendizaje.

Palabras clave: educación financiera, finanzas personales, gamificación, simuladores, aprendizaje significativo, finanzas.

Como citar este artículo: Murallas Bueno, B. Y. (2017). Reflexiones sobre las mejores prácticas para orientar resultados financieros a aprendices SENA. Revista Finnova, 13-18.

ABSTRACT
The work gives to the accounting and finance teachers of National Learning Service SENA awareness about how they can improve teaching finance usign tools. Based on information of management and financial knowledge net, the best practices to guide good financial results are described in both qualified and complementary training. Designing technical pedagogic tools, as part of previous and research results are presented; those were developed by the research groups called ISAFI and CRISALIDA. These experiences can improve the pedagogic resources used in learning environments.

Key words: financial education, personal fiances, gamification, simulators, significative learnign, finance.

1 Especialista en Gerencia Tributaria Universidad Santo Tomas. E-mail: blancamurallas@misena.edu.co

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 13 - 18

RESUMO
O objetivo do artigo é refletir para sensibilizar aos instrutores da área de contabilidade e finanças do Serviço Nacional de Aprendizagem SENA, na importancia e necesidade de desenhar e implementar ferramentas com os aprendizes na área de finanças para orientar, construir e apropriar conhecimento. Descrevem-se as melhores praticas para orientar resultados financieiros dos programas de educação titulada e complementaria da rede de gestião administrativa e financieira; também avanços e resultados de pesquisas realizadas pelos grupos de pequisa ISAFI e CRISALIDA, sob o desenho das ferramentas técnico pedagógicas. A partir de estas experiências podem ser usados melhores recursos pedagógicos nos ambientes de aprendizagem.

Palavras chave: educação financieira, finanças personais, gamificação, simuladores, aprendizagem significativo, finanças.

Introducción

"Enseñar no es transferir conocimiento,
sino crear las posibilidades para su propia producción o construcción"
Paulo Freire

La dinámica de la sociedad actual exige a las personas el desarrollo de diferentes inteligencias y habilidades; entre ellas las competencias pedagógicas y financieras que le permiten a todo individuo interactuar en diferentes escenarios, usar herramientas y aplicar conocimientos que faciliten el manejo adecuado de las finanzas, la toma de decisiones financieras acorde con sus necesidades, expectativas y perfiles de riesgo. Este tema ha generado gran interés debido a factores como "i) Endeudamiento creciente por parte de individuos debido a mayor oferta de créditos, ii) Aumento en oferta y complejidad de elementos financieros iii) Aumento de la inestabilidad laboral, iv) Aumento de la esperanza de vida, y v) Reducción de coberturas públicas de pensiones" (Villada, López Lezama & Muñoz, 2016)

Un buen complemento a la formación integral que debe tener todo ser humano, es una adecuada educación financiera, definida por La Comisión Europea como aquella que "permite a los individuos mejorar su comprensión de los conceptos y productos financieros y adquirir las competencias necesarias para mejorar su cultura financiera, es decir, para ser consciente de los riesgos y oportunidades, y tomar decisiones con conocimiento de causa a la hora de elegir servicios financieros" (Comisión Europea, 2007, pág. 2) En concordancia el Ministerio de Educación (2018) plantea como enfoque de la educación económica y financiera identificar lo que se valora permite enfocar las metas, sueños y proyectos y reconocer los cambios que deben hacerse en el presente con el fin de llegar al futuro deseado. Para los aprendices SENA, apropiarse de herramientas pedagógicas aplicables a sus finanzas personales y empresariales le facilitará hacer un mejor aprovechamiento de los recursos, el desarrollo de su proyecto de vida, participar de iniciativas y programas de apoyo económico, aportar y participar activamente al crecimiento económico del país.

Este articulo muestra la necesidad de la formación económica y financiera para apoyar la toma de decisiones acertadas en los proyectos de vida de la población estudiantil, ya que la carencia de esta formación impide que a futuro los jóvenes participen activa y responsablemente en los procesos económicos ya sea en el corto, mediano y largo plazo, influyendo de esta manera negativamente sobre el bienestar individual y familiar, retrasando con ello el avance de la sociedad en su conjunto.

Antecedentes

La educación económica y financiera se debe orientar de acuerdo con las condiciones específicas de cada población y cada sector de la economía en particular. La Comisión Europea en un informe para el mercado único, señala la importancia de trabajar en tres frentes: sensibilizar frente a la necesidad de afrontar el problema de la escasa cultura financiera, fomentar y promover la educación financiera de alta calidad y desarrollar algunas herramientas de ayuda prácticas para conseguir estos objetivos (Comisión Europea, 2007). En el escenario de formación del SENA podemos encontrar una insuficiencia de instructivos, cartillas técnico-pedagógicas o herramientas pedagógicas con el uso de TIC, para orientar estos temas y apoyar el trabajo autónomo de los aprendices; los instructores se ven abocados a la construcción de material de apoyo y talleres a criterio propio, desconociendo cuales son las mejores prácticas que garantizan el logro de las competencias esperadas. Por tanto, en el desarrollo curricular tanto de los programas de titulada como para los complementarios, es necesario que se contemplen técnicas didácticas y herramientas diseñadas según el entorno y perfil de quien aprende.

El desarrollo de habilidades financieras se facilita en programas de la red de conocimiento de gestión administrativa y financiera por la pertinencia con los resultados de los programas de formación como contabilidad y finanzas o gestión administrativa, gestión empresarial; sin embargo en los programas de otras redes de conocimiento se dificulta o es nulo el desarrollo de las mismas y si un aprendiz identifica esta necesidad de formación en finanzas, debe recurrir a la formación complementaria según la disponibilidad de oferta y tiempo extra a su formación.

El SENA en su red de procesos del sistema integrado de gestión y autocontrol SIGA, para el desarrollo del proceso de Gestión de la Formación Profesional Integral, promueve el desarrollo de proyectos formativos y proyectos de investigación aplicada que apunten a la solución de una problemática determinada, lo cual es especialmente relevante debido a la diversidad de productos financieros, que buscan atender las necesidades de rentabilidad de una población preocupada por los drásticos cambios en el sistema de pensiones y expectante ante la rentabilidad que generan estos productos, lo cual ha tenido como efecto las burbujas inmobiliarias, la vulnerabilidad del mercado de valores, la creación de pirámides, etc. (Villada, López Lezama & Muñoz, 2016)

Los proyectos formativos, proyectos de investigación pedagógica, social o investigación aplicada apoyan el desarrollo de competencias técnicas y blandas en los aprendices; para su formulación se requiere que los instructores, líderes de procesos e instructores investigadores, dominen herramientas de innovación, herramientas de diseño y diferentes técnicas que faciliten entrelazar los conocimientos técnicos con elementos de juego en contexto no lúdicos para contextualizar la educación financiera frente a problemáticas como la planificación de la jubilación, la prevención de fraudes y la selección de productos financieros de acuerdo a las necesidades particulares.

Métodos y materiales

Los proyectos de investigación desarrollados por el semillero ISAFI (Investigadores del SENA en asuntos financieros) y CRISALIDA (Semillero de investigación pedagógica), tienen como objetivo establecer comportamientos concretos, estudiando hábitos y conductas sobre el manejo del dinero, para ello se aplica un enfoque descriptivo y uso de fuentes primarias (entrevistas y encuestas) para rastrear comportamientos, actitudes, conocimientos, motivaciones, características socio demográficas y estilos de vida en muestras no aleatorias (por juicio o conveniencia). De igual manera los marcos conceptuales, teóricos, legales y contextuales se han tomado de fuentes secundarias representadas por la normatividad vigente, diversos textos, artículos de revistas, informes, libros, memorias, ponencias, trabajos de investigación, tesis de investigación, archivos y estadísticas que posean las asociaciones gremiales.

Para ello, en 2015 se aplicó una encuesta (con preguntas cerradas y de selección múltiple) en la ciudad de Bucaramanga para medir los niveles y calidad de formación financiera a una muestra de 500 personas, entre personas naturales, microempresarios, empleados y estudiantes. Posteriormente se utilizó la herra-

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 13 - 18

mienta de diagnóstico "árbol de problemas", para detectar el problema central y evidenciar los efectos y los problemas de nivel superior, también se utilizó la herramienta "análisis de involucrados" con la información obtenida de un grupo focal donde se conocieron los cambios de hábitos, prácticas o actitudes requeridos, deseados y factibles.

También se hizo un rastreo entre instructores y aprendices de los programas administrativos, contables y financieros del Centro de Servicios Empresariales y Turísticos del SENA Regional Santander – CSET, para conocer por parte de los instructores cómo orientan, qué herramientas, estrategias y técnicas didácticas activas están usando para abordar la formación financiera y por parte de los aprendices cómo aprenden mejor, cuáles son sus preferencias, estilos, expectativas y que les motiva a estudiar temas financieros.

Resultados

Del levantamiento de información se encontró que cerca del 80% de las personas encuestadas, tienen bajos niveles de formación financiera y que un 70% de los encuestados mezclan las finanzas de su empresa con las finanzas personales y/o familiares. Esta situación se explica el bajo nivel de educación financiera por la falta de una cultura de ahorro, el manejo inadecuado del dinero, la mala administración de las finanzas personales, lo que genera problemas como una mala calidad de vida, crisis familiares, señalamiento social y para el caso de los empresarios en los bajos niveles de sostenibilidad y sobrevivencia de las empresas.

Figura 1. Encuesta aplicada microempresarios de Bucaramanga, proyecto ISAFI 2015.

En este sentido, se muestra la importancia y necesidad de diseñar e implementar herramientas que apoyen y faciliten la orientación, construcción y apropiación de resultados financieros no solo a los aprendices de programas de la red de gestión administrativa y financiera, sino en general a todos los aprendices SENA. Para ello se destacan las mejores prácticas identificadas y algunas características indicadas por los participantes del estudio, que deben cumplir las herramientas técnico-pedagógicas que se diseñen para facilitar la orientación de los resultados financieros ya sea en cursos complementarios o en el desarrollo de proyectos formativos del SENA.

Entre las características identificadas por instructores y aprendices que participaron en el estudio, tenemos:

- Uso de Tecnologías de Información y Comunicación TIC
- Presentación de simuladores que faciliten el cambio de datos y cálculos automáticos
- Aplicaciones de fácil acceso e interacción
- Diferentes diseños según el tema financiero a orientar
- Actualizadas permanentemente
- Uso compartido entre instructores, aprendices y empresas
- Que cuenten con instructivos técnicos que facilite el auto aprendizaje
- Con instructivos pedagógicos para instructores y orientadores
- Con enlaces a hojas de cálculos
- Con elementos de juego que motive experiencias placenteras al interactuar con la herramienta.
- Con indicadores de avance y logro de resultados

Entre las mejores prácticas para orientar resultados financieros, se resalta las que incluyen en su desarrollo de:

- Aprendizaje significativo: Salidas de campo y visita a empresas
- Elementos de Gamificación: Aplicaciones por niveles de dificultad
- Talleres con el uso de simuladores y calculadoras financieras
- Proyectos de transferencia a empresas

A partir de los resultados se puede mostrar que, a pesar de no tener amplios conocimientos sobre educación financiera, los participantes comprenden la importancia que tiene la educación financiera, para lograr una planificación organizada de futuro, teniendo la capacidad de escoger de manera consciente, los instrumentos o productos financieros que más les convengan, el buen uso de ellos y de esta forma lograr tomar decisiones de manera acertada y con mayor confianza.

Conclusiones

Teniendo en cuenta la relevancia, pertinencia y objetividad de los resultados de las investigaciones realizadas por los semilleros de investigación aplicada, se detecta la necesidad urgente de sensibilizar y conducir a los instructores a buscar espacios de reflexión personal y al interior de sus equipos de desarrollo curricular sobre su quehacer y proyectar el impacto que trae modernizar los recursos, técnicas, didácticas, herramientas y material de apoyo. El instructor debe ser autónomo para diseñar sus recursos pedagógicos, elegir las estrategias, herramientas y técnicas que considere son las más pertinentes para orientar un proyecto formativo. Actualmente su planeación de aula se realiza teniendo en cuenta solo criterios técnicos específicos de la ciencia o área a orientar y se olvida del componente pedagógico y metodológico que exige un material diseñado según el contexto, necesidades y expectativas de los aprendices.

Para ello, el instructor requiere de la colaboración por parte de la escuela de instructores, los directores, subdirectores, coordinadores, asesores pedagógicos y el equipo de desarrollo curricular que motive y acompañe al instructor en su mejora continua hasta lograr en el instructor un alto compromiso y automotivación como actor principal de su cualificación. De igual relevancia que modernizar el desarrollo curricular, el diseño de herramientas y elegir las mejores prácticas para orientar resultados financieros, está el dedicar especial atención al encontrar las mejores prácticas para despertar en el aprendiz las ganas de aprender, el querer aprender, sorprenderlos antes, durante y después del proceso formativo para garantizar en ellos experiencias placenteras que garanticen la apropiación, construcción y transferencia del conocimiento.

En este sentido si se pretende provocar el querer de aprender, elegir las mejores prácticas para orientar y modernizar los productos técnico-pedagógicos, es importante tener en cuenta variables como las cognitivas referente a los conocimientos y destrezas, las variables metacognitivas referente a los comportamientos del aprendizaje y las emociones, referente a las creencias financieras, valores, uso de los conocimientos, expectativa de uso y transferencia de los conocimientos. Los integrantes de los semilleros consideran que "si los egresados SENA y/o emprendedores tienen mayor capacidad de desarrollar habilidades de gestión financiera, se contribuye a mejorar sus niveles de calidad de vida y los niveles de sostenibilidad de las empresas".
Cuando se trata de estrategias para facilitar la enseñanza y aprendizaje de competencias financieras, hay que agregar algunos componentes que permiten interactuar un poco más con la tecnología, involucrar actividades didácticas para poder llegar más fácilmente a quien está aprendiendo y desarrollando competencias financieras.

Las acciones de mejoramiento generadas de los procesos de autoevaluación y registro calificado; los estudios de vigilancia tecnológica; la implementación de Normas Internacionales de Información Financiera NIIF; el rediseño de los programas de la red Administrativa y Financiera; el ajuste en la denominación del perfil y las funciones del egresado "exige" que los proyectos formativos propongan actividades que garanticen a los aprendices el logro de competencias en tecnologías de la información y las comunicaciones, que optimicen su desempeño de tal manera que les permita desarrollar eficientemente actividades relacionadas con el análisis de la situación financiera y reconocimiento de hechos económicos que afectan la organización específicamente en el área contable de una pequeña, mediana o gran empresa

Razón por la cual es pertinente que el SENA diseñe e implemente una política de orientación financiera que indique el diseño, uso y permanente actualización de las herramientas técnico-pedagógicas propias de la entidad, para orientar cursos complementarios en finanzas y los resultados financieros de los programas de la red de Gestión administrativa

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 13 - 18

y financiera. Se requiere modernizar los productos técnico-pedagógicos del área financiera, propios del modelo social constructivista, que garantice la Formación Profesional Integral como lo exige el modelo económico en constante cambio.

Los aprendices de las tecnologías de gestión administrativa y servicios financieros disponen de espacios físicos, utilizados durante la etapa lectiva y la etapa productiva en el desarrollo de proyectos enmarcados en el proceso de formación. Estos ambientes están diseñados teniendo en cuenta las condiciones de calidad, seguridad y salud ocupacional. No obstante, se requiere dinamizar los proyectos formativos con espacios virtuales y con un conjunto herramientas que faciliten la enseñanza y aprendizaje de competencias financieras.

Bibliografía

Carrillo González, Edgar. (2015). Del instruir al construir, una perspectiva desde lo pedagógico a lo metodológico. Revista Rutas de Formación: prácticas y experiencias, volumen 1, pg. 32

Comisión Europea (2007) Comunicación de la comisión: La educación financiera. COM, Bruselas, Bélgica.

MEN. (2018). Nueva Pangea. Estrategia pedagógica que integra la perspectiva de la gestión del riesgo en la Educación Económica y Financiera. Bogotá.

SENA (3- 03 2017) Procedimiento de la Ejecución de la Formación Profesional Integral GFPI-P-006 Versión 5

SENA (15- 02 2017) Procedimiento de Desarrollo Curricular SENA GFPI-P-013 Versión 1

SENA (15- 02 2017) Guía de Desarrollo Curricular GFPI- G- 012 Versión 1

SENA Semillero ISAFI. (2015) Informe de estudios previos a la formulación de proyectos del Semillero ISAFI

SENA Semillero ISAFI (2016) Proyecto de investigación aplicada semillero ISAFI Orientación financiera para el manejo adecuado de las finanzas de los microempresarios productores de calzado de Bucaramanga. Implementación Caso XYZ

Villada, F., López Lezama, J., & Muñoz, N. (2016). El papel de la educación financiera en la formación de profesionales de ingeniería. Formación universitaria, 13 - 22.

Villegas Londoño, D. I., & Toro Jaramillo, I. D. (2009). Las Pymes: Una mirada a partir de la experiencia académica del MBA. Revista MBA Eafit, 16. Recuperado a partir de http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/pymes-miradaa-partir-experiencia-academica-mba.pdf

Gestión y desarrollo empresarial

Caracterización de la cultura organizacional de los establecimientos comerciales del Centro Comercial Manila de la ciudad de Fusagasugá

Characterization of Organizational culture of commercial places in Manila mall in Fusagasugá

Caracterização da cultura organizacional das lojas comerciais do Shopping Manila na ciudade de Fusagasugá

Carlos Enrique Parra Rodríguez[1]
Sandra Elena Mahecha[2]

Fecha de recepción: 12 de noviembre 2017
Fecha de aceptación: 2 de diciembre 2017

RESUMEN
El presente artículo sintetiza del desarrollo y los resultados de la investigación "Caracterización de la cultura organizacional de los establecimientos comerciales del centro comercial manila de la ciudad de Fusagasugá" adelantado como proyecto del curso de profundización, de la facultad de postgrados de la Universidad de Cundinamarca. Se parte de la complejidad de las organizaciones y del rol de la cultura organizacional en la concepción de las mismas, seguidamente se expone el diseño metodológico de la investigación y el trabajo de campo que se realizó para su elaboración por medio de las técnicas de encuestas, entrevistas y observación directa. Finalmente se muestran las conclusiones y resultados el que se destaca que, si bien, en los locales del centro existe una cultura organizacional fuerte, hay algunos factores que deben ser mejorados.

Palabras clave: Cultura Organizacional, Creencias, Valores, Actitudes, Satisfacción.

Como citar este artículo: Parra Rodríguez, C. E., & Mahecha, S. E. (2017). Caracterización de la cultura organizacional de los establecimientos comerciales del Centro Comercial Manila de la ciudad de Fusagasugá. Revista Finnova, 21 - 25.

ABSTRACT
The paper presents the development and results of the research "Characterization of organizational culture of commercial places in Manila mall in Fusagasuga" as a project of the profundization course, that was conducted by the postgraduate faculty of Universidad de Cundinamarca. It considers the conception of organizations

1 Magister en Diseño, Gestión y Dirección de Proyectos. Sena Centro de Servicios Financieros. Soacha. Colombia. E – Mail: rapa53@misena.edu.co.

2 Docente Universidad de Cundinamarca. E-Mail: sandramahecharueda@gmail.com

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 21 - 25

complexity and cultural organization role; furthemore, it presents the methodological development and field work, it was developed using polls, interviews and direct observation. Finally, the conclusions and results are presented highlighting the strong cultural organization developed by the commercial places; however, some aspects must be improved.

Key words: Organizational culture, Beliefs, Values, Acttituds, Satisfaction

RESUMO
O presente artigo apresenta o desenvolvimento e os resultados da pesquisa "Caracterização da cultura organizacional das lojas comerciais do Shopping Manila na ciudade de Fusagasugá" que foi parte do curso de profundização da facultade da posgraduação da Universidade de Cundinamarca. Primeiro, explica a complexidade das organizações e o rol da cultura organizacional na su definição; segundo expõe o desenho metodológico da pesquisa e o trabalho de campo utilizando técnicas de pesquisas, entrevistas e observação direta. Finalmente, se apresentam as conclusões e resultados destacando-se que as lojas do shopping têm cultura organizacional forte, embora alguns fatores devem ser melhorados.

Palavras chave: Cultura Organizacional, Crenças, Valores, Atitudes, Satisfação.

Introducción

La concepción de las organizaciones ha sufrido profundos e importantes cambios desde la formulación de los modelos de administración científica y clásica expuestos por autores como Frederick Taylor, Henry Ford o Henri Fayol. En primer lugar, hay que considerar las escuelas y los modelos que se han formulado en el último siglo y que han configurado diversos paradigmas administrativos y organizacionales, así como los constantes cambios sociales, culturales, políticos y económicos tales como fueron el gigantismo industrial, etapa que se forjó entre las dos guerras mundiales y que marcó los cimientos de la aldea globalizada-, la caída del bloque comunista, -lo que supuso el fin de la guerra fría-, el auge económico de los países asiáticos, el predominio del modelo neoliberal por sobre el keynesiano y el marxista en las economías mundiales o los inmensos avances en el campo de la comunicación y de la informática que se han vivenciado en los últimos años, todo esto ha hecho que las organizaciones se configuren como entes complejos, cada vez más difíciles de predecir y que vivan sumergidas en el mar de incertidumbre del macro entorno y de su concepción interna.

Partiendo de esto y considerando que las organizaciones son sistemas abiertos y, ante todo, entes colectivos nacidos debido básicamente por razones sociales (interacciones humanas), razones materiales y por efecto sinérgico (Hicks, Gullet, 1971) en las que existe una importante interacción con el entorno externo y que tienen a nivel interno una complejidad y una mutabilidad similar a la de su macro entorno, se puede afirmar que no existe una organización sin una cultura inherente e intrínseca que identifique, oriente y distinga su accionar estratégico, así como su imagen como colectividad en el mercado (Agudelo y Velázquez, 2011) por ello lograr caracterizar la cultura de una organización, es importante por cuanto permite su mejoramiento continuo, así como una correcta formulación estratégica en la misma.

Por tanto, se plantea entonces que el presente proyecto de investigación surgió a raíz de determinar las características de la cultura organizacional del Centro Comercial Manila de la ciudad de Fusagasugá que, desde su irrupción en el mercado regional en el año 2005, se ha convertido en un punto neurálgico en el comercio del sur del país, así como en un gestor de nuevos e innovadores modelos de negocio en la ciudad aportando indiscutiblemente al crecimiento económico y empresarial de la región.

La investigación tuvo por objetivo determinar las características de la cultura organizacional, en términos de valores, creencias y actitudes, de los miembros que conforman los establecimientos comerciales del Centro Comercial Manila de la ciudad de Fusagasugá. De esta manera se buscaba identificar el tipo de cultura organizacional, determinar las características de la cultura gerencial e identificar las percepciones de los clientes en torno a la cultura organizacional que se refleja en el servicio prestado.

Marco Referencial

Ante todo, se puede afirmar que la cultura organizacional ha adquirido gran importancia al interior de las organizaciones, por lo que ha sido centro de numerosas investigaciones. Los enfoques sobre cultura organizacional han abarcado diferentes manifestaciones culturales: valores, creencias, ritos, historias, etc., hasta el rol del gerente como emisor de la cultura de las organizaciones. (Cujár, Ramos, Hernández, Riaño y López, 2011), en consecuencia, el estudio de la cultura organizacional es fundamental tanto en las ciencias administrativas, como en la sociología organizacional y en la psicología industrial; hay que considerar que la cultura organizacional es el espejo de la compañía y que en ella se reflejan sus principios, valores, actitudes, mentalidad, estilo de vida, normas, comportamientos, reglas, filosofía y clima organizacional. Una empresa debe tener bien definida su cultura, y dentro de ella preocuparse por la satisfacción de todas las partes interesadas, para así elaborar y aplicar correctamente sus estrategias, administrar y utilizar adecuadamente la información (Cantillo, Álzate, Galindo, Arteta, Ladines, Serje, 2011), por tanto el análisis la caracterización y el fortalecimiento de la cultura de una empresa es un punto neurálgico de su concepción estratégica y un factor central en su funcionamiento y desarrollo.

Tomando en consideración lo anterior hay que, en primer lugar, tener en cuenta algunas definiciones aceptadas en el ámbito académico sobre este tópico. Para Ouchi (1982), por ejemplo, la cultura organizacional es una serie de símbolos, ceremonias y mitos que comunican al personal de las empresas los valores y las creencias más arraigados dentro de la organización, en cambio Chiavenato (2001) afirma que la cultura organizacional reposa sobre un sistema de valores, tradiciones, creencias y actitudes, como forma aceptada y estable en las relaciones sociales de cada organización, asimismo, Shein (2007) considera que el termino debería reservarse nivel más profundo de presunciones básicas y creencias que comparten los miembros de una empresa.

Dentro de los modelos más aceptados de la tipología de cultura organizacional se encuentra el de Robbins (2004), que clasifica las culturas de débiles o de fuertes, estas últimas se caracterizan porque los valores de la organización se aceptan con firmeza y son ampliamente compartidos, caso contrario a las culturas débiles en el que una sólo una minoría comparte los valores de la organización.

Características	Débil	Fuerte
AUTONOMÍA INDIVIDUAL	Supervisión estrecha. El personal tiene poca libertad en su trabajo	Supervisión general. El personal tiene libertad de resolver los problemas de su cargo
ESTRUCTURA	Puesto de trabajo standarizado. Reglas y procedimientos debidamente formalizados	Puestos de trabajo flexibles. reglas y procedimientos no formalizados
APOYO	la gerencia centra mas su atención en la producción y muestra escaso interés por el personal	La gerencia muestra gran interés, ayuda y afabilidad por su personal
RECOMPENSA Y DESEMPEÑO	Se aprecian y premian la fidelidad, el esfuerzo, la cooperación. Se desconocen los niveles productivos del personal	Las compensaciones y ascensos que se otorgan al personal están basados en su nivel de productividad
TOLERANCIA AL CONFLICTO	La gerencia mantiene un nivel mínimo de conflicto constructivo, debido a la presencia de conflictos disfuncionales o destructivos	La gerencia intencionalmente aumenta la intensidad del conflicto funcional o constructivo, lo suficiente para que siga siendo viable, autocrítico y creativo
TOLERANCIA AL RIESGO	Baja propensión al riesgo. No se estimula al trabajador a ser innovador	Elevada propensión al riesgo. Se alienta y utiliza el talento creativo e innovador del personal

Figura 1. Características de una cultura organizacional fuerte y una cultura organizacional débil.
Fuente: Cultura del sistema de control (2009)

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 21 - 25

Metodología

El estudio fue de tipo básico con enfoque descriptivo y perceptivo y de naturaleza tanto cuantitativa como cualitativa, aplicado directamente al campo de los hechos debido a sus propósitos exploratorios. Su diseño fue no experimental y de corte transversal. La población de estudio estuvo constituida por los miembros de los 250 locales comerciales del Centro Comercial Manila, así como por usuarios del centro. Las principales variables contempladas en la investigación son: cultura organizacional, cultura gerencial, creencias, valores, actitudes, clima laboral y satisfacción del cliente.

Para la recolección de información de las fuentes primarias implicadas en la realización del estudio se utilizaron encuestas de selección múltiple aplicadas a los clientes del centro comercial, entrevistas de profundidad hechas a los gerentes de los locales y observación directa, y las fuentes secundarias están conformadas por la teleología del centro comercial y sus políticas de calidad, para posteriormente realizar análisis de resultados y concluir el estudio. En lo que respecta a las entrevistas de profundidad, fueron consultados diez gerentes de establecimientos comerciales además de la administradora del centro comercial, lo cual arrojo luces sobre los valores, la teleología, los modelos gerenciales y el clima laboral interno que se presenta en el centro y sus establecimientos.

La encuesta fue aplicada a 100 usuarios con base a un modelo de muestreo aleatorio simple con un margen de error del 7% y un nivel de confianza del 95% para poblaciones infinitas. La encuesta está conformada por 9 enunciados o ítems, los cuales, fueron calificados por los individuos de la muestra en una escala de Likert; una vez diligenciadas todas las encuestas se hizo un profundo análisis estadístico a cada uno de los ítems de la encuesta; se usaron técnicas de estadística descriptiva por medio de gráficos de torta y Box Plot, medidas de tendencia central y de dispersión y análisis correlacional. Esto permitió determinar las percepciones del cliente con respecto a la cultura organizacional presente en los establecimientos y su percepción de los principales valores, creencias y actitudes de los locales. Asimismo, se hizo observación directa en los establecimientos del centro comercial Manila como método complementario.

Resultados

Una vez realizado el trabajo de campo del estudio y habiéndose hecho un análisis tanto cuantitativo como cualitativo de los datos recolectados, se determinó que en primer lugar, la presentación personal de los trabajadores, así como la estética y la limpieza de los establecimientos comerciales, son valores fundamentales en la configuración de estas empresas y que gran parte del atractivo que encuentran los clientes al visitar el centro comercial se debe a la armonía visual que este posee, además, que la gerencia ejerce un importante esfuerzo para llegar a este cometido. De igual manera, se estableció que los miembros que conforman los establecimientos comerciales del centro tienen un gran sentido de pertenencia por los mismos y por tanto mantienen una actitud favorable en sus funciones laborales. Además, un punto importante y a tener en cuenta es que existe poco rumor mal intencionado en los establecimientos y la opinión de los trabajadores sobre sus puestos de trabajo es generalmente positiva lo que, como es lógico pensar, se configura como algo propicio en la concepción de la cultura organizacional de los mismos, esto quedó claro tanto en el desarrollo de las entrevistas de profundidad como en la observación directa que se ejerció durante el estudio.

Un punto importante y que implica una ventaja competitiva en los establecimientos parte de que se presenta una cultura gerencial dada a ambientes democráticos y participativos. Pese a haber líneas jerárquicas bien definidas, en los establecimientos se manejan modelos de comunicación participativos, además de notarse relaciones de compañerismo entre los jefes y los subordinados, lo que permite establecer que existe la creencia de que, si los trabajadores tienen cierto grado de empoderamiento en la empresa y son tratados de manera asertiva se van a lograr mejores resultados y los objetivos van a ser alcanzados con una mayor facilidad. Por otro lado, en el centro comercial hay una clara actitud hacia el servicio, es decir que se realiza un esfuerzo conjunto en busca de ofrecer al cliente un servicio integral en elementos que involucran etapas de pre compra, compra y pos compra.

El análisis hecho a las entrevistas de profundidad permite vislumbrar que la disciplina se configura otro valor fundamental en los locales comerciales y en su concepción de mercado.

Un punto no tan favorable y que marca un factor a considerar, radica en el hecho de que existe cierta disonancia entre cómo es percibido el servicio dispensado por los establecimientos comerciales entre los gerentes y los clientes. Mientras los gerentes consideran que valores como honestidad, amabilidad y calidad del servicio son los valores más importantes y determinantes dentro de la concepción de sus empresas, los clientes creen que, pese a que existen estos valores dentro de los establecimientos, no son tan categóricos, adicionalmente de que en ocasiones el servicio no es lo suficientemente ágil y oportuno. Se presentan ciertos inconvenientes con respecto a la información de productos y cumplimiento de garantías, además, la tasa de servicio (el número de clientes atendidos a una razón de tiempo) nos es del todo satisfactoria en algunos casos.

Conclusiones

Los establecimientos comerciales de Manila muestran una cultura organizacional fuerte, en el que es innegable el énfasis de la gerencia por una actitud hacia el mejoramiento y la consolidación de valores y principios basada en la creencia de que el cliente es el centro de la organización y en el que valores como el orden, la disciplina o la solidaridad son fundamentales en su cultura como empresas, además, se puede afirmar que en términos generales, los usuarios están satisfechos con los servicios del centro comercial y todo lo que este representa para la ciudad y la región. Sin embargo, hay que considerar que aspectos como la agilidad en el servicio podrían ser mejores, esto en miras de un mayor fortalecimiento organizacional, por tanto, es factible implementar un estudio sobre tiempos de espera el cual permita calcular aspectos tales como el tiempo promedio de espera de los usuarios la hora de realizar su compra o la media de usuarios haciendo cola para ser atendidos. Lo que podría incrementar la agilidad en los servicios ofrecidos y lograr enaltecer la creencia que prima entre los miembros del centro comercial, de que el cliente es el centro y la razón de ser de sus empresas y que siempre se debe velar por su satisfacción y bienestar.

Bibliografía

Agudelo B., Velázquez L., (2011). Descripción de la cultura organizacional en una institución educativa. Tesis de maestría no publicada. Universidad Tecnológica de Pereira. Pereira. Colombia

Cantillo E., Alzate A., Galindo K., Arteta A., Landinez D., Serje N. (2011). Influencia de la Cultura Organizacional en la Competitividad de las Empresas. Medellín: Ninth LACCEI Chiavenato I., (2001). Introducción a la Teoría General de la Administración. México D.C: Mcgraw-Hill

Cújar A., Ramos C., Hernández H., López J. (2011). Cultura organizacional: evolución en la medición. Santiago de Cali: ICESI

Oushi W. (1985). La Teoría Z: Cómo Pueden Los Empresas Hacer Frente Al Desafío Japonés. Barcelona: Ediciones Orbis, S.A

Shein E. (2009). Corporate Culture survival Guide. Washington D.C: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data

Hicks H. y Gulley R. (1971). The Management of Organizations and Human Resources

Approach. Washington D.C: Mcgraw-Hill

Robbins S., (2004). Comportamiento Organizacional. México D.C: Pearson

Desarrollo e innovación financiera (Finanzas, Banca y Seguros)

Emprendimiento empresarial financiado con capital de riesgo

Risk Capital financing Empresarial Entrepreneurship

Empreendedorismo empresarial financiado con capital de risco

Leonor Alicia Pacheco Striedinger[1]

Fecha de recepción: 17 de septiembre 2017
Fecha de aceptación: 12 de octubre 2017

RESUMEN
Este artículo tiene por objetivo proporcionar fundamentos básicos a partir de una revisión bibliográfica y la presentación de un análisis en torno al emprendimiento financiado con capital de riesgo, desde la óptica de las estrategias organizacionales y académicas nacionales e internacionales con la finalidad de impulsar iniciativas y cimentar toma de decisiones en el apalancamiento del emprendimiento empresarial. Se pretende estructurar la información necesaria para responder preguntas como: ¿Qué es Emprendimiento? ¿Cuáles son las alternativas de apoyo para el emprendimiento financiado con capital de riesgo para el desarrollo socioeconómico del país?, ¿Cuál es el rol de Servicio Nacional Aprendizaje – SENA- en el emprendimiento?; y con ello asentar juicios que enriquezcan la motivación, el análisis e iniciativas para la toma de decisión en emprendimiento.

Palabras clave: Capital de riesgo, emprendimiento, empresa, innovación, desarrollo sostenible.

Cómo citar este artículo: Pacheco Striedinger, L. A. (2017). Emprendimiento empresarial financiado con capital de riesgo. Revista Finnova, 27-34.

ABSTRACT
The paper is based on a literature revision and analysis to comprehend entrepreneurship financed with risk capital. It considers the organizational strategic perspectives and national or international academics to support initiatives and decision making process in the empresarial entrepreneurship. The guide questions were: What is enterperneurship? Which are the alternatives to support the entrepreneurship financed with capital risk and the socieconomic development in the country? What is the role of National Learning Service – SENA- in the enterpeneurship?. The results will be useful to set up opinions to increase motivation, analysis and actions of entrepreneurship´s decisition making.

Key words: risk capital, entrepreneurship, company, innovation, sustainable development.

1 Doctorado (c) Administración Gerencial. E-mail: lpachecos@sena.edu.co

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 27 - 34

RESUMO
O artigo tem por objetivo, baseado numa revisão de literura e análise, fornecer noções básicas do emprendimiento financiado con capital de risco, considerando as perspectivas das estratégias organizacionais e acadêmicas nacionais e internacionais como o objetivo de suportar iniciativas e fortalecer a tomada de decisições no alavancagem do empreendedorismo empresarial. Organizou-se a informação necessária para responder perguntas como: ¿O qué é empreendedorismo? ¿Quais são as alternativas de apoio para o empreendedorismo financiado con capital de risco para o desenvolvimento socioeconômico do país?, ¿Qual é o papel d Serviço Nacional de Aprendizagem – SENA- no empreendedorismo?; e assim, criar os juízos para enriquecer a motivação, a análise e as iniciativas para a tomada de decisição no empreendedorismo.

Palavras chave: Capital de risco, emprendimiento, empresa, innovação, desenvolvimento sustantável.

Introducción

Al analizar los altos niveles de competitividad de diversos países del mundo, se podría concluir que el emprendimiento empresarial ha sido uno de los aspectos relevantes para el crecimiento socioeconómico, dada la relación entre el gasto en inversión y desarrollo que entraña potencialmente un conocimiento que a su vez conduce a nuevas tecnologías y crecimiento. Consecuentemente, el emprendimiento ha sido utilizado como estrategia para el desarrollo humano a partir del usufructo de nuevos conocimientos al servicio del bienestar y la calidad de vida de la población; razón sustraída de la interpretación del emprendimiento como la capacidad de crear ideas y saberes con valor económico, generando nuevos empleos, mayor prosperidad social, satisfacción a las necesidades del mercado y sostenibilidad empresarial, entre otros aspectos convirtiéndose así en una figura imprescindible en el engranaje empresarial moderno.

Examinar el emprendimiento empresarial y su financiamiento con capital de riesgo como directriz para lograr un desempeño eficaz dentro de la sociedad y contribuir con su crecimiento, exige el análisis de sus características, para comprender de manera detallada su concepción, lo que entraña las diversas contribuciones en la gestación y desarrollo empresarial como fenómeno socioeconómico. Así, mediante el análisis de diversos estudios que han realizado por destacados autores e investigadores, se pretende aportar algunas reflexiones, comentarios y consideraciones a los emprendedores, estudiantes y organismos dedicados a ello, para aportar a sus iniciativas sobre el emprendimiento financiado con capital de riesgo desde una aproximación teórica práctica que se ha convertido en una opción de desarrollo humano empresarial muy importante al interior del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

- ***Emprendimiento, timonel del desarrollo***

Colombia se encuentra en un momento histórico, donde la competitividad es un elemento fundamental para el desarrollo social sostenible. El Índice de Competitividad Global (ICG) que captura el conjunto de instituciones, políticas y variables como la salud, la educación superior, infraestructura, sofisticación empresarial, la innovación, preparación tecnológica; por mencionar algunos de los indicadores que representan de forma integral y tangible el bienestar de la población, ha sido muy deficiente y lenta a través del tiempo, lo anterior se evidencia en el ranking internacional el ICG al año 2016 donde Colombia ocupa el lugar 61 entre 138 países. (The Global Competitiveness Report 2016-2017, World Economic Forum)

Es claro que, para mejorar los índices de competitividad en el país, el emprendimiento y la innovación proveen aspectos que conducen a la generación de nuevos productos y servicios, los cuales además de satisfacer

necesidades, elevan la calidad de vida, contribuyen en la generación de empleos, mejoran la economía de las empresas y benefician a toda la sociedad.
Ante este contexto, las economías del mundo a partir del marco de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, definido en 2015 por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe- Organización de la Naciones Unidad (CEPAL- ONU), establecen como objetivos relacionados a la innovación y el emprendimiento:

"*Objetivo 1*. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo

Objetivo 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

Objetivo 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades

Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.

Objetivo 5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

Objetivo 6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.

Objetivo 7. Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.

Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.

Objetivo 10. Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.

Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Objetivo 14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.

Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.

Objetivo 17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible". (ONU, 2015).

Con estos objetivos se espera generar una ruptura de paradigmas que favorezca que el proceso de construcción de la sociedad mundial sea más equitativa y justa de lo que hasta el momento se haya tenido. Se exalta a la realización de esfuerzos orientados a favorecer la igualdad, integrando las esferas sociales, económicas y ambientales; tratando temas críticos como la educación, innovación, seguridad alimentaria, protección social, provisión de servicios básicos, productividad e industrialización inclusiva y sostenible, protección de los océanos, la atmósfera, la biodiversidad y gestión del riesgo.

El concepto de emprendimiento ha sido estudiado por múltiples investigadores desde diversas escuelas. Entre los más destacados se encuentran Cantillon (1755) reconocido economista que habló por primera vez del emprendimiento en su obra Essai sur la nature du commerce en general, y en ella se refiere al emprendedor como un sujeto de negocios que en su contexto enfrenta incertidumbre; es decir para él era claro que el empresario asume riesgos desde la gestación empresarial. Por su parte, Schumpeter economista checoslovaco en 1934, presenta al emprendedor como un individuo irracional quien por su capacidad de innovación en los procesos productivos promueve el avance de la sociedad, lo concibe como el propulsor de un proceso de cambio económico a través de construcción de nuevas ideas, que

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 27 - 34

surgen de la lectura que hace de las necesidades del consumidor o mediante la creación de nuevas soluciones a los requerimientos existentes o creadas por el productor. (Schumpeter, 1957)

Posteriormente, Hoselitz destaca el concepto de Jean-Baptiste Say quien afirma que el entrepreneur "es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad" (Schnacrch. 2009, Pág.229). Para Say el emprendedor traspasa recursos económicos de un área de baja productividad a una de alta productividad y mayor rendimiento. Para la Comisión Europea el emprenderismo es una competencia y por lo tanto posible de desarrollar mediante el fortalecimiento de actitudes, destrezas y conocimientos de que permiten a los individuos convertir ideas en acciones; así mismo, destaca que el emprendimiento no solo hace referencia a las actividades económicas y la creación de negocio, sino, de manera más amplia, a todas las áreas de la vida y la sociedad.

En la literatura no se encuentra un concepto único que defina el emprendedor; sin embargo, se podría decir que un emprendedor es un pionero, capaz de propiciar nuevos esquemas, aunque este rodeado de riesgos y es aquel que acepta que se encuentra inmerso en la incertidumbre empresarial. El perfil del emprendedor lo beneficia así mismo, pero también a la comunidad de la que forme parte, ambas partes fortalecerán su competitividad y tendrán mayores posibilidades de desarrollo social y económico. Muchos de los avances tecnológicos y de las ideas novedosas surgen del emprendimiento de empresas nacientes o ya estructuradas; las cuales permanentemente se dedican a explorar nuevas ideas y a redefinir la mejor manera de aplicarlas a procesos productivos, a estrategias de comercialización, a productos nuevos o a la renovación de los ya existentes.

- ***SENA, herramienta para el emprendimiento empresarial***

Colombia al alinearse con estos planteamientos y con el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) quien constituye pieza clave en su logro para el emprendimiento, promueve iniciativas empresariales que surgen de las diferentes necesidades expresas en las regiones del país. Es decir, el SENA al fomentar el emprendimiento en todos los programas de formación bajo el acompañamiento institucional o a partir de iniciativas de los individuos con espíritu innovador, flexibles, dinámicos, capaces de asumir riesgos, creativos y orientados al crecimiento con la capacidad de gestar y operar nuevas ideas, productos y servicios interesados en la implementación de ideas empresariales, intenta dar respuesta a las necesidades de la comunidad integrando el desarrollo social y económico de manera simultánea.

El SENA cumple su función misional estimulando en las regiones del país propuestas innovadoras en el ámbito tecnológico y social para dar respuestas reales a las necesidades de la población colombiana. Los emprendedores encuentran en la institución asesoría y acompañamiento en el diseño e implementación de sus propias iniciativas desde la concepción de la idea, su desarrollo, crecimiento y mejoramiento continuo de su producto o servicio final. Adicionalmente, la institución posee convenios con organismos nacionales e internacionales, que ayudan al pequeño empresario a dar a conocer sus productos y servicios; en las unidades de emprendimiento innovador son patrocinadoras de esta actividad y cuenta con la infraestructura y capital humano, con la capacidad para orientar al emprendedor sobre banca de oportunidades y planes de negocios, entre otros.

En este sentido, el SENA dentro de su filosofía de emprendimiento, provee a la población colombiana servicios de asesoría para la creación de empresas de forma personalizada bajo un esquema de trabajo en equipo y de visión para hallar una oportunidad de negocio, desarrollando tópicos como la identificación de ideas de negocios; es decir, propuestas de productos o servicios que gusten, que lo sepa hacer y que haya alguien dispuesto a pagar por ello; asimismo, estrategias para la formulación del negocio, su formalización legal y acompañamiento para la puesta en marcha durante el primer año de existencia.

- ***Resorte financiero del emprendimiento empresarial – Fondo EMPRENDER***

Para convertir esas ideas innovadoras en realidades, se requiere de inversión económica que apoye estas iniciativas, que, en la mayoría de los casos, necesitan de financiamiento con capital de riesgo bien sea proporcionado por el sector inversionista privado o público. Fracica (2009) define el capital de riesgo como:

> *(…) una serie de fuentes de financiación conocidas como familiares y amigos del emprendedor (FFF), ángeles inversionistas, capital semilla y fondos de capital privado. Cada una de ellas tiene características propias, formas de operación diferentes y están específicamente orientadas a cubrir determinadas etapas del ciclo de vida de las empresas; por consiguiente, hay una clara articulación entre el ciclo de vida de las empresas y las opciones de financiación que ofrece el capital de riesgo. (Pág.34)*

Es decir, el capital de riesgo es un instrumento que apoya el proceso de emprendimiento empresarial, y destaca la necesidad de un sistema de financiamiento para cada fase desde su concepción a la consolidación. Según el informe generado por Global Entrepreneurship Monitor Colombia –GEM- en el 2017, los emprendimientos para la generación de empresas son en promedio de corta duración el 8,9% de la población adulta entre 18 y 64 años que ha estado al frente de su iniciativa empresarial, y que ha sobrevivido por más de 42 meses (3.5 años) pagando salarios o cualquier otro tipo de remuneración a empleados y/o propietarios. Sin embargo, el 8,9% de empresarios en los últimos 12 meses ha vendido, cerrado, discontinuado o abandonado una empresa o negocio del cual era propietario o gerente, incluyendo cualquier forma de autoempleo o venta de bienes y/o servicios, el motivo por el cual el 30% de empresarios cerró, se debe a que la empresa no era rentable. Esto parece indicar que las condiciones del entorno no favorecen el tránsito de empresas nacientes a empresas establecidas.

El GEM también explica que los emprendimientos en el país generan pocos empleos sostenidos: el 70% las empresas nacientes y nuevas, (más de 3 meses y menos de 42 creación) generan entre 1- 5 empleos. Del total de colombianos que tienen postgrado, el 33% desarrolla actividad empresarial naciente o nueva. Otra información interesante de este informe son algunas de las recomendaciones dadas por expertos nacionales para mejorar la actividad empresarial en Colombia entre las cuales se destacan: generar políticas públicas de orden nacional, regional y municipal que incentiven la creación de empresa, promover en los medios de comunicación casos exitosos de empresarios; mejorar la educación empresarial en los colegios; reducir los trámites burocráticos para la formalización de las empresas; fomentar la creatividad, innovación y toma de riesgo en colegios y universidades y generar mecanismos de financiación más flexibles y asequibles para los empresarios, entre otras más. Lo anterior, invita a la búsqueda de alternativas exitosas, para que estos emprendimientos financiados con capital de riesgo cumplan con sus objetivos de innovación y desarrollo sostenible en el tiempo.

En correspondencia, es fundamental el establecimiento de estrategias y tácticas en el sistema educativo para la identificación de emprendedores, la formación de capital humano y el acompañamiento en el desarrollo de ideas innovadoras apoyadas con capital de riesgo, que apunten a los diferentes planes de desarrollo. En Colombia este capital de riesgo se presenta como fondos que se definen como estructuras formales que desarrollan la actividad financiera de provisión de recursos de mediano y largo plazo, para el emprendimiento mediante empresas pequeñas, en la mayoría de los casos.

El Estado participa del fomento para la creación de Fondos de Capital de Riesgos como en el caso del Fondo Emprender que administra el SENA, que permite el acceso a recursos económicos con el objetivo de apoyar proyectos productivos para incentivar la creación de empresas en grupos de la población. Creado mediante la Ley 789/2002, conformado por el 80% de la monetización de la cuota de aprendizaje, aportes del presupuesto de la nación, recursos de organismo de cooperación internacional, recursos de fondos de inversión públicos y privados, fondos de cesantías y pensiones y banca multilateral.

Para un emprendimiento con apoyo en capital de riesgo, es necesario tener en cuenta algunas fases relevantes para el logro y sostenimiento de sus objetivos.

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 27 - 34

Figura 1. Fases del emprendimiento financiado con capital de riesgo
Fuente: Pacheco Striedinger, L., 2019.

Es importante resaltar que, para que los países emergentes como Colombia, logren avanzar en este contexto de ideas, deben contar con estrategias de financiamiento para desarrollar proyectos de investigación, desarrollo tecnológico y emprenderismo. Y una de las estrategias exitosas utilizadas por países desarrollados en el incentivo de la innovación y desarrollo de empresas en sus diferentes etapas mediante la financiación con capital de riesgo. Lo descrito, conduce a pensar en un cambio significativo y estructural en los modos de producción de las empresas; es decir, la orientación de la academia y el desarrollo de bienes, productos y servicios de la población, en aquellas organizaciones gestoras de innovación, desarrollo y tecnología direccionadas hacia la originalidad y su sostenibilidad en el tiempo, promoviendo así la competitividad y el desarrollo del país.

En este orden de ideas, la inversión en emprendimiento con capital de riesgo forma parte de los planes de desarrollo de un país que, entre otras cosas, debe procurar el financiamiento apropiado, con habida cuenta de su riesgo, impacto positivo en la empleabilidad y rentabilidad esperada. Consecuentemente, se espera la generación de los efectos reales sobre la provisión de financiamiento con características adecuadas para este tipo de apalancamiento financiero, para superar las barreras posibles al materializar las ideas novedosas y su consecuente desarrollo económico, social, tecnológico y ambiental sostenible.

A propósito de esta forma de financiamiento al emprendimiento, según un estudio comparativo con la participación de varios países emergentes e industrializados, Brasil y Chile son los dos países de la región Latinoamericana que más han avanzado en la creación de condiciones propicias para la emprenderismo financiados con capital de riesgo. (Jiménez, L.F., 2006), apoyando a la gestación de empresas y al fortalecimiento de las mismas durante su crecimiento, impactando en la generación de empleos, mejoras en la producción con desarrollos seguros para el trabajador y ambientalmente sostenibles.

En los países industrializados, un promedio superior al 60% de la inversión del emprendimiento es realizado por empresas privadas. En los países latinoamericanos sobre los cuales se cuenta con información, la mayor parte de la inversión en emprendimiento es realizada por el gobierno o financiada por este, por las universidades y, en menor grado, por las empresas. Al mismo tiempo, muchas innovaciones se traducen en la creación de empresas nuevas, ya sea porque en las ya consolidadas sus empleados deciden crear un vehículo separado para desarrollar innovaciones externamente, teniendo en cuenta su riesgo y rentabilidad esperada, o bien porque las innovaciones son el fruto de la acción emprendedora de agentes independientes.

Conclusiones

En suma, los desafíos y retos competitivos planteados en el contexto nacional e internacional como la agenda 2030 para el desarrollo sostenible, en materia de innovación y desarrollo tecnológico que incluyen temas asociados al emprendimiento, obligan a repensar estrategias en el contexto colombiano, haciendo uso de acciones que fortalezcan el emprendimiento financiado con capital de riesgo, destacando que éste rompe paradigmas gracias a la innovación, que genera unas rentas extraordinarias, proporciona empleabilidad, crecimiento económico y bienestar social sostenido en el tiempo. En términos generales, al considerar al emprendedor como un potencial vivo de nuestra economía y sostén del bienestar social, se exalta al logro y mejora de la capacidad tecnológica de los sectores industriales del país.

En definitiva, el proceso de emprendimiento proviene de diversas fuentes y presenta diferentes fases de ciclos para su logro; empero, el financiamiento de estas iniciativas es una circunstancia esencial y critica para que estas de ideas creativas en forma de nuevos productos, servicio, procesos o empresas, contribuyan en la obtención de metas como la del desarrollo sostenido de los países, en especial Colombia. En consecuencia, para el logro de un emprendimiento sostenido hay que canalizar con efectividad los flujos de financiación, como el de capital de riesgo, que requiere el fortalecimiento en diversas instancias tales como la academia, autoridades monetarias, el Estado a través de instituciones como el SENA y la sociedad civil.

Bibliografía

Actividad Empresarial Colombiana (2017). Global Entrepreneurship Monitor Colombia

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (2015). Tomado http://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible el 29 de Mayo de 2017.

Cantillon, R. (1755): Essai sur la nature du commerce en general. [Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general] Institut National d'Etudes Démographiques, 1997. Reprod. facs. de la ed. de Paris: Institut National d'Etudes Démographiques, 1952. - Texte de l'édition originale de 1755.

Fracica Naranjo, G. (2009) La financiación empresarial y la industria del capital de riesgo: Estructura y conceptos. Revista EAN No. 66: mayo-agosto. Tomado de http://campusvirtual.ubjonline.mx/ el 26 de Mayo de 2017.

Hoselitz, B.F. (1960). The early history of entrepreneurial theory. In J.J. Spengler and W.R. Allen (eds.). Essays in Economic Thought: Aristotle to Marshall (pp. 234-258). Chicago: Rand McNally.

Jiménez, L.F. (2006). Capital de riesgo para la innovación: lecciones de países desarrollados, serie Desarrollo productivo, Nº 173, LC/L.2617-P, San-

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 27 - 34

tiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (cepal). Publicación de las Naciones Unidas, Nº de venta: S.06.II.G.159. Tomado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11287/096173187_es.pdf?sequence=1. el 30 de Mayo de 2017.

The Global Innovation Index (2016) En: https://www.globalinnovationindex.org/gii-2016-Tomada de www.colombiacompetitiva.gov.co el 30 de Mayo de 2017.

Schumpeter, J., (1957) Teoría del Desenvolvimiento Económico. Traducido por PRADOS ARRARTE, J., Fondo de Cultura Económica, México, 1957

Schnarch Kirberg, Alejandro (2014). Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión. Bogotá, Ecoe Ediciones.

Didáctica activa del Visual Merchandising

Active Didactics of Visual Merchandising

Didática Ativa do Visual Merchandising

María Consuelo Gómez España[1]

Fecha de recepción: 12 de octubre 2017
Fecha de aceptación: 2 de noviembre 2017

RESUMEN

La oferta de programas académicos en los niveles de formación existentes (tecnológica, universitaria, etc..), que se asocian al estudio de las teorías de Merchandising, es bastante amplia. Actualmente, existen 490 programas de Educación Superior, que se pueden relacionar con esta área, aprobados por el Ministerio de Educación Nacional (MEN , 2017). Sin embargo, las metodologías y/o didácticas activas que la formación en Merchandising requiere y que pueden ser aplicadas en el aula de clase para facilitar no solo el aprendizaje teórico, sino el abordaje de los conceptos de una manera práctica es probablemente, inexistente. No es posible que un estudiante adquiera la habilidad para comprobar la utilidad de las técnicas aprendidas, sin realizar el diseño, organización e instalación un estand (vitrina) para la comercialización de un producto o servicio que resulte una presentación atractiva para el comprador. Por tanto, en este artículo, se propone analizar la vinculación de la didáctica activa en el aula de clase, a través de una experiencia práctica del Merchandising.

Palabras clave: Didácticas activas, Aprendizaje en el aula, Visual Merchandising, ventas y comercio.

Como citar este artículo: Gómez España, M. C. (2017). Didáctica activa del Visual Merchandising. Revista Finnova, 35 - 40.

ABSTRACT

The academic programs associated with Merchandising are huge in different educational levels (college, university, etc.,). Nowadays, 490 posgraduate programs related with this field have approval of the Ministry of Education (MEN, 2017). However, the methodology and active didactics required to learn concepts and theory about Merchandising in a practical way does not exist. Testing whether or not the skills were learnt by the students requieres their participation in designing, fixing and installing a stand to market a product or service. Then, this paper analyzes the link between an active didactic and the results in the classroom Merchandising.

Key words: Active didactic, learning in the classroom, Visual Merchandising, sells and commerce.

RESUMO

Os programas acadêmicos nos niveis de formação existentes (tecnológo, universitario, etc..), asociados ao estu-

1 Directora Ejecutiva comercial de FIDECYTEC (Fundación para la innovación, desarrollo, ciencia y tecnología de Colombia). Instructora del CIES - SENA – Regional Huila. E-mail: mcgomez342@misena.edu.co

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 35 - 40

do das teorías de Merchandising, é amplo. Atualmente, existen 490 programas de Ensino Superior aprovados pelo Ministerio de Educação Nacional (MEN , 2017), que podem-se relacionar com essa área. Embora, provavelmente, não existem as metodologías e didácticas ativas que precisam a educação em Merchandising e que podem ser aplicadas na aula de clase para facilitar a aprendizagem teórico e conceitos de una manera práctica. Não es possível que um aluno conheça a habilidade para conferir a utilidade das técnicas aprendidas, sem realizar o desenho, organizar e instalar um mostruário para comercializar um produto ou serviço e que seja atraente para o comprador. Portanto, neste artículo, é proposto analisar o vínculo da didática ativa na aula de classe, através duma experiencia pratica do Merchandising.

Palavras chave: Didáticas ativas, aprendizagem na aula, Visual Merchandising, ventas e comércio.

Introducción

Actualmente, la aparición de nuevas tecnologías que impulsan el comercio online y sus formas interactivas de comunicación, desarrolladas mediante técnicas de inbound marketing; han ocasionado que el comercio minorista, se enfrente a uno de los mayores retos de su larga historia, donde el consumidor impone formas complejas para lograr venderle, por lo cual se debe recurrir a emocionarles, mediante experiencias agradables en el punto de venta, que generen sensaciones memorables (Borja, 2015). De acuerdo con Alain Wellhoff y J.E. Masson, el Merchandising es "el conjunto de métodos y técnicas conducentes a dar al producto un activo papel de venta, por su presentación y entorno, para optimizar su rentabilidad". (Equipo Vértice, 2008. Pág. 134) siendo ésta área, uno de los principales retos en la formación de técnicos, tecnólogos y/o profesionales en mercadeo, quienes deben adquirir habilidades como la exhibición de productos y servicios (SENA, 2009) así como la administración y /o gestión de las superficies en los puntos de venta (SENA, 2009), como se indica en algunos los diseños curriculares de programas académicos relacionados con el área de mercadeo2.

Tal ha sido la relevancia del aprendizaje de las teorías referentes al Visual Merchandising en la formación académica de quienes desean laborar en el área comercial, que la puesta en práctica de esta teoría, ha sido incluida dentro de las competencias mundiales de Worldskills, referente a la creación de pantallas visuales llamativas para las ventanas y los interiores de tiendas y grandes almacenes, diseñadas para maximizar las ventas (Worldskills, 2017), en la que participan anualmente algunos aprendices del SENA y las Universidades, a través de un desafío, que incluye el diseño, la organización y la instalación de una ventana con un concepto original y llamativo, en un tiempo determinado. Sin embargo, esta es una de las habilidades en las que Colombia no ha obtenido medallistas en los últimos años (Worldskills, 2017). Una de las causas de esta estadística, podría ser la ausencia de prácticas reales de Merchandising dentro del espacio académico, que le permitan al estudiante corroborar los conocimientos teóricos adquiridos en el aula de clase.

Este articulo describe la experiencia del Centro de la Industria la empresa y los servicios de Neiva- Huila en la implementación de una didáctica activa, donde los aprendices de los programas técnico y tecnólogo en ventas, llevan a la práctica el aprendizaje del tema de visual Merchandising a través de una feria comercial anual. Esta experiencia tiene 4 años y ha servido como alistamiento para la participación en Worldskills.

2 De acuerdo con (Torres, 2007), el mercadeo se refiere al "conjunto de operaciones por las que pasa una mercancía desde el productor hasta el consumidor, definición, que puede estar vinculada con la de mercadotecnia (operaciones, procedimientos)" (Pág. 23). Este concepto, tiene sus raíces en el mercado, es decir, el "conjunto de personas y organizaciones ubicadas geográficamente con necesidades similares y amplia disposición de adquirir productos y servicios en función de su capacidad física, económica, etc.

La definición de didáctica activa, se encuentra sustentada en un modelo donde "la educación, debe desenvolver todas las posibilidades de acción del alumno, a fin de llevarle a actuar en la realidad para enfrentar situaciones nuevas" (Carrasco, J.B., 2004. Pág. 153). Se advierte además que, es necesario que las posibilidades de acción del alumno, deben ser entrenadas por medio de un aprendizaje activo, por medio del cual el alumno, produzca su propio conocimiento, además de estructurar su conducta, dejando de lado, el recibir pasivamente datos e informes totalmente codificados, con la sola obligación de retenerlos y repetirlos sin exigencia de una asimilación rigurosa (Carrasco, J.B., 2004). Se enfatiza, además, en la didáctica activa, el hecho de que "hay que mentalizarse de una vez y para siempre que lo importante, es el trabajo de los alumnos y que el educador, fundamentalmente debe, orientar a los estudiantes, uno a uno, para que aprendan a trabajar solos de acuerdo con su propio ritmo, al que ha de adecuarse el plan de trabajo trazado por cada cual" (Carrasco, J.B., 2004. Pág. 143).

Por otro lado la didáctica activa puede vincularse a la teoría de las grandes motivaciones humanas según García Hoz (Carrasco, Soto, & Hernández, 2007) que sostiene que dentro de la complejidad interior del hombre, tres son los grandes motores que muestran al ser humano: (i) el deseo de seguridad, (ii) el sentimiento de dignidad y (iii) la solidaridad. Dentro de esta teoría se destacan también una serie de bienes y valores o motivos de acción, como el compañerismo, la amistad, la capacidad estética y la moral natural, o realidad de la ética. De manera que, el docente debe explorar los motores que están presentes en cada educando, considerando para ello, la diversidad individual y la motivación que cada uno posee (Carrasco, J.B., 2004).

Resulta importante, traer a colación la Teoría de Harlow y Butler, referente a la curiosidad y manipulación y también a autores que han estudiado o investigado las grandes motivaciones humanas y han realizado diversas clasificaciones de las mismas, entre ellos: Maslow, Crutchfield y Ballachey, McClelland, Lersch, Klineberg, Festinger, Heider, Rosenthal, Ausubel y en general a los conductistas cognitivistas y seguidores de la Escuela Nueva. Sin embargo, como sostiene García Hoz, todas estas teorías se sitúan en los tres grandes campos motivacionales o necesidades – eje- de la conducta personal que propone este autor (Carrasco; Soto, 2015).

Como complemento para estos postulados, se recurre a la Teoría de Disonancia Cognitiva de Festinger, cuya idea fundamental es que, nos causa desazón, mantener en la mente, dos ideas al mismo tiempo, conexas pero contrarias, por lo cual, se deduce que, las acciones de una persona, están regidas por sus cogniciones y por el deseo de mantener un equilibrio o armonía entre ellas (Kimble & Hernández, 2002).

Este articulo busca relatar una experiencia pedagógica que se sustenta bajo la Metodología Operativa y Participativa (Carrasco J. , 2000) en la cual se refiere que las estrategias activas, son mayormente motivantes que las pasivas y dogmáticas, teniendo en cuenta que, los resultados son mejores, cuando el alumno se involucra con una determinada tarea o trabajo y participa activamente de su aprendizaje personal. Se concluye además que, "el alumno aprende más por lo que hace que por lo que oye" y que, las "tareas creativas son más motivadoras que las repetitivas" (Carrasco J. 2000. Pág. 236).

Dado que la experiencia que se busca describir, se desarrolla en el interior del SENA, es importante referenciar, el Modelo Pedagógico de Formación Profesional Integral (MPFPI) cuya naturaleza es, humanista – cognitivo, enfocado en el desarrollo de competencias, el aprendizaje por proyectos, reconociendo que la estrategia didáctica activa, suscita condiciones que favorecen la gestión sistémica y holística del conocimiento, característico de la FPI (SENA, 2014).

Por último, es significativo, tratar aquí, el término que se toma como referencia para la práctica de la didáctica activa, el cual es el Visual Merchandising, definido por la Retail Institute (2016) como "una herramienta de marketing que ejecuta y administra la disposición y exhibición de los productos, elementos del área de publicidad, así como la señalización eficiente en el punto de venta; todo ello, orientado a informar y especialmente a seducir al shopper hacia una marca, una categoría de productos o producto

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 35 - 40

específico, provocándole es estimulando su adquisición, por medio de la generación de emociones positivas durante este proceso" (Pág. 245)

Desarrollo y discusión

La experiencia de aprendizaje práctico del Merchandising, como muestra de una "Didáctica activa", es una experiencia desarrollada al interior del SENA, en donde partiendo de la premisa de que el docente, no es un sabio que transmite conocimientos, sino por el contrario; es un facilitador que aprende en su ambiente de formación y entiende que no todos los estudiantes asimilan el conocimiento al mismo tiempo; por lo cual, es necesario innovar permanentemente en estrategias permitan la apropiación del conocimiento. En la experiencia una docente, propone a sus estudiantes, llevar a cabo "ferias" en las que los alumnos, deben aplicar la teoría del Visual Merchandising (vitrinismo), mediante el diseño, organización e instalación de una ventana (estand desmontable) creativa, la cual debe permanecer abierta al público por un tiempo promedio de (8) ocho horas, dentro de las cual, los estudiantes realicen ventas reales de un producto o servicio propuesto por equipos de trabajo colaborativo.

La primera actividad implementada en clase fue la de "escuchar al estudiante" feedback (entre el docente y el estudiante) en donde se realizó un dialogó sobre la mejor forma en que ellos apropian el conocimiento, en donde salieron frases como: la mejor enseñanza es "aquella en donde se aplica la experiencia viva". Esta frase está acorde con lo descrito por en la metodología operativa y participativa que hace parte de la didáctica activa, en donde se sostiene que "el alumno aprende más por lo que hace que por lo que oye" (Carrasco, Soto, & Hernández, 2007).

Después de contar con la respuesta positiva de la propuesta didáctica, por parte de los estudiantes y la autorización de las instancias administrativas académicas del SENA – Huila; el diseño, elaboración del stand y el desarrollo del evento ferial, se llevó a cabo, empleando el aprendizaje activo (en el aula de clase) y el ciclo PHVA o Deming, empleando cuatro fases a saber: análisis, planeación, ejecución y evaluación.

En la fase análisis, los estudiantes realizaron la documentación teórica del Visual Merchandising y de acuerdo a su proyecto de formación y el análisis del entorno de su región, definieron el producto o servicio a comercializar en la feria. En la fase planeación, los estudiantes realizaron un boceto de la propuesta de stand para su producto o servicio, el cual se trabajó considerando las condiciones económicas y ambientales proyectadas para cada caso. Además, definieron el presupuesto, los requisitos y disposición física para ubicar el stand y las acciones publicitarias dirigidas al público objetivo del evento (feria). En esta fase, se presentaron temas de "renuncia" por parte de los estudiantes y es aquí en donde se retomó la motivación y sentido del aprendizaje (teoría de la motivación), con el fin de mantener el interés de los estudiantes dentro de todo el proceso.

La fase de ejecución, estuvo comprendida específicamente la realización del evento ferial en donde se realizó el montaje del stand proyectado y las ventas reales de los productos o servicios que se comercializaron. En la fase de evaluación, se verificó el impacto del evento, los resultados y el aprendizaje obtenido por los estudiantes, para lo cual se aplicaron encuestas aleatorias, a los asistentes y entrevistas a los estudiantes vinculados en la actividad académica. El 100% de los estudiantes, expresó su satisfacción con el aprendizaje obtenido y por parte de los asistentes, se recibieron muy buenos conceptos acerca de la logística y la presentación de los productos que se comercializaron.

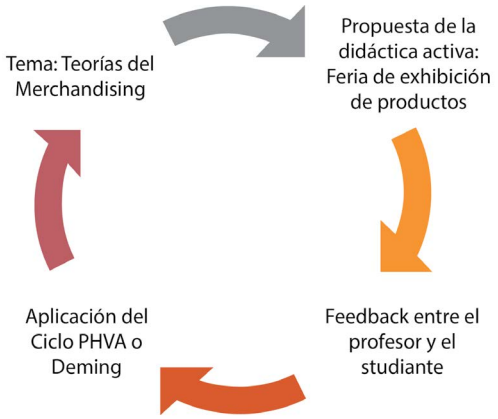

Figura 1: Fases de la didáctica activa del visual merchandising
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, es importante destacar que la propuesta didáctica se ha repetido durante cuatro años consecutivos, lo que permitió el mejoramiento de los resultados obtenidos. Así mismo, indicar que estas experiencias, no solamente incluyen al profesor – estudiante, sino que también involucra a las familias de los estudiantes, que son motivados por los actores del proceso para que participen con ideas, trabajo de campo y ayuda mutua en cada paso de la actividad.

Conclusión

Una de las ventajas más representativas de la aplicación de la didáctica activa para la práctica de los conceptos teóricos del Visual Merchandising, tiene que ver con el trabajo en equipo, ya que esta actividad, involucra equipos que son apoyados por el docente y también por personas externas, como es el caso de sus familiares; por lo cual la práctica académica se convierte en una vivencia social. Esta afirmación, es constatada con la teoría de las necesidades expuesta por (Maslow, 1991) en la cual se expone, que uno de los principales medios para alcanzar la seguridad, es estar relacionado con otras personas y considerarse incluido en un grupo.

Esta posición, también fue corroborada por (Bruner, 2001) quien reconoció que el aspecto social, debe estar inmerso dentro del aprendizaje y describe "una profunda necesidad humana de responder a los otros y de operar conjuntamente con ellos hacia un objetivo" (Bruner, 1966. Pág. 386). Esta necesidad, es denominada por Brunner como: reciprocidad; por lo cual se infiere que esta reciprocidad, es una fuente de motivación que cualquier docente puede emplear para estimular el aprendizaje de sus alumnos.

De igual forma, es importante anotar que una de las conclusiones de la Cumbre de Líderes por la Educación 2017, es que dentro de las competencias que más se deben trabajar en la educación para la formación de mejores seres humanos, están: el trabajo en equipo, la capacidad de relacionamiento, de resolver conflictos de comprensión, de información, comunicación, capacidad de empatía, creatividad, innovación y pensamiento crítico; aspectos que se visibilizan y experimentan en la realización de estas muestras dentro del proceso de formación y que a la larga, son las que mejor forman para la vida.

Finalmente, las denominadas estrategias didácticas de tipo activo para el desarrollo de la formación, son efectivas, cuando se reconoce la importancia de involucrar al estudiante en un contexto cotidiano real, en donde se tenga la posibilidad de interactuar con su entorno y con su equipo de trabajo (compañeros) de tal manera que permita no solo la práctica del saber y del hacer, sino también la del ser, promoviendo valores y actitudes como el trabajo en equipo, la responsabilidad, etc., fortaleciendo lo que ya se tiene y permitiendo al estudiante intervenir por determinado tiempo en el cambiante mundo laboral. Ello se soporta en lo abordado por (Silberman, 1998), quien indicó que, todo proceso académico llevado a la práctica en ambientes reales de aprendizaje, aporta vivencias que permanecen en la mente y que con el pasar de los años pueden recordarse fácilmente, ya que, nuestra mente requiere, vincular lo que nos enseñan, con temas o fenómenos que ya conocemos y la forma en que pensamos. Sucede lo contrario, cuando el aprendizaje es pasivo, ya que no se realizarían esas conexiones, dado que nuestro cerebro, solicita probar la información, recapitularla y explicársela a otra persona, con el fin de poderla guardar en nuestros "bancos de memoria" (Silberman, 1998).

Por tanto, de acuerdo con el proceso y los resultados del caso expuesto, queda evidenciado que, en pleno siglo XXI, continúa vigente el postulado de este autor, quien además declaró que "el aprendizaje no es una consecuencia automática de verter información en la cabeza del humano, sino que se requiere la propia participación mental del estudiante y también de la acción, ya que por sí solas, la explicación y la demostración, jamás conducirán a una educación real y duradera; solo el aprendizaje que sea activo, lo logrará" (Silberman, 1998).

Bibliografía

Borja, R. P. (2015). Merchandising. Auditoría de marketing en el punto de venta. Esic.

Bruner, J. S. (2001). El proceso mental en el aprendizaje. Madrid (España): Narcea, S.A. Ediciones.

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 35 - 40

Carrasco, J. (2000). Técnicas y recursos para el desarrollo de las clases. 4ta. Edición. Madrid: Rialp.

Carrasco, J. B., Soto, J. J., & Hernández, J. F. (2007). Cómo personalizar la educación: Una solución de futuro. Madrid: Narcea S.A. Ediciones.

Carrasco, J.B. (2004). Una didáctica para hoy: cómo enseñar mejor- Cómo enseñar mejor. Madrid: Ediciones Rialp, S.A.

Carrasco, J.B. (2004). Una didáctica para hoy: cómo enseñar mejor- Cómo enseñar mejor. Madrid: Ediciones Rialp, S.A.

Carrasco, Soto, & Hernández. (2007). Cómo personalizar la educación: Una solución de futuro. Madrid.

Carrasco; Soto. (2015). Motivar para educar: Ideas para educadores: docentes y familias. Madrid: Narcea, S.A. de Ediciones.

Equipo Vértice. (2008). Marketing promocional. España: Editorial Vértice.

Kimble, C., & Hernández, J. C. (2002). Psicología social de las Américas. México: Pearson Educación.

Maslow, A. H. (1991). Motivación y personalidad. Madrid (España): Ediciones Díaz de Santos S.A.

MEN . (2017). SNIES - Sistema Nacional de información de la Educación Superior. Obtenido de SNIES: https://snies.mineducacion.gov.co/consultasnies/programa#

SENA. (2009). Diseño Curricular del Técnico en venta de productos y servicios. .

SENA. (2009). Diseño curricular Tecnología en Dirección de ventas.

SENA. (2014). PEI .

Sierra, A. G. (2016). Visual Merchandising y Tecnología. Seducir al shopper en el punto de venta. Madrid: Esic Editorial.

Sierra, Andrés Gusó. (2016). Visual Merchandising y Tecnología. Seducir al shopper en el punto de venta. Madrid: Esic Editorial.

Silberman, M. (1998). Aprendizaje activo: 101 estrategias para enseñar cualquier materia. Editorial Troquel S.A.

Torres, C. E. (2007). El mercadeo y su aplicación en ámbitos no lucrativos. Bogotá D.C.: Pontificia Universidad Javeriana.

Worldskills. (09 de 2017). Worldskills. Obtenido de https://www.worldskills.org/skills/id/336/

Worldskills. (2017). Comercialización visual. Obtenido de https://www.worldskills.org/skills/id/336/

Temas varios

Estrategia didáctica para la enseñanza-aprendizaje de la química. Una experiencia del Centro Nacional Colombo Alemán CNCA

Didactic Strategy of Chemestry Teaching-Learning. An Experience in the Colombo German National Center CNCA

Estratégia didáctica para o ensino-aprendizagem da química. Uma experiencia do Centro Nacional Colombo Alemão CNCA

Freddy Goyeneche López[1]

Fecha de recepción: 18 de octubre 2017
Fecha de aceptación: 12 de noviembre 2017

RESUMEN
Este articulo recupera la experiencia en el diseño e implementación de una estrategia didáctica enfocada a favorecer la apropiación de saberes de química, con el fin de desarrollar las competencias necesarias en los aprendices del Sena (Centro Nacional Colombo Alemán CNCA, Barranquilla-Atlántico) que facilitaran su desempeño laboral futuro. En la experiencia se destaca el trabajo pedagógico y científico alrededor del diseño de los materiales e instrumentos necesarios para la ejecución de una investigación sobre fitomedicamento genérico experimental con propiedades naturales. Para ello, se utilizaron plantas de uso cotidiano, como la valeriana, la canela y la pimienta dulce. Los resultados fueron satisfactorios, porque fue evidente el desarrollo de habilidades para razonar, debatir, producir, convivir y desarrollar al máximo el potencial científico y creativo de los aprendices, habilidades que permitirán un desenvolvimiento exitoso en escenarios laborales, concretándose en un perfil de aprendiz con saber y saber hacer en el contexto, desarrollando sus habilidades científicas que le permiten explorar hechos y fenómenos a través de sus prácticas experimentales en el laboratorio.

Palabras claves: Estrategia de aula, didáctica activa, investigacion científica, aprendizaje, química.

Cómo citar este articulo: Goyeneche López, F. (2017). Estrategia didáctica para la enseñanza-aprendizaje de la química. Una experiencia del Centro Nacional Colombo Alemán CNCA. Revista Finnova, 43 - 48.

ABSTRACT
This paper recovers the experience about the design and implementation of a didactic strategy foccused in stimulate the appropiation about chemestry. It was developed in order to expand skills required by students of SENA (Colombo German National Center CNCA, Barranquilla-Atlantico) and to increase their work performance in the future. The highlight are the pedagogyc, scientific work, material and instruments´ design that have required to carry out the research about an experimental generic fitomedicine with natural propierties. Common

1 Instructor formacion en Quimica, Centro Nacional Colombo Alemán CNCA, Correo electrónico: fgoyenechel@misena.edu.co.

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 43 - 48

plants were used as valeriana, cinnamon and pepper-mint. The results were good because the skills related with thinking, arguing, producing, living together, as well increasing the scientific and creative potencial were developed by the students. Those skills will let them reach success in future working scenaries; so it is important to focus in learning and learning by doing in the context, developing scientific skills through opportunities to explore facts and phenomen by experimental practices in the lab.

Key words: room strategy, active didactic, scientific research, learnig, chemestry.

RESUMO
O artigo apresenta a experiencia do desenho e implementação duma estratégia didatica focada em favorecer a apropiação dos saberes da química, procurando desenvolver as habilidades necessárias nos aprendices do Sena (Centro Nacional Colombo Alemão CNCA, Barranquilla-Atlantico) que facilitarão seu desempenho nos futuros trabalhos. Na experiencia destaca-se o trabalho pedagógico e científico do desenho dos materiais e instrumentos para o desenvolvimento da pesquisa sob fitomedicamento genérico experimental com propiedades naturais. Assim, se utilizaram plantas de uso cotidiano, como a valeriana, a canela e a pimienta doce. Os resultados foram satisfatorios, porque foi evidenciado que as habilidades para razonar, debatir, producir, convivir, desenvolver o máximo potencial científico e creativo dos estudantes foram atingidas. Portanto, ditas habilidades permitirão sucesso nos cenários de trabalho, apresentando alunos com conhecimentos em saber e saber no contexto, além de obter habilidades científicas que darão oportunidades para explorar fatos e fenómenos através de práticas experimentais no laboratório.

Palavras chaves: Estratégia da aula, didáctica ativa, pesquisa científica, aprendizagem, química.

Introducción

El trabajo en aula alrededor de la investigación científica y las prácticas de laboratorio son un paradigma bien establecido en las ciencias naturales, dado que las clases teóricas ya no resultan suficientes ni pertinentes para lograr una apropiación del conocimiento. De esta manera se hacen necesarias las metodologías y didácticas que faciliten el trabajo de los instructores en el ambiente de aprendizaje y aquí encontramos dos tipos de elementos en la literatura relacionada, aquella que busca desarrollar al máximo el potencial de la investigación como didáctica activa y otra que busca comprender el proceso de aprendizaje de los estudiantes mediante la investigación y el trabajo de laboratorio. En este artículo se busca mostrar un ejemplo de las dos perspectivas. En el marco del aprendizaje significativo, es necesario comprender el cambio de roles del instructor y aprendices en proceso de formación por competencias. No se puede considerar al aprendiz como sujeto pasivo al que se le deben proveer todos los saberes y herramientas, sino que el instructor debería enfocar su rol hacia la generación de ambientes que promuevan la búsqueda y elaboración de los conocimientos por parte del aprendiz y para ello se requiere de la comprensión de los intereses y particularidades de los aprendices y de la implementación de estrategias didácticas activas. Esto implica reconocer las características y estilos de aprendizaje de los aprendices que llegan al Sena para de manera coherente ajustar los métodos de enseñanza y de esta manera motivar una participación activa del aprendiz quien debe gestionar su propio proceso de aprendizaje. Así mismo, se debe considerar la necesidad de formar un talento humano que se movilice exitosamente hacia el mercado de trabajo con capacidad de adaptación, personas críticas, reflexivas, creativas e inquietas por aprender y quizá la mejor vía para motivar estas capacidades es la investigación científica.

Varios estudios nacionales que han marcado la necesidad de hacer investigación desde el contexto escolar, atendiendo las dificultades que aquejan el sistema educativo colombiano, en la formación pedagógica y didáctica en la enseñanza-aprendizaje de la química. Entre estos se destaca el estudio de Holguín, Jhon

(2016) "Estrategia para la enseñanza de la química en el laboratorio de la I. E. Sol de Oriente en la Ciudad de Medellín" realizado y coordinado por la facultad de ciencias de la Universidad Nacional de Colombia que buscaba diseñar una propuesta didáctica para la enseñanza en el laboratorio de química para contribuir al aprendizaje significativo en los alumnos de los grados décimo y once. El estudio lo motiva las dificultades para desarrollar los procesos de enseñanza-aprendizaje de la química en laboratorio, razón por la cual el autor propone una estrategia de aprendizaje a través de la investigación para desarrollar competencias científicas en el marco de un aprendizaje significativo crítico.

Otro estudio interesante lo desarrolló Camargo, Ana (2014) "Estrategia didáctica para la enseñanza de la química orgánica utilizando cajas didácticas con modelos moleculares para estudiantes de media vocacional", donde se diseñó y aplicó una estrategia didáctica basada en el aprendizaje activo motivando la autonomía en el aprendizaje, haciendo observaciones, recolección de información, reflexiones sobre lo que hace y aprende. Los resultados de este estudio muestran las dificultades para el diseño de estrategias didácticas para enseñanza-aprendizaje de la química. El autor propone el uso de experimentos sencillos con cajas didácticas basados en el aprendizaje activo, con la finalidad de demostrar la tridimensionalidad de las molecular. Estas cajas tienen como característica estar constituidas por materiales didácticos de fácil acceso en cualquier contexto. Asimismo, en la fase de aplicación detectaron cambios significativos positivos en aspectos de la forma tridimensional en el momento de ver la molécula desde los laboratorios de química, desde esta mirada didáctica los aprendices pueden entender las interacciones moleculares.

La experiencia que suscita la reflexión de este artículo, en torno a las estrategias didácticas, se desarrolló en el Centro Nacional Colombo Alemán CNCA, Barranquilla-Atlántico y se denominó como "Desarrollo de un fitomedicamento experimental como estrategia didáctica para optimizar la enseñanza-aprendizaje de la química". La idea surgió por las dificultades detectadas en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la química, fue un proceso protagonizado por aprendices, con el acompañamiento de un instructor, y tuvo como objetivo mejorar la calidad de la enseñanza de la química, despertando en los aprendices un cambio en la actitud y aptitud, que cada vez acuden con menos motivación a las aulas de clases u/o ambientes de formación y que se ve reflejado en las evaluaciones realizadas por el ICFES a nivel nacional.

Tal como lo señala Sandoval, M. J. y col. (2013) "Si hay una ciencia que ha de contribuir a la alfabetización científica de nuestros estudiantes es precisamente la química, puesto que comprendiéndola se pueden explicar fenómenos absolutamente cotidianos y así acercar al alumno de las ingenierías Mecánica, Civil, Eléctrica y Electrónica (excluyendo la Ingeniería Química) a esta disciplina. La gran mayoría de los estudiantes de los primeros años de estas carreras tecnológicas ven compleja y difícil la proyección del marco conceptual y práctico de esta disciplina al futuro quehacer profesional" (Pág. 128 – 129).

La estrategia didáctica responde a las necesidades y dificultades encontradas para el trabajo pedagógico-científico realizado por el instructor y los aprendices, donde se evidencia el poco interés que despierta en los aprendices la química lo cual obstaculiza el sentido del aprendizaje
significativo y comprensivo, y provoca una adquisición mecánica, poco durable y escasamente transferible de los contenidos. El punto de partida fue la resolución de problemas, donde se define y delimita un problema, se plantea el diseño de una solución y se ejecuta un procedimiento de laboratorio para ejecutar la solución diseñada.

En el desarrollo del procedimiento de laboratorio se realizó un diseño de materiales e instrumentos, necesarios para la ejecución de una investigación científica, lo cual fue un mecanismo para potenciar la creatividad y el aprendizaje activo en los aprendices para que puedan ser a futuro ciudadanos capaces de razonar, debatir, producir, convivir dentro de una sociedad. Asimismo, la practica experimental en el laboratorio entendida como "un proceso de investigación, donde deberían estar contemplados básicamente los siguientes aspectos: planificación de experimentos, previsión de resultados y confrontación entre los resultados obtenidos y los esperados"

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 43 - 48

(Barolli, Laburú y Guridi, 2010. Pág. 90) permite potencializar el saber y saber hacer en el contexto y fortalece las habilidades científicas al explorar hechos y fenómenos de la vida cotidiana.

El objetivo de la investigación científica implementada como estrategia didáctica fue optimizar la enseñanza-aprendizaje de la química desarrollando un prototipo de fitomedicamento genérico experimental para disminuir los efectos adversos que producen ciertos fármacos irritando la mucosa gástrica como lo es el acetaminofén y la aspirina (AAS). El fitomedicamento fue extraído de la planta de Valeriana, además de otros compuestos naturales como la pimienta, la canela y probióticos de la leche, que fueron manipulados en los laboratorios de un Centro Educativo del Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla. El proceso tuvo la rigurosidad de la experimentación y contrastación tanto en animales como en una población muestra de diez (10) personas voluntarias de mediana edad, aplicado con una dosificación controlada, seguridad, potencia y calidad, con características de rendimiento óptimo a la sintomatología de las personas.
De esta manera, los aprendices lograron desarrollar un producto de tipo natural, que obtiene propiedades calmantes y antitérmicas, porque hace disminuir la fiebre y los dolores articulares del cuerpo, así como los dolores de cabeza, como los presentados en enfermos de dengue y/o chinkunguya, cumpliendo así con su objetivo principal y gracias a los probióticos presentes, que ayudan a mejorar la absorción gástrica de los nutrientes, resultó funcional para la prevención de algunas enfermedades derivadas de la alteración e irritación de la mucosa gástrica y de la flora intestinal, en comparación con los efectos secundarios producidos por la aspirina (AAS) y el acetaminofén.

De esta manera la experiencia, muestra cómo se pueden producir cambios en la estrategia de enseñanza de las ciencias natrales, concretamente la química, y adaptarse a las necesidades formativas de los aprendices en el ambiente de aprendizaje y en su futuro educativo y laboral, mediante la promoción del aprender a aprender, que implica no la transmisión de conocimientos, sino el desarrollo de las habilidades necesarias para aprender y apropiar esos conocimientos. "Todo aprendizaje implica una modificación de algún conocimiento previamente construido, pues solo podemos apropiar un saber de la experiencia en la medida en que hemos aprendido a aprender de ella" (Sandoval, M. J. y col. 2013).

Métodos y materiales

El tipo de investigación que se asumió es de tipo mixto, debido a que integra sistemáticamente los métodos cuantitativo y cualitativo en varias fases de la investigación en un solo estudio, obteniendo así un diagnóstico más detallado del fenómeno estudiado. Esta experiencia buscaba corroborar la importancia de la investigación como herramienta didáctica porque permite que la enseñanza - aprendizaje, se realice en contextos escolares con pocos recursos, contrario a lo que sucede en la actualidad. Se parte de los intereses de los estudiantes en la resolución de un problema concreto, no obstante, estos intereses deben ser no solo incentivado sino específicamente guiado por un instructor que sepa orientar en la búsqueda de información y en los interrogantes inesperados que vayan surgiendo.

Los aprendices fueron organizados en pequeños equipos con roles y responsabilidades concretas en la planificación y realización de las actividades contribuyendo con aportes genuinos, flexibilidad, colaboración y respeto por los demás y por sus ideas. De manera que todos lograran participar activamente, pero de igual manera se apoyaron mutuamente en de todo el proceso de elaboración y desarrollo del proyecto, desde su fase inicial hasta su finalización, siempre bajo la supervisión y recomendaciones del instructor que los coordinaba. De esta manera, el ambiente de formación se configuró como como un sistema social, abierto, de comunicación y de intercambio.

En el marco de esta investigación fue necesario el diseño de un microscopio artesanal para simular un estereoscopio de luz para aumentar a través de lupas el volumen óptico de la muestra a analizar, es efectivo cuando no se tiene la necesidad de llevar a cabo un proceso de preparación de la muestra. También se adaptó la centrifuga para que alcance un máximo de 2000-2300 Rpm aproximadamente y se usaron

buretas plásticas en lugar de vidrio, generando la necesidad para los aprendices de movilizar constantemente sus conocimientos previos y hacer una articulación entre teoría y aplicación práctica, de manera tal que se da paso a la integración de conocimientos declarativos y procedimentales al resolver las dificultades de recursos y materiales presentadas durante el procedimiento.

Durante el procedimiento se realizaron tres ensayos con animales (perros y pollos) y con 10 personas de diferentes edades, durante 30 días, organizando grupos experimentales y de control. Este estrategia permitió que los aprendices procesaran lo que había ocurrido en la experiencia de la creación del fitomedicamento y empezaran a hacer generalizaciones sobre su aplicación y efectos esperados; aquí se evidencia la puesta en práctica de actividades y operaciones mentales como observar, comparar la situación inicial con los cambios ocurridos, analizar, relacionar entre sí los diferentes aspectos de las sustancias, realizar inducciones y deducciones, aplicar principios y saberes, obtener conclusiones y plantear fundamentos lógicos.

De este modo, se busca evitar una actitud pasiva por parte de los aprendices y se promueve un protagonismo experimental que supere la tentación memorística y oriente la apropiación hacia lo gradualmente significativo por disponer de un saber vivenciado. Es necesario resaltar que en esta experiencia no se sacrificó ningún animal debido a que el medicamento desarrollado se hizo a base de productos naturales con plantas medicinales y probióticos de la leche que no ocasionaron ningún daño ni reacción adversa o toxica.

Resultados

La experiencia en general cumplió con la cumple con la intención de mejorar la formación técnica y científica del aprendiz porque lo llevo a investigar, indagar, comparar, deducir, especificar, consultar y trabajar en equipo para planear, comprender y analizar los resultados obtenidos mediante el fitomedicamento. Además, se generó el desarrollo de la creatividad, porque no se pone más cota a la experiencia que lo doméstico de los utensilios y materiales trabajados.

Como muestra de la resolución de problemas desencadeno varios procesos interesantes en los aprendices: la recordación y organización de la información de una manera diferente y significativa, la demostración de destrezas para planear y probar un procedimiento especifico y controlar las acciones durante el desarrollo del experimento, la reformulación de hipótesis a la luz de las evidencias obtenidas por el experimento y la reflexión sobre el proceso de aprendizaje y las capacidades adquiridas.

Se pudo detectar en los resultados que los aprendices hablaban con propiedad y comprendía en su totalidad los términos relacionados con el desarrollo del fitomedicamento, alcanzando sus competencias y apropiándose de ciertos conocimientos de la química. El desarrollo del fitomedicamento experimental como estrategia didáctica para optimizar la enseñanza-aprendizaje de la cambió la actitud de estos hacia las clases de formación en química; se fortaleció el proceso de aprendizaje al participar activamente de su enseñanza, también al brindarles espacios que permitieron la utilización de modelos explicativos y deductivos para llegar al conocimiento, desarrollándose la creatividad, trabajo en equipo colaborativo, aplicación de conceptos en la resolución de problemas y por ende las habilidades científicas naturales.

Además, se detectó que los aprendices desarrollaron la etapa de observación con un alta grado de responsabilidad académica, haciendo seguimiento riguroso a la evolución de los animales y tomando datos de temperatura y peso por varios días seguidos, lo que permitió la comprobación de la tolerancia al producto, sin presentar consecuencias adversas o reacciones secundarias. El 70 % de los casos fueron favorables en cada una de las variables medidas, interpretándose de esta manera que el extracto combinado de valeriana, canela, pimienta y probióticos de la leche fue una muy buena combinación para el tratamiento de los problemas anímicos, conductuales y sintomáticos, inclusive en aquellas personas que presentaban intolerancia estomacal o reacciones alérgicas a la ingesta de algunos medicamentos como el acetaminofén o la aspirina.

Se concluye, que el desarrollo del fitomedicamento experimental como estrategia didáctica para la en-

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 43 - 48

señanza - aprendizaje de la química, fue una experiencia que mostro una dinámica diferente en el aula logrando que los aprendices participaran de forma activa y con una motivación por aprender durante la elaboración del medicamento. Con la implementación de esta estrategia se observa en los aprendices la conciencia de aprender, la habilidad de estudiar y el rigor intelectual. La estrategia didáctica implementada posibilita en el aprendiz el desarrollo de sus habilidades científicas para explorar hechos y fenómenos desde sus prácticas experimentales en el laboratorio.

A los aprendices se les notó la motivación por aprender, al aplicar prácticas experimentales utilizando recursos de su entorno natural y cotidiano, convirtiendo el laboratorio en un escenario de aprendizajes significativos y conceptuales apoyados en el desarrollo de actitudes y valores para la vida.

Bibliografía

Asuaje, J. (2011). Estrategias de enseñanza basadas en el estudiante para el aprendizaje del equilibrio químico. Educación y Humanismo.

Dirección General de Investigación y Extensión Agrícola. (1999) Aspectos Técnicos sobre Cuarenta y Cinco Cultivos Agrícolas de Costa Rica. Ministerio de Agricultura y Ganadería. San José, Costa Rica.

Berrino F, Gatta G, Crosignani P. (2004) Case-control evaluation of screening efficacy. Epidemiol Prev. Nov-Dec; 28(6):354-9. Italian.

Plantas útiles: Linneo (2013). Archivado desde el original el 26 de junio de 2013. Consultado el 12 agosto 2017.

Buitrago, Y. (2012). Las habilidades de pensamiento, el aprendizaje significativo, las soluciones químicas, y la solución de problemas interactuando en un proceso de investigación de aula. Universidad Nacional de Colombia. Sede Orinoquia.

Cárdenas, F. (2006). Dificultades de aprendizaje en química: caracterización y búsqueda de alternativas. Ciencia y Educación

Decreto 1686 Min-salud – INVIMA, Año 2012

Directrices sobre conservación de plantas medicinales Organización Mundial de la salud (OMS)

El heraldo s.a. Epidemias al acecho de la población, Página de la salud, 7 de julio de 2016

http://www.todoplantas.net/plantas_medicinales/ver_plantajsp?id=1127943728218

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/.../PimientaGorda_monografias.pdf

Ochoa S. (2000) Base molecular de la expresión del mensaje genético [Molecular basis of gene expression]. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas; 219 p. Spanish.

Sandoval, M. J. y col. (2013). Estrategias didácticas para la enseñanza de la química en la educación superior. Educ. Educ. Vol. 16, No. 1, pp. 126-138.

Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) pág. 11) http://www.urosario.edu.co/urosario_files/57/571bf298-6ad8-4b7f-b432-26a6fb78e6de.pdf

Eficacia Intercultural: Una percepción dentro de los Tecnólogos de Gestión Administrativa en el SENA-COMM

Intercultural Effectiveness: a perception among Tecnologists of Administrative Management of SENA-COMM

Eficiênca Intercultural: a percepção entre os Tecnólogos de Gestão Administrativa do SENA-COMM

Aldemir Quintero Solano[1]

Fecha de recepción: 27 de septiembre 2017
Fecha de aceptación: 15 de octubre 2017

RESUMEN:
Este artículo presenta los resultados de una investigación que buscó analizar el nivel de desarrollo de la competencia intercultural en el área de Gestión Administrativa en el Centro de Operación y Mantenimiento Minero del SENA Regional Cesar (COMM). En la investigación de carácter mixto, participaron 178 aprendices y 7 instructores de los Tecnólogos en Gestión Administrativa. Los resultados obtenidos evidencian que los estudiantes son ahora más conscientes de la diversidad, el respeto y la no discriminación hacia a un compañero o persona por su cultura, además los estudiantes e instructores, que participaron, se mostraron interesados en investigar acerca de su legado cultural, saber y conocer cuál era la etnia o cultura de la que provenían sus padres, abuelos y ellos mismos.

Palabras clave: competencia intercultural, educación, interculturalidad, TIC, multiculturalidad.

Cómo citar este artículo: Quintero Solano, A. (2017). Eficacia Intercultural: Una percepción dentro de los Tecnólogos de Gestión Administrativa en el SENA-COMM. Revista Finnova, 49 -55.

ABSTRACT:
The paper presents the research results about the analysis of the intercultural competence and its level of development in the field of Administrative Management in the Operation and Mining Maintenance of SENA Regional Cesar (COMM). The field work were interviewed 178 students and 7 teachers of the programm. The results presents that students are more conscious about diversity, respect and no discrimination towards a parther or person due to their culture; moreover, the students and teachers, who participated, have reveled interest to look for their cultural legacy, to know and to learn about their ethnic group as well of their parents, grandparents and themselfs.

Key words: intercultural competence, education, interculturality, TIC, multiculturality.

---

1 Magister en Educación con énfasis en Medios Aplicados, Universidad del Norte. E-mail: aquinteso@gmail.com

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 49 - 55

RESUMO:
O artigo apresenta os resultados da análise da capacidade intercultural e seu nível de desenvolvimento na área de gestão administrativa no centro de Operação e manutenção in do SENA Regional Cesar (COMM). Na pesquisa foram entrevistados 178 estudantes e 7 professores do programa. Os resultados apresentam que os estudantes são mais conscientes da diversidades, respeito e não discriminação de colegas ou pessoas de sua cultura; alem disso, os estudantes e profesores que participaram, tiveram interesse em entender sob o seu próprio bagagem cultural, conhecer e aprender de seu etnia, de seus pais ou seus parentes, avós ou eles.

Palavras chave: intercultural capacidade, educação, interculturalidade, TIC, multiculturalidade.

Introducción

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA creado en 1957, es una entidad pública de orden nacional que pertenece al ministerio del trabajo para estar a la vanguardia en todo lo relacionado con estrategias pedagógicas y metodológicas en la educación técnica y tecnológica, ejecutando un proceso de formación profesional integral, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país. (SENA, s.f).

Sin embargo, ese desarrollo social se ha vuelto desde hace 50 años cada vez más difícil y es aquí donde Colombia y la misma entidad tienen uno de los retos más grandes en la reconstrucción del tejido social quebrado por la violencia. Este fenómeno ha causado, en las últimas décadas, migraciones internas en donde se mezclan personas de distintos orígenes culturales, razón por la cual podemos encontrar en las instituciones educativas en todos los niveles de formación una gran diversidad de estudiantes, lo que genera la necesidad de educar para la convivencia; sin embargo, los docentes e instructores no cuentan con las herramientas para trabajar y crear espacios interculturales.

En este artículo se presentan los resultados de una investigación realizada a los grupos de la red de gestión administrativa del Centro de Operación y Mantenimiento Minero COMM de la Regional Cesar, en la que se pretende analizar el nivel de desarrollo de la competencia intercultural de los aprendices en contraste con los lineamientos de una educación inclusiva en Colombia. Durante el proceso de investigación, se realizó una fundamentación teórica sobre la interculturalidad, posteriormente se midió el grado de conocimiento que tenían los aprendices en este tema mediante la aplicación de una encuesta para el análisis de la competencia intercultural (Cano y Ricardo, 2014). Posteriormente, se diseñó la propuesta de intervención con el propósito de ser implementada por los instructores.

En la actualidad resulta sencilla la interacción de personas de otras culturas a través de la tecnología. Si se hace un análisis profundo de la integración de estos factores tecnológicos y culturales a la realidad que vivimos en el sector educativo, nos daremos cuenta que es muy común encontrar ambientes de aprendizajes, con al menos un porcentaje pequeño de aprendices con diferencias culturales marcadas, ya sea a nivel étnico, religioso, de costumbres particulares, de diferentes procedencias, entre otros. La incorporación de las TIC permite un potencial pedagógico de su aplicación al abrir un amplio horizonte de posibilidades educativas, así como la transformación de los procesos de enseñanza-aprendizaje y la generación de nuevos métodos. Cabe resaltar que tanto instructores como aprendices deben desarrollar competencias interculturales, dichas competencias son el conjunto de habilidades cognitivas y afectivas que permitan mantener un grado de comunicación eficaz dentro de un contexto social y cultural (Aguado, 2003).

Marco referencial

El Ministerio de Educación Nacional, define la educación inclusiva como:

> *"una estrategia central para luchar contra la exclusión social. Es decir, como una estrategia para afrontar ese proceso multidimensional caracterizado por una serie de factores materiales y objetivos, relacionados con aspectos económicos, culturales y político-jurídicos (ingresos, acceso al mercado de trabajo y a activos, derechos fundamentales), y factores simbólicos y subjetivos asociados a acciones determinadas que atentan la identidad de la persona (rechazo, indiferencia, invisibilidad)". (MEN, 2013. Pág. 22).*

La educación inclusiva está relacionada con la capacidad para potenciar y valorar la diversidad (entendiendo y protegiendo las particularidades), promover el respeto a ser diferente lo cual implica aprender a vivir con los demás, y garantizar la participación de la comunidad dentro de una estructura intercultural en los procesos educativos. En consecuencia, la educación inclusiva tiene como objetivo central examinar las barreras para el aprendizaje y la participación plena de los estudiantes, y los lineamientos del MEN muestran la importancia del enfoque de la educación inclusiva como eje central en la articulación de los diferentes niveles del sistema en su búsqueda constante de calidad.

Ahora bien, según el MEN la inclusión social presenta seis características claves de la educación inclusiva: Equidad, Calidad, Pertinencia, Participación, Diversidad e Interculturalidad; esta última es el eje principal en esta investigación, pero para abordar la definición de este eje, debemos tener claro el concepto de cultura. Cualquiera que sea el enfoque analítico que se siga, la cultura se ha clasificado y definido de diversas maneras debido a las interrelaciones que implica el concepto, así pues, la cultura se puede abarcar la conducta, las costumbres, las tradiciones, los hábitos, además de una serie de mecanismos de controladores, reglas o instrucciones que gobiernan la conducta (Geertz, 2001).

Recogiendo esta interrelación de aspectos, los lineamientos de política de educación inclusiva del MEN, definen la interculturalidad como "el conjunto de relaciones entre diferentes grupos culturales que conduce a un proceso dialéctico de constante transformación, interacción, diálogo y aprendizaje de los diferentes saberes culturales en el marco del respeto" (MEN, 2013, p.13).

La investigación se focalizo entonces, en dos definiciones de la competencia intercultural. Por un lado, Aguado (2003) quien propone que hay dos dimensiones que definen la competencia intercultural (i) la eficacia intercultural en donde encontramos el reconocimiento propio y de la identidad cultural, saber quiénes somos y poder reconocer al otro en la diferencia para establecer relaciones fluidas y (ii) la comprensión y el respeto en la dinámica cotidiana mediante el diálogo y la convivencia, sin prejuicios, estereotipos o discriminación alguna durante el proceso de comunicación. Por otro lado, UNICEF (2010) concibe la competencia intercultural "como un proceso dinámico y permanente de relación, comunicación y aprendizaje entre culturas en condiciones de respeto, legitimidad mutua, simetría e igualdad" (Pág. 10).

Estas posturas muestran el avance hacia un modelo de Educación Inclusiva Intercultural, en el que se empieza a dar reconocimiento de otros sujetos de una cultura diferente en donde habrá más diálogo, cooperación e intercambio, lo que sirve como base para el enriquecimiento cultural y educativo mutuo (Sáenz, 2012), lo cual implica un cambio de actitud y de convivencia para poder educar en un medio intercultural donde se acoja la realidad, sea un espacio en el cual no existe la última palabra y en donde todos sean capaces de aceptar al otro con sus diferencias. En este sentido, para la investigación se analiza la educación intercultural basada en los principios de la educación inclusiva y en el marco pedagógico de la convivencia de la diferencia cultural.

Aguado (2003) considera dos competencias básicas de interculturalidad que deben tener los estudiantes y docentes: el desarrollo de la eficacia intercultural (entre culturas diversas) y la comprensión de las diferencias y respeto hacia la diversidad. En la investigación solo se hizo énfasis en la primera y para ello se tuvo como punto de referencia las actividades de aprendizaje que permiten promover el conocimiento de la cultura de los aprendices, para

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 49 - 55

comprender el rol del instructor en el desarrollo de las actividades de aprendizaje y por ultimo identificar los tipos de interacción que surgen en el trabajo cooperativo durante el desarrollo de las actividades en los aprendices.

Metodología

Esta investigación realizada fue de corte cualitativo con un diseño de investigación acción participación. La IAP constituye una opción metodológica de mucha riqueza, ya que, permite la expansión del conocimiento, y genera respuestas concretas a problemáticas que se plantean los investigadores cuando deciden abordar una interrogante, temática de interés o situación problemática y desean aportar alguna alternativa de cambio, el método de investigación - acción es más que un proceso con diferentes técnicas en donde se esconde e involucra una nueva visión de hombre y de la ciencia (Martínez, 2009). Dicha metodología permite describir y analizar unidades sociales o entidades educativas, el cual facilita comprender su actividad en circunstancias concretas (Yin, 1989; Stake, 1995). Sin embargo, la característica primordial de este método es la investigación que se hace de manera profunda e intensiva que permite precisar el objeto a investigar, enmarcado en el contexto global donde se produce (Muñoz y Muñoz, 2001).

Para la recolección de información se realizaron entrevistas a profundidad, encuestas y grupos focales. Se utilizó, además, un diario de campo y de observación, en donde participaron 170 aprendices y 5 instructores de diferentes competencias como contabilidad, producir documentos, organizar eventos, facilitar el servicio a los clientes, aplicar tecnologías de la información, enmarcadas dentro del diseño curricular y obviamente 2 instructores de la competencia promover la interacción idónea consigo mismo, más exactamente el de ética.

El desarrollo de la investigación se dividió en fases: En la fase de documentación se realizó una búsqueda detallada de las actividades a desarrollar bajo el criterio de búsqueda que se relacionaran con la competencia intercultural, con una ventana de observación de 2000 a 2017. Luego del levantamiento de la información, se realizó la socialización de los pasos a seguir y actividades a realizar. Seguidamente, en la fase de intervención, se procedió a aplicar la "Encuesta para el análisis de la competencia intercultural" diseñado por Cano y Ricardo (2014), concretamente el apartado de la competencia "eficacia intercultural" a los aprendices. Este consta de 16 preguntas y tres (3) dimensiones que responden a los seis (6) indicadores de esta competencia.

En la tabla 1 se pueden observar en detalle en qué consiste este instrumento:

Tabla 1.
Componentes del instrumento

Dimensiones	**Sub-competencia 1:** Desarrollo de eficacia intercultural (entre culturas diversas)
Actitudes y creencias	**Indicador 1**. Incremento de la comprensión de la propia cultura.
	Indicador 2. Toma de conciencia de la validez de visiones culturales diferentes a la propia
Conocimiento	**Indicador 3.** Demuestra conocimiento de las características y códigos utilizados en diversas culturas
	Indicador 4. Identifica pautas comunicativas conductas que provocan discriminación.
Habilidades y destrezas	**Indicador 5.** Adquiere habilidades para mantener relaciones interculturales eficaces
	Indicador 6. Manifiesta adaptación y confianza al abordar cuestiones de desigualdad, prejuicio y abuso de poder.

Nota: Elaboración propia a partir de (Aguado.2003. Pág.150-151)

La última fase de puesta en marcha de la intervención, en la cual los aprendices realizaron las actividades que los instructores les presentaban. Durante toda la etapa se fue llevando el diario de campo y la observación detallada de la experiencia.

Resultados

En lo relacionado con el objetivo de promover el conocimiento de la cultura de los aprendices, la encuesta aplicada mostro que los aprendices desconocen en un 40% los aspectos positivos de su herencia. En la dimensión de "Actitudes y creencias" se pudo identificar que la herencia cultural que conocen proviene de sus padres y que algunos conocimientos sobre este tema, están basados en supersticiones.

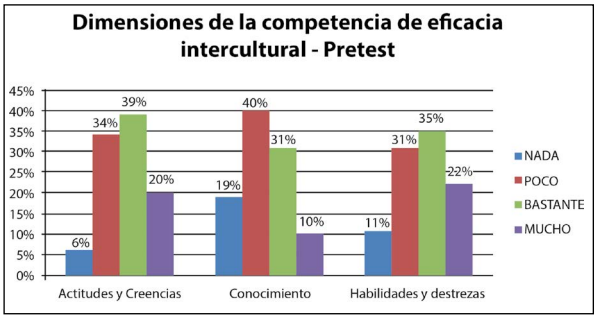

Figura 1. Dimensiones de la competencia de eficacia intercultural – Pretest.

Los aprendices atribuyen su la buena suerte a los rituales de limpieza que realizan sus padres y abuelos, por ejemplo, afirman desconocer su origen, pero los realizan por respeto a sus padres. Se halló que la mayoría desconoce la cultura de Valledupar, llaman la atención comentarios como: "Yo no conozco las diferentes culturas porque mis padres no son muy formativos con eso, pero yo diría que no tanto las cosas que hagan si no el conocimiento que nos dejan, es algo interesante para enseñar a los hijos y no quedar en el aire. Mi mamá pone arroz en su cartera para que venga la prosperidad a ella"[2].

Con relación a la dimensión del conocimiento. Los aprendices consideran que conocen y comprenden cómo la opresión, el racismo, la discriminación les afecta a nivel personal, sin embargo afirman sobre sus pares de manera despectiva: "Un ejemplo puede ser con los indígenas Arhuacos: ellos pasan por las calles de Valledupar y la gente se burla de ellos, los cachacos se burlan de los costeños y los costeños de los cachacos"[3], esto se refuerza con el testimonio de otro estudiante el cual menciona: "A veces nos burlamos de ella, ya que tiene rasgos de indígena pero no sé si a ella eso le afecta, yo le tengo mucho respeto, pero a veces me sobrepaso con mi otro amigo"[4].

Con todos estos hallazgos, las actividades que fueron planteadas y desarrolladas por los aprendices evidenció que, lograron profundizar sobre su legado cultural, también cómo comportarse y el respeto que deben tener frente a personas que no comparten una misma identidad cultural.

Sobre el rol del instructor en la experiencia, se pudo evidenciar un rol muy activo dado que evidenciaron que el proceso de investigación mediante IAP permitió despertar interés, curiosidad, reflexión, presentar dudas y darse respuestas, además este paradigma de investigación resulta educativo y formativo si los participantes involucrados desarrollan una comprensión profunda sobre el tema que permita emprender nuevos caminos.

Cabe mencionar que antes de iniciar la ejecución del proyecto, los instructores y aprendices fueron capacitados sobre el concepto, competencias e importancia de la Interculturalidad, razón por la cual se logró evidenciar que los instructores aprendieron más sobre el tema, además mencionaron, que fue inspirador para ellos y conocieron algo que nunca habían experimentado con resultados positivos, dando respuestas a los vacíos que tenían sobre su legado cultural. Pocos instructores manifestaron que "era más trabajo para ellos y que el tiempo no le alcanzaba para su quehacer como instructor en el ambiente".

También los instructores expresaron que las relaciones establecidas con los aprendices habían mejorado, al conocer una parte analítica, motivacional y crítica que no se había evidenciado antes y se reafirma lo dicho por González, Zerpa, Gutiérrez y Pírela (2007) sobre la urgencia en la estimulación de los estudian-

2 Entrevista realizada a aprendiz del tecnólogo de gestión administrativa

3 Entrevista realizada a aprendiz del tecnólogo de gestión administrativa

4 Entrevista realizada a aprendiz del tecnólogo de gestión administrativa

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 49 - 55

tes para que sean curiosos al momento de preguntar, exploradores, reflexivos, experimenten, aprendan por deseo y no por miedo. Es fundamental ayudarlos a razonar, comprender y defender su punto de vista.

La identificación de los tipos de interacciones que surgen en el trabajo cooperativo, mostro una alta capacidad de los aprendices para el desarrollo de las actividades planteadas por los instructores, donde se invitó a la confirmación de grupos que fueran lo más heterogéneos posible, lo que constituye según Otero (2012), en una opción metodológica que valora positivamente la diferencia, la diversidad, y que obtiene beneficios evidentes de situaciones marcadas por la heterogeneidad que promueve la autonomía e independencia. Otro resultado importante de las interacciones fue el desarrollo cognitivo, ya que el trabajo cooperativo consigue aumentar la variedad y la riqueza de experiencias, ayudándoles a desarrollar mayores habilidades intelectuales y mejorar su capacidad de expresión y comprensión verbal (Otero, 2012).

Dentro de las interacciones de tipo afectivo que promueve el aprendizaje cooperativo, se evidenció que los lazos de amistad también se fortalecieron. El tiempo extra invertido fuera del ambiente de formación contribuyó a conocerse más y de una mejor manera, además, entre los mismos aprendices se motivaron y acordaron agendas de trabajo, esta es otra de las ventajas que Lara y Reparáz (2007) aportan, argumentando que el trabajo cooperativo fomenta mejores relaciones interpersonales entre los alumnos, apoyo social de los miembros del grupo, atribución del éxito o fracaso al trabajo realizado, mayor curiosidad y motivación continuada, mayor compromiso con el aprendizaje.
Conclusiones

Se pudo evidenciar que los aprendices e instructores que participaron en el proceso, se vieron interesados en investigar acerca de su legado cultural, es decir, saber y conocer cuál era la etnia o cultura de la que provenían sus padres, abuelos y ellos mismos. La realización de las actividades ayudó a promover el conocimiento de su propia cultura, como base para respetar a sus pares. Todo esto enmarcado en la necesidad de enriquecer sus conocimientos y tener claro su descendencia. Bernabè (2012) menciona que la escuela es el eje principal donde se puede desarrollar la interculturalidad, ya que permite promover el respeto hacia la pluralidad cultural y además permite estimular las relaciones entre las culturas.

Se halló que los estudiantes fueron más conscientes de la importancia que hay en no discriminar a un compañero o persona por su cultura, ya que escucharon como a algunos les molestaba que se burlaran de ellos, o fueran rechazados por su léxico, por sus costumbres o comportamiento. Cabe resaltar que la investigación sirvió para trabajar el respeto por la diversidad de las personas y corregir comportamientos racistas u ofensivos entre estudiantes. Es fundamental que la persona pueda expresarse con libertad, mostrar sus costumbres y tradiciones sin tener que ser rechazado o discriminado. Según Kaluf (2005) es necesario que las personas se sientan con la libertad para practicar su religión, cultura, honrar su etnia sin temor al castigo y burlas.

La formación intercultural debe dirigirse a toda la comunidad educativa teniendo en cuenta que debe ser democrático e inclusivo el cual no puede centrarse solamente en el profesorado sino también en la participación de las familias autóctonas e inmigrantes para la mejora de la convivencia escolar (Peñalva y Soriano, 2010). Sin embargo, no tiene sentido plantear una formación intercultural de la comunidad educativa si no atiende a principios de respeto y de comunicación intercultural entre todos los agentes de la comunidad educativa.

Bibliografía

Aguado, T. (2003). Pedagogía Intercultural. Madrid: Mc Graw Hill, Cap. 9. p. 149-153.

Bernabè, M. (2012). Pluriculturalidad, Multiculturalidad e interculturalidad, conocimientos necesarios para la labor docente. Revista Educativa Hekademos. Vol, 11. Universidad de Valencia.

Cano, J., Ricardo, C. (2014). Encuesta para el análisis de la competencia intercultural. Documento interno. Barranquilla: Universidad del Norte.

González, N. Zerpa, M. Gutiérrez, D. Pirela, C. (2007) La investigación educativa en el hacer docente. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Revista Laurus. Vol. 13. Caracas, Venezuela.

Geertz, C. (2001). La interpretación de las culturas. Barcelona: Gedisa. [Edición original en inglés: 1973].

Kaluf, C. (2005). Diversidad cultural, materiales para la formación docente y el trabajo de aula. Santiago de Chile: Oficina regional de educación de la UNESCO para América latina y el Caribe.

Lara, S., & Repáraz, C. (2007). Eficacia de la WebQuest para el aprendizaje cooperativo. Electronic Journal of Research in Educational Psychology, 5 (13), 731-756

Martínez, M. (2009). Ciencia y arte en la metodología cualitativa. México: Trillas.

Muñoz, P. y Muñoz, I. (2001): "Intervención de la familia. Estudios de casos." En Perez Serrano, G. (coord.) op. cit.

MEN. (2013). "Lineamientos Política de Educación Superior Inclusiva". Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-357277_recurso.pdf.

MEN. (2014). "Índice de Inclusión para Educación Superior (INES)". Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-357277_recurso_1.pdf

Otero, J. (2012). Aprendizaje Cooperativo, propuesta para la implantación de una estructura de cooperación en el aula. Laboratorio de innovación educativa. Recuperado de http://www.madrid.org/dat_capital/upe/impresos_pdf/AprendizajeCooperativo2012.pdf

Peñalva, A. y Soriano, E. (2010). Objetivos y contenidos sobre interculturalidad en la formación inicial de educadores y educadoras, Estudios sobre Educación, 18, 37- 57.

Sáenz, R. (2012). La competencia intercultural. En L.García Aretio, Sociedad del conocimiento y educación (pp. 293-297). Madrid: UNED.

Stake, R. (1995) The art of case study research. Thousand Oaks (CA), Sage.

Tapia, M. (s.f). Orientaciones para la planificación didáctica. Dirección general de desarrollo curricular de la subsecretaría en educación básica.

UNICEF. (2010). La Interculturalidad en la educación. Lima: Perú.

Yin, R. K. (1984/1989). Case Study Research: Design and Methods, Applied social research Methods Series, Newbury Park CA, Sage.

Escribir para publicar: normas para autores de la Revista FINNOVA

La revista **FINNOVA** es una publicación promovida por el Centro de Servicios Financieros del SENA, regional D.C., la cual tiene como objetivo fomentar la generación y divulgación de los resultados de las investigaciones, y proyectos de desarrollo tecnológico en temáticas relacionadas con educación financiera, innovación social, y gestión y desarrollo empresarial.

FINNOVA es un medio de divulgación científica, que publica resultados de investigación, artículos de reflexión y artículosde revisión del estado del arte, de acuerdo con las normas internacionales sobre la materia y con los criterios establecidos por el Índice Bibliográfico Nacional PUBLINDEX.

Las normas para autores de FINNOVA tienen como propósito orientar en la elaboración, estructuración y redacción de los artículos, de manera que se ajusten a los requerimientos editoriales de la revista, al tiempo que se facilitan las labores de producción textual y de revisión editorial.

Con esta finalidad, el presente documento se estructura en tres partes: tipos de artículos publicables en FINNOVA, características formales de los manuscritos; y proceso de arbitraje. El documento se basa, entre otros, en textos clásicos sobre la materia como el Manual de publicaciones de la American Psycological Association (2010) (comúnmente conocido como normas APA), y los Requisitos de uniformidad de manuscritos enviados a revistas biomédicas, del Comité Internacional de Editores de Revistas Médicas (ICMJE,2010).

Tipos de artículos publicables en FINNOVA

Dado que se trata de una revista de divulgación científica, los artículos publicables en FINNOVA corresponden a resultados inéditos de investigación, revisiones de literatura, y trabajos de revisión de estado del arte, cuyas características de propósito, estructura y forma se explican a continuación:

Artículos resultado de investigación científica

Suponen un aporte al conocimiento en alguna de las áreas objeto de interés de FINNOVA, y cuentan con una extensión entre 5.000 y 10.000 caracteres.

El título de los artículos debe ser breve, conciso y redactado a manera de proposición que relaciona las principales variables analizadas, con una extensión recomendada de máximo 12 palabras (APA, 2010, pág. 23). De acuerdo con las normas APA, el título nunca debe ser una pregunta.

Después del título, el artículo debe presentar el nombre de los autores, así como sus datos de identificación tales como afiliación institucional, departamento académico o, en el caso del SENA, coordinación a la que están vinculados. Esta información debe ir en pie de página, con un asterisco ubicado después de los nombres de

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 57 - 63

los autores. Igualmente va en esta leyenda de pie de página, la información sobre si el artículo es resultado de investigación, así como el nombre del proyecto y la fuente de financiación.

Seguidamente se ubica el resumen o abstract, en español y en inglés, con una extensión máxima de 350 palabras, el cual presenta una síntesis del artículo en términos del problema identificado, el objetivo del artículo, la metodología empleada, los principales hallazgos y conclusiones.

El cuerpo del artículo parte de una breve disertación sobre la importancia del problema de investigación, una descripción de los trabajos previos relevantes sobre la materia y en qué se diferencian de la investigación en curso, lo cual justifica su elaboración y posterior publicación. Igualmente se debe exponer la hipótesis del artículo y su correspondencia con el diseño de investigación.

A continuación se presenta la metodología, la cual describe a detalle cómo se realizó el estudio, incluyendo las definiciones conceptuales y operacionales de las variables analizadas, así como de los métodos empleados, lo cual permite al lector evaluar su pertinencia, así como la confiabilidad y la validez de los resultados obtenidos.

En la sección de resultados, se presentan los datos que arrojó el proceso de investigación, y el análisis de los mismos. Esta parte del documento expone la tabulación de los resultados de encuestas, pruebas y experimentos, teniendo en cuenta las características de los participantes, los procedimientos de muestreo y las mediciones realizadas.

El artículo resultado de investigación finaliza con los comentarios sobre los resultados expuestos. Como señala APA en este apartado se procede a evaluar e interpretar sus implicaciones, en especial con respecto a la hipótesis original. Aquí se examinan, interpretan y califican los resultados y, a partir de ellos, se obtienen las conclusiones, haciendo énfasis en las consecuencias teóricas o prácticas de los resultados, así como en sus limitaciones y alcances.

Artículo de reflexión

De acuerdo con PUBLINDEX (2010) se trata de un "documento que presenta resultados de investigación terminada desde una perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor, sobre un tema específico, recurriendo a fuentes originales".

Como su nombre lo indica, el artículo elabora una reflexión argumentativa que parte del análisis de un reporte de investigación o de un corpus disciplinar determinado, con el objeto de emitir un juicio, desde la perspectiva del autor, sobre su validez, alcances, limitaciones y posibles campos de desarrollo a futuro. Como todo ensayo, el autor plantea una tesis que debe sustentar con argumentos, en un ejercicio dialéctico rico en referencias, que invita a un diálogo crítico y erudito sobre la temática planteada.

La estructura del ensayo académico está compuesta por introducción, cuerpo argumental o sustentación, y conclusiones. La introducción cumple funciones tales como atraer la atención del lector, establecer el tono del escrito, y el marco conceptual de referencia.

La sustentación es el componente principal del artículo de reflexión, en cuanto plantea la tesis central y los argumentos que la soportan: teorías, elementos fácticos de apoyo, contra-argumentos, ejemplos, etc. El propósito es demostrar la seriedad de las tesis planteadas y su peso conceptual, así como su validez disciplinar, en diálogo con autores representativos y referencia a fuentes primarias.

De acuerdo con Díaz (2014, pág. 119), entre los propósitos de la argumentación académica se pueden destacar los siguientes: convencer auditorios, controvertir argumentos, establecer relaciones intelectuales, defender un

punto de vista o ponerlo en entredicho, reforzar una adhesión, establecer acuerdos para resolver una diferencia de opinión, modificar la actitud de auditorios neutrales, entre otros. Finalmente, las conclusiones invitan a finalizar la lectura, recordando los puntos más significativos de la argumentación, y haciendo uso de recursos retóricos que inviten a la reflexión.

Como todos los artículos publicados en FINNOVA, el texto debe tener un título de máximo 12 palabras, y un abstract o resumen con las características ya expuestas.

Trabajos de revisión de estado del arte

Definidos por Publindex (2010), como aquellos que permiten "analizar, sistematizar e integrar los resultados de investigaciones publicadas o no publicadas, sobre un campo en ciencia o tecnología, con el fin de dar cuenta de los avances y las tendencias de desarrollo. Se caracteriza por presentar una cuidadosa revisión bibliográfica de por lo menos 50 referencias".

Estos artículos tienen como objetivo analizar el estado del arte, a partir de una exhaustiva revisión de documentos y autores relevantes en la materia, tal como señala la política nacional de indexación de revistas científicas.

De acuerdo con Londoño, Maldonado y Calderón (2014):

> Una versión generalmente aceptada de la expresión estado del arte es la de seguirle las huellas a un proceso hasta identificar su estado de desarrollo más avanzado. Es una forma de investigación que apoya otras estrategias también de investigación. Como resultado se tiene un conocimiento sobre la forma como diferentes actores han tratado el tema de la búsqueda, hasta dónde han llegado, qué tendencias se han desarrollado, cuáles son sus productos y qué problemas se están resolviendo. Un artículo del estado del arte resume y organiza los avances del conocimiento en una forma novedosa y apoya la comprensión de un campo específico de conocimiento.
>
> (…) La elaboración de estado del arte se considera una etapa en los procesos de investigación convencionales, como se presenta en los manuales de metodología de la investigación científica. En este sentido, se pueden identificar dos procesos generales: a) la búsqueda, selección, organización y disposición de fuentes de información para un tratamiento racional; b) la integración de la información a partir del análisis de los mensajes contenidos en las fuentes, que corresponde a la dimensión hermenéutica del proceso, muestra los conceptos básicos unificadores. En consecuencia, un estado del arte estudia una porción substancial de la literatura y fuentes relevantes de información en un área y desarrolla un proceso de comprensión que converge en una visión global e integradora y en una comunicación de este resultado para otros. (pág. 5)

La revisión del estado del arte requiere la definición de la problemática particular que se desea evaluar, la justificación de su relevancia en el marco de la discusión científica sobre la materia, así como la definición de los criterios y metodología para la selección de la bibliografía analizada.

Como todos los artículos publicados en FINNOVA, este tipo de artículos debe tener un título de máximo 12 palabras, y un abstract o resumen con las características ya expuestas.

Características formales de los artículos

Los artículos publicables en FINNOVA deben cumplir con unas características formales, razón por la cual en este apartado se explican aspectos relacionados con la presentación de los artículos enviados a la revista.

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 57 - 63

Tablas y figuras

En muchas ocasiones, la presentación de los resultados de la investigación se grafican mediante tablas o figuras. Las primeras de utilizan para presentar un número de datos que requieran una clara organización y visualización, y que por su complejidad se deben presentar de manera sintética y estructurada.

> Las tablas y las figuras, de acuerdo con las normas APA les permiten a los autores mostrar una gran cantidad de información con el fin de que sus datos sean más fáciles de comprender. Por lo general, las tablas muestran valores numéricos o información textual (…) organizados en una técnica de visualización en columnas y filas. Una figura puede ser un esquema, una gráfica, una fotografía, un dibujo o cualquier otra ilustración o representación no textual. (…) Cualquier tipo de ilustración que no sea una tabla se denomina una figura (APA, 2012, pág. 127)

Si la información es sencilla y puede incluirse en el texto, por razones de economía y funcionalidad, se debe evitar la elaboración de tablas.

De acuerdo con las normas APA, las Tablas tienen la siguiente estructura:

- Número
- Título
- Información
- Nota explicativa

No deben utilizarse líneas verticales para separar las columnas, ni horizontales para separar las filas internas. Solamente hay 3 rayas en una tabla: los que marcan los encabezados de los títulos de las columnas y la raya inferior con la que se finaliza.

De otra parte, las figuras se emplean para visibilizar tendencias significativas y pronunciadas que puedan ser observadas fácilmente al graficarlas. Si no se dan estas tendencias, se recomienda explicar los resultados en el texto. Contrario a las tablas, las figuras se numeran y titulan en la parte inferior.

En caso de que se requiera, se incluye una nota explicativa de la figura, debajo del título con la información que se requiera para comprender la visualización presentada.

Al momento de entregar el artículo a FINNOVA, se solicita a los autores adjuntar junto al archivo en Word, las tablas y figuras debidamente numeradas en formato JPG y en Excel.

Citas y referencias bibliográficas

Escribir un artículo académico es siempre un diálogo con otros autores que también han investigado y publicado sobre los temas tratados. Quien elabora un artículo parte necesariamente de trabajos previos, cuyos aportes deben ser reconocidos, mediante citas y referencias.

De acuerdo con Cossette (2011, pág. 65),

> Citar un trabajo es reconocer la contribución de ese autor en la evolución del propio pensamiento y en el advenimiento de un nuevo trabajo de investigación. Como si el investigador indicara precisamente cómo pone al servicio de la investigación los trabajos realizados antes. No solamente se trata de un gesto de humildad, como sensatamente lo señaló hace tiempo Merton (1957), sino también es prueba de

honestidad, sin omitir que este deber de citación le da al investigador la oportunidad de demostrar que hasta ahora ha seguido la conversación académica sobre el objeto de su investigación.

El número de citas de un artículo puede variar de acuerdo con su propósito. APA (2011, pág. 169) señala que la mayoría de los artículos referencian uno o dos autores por cada concepto o temática relevante. No obstante, esta norma no aplica en la elaboración de artículos de revisión de estado del arte, lo cual requiere una amplia revisión bibliográfica, como se señaló previamente.

De acuerdo con Cossette (2011), los trabajos citados deben ser pertinentes, proceder de fuentes fiables, atribuidas a autores que "merecen la paternidad" de las ideas, y consultados directamente por el autor, quien debe evitar hacer citas de citas.

Uno de los criterios para seleccionar citas es preguntarse si estas resultan funcionales al propósito del artículo, en cuanto contribuyen a conceptualizar, contextualizar y problematizar las temáticas sobre las que versa, así como a fundamentar el discurso, definir variables, o valorar el estado de discusión sobre las temáticas tratadas.

El adecuado manejo de las fuentes es un requisito indispensable del trabajo académico, para lo cual FINNOVA establece el cumplimiento de las normas APA en esta materia.

Citas directas e indirectas

En el siguiente cuadro se presenta se manera sintética los diferentes tipos de citas y la forma en que estas deben ser elaboradas:

Tipo de cita	Definición	Ejemplo de cita directa
Directa	Reproduce literalmente un texto elaborado por otro autor, lo que obliga al uso de las comillas, y a la referencia, dentro del texto, al autor, al año de publicación y al número de la página.	De acuerdo con Cossette, "Hay un principio que siempre debería guiar al investigador: las ideas más que las personas, deberían ser objeto de una cita" (2011, pág. 70.)
Indirecta	Paráfrasis de la idea de otro autor. Consiste en decir con las propias palabras las ideas de otro escritor. En este caso se debe dar crédito, dentro del texto, al autor, año de publicación y al número de página.	Cossette (2011, pág.71), llega a afirmar que citar a otro sin haberlo leído constituye un tipo de plagio y una conducta antiética.

Elaboración de referencias bibliográficas

Debido al desarrollo de las tecnologías digitales, han aumentado los recursos y fuentes de información, lo cual implica distintas formas de citación.

Dada la amplia posibilidad de citaciones generada por las nuevas tecnologías y el acceso al conocimiento, se recomienda a los autores de FINNOVA utilizar la herramienta de citación de Word, la cual permite la organización

Revista Finnova · Volumen 4 · Número 6 · Pp. 64 · ISSN 2462-9758 · Bogotá, agosto - diciembre de 2017 · Pp 57 - 63

de la información siguiendo el formato APA en los diferentes tipos de citas. El siguiente video ilustra sobre el modo de utilizar esta herramienta: https://www.youtube.com/watch?v=DcgEL7IQvB4

Redacción y estilo

Los textos enviados a FINNOVA deben ser claros, precisos, concisos, sencillos, directos, bien estructurados, con adecuado tono académico y bibliografía precisa:

- Un texto es claro cuando transmite de manera sencilla las ideas para facilitar la comprensión de los lectores, evita los párrafos demasiado extensos y el lenguaje denso.
- Un texto es preciso cuando escoge cuidadosamente las palabras para significar lo que se quiere decir, y omite expresiones generalistas que no son propias de los textos académicos (la mayoría, muy pocos, algunos, etc.).
- Un texto es conciso cuando evita explicaciones obvias, paráfrasis y circunloquios innecesarios.
- Un texto es sencillo y directo cuando cuida las normas gramaticales y ortográficas, evita las palabras rebuscadas y las oraciones largas y complejas.
- Un texto está bien estructurado cuando articula sus partes o componentes, guía al lector a lo largo del documento e incluye subtítulos que facilitan la comprensión y aligeran la lectura.
- La bibliografía de los artículos debe ser actual, presentada en orden alfabético y ajustado a las referencias citadas en el texto.

FINNOVA acoge los cinco niveles de encabezado de las normas APA (2010, pág. 63) y evita en consecuencia las secuencias numéricas.

Todos los artículos deben ser remitidos en Times New Roman, tamaño de fuente 12 e interlineado doble.

Proceso de arbitraje

Como es propio de las publicaciones académicas, los artículos científicos presentados a FINNOVA se someten, de acuerdo con los lineamientos de Colciencias, a evaluación de un par académico externo a la entidad editora, experto y con reconocida trayectoria en la temática de la investigación realizada.

> La evaluación imparcial, independiente y crítica es una parte intrínseca del proceso científico, y por lo tanto debe formar parte de todo trabajo académico. La evaluación por pares o por iguales (peer review) es la valoración crítica de los manuscritos por parte de expertos que no forman parte del personal editorial. Por lo tanto, puede ser considerada una prolongación del proceso científico. Aunque su valor ha sido poco estudiado y se debate ampliamente, la evaluación por pares ayuda a los editores a definir qué manuscritos son adecuados para sus revistas, a la vez que ayuda a autores y editores en sus esfuerzos para mejorar la calidad de sus artículos. (ICMJE, 2010; pág. 6)

Los artículos presentados a FINNOVA son evaluados atendiendo a los siguientes criterios contemplados en el documento Formato de evaluación (FINNOVA, 2015):

- Pertinencia del título y resumen. Descripción adecuada del contenido del artículo
- Claridad. La formulación del argumento y su desarrollo son entendibles y bien fundamentados

- Marco teórico. Hay una inserción del problema en los debates teóricos vigentes, con literatura actualizada
- Rigor metodológico. La metodología presenta rigor científico y permite el desarrollo de los objetivos planteados
- Análisis. Se hace un adecuado uso de los datos para presentar debates pertinentes y aportar al conocimiento sobre el tema
- Coherencia. Existe articulación entre los diferentes componentes del artículo
- Estilo y redacción. Es apropiada para una publicación científica y usa la terminología especializada
- Bibliografía. Las fuentes utilizadas son pertinentes y actuales, en relación con el tema desarrollado
- Aporte al conocimiento y pertinencia para la revista. El artículo contribuye a avanzar en la comprensión de una temática relevante para la revista
- Nivel analítico. La profundidad y complejidad del análisis es propia de un artículo científico

De acuerdo con estos criterios, la evaluación de pares académicos puede arrojar los siguientes resultados: aprobado, aprobado con ajustes menores, aprobado con cambios sustanciales o no aprobado.

El editor informará a los autores sobre los resultados de la evaluación o arbitraje externo. En caso de ajustes, comunicará a los autores los plazos en que deberán entregar los documentos con los cambios solicitados.

Referencias bibliográficas

American Psicological Association (2010). Manual de publicaciones. Ciudad de México: Manual Moderno.

Comité Internacional de Editores de Revistas Médicas (ICMJE, 2010). *Requisitos de uniformidad para manuscritos enviados a revistas biomédicas*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Cossete, P. (2011) *Diez reglas de la publicación de una revista académica*. Bogotá: Universidad de Los Andes.

Díaz, A. (2014). *Retórica de la escritura académica. Pensamiento crítico y argumentación discursiva*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Londoño, O., Maldonado, L., Calderón, L (2014). *Guía para construir estados del arte*. Bogotá: International Corporation of Networks of Knowledge.

Centro de Servicios Financieros
SENA, Regional Distrito Capital
· 2016 ·