

Sistematización de experiencias empresariales: electivas bajo enfoque praxeológico programa administración de empresas*

Cifuentes Bedoya, Diego Hernando; Castro Munar, Diego Armando

Diego Hernando Cifuentes Bedoya

dfcifuentes@uniminuto.edu

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Colombia

Diego Armando Castro Munar

diego.castro@uniminuto.edu

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Colombia

Revista Perspectivas

Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia

ISSN: 2145-6321

ISSN-e: 2619-1687

Periodicidad: Trimestral

vol. 2, núm. 8, 2017

perspectivas@uniminuto.edu

Recepción: 04 Agosto 2017

Aprobación: 08 Octubre 2017

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/638/6383109016/>

Resumen: El artículo describe el estudio de caso por medio de la sistematización de experiencias empresariales a través de charlas con profesionales del sector productivo para identificar las competencias y habilidades en marketing y ventas en los estudiantes del programa de Administración de Empresas, Centro Regional Girardot, utilizando el enfoque praxeológico para el desarrollo de las asignaturas técnicas de ventas e investigación de mercados, lo cual posibilita el fortalecimiento curricular del programa, al igual que el conocimiento del consumidor, el mercado y el tejido empresarial de Girardot y la región de Cundinamarca. De igual modo, el estudio de caso busca identificar en los educandos las competencias profesionales y habilidades estratégicas en temas como negociación, ventas, marketing, publicidad e investigación de mercados.

Palabras clave: Competencias empresariales, conversatorios, enfoque praxeológico, sector productivo sistematización.

Abstract: The present article describes the case study through the systematization of business experiences through talks with professionals from the productive sector to identify the skills and abilities in marketing and sales in the students of the Business Administration program, Girardot Regional Center. The case study was carried out using the praxeological approach for the development of technical subjects of sales and market research, which makes possible the curricular strengthening of the program, as well as the knowledge of the consumer, the market and the business network of Girardot and the Cundinamarca region. In the same way, the case study looks for identifying in the students the professional skills and strategic abilities in topics such as negotiation, sales, marketing, advertising and market research.

Keywords: Business skills, talks, praxeological approach, productive sector systematization.

Resumo: O artigo descreve o estudo de caso por meio da sistematização de experiências empresariais através de palestras com profissionais do setor produtivo para identificar as competências e habilidades em marketing e vendas nos estudantes do programa de Administração Empresas, Centro Regional Girardot, utilizando o enfoque praxeológico para o desenvolvimento das matérias técnicas de vendas e investigação de mercados, o qual possibilita o fortalecimento curricular do programa, ao igual que o conhecimento do consumidor, o mercado e o tecido empresarial de Girardot e a região de Cundinamarca. De igual modo, o estudo de caso procura

identificar nos educandos as concorrências profissionais e habilidades estratégicas em temas como negociação, vendas, marketing, publicidade e investigação de mercados.

Palavras-chave: Concorrências empresariais, conversatórios, enfoque praxeológico, sistematização do setor produtivo.

INTRODUCCIÓN

Como parte del ejercicio docente en el Centro Regional Girardot se ha venido reflexionando acerca de las prácticas pedagógicas y su correspondencia con el enfoque praxeológico que caracteriza a la Corporación Universitaria Minuto de Dios-UNIMINUTO. Es por esta razón que, en el caso académico de las ciencias empresariales, los docentes deben propender el manejo de herramientas pedagógicas para el desarrollo y fortalecimiento de la malla curricular que permitan establecer alternativas educativas por medio de actividades que logren articular la teoría y la práctica, con el fin de que el educando logre fortalecer sus conocimientos en las aulas de clases.

Por otra parte, el objetivo de las asignaturas (Técnica de Ventas e Investigación de Mercados), es la de articular a líderes empresariales, estudiantes y docentes por medio de actividades pedagógicas realizadas bajo el enfoque praxeológico para que el educando adquiera habilidades y destrezas competitivas que generen experticia en el campo laboral.

Por medio del enfoque praxeológico, el programa de Administración de Empresas del Centro Regional Girardot busca identificar y caracterizar las vocaciones profesionales del estudiante, tomando como base el desarrollo de aprendizajes en el aula de clase donde intervinieron el empresario, los estudiantes y el docente, aplicando así las fases del ver, juzgar, actuar y devolución creativa, permitiendo fortalecer las habilidades competitivas en mercadeo y ventas.

MARCO DE REFERENCIA

Para el proceso de sistematización de experiencias empresariales para las asignaturas técnicas de ventas e investigación de mercados, se utilizó el enfoque praxeológico “el cual permite la construcción de saberes de la acción (lógica científica). El objeto principal de la praxeología es la elaboración, experimentación y validación de modelos de acción” (Juliao, 2011, p. 87). Mediante las fases del ver, juzgar, actuar y devolución creativa donde, por medio del profesional del sector externo, los estudiantes y docentes intercambian conocimientos del comportamiento del mercado cundinamarqués, a través de charlas empresariales y conversatorios al interior del aula en las cuales se plasma la situación real del marketing, asimismo, el invitado al aula genera en los estudiantes cuestionamientos que redundara en el logro de habilidades y competencias del perfil profesional.

Vinculando este proceso de investigación con el documento titulado “Neuroeducación, solo se puede aprender aquello que se ama” el autor Mora es enfático en señalar que “los temas que despierten emoción en el estudiante lograrán una mayor atención en los estudiantes y, como consecuencia, una

mayor facilidad para el aprendizaje” (Mora, 2013, p. 155). Este argumento del autor se identifica en el aula de clase debido a que al educando le parece interesante ver por parte del docente la teoría para luego con un profesional experto lograr la praxis.

Por otra parte, siguiendo a Dietrich Benner (1995, 1996), quien propone considerar la educación como una praxis o práctica que está en la base de cualquier dinámica humana compleja (sociedad). Sostenemos, en ese sentido, –siguiendo a Schleiermacher (2000)– que la educación ha existido mucho antes de que hubiese surgido la pedagogía, es decir, que son dos cuestiones que se pueden diferenciar, que no remiten a algo idéntico (Runge, 2012). Para el caso de estudio se utilizó las dos teorías mencionadas anteriormente teniendo en cuenta que la pedagogía es una práctica para el mejoramiento constante del ser humano.

De igual modo, el estudio de caso permitió potencializar las habilidades en liderazgo, trabajo en equipo, autocrítica, investigación, reflexión, comunicación humana, conceptual y técnica; destrezas que el administrador de empresas debe tener para el desarrollo laboral de una organización. Es decir que el directivo en una organización “debe saber (conocimientos), saber hacer (capacidades y habilidades) y saber ser (cualidades)” (Madrigal, 2009, 2002, p. 8). Los anteriores conceptos teóricos, proporcionaron a la investigación un valor agregado en la formación académica de los educandos a través del enfoque praxeológico por medio de sus facetas ver, juzgar, actuar y devolución creativa en los casos de éxito y fracaso dirigidos por los conferencistas empresariales, con el fin de que los estudiantes generen su propio punto de vista en el desarrollo de las acciones tomadas por los líderes profesionales.

De igual modo, el docente debe emplear estrategias de aprendizaje que permitan el desarrollo de las actividades pedagógicas en el aula de clase, por esto, en la investigación, como parte de la caracterización de la sistematización empresarial para el programa de Administración de Empresas, como “las estrategias de aprendizaje pueden ser definidas como conductas y pensamientos que un aprendizaje utiliza durante el aprendizaje con la intención de influir en su proceso de codificación” (Weinstein & Mayer, 1986, p. 315). De la misma manera, Dansereau (1985) y también Nisbet y Shucksmith (1987) definen estas estrategias como secuencias integradas de procedimientos o actividades que se eligen con el propósito de facilitar la adquisición, almacenamiento y/o utilización de la información (Weinstein & Mayer, s.f.). Un ejemplo relacionado con estas teorías, fue la estrategia académica implementada en las asignaturas técnicas de ventas e investigación de mercados, permitiendo fortalecer la malla curricular, en cuanto al educando le permite generar herramientas encaminadas a realizar negociaciones, análisis de estrategias en ventas, habilidades para persuadir los clientes en un proceso compra, conocimiento del entorno.

UNA REVISIÓN ACTUALIZADA DEL ESTADO EN QUE SE HALLA EL PROBLEMA ESTUDIADO

El programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, Centro Regional Girardot, en su micro currículo carece de actividades pedagógicas que permitan el fortalecimiento del perfil profesional de los estudiantes. Además, la falta de articulación con el sector productivo genera un desconocimiento en

las tendencias del mercado regional. Sumado a lo anterior, la desmotivación, el desinterés y la no aplicabilidad del enfoque praxeológico en las asignaturas fueron aspectos decisivos para plantear el siguiente interrogante ¿por qué es importante la sistematización de experiencias empresariales en las asignaturas Técnica de Ventas e Investigación de Mercado bajo el enfoque praxeológico en el programa Administración de Empresas?

UNA VALORACIÓN DE LAS INVESTIGACIONES PREVIAS

Las investigaciones que aportaron en el estudio para la construcción de nuevas estrategias pedagógicas en el aula de clase son:

Ponencia “II Congreso internacional virtual sobre la educación en el Siglo XXI” (marzo, 2017). Sistematización del enfoque praxeológico en las actividades académicas (muestras empresariales, seminarios, talleres, conferencias) para el programa de administración de empresas UNIMINUTO centro regional Girardot, Colombia. La investigación aportó para el estudio y análisis del comportamiento del educando y las estrategias pedagógicas con el sector productivo.

Artículo “La sistematización de experiencias educativas: reflexiones sobre una práctica reciente”. Aportó a la investigación la reconstrucción de prácticas y costumbres de los actores pertinentes en el aula de clase como las estrategias educativas.

Artículo “La sistematización de experiencias y las corrientes innovadoras del pensamiento latinoamericano—una aproximación histórica”. El anterior artículo generó a este caso de estudio un aporte para la estructura de pensamientos sobre la importancia de sistematizar las actividades que se realizan en las aulas de clase.

Revisión y análisis documental para estado del arte: “Una propuesta metodológica desde el contexto de la sistematización de experiencias educativas”. Este artículo permitió la generación de revisión de evidencias de análisis de propuestas bajo la sistematización de experiencias pedagógicas en el salón de clase.

“La innovación en la enseñanza: Diseño y documentación de experiencias de aula”. La investigación contribuye para el estudio de caso en fomentar procesos pedagógicos innovadores bajo la sistematización de experiencias pedagógicas.

Las experiencias educativas en las aulas de clase son importantes en los procesos de formación profesional para el fortalecimiento y mejoramiento del currículo en las asignaturas, al igual que el programa de Administración de Empresas desarrollando “buenas prácticas educativas” por medio de actividades académicas, análisis de percepción de los educandos, diagnósticos en los procesos de las experiencias por medio de las charlas empresariales, dinamización de las teorías aplicadas en clases de las asignaturas de Técnicas de Ventas e Investigación de Mercado a través de la praxis del sector empresarial. De igual modo, la construcción de experiencias de las actividades académicas que se realizó en el aula de clase por medio de la observación y descripción en los procesos de enseñanza aprendizaje, la cual genera reflexiones educativas para

el mejoramiento del método pedagógico que se aplique la formación de los educandos.

En primera instancia, la investigación favoreció a los educandos de las asignaturas técnicas de ventas e investigación de marketing, para el fortalecimiento del perfil profesional, habilidades y destrezas en el área de marketing de ventas al igual que el desarrollo crítico reflexivo en ámbito investigativo y de mercados. En segunda instancia, benefició a la comunidad docente del programa de Administración de Empresas, ya que permite ampliar las estrategias competitivas en el ámbito educativo en el contexto de sistematización de experiencias. Por último, la investigación favorece al sector empresarial y comunidad en general, pues, a través de estas estrategias educativas, se contribuye a la formación del profesional del programa de Administración de Empresas, UNIMINUTO, Centro Regional Girardot.

Es por ello que esta investigación buscó identificar por medio de la sistematización de experiencias empresariales en las asignaturas técnica de ventas e investigación de mercados las potencialidades de los educandos bajo el enfoque praxeológico para el programa de Administración Empresas Centro Regional Girardot. De igual modo, analizar el proceso académico mediante la descripción de las experiencias que se realiza en el aula de clase para el fortalecimiento académico como estrategia pedagógica en el desarrollo profesional.

METODOLOGÍA

La fundamentación metodológica que se utilizó en el estudio de caso fue cuantitativa y cualitativa de tipo descriptivo, ya que mediante el análisis de datos se logró potencializar las destrezas y habilidades de los educandos del programa. Además, el análisis de experiencias empresariales por medio de las enseñanzas y el aprendizaje práctico, a través del enfoque praxeológico, involucra los actores directos que intervienen en el aula. Por medio las fases de ver, juzgar, actuar y devolución creativa, se analizan e interpretan las virtudes, destrezas, habilidades y desarrollo de competencias que se sistematizan mediante un proceso dinámico participativo, generando lluvia de ideas sobre situaciones o casos que suceden en el contexto nacional, regional y local.

El método para el estudio de caso es inductivo y deductivo, debido a los resultados obtenidos por medio de la observación, análisis de datos e interpretación de los mismos, al igual que a la aplicación de teorías para explicar los resultados del proceso pedagógico que se analizó en la investigación. El estudio manejó el diseño descriptivo, ya que es un método científico que consiste en observar y describir los acontecimientos y comportamientos del grupo o actores que intervienen en el caso de estudio.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó una población de veintiún estudiantes que asistieron a la asignatura electiva técnica de ventas e investigación de mercados, como muestra de estudio del experimento investigativo. Esta muestra poblacional permitió la identificación del desarrollo de competencias

por medio de la enseñanza–aprendizaje práctico en el proceso de formación profesional. De otra manera, para el estudio de caso se implementó el método de investigación que comprende los siguientes lineamientos metodológicos:

- La indagación y la problematización (el arte de ver).
 - La interpretación de experiencias y el discernimiento (juzgar, dar una opinión).
 - La intervención y el gesto por medio del análisis pedagógico (tomar una decisión frente al problema).

Igualmente, se diseñaron encuestas para los estudiantes y un método de diagnóstico para sistematizar las experiencias académicas dentro del aula, con el fin de construir mejores aprendizajes de la reflexión propias de experiencias para lograr crecer en el ámbito empresariales.

PROCEDIMIENTO

El artículo busca presentar el procedimiento aplicado en la investigación que se desarrolló en el aula de clase basado en el enfoque praxeológico UNIMINUTO como alternativa de aprendizaje académico para el fortalecimiento de las estrategias cognitivas, metacognitivas y de recursos, por medio de las fases del enfoque praxeológico ver, juzgar, actuar y devolución creativa para el fortalecimiento del perfil profesional en las asignaturas de investigación de mercado y técnicas de ventas.

Para realizar las charlas, el docente revisó la literatura y bibliografía de los temas de cada asignatura escogida en la investigación que se realizó teniendo en cuenta los contenidos académicos de UNIMINUTO, para luego empezar con la estrategia pedagógica que consistió en que el líder empresarial contaba la experiencia y los estudiantes al final intervenían con el docente para realizar preguntas de inquietudes, con el fin de dar una reflexión final ejemplarizada de lo que sucedió en el sector empresarial y la región.

La investigación aplicó las fases del enfoque ver, juzgar, actuar y devolución creativa, con el fin de que el educando, docente y líder empresarial analice e interprete, por medio de este método pedagógico. Se empleó en la fase ver, la comprensión de exploración y análisis reflexivo de lo que se hizo en el aula de clase; luego, la fase juzgar permitió la reflexión de que se hizo bien o mal en el desarrollo de la actividad pedagógica, si la participación de cada estudiante, docente y conferencistas es pertinente para la actividad académica y profesional; la fase actuar contribuyó en el plan estratégico pedagógico en el análisis de ejemplarización de los casos con las conclusiones pertinentes en el desarrollo de la actividad. La última fase, la devolución creativa, genera una retroalimentación en el aula de clase para fomentar la pedagogía académica.

Por otra parte, se realizaron dos encuestas como apoyo a los análisis cualitativos. La primera que se aplicó en el aula de clase fue la evaluación general temática del evento / capacitación/reunión perteneciente a la planeación del sistema de gestión de calidad. Y la segunda encuesta se realizó a los estudiantes a partir de las experiencias en el aula de clase para analizar sus destrezas y habilidades. ¿Que se aprendió? ¿Qué se desaprendió? ¿Fue importante la articulación con el sector productivo? Estos planteamientos dieron origen a

información particular logrando el fortalecimiento académico del programa con el enfoque praxeológico para el estudiante.

RESULTADOS

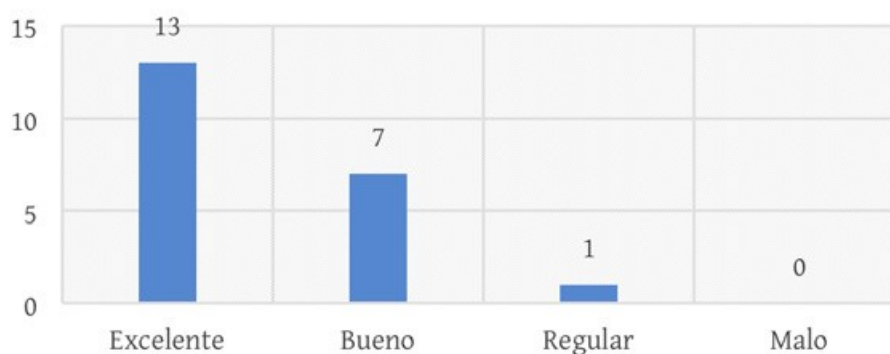
El artículo presenta resultados de una investigación que apuesta al mejoramiento de las estrategias educativas y un manejo del enfoque praxeológico para el fortalecimiento del programa de Administración de Empresas, UNIMINUTO, Centro Regional Girardot. Los hallazgos evidenciados son los siguientes:

Los resultados de las encuestas concluyeron la importancia de articular el sector productivo y el académico por medio de la sistematización de experiencias en el aula de clase. Además, identificó que el estudiante percibe cómo se encuentra la ciudad de Girardot en temas de mercadeo y ventas.

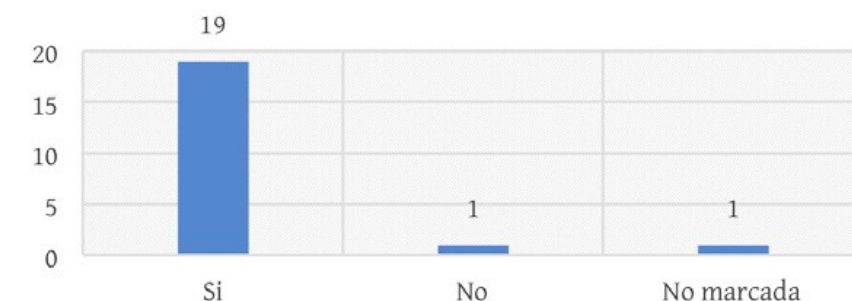
DISCUSIÓN



2. ¿Cuál es el grado de satisfacción generado por la articulación del sector productivo con el académico?



4. Teniendo en cuenta el enfoque praxeológico de UNIMINUTO, las charlas académicas por parte de los empresarios le han permitido ver reflejado el proceso metodológico de la teoría a la práctica en su proceso de formación.



6. El enfoque praxeológico presenta un proceso en el cual se incluye el ver, el juzgar, el actuar y la devolución creativa, las charlas académicas presentan ese proceso para su formación profesional y personal.



3. Con las charlas académicas que se han realizado en la UNIMINUTO por parte del sector productivo le han generado conocimiento del entorno empresarial y de mercado.



El artículo evidencia el caso investigativo por medio del cual se sistematizaron las experiencias empresariales en temas de marketing estratégico en ventas para las asignaturas investigación de mercados y técnica de ventas, con el fin de que el educando indague, analice e interprete por medio de la reflexión y la práctica de estrategias educativas la formación del ser como persona competitiva y experta en el campo profesional. Los estudiantes y docentes del programa de Administración de Empresas, por medio de las experiencias en el aula de clase, identifican las problemáticas del entorno, desarrollan una estrategia para dar una alternativa de solución pedagógica como herramienta de conocimiento. Igualmente, el educando debe estar concentrado e interesado en los temas que dirige el conferencista del sector productivo invitado, logrando tener todos los cinco

sentidos humanos puestos en la actividad de clase, alcanzando la proactividad y concentración en temas de interés empresarial.

Por otra parte, estos datos indican que el desarrollo de las faces ver, juzgar, actuar y la devolución creativa logran potencializar las habilidades de los estudiantes en el campo laboral, participativo, comunicativo, cognitivo, reflexivo, interrogativo en los procesos de formación para un cambio de paradigma de aprendizaje por medio de la praxis experimental de los líderes empresariales. Además, los hallazgos evidenciados revelan planteamientos donde los educandos indican que la praxis es importante en la formación de su campo profesional, a través de la realidad empresarial de la región, donde ellos, como futuros profesionales, necesitan saber cómo está el mercado y las tendencias del mismo. Saber de manera real qué estrategias de marketing y ventas son pertinentes para evitar el ensayo error en los procesos de formación profesional.

De igual manera, la investigación evidencia un resultado en donde los docentes del programa de Administración de Empresas deben generar estrategias pedagógicas bajo el enfoque praxeológico, que permitan un cambio de paradigmas académicos logrando articular el campo real con el académico. Así mismo, los educandos discreparon en ver sólo clases teóricas en asignaturas importantes para su formación profesional como mercadeo, ventas, servicio al cliente e investigación de mercados, entre otros, impulsando así un cambio al modelo académico tradicional por uno más práctico que genere el desarrollo de las habilidades competitivas y profesionales. En efecto, la implementación de nuevas estrategias pedagógicas extrae reflexiones y replanteamientos a los modelos tradicionales de aprendizaje del educando, transformando al profesional como un ser altamente competitivo, con destrezas en el campo laboral por medio de la participación de conocimientos útiles para una sociedad.

CONCLUSIONES

- Es necesario que el programa de Administración de Empresas plantee en las asignaturas disciplinares la articulación con el sector productivo, con el fin de potencializar las habilidades de los educandos del programa.
- El programa de Administración de Empresas debe articular procesos de sistematización pedagógica en las funciones de docencia, investigación y proyección que permita el fortalecimiento académico.
- Las asignaturas técnicas de ventas e investigación de mercados deben generar proyectos de aulas para el fortalecimiento en la formación académica de investigación.
- Es importante difundir la sistematización de experiencias como un proceso académico por parte de los docentes para evidenciar sus logros conseguidos en los trabajos investigativos de aula.
- La sistematización de experiencias bajo el enfoque praxeológico ver, juzgar, actuar y devolución creativa permite el fomento de nuevos paradigmas académicos y profesionales en el aula de clase.

REFERENCIAS

- Bruner, J. (1995). *Actos de significado. Más allá de la revolución cognitiva*. Madrid: Alianza.
- Carretero, M. (2004). *Psicología cognitiva y educación. Posgrado en Constructivismo y Educación*. Buenos Aires, FLACsO Argentina y UAM.
- García, J. (2003). *Dar (la) palabra. Deseo, don y ética en educación social*. Barcelona: Gedisa.
- Juliao, C. G. (2011). *El enfoque praxeológico*. Bogotá, Colombia. Editorial Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.
- Juliao, C. G. (2011). *Pedagogía Praxeologica y Social Hacia otra Educación*. Bogotá, Colombia: Editorial Corporación Universitaria Minuto de Dios
- Martinic, S. (1998). El objeto de la sistematización y sus relaciones con la evaluación y la investigación.
- Castello, L., & Mársico, C. (2005). *Diccionario de términos usuales en la praxis docente*. Buenos Aires: Altamira.
- Mora, F. (2013). *Neuroeducación, solo se puede aprender aquello que se ama*. Madrid: Alianza Editorial.
- Murcia, J. (1992). *Investigar para cambiar. Un enfoque sobre investigación acción Participante*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Runge, A., & Muñoz, D. (2012). Pedagogía y praxis (práctica) educativa o educación. De nuevo: una diferencia necesaria. *Revista Latinoamericana Estudios Educativos*. Universidad Caldas.
- Velásquez C., et al. (2015). *La Sistematización de Experiencias Educativas desde el Enfoque Praxeológico*. Villavicencio Colombia. Editorial Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.