

Administración de EMPRESAS COMERCIALES EN PERSPECTIVA

ASEGURAMIENTO DE LA PERTINENCIA

UNA MISIÓN
DE EQUIPO

Lugo Manuel Barbosa Guerrero · Alex Dueñas Peña (compiladores)



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
SELLO EDITORIAL

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES EN PERSPECTIVA

ASEGURAMIENTO DE LA PERTINENCIA
UNA MISIÓN DE EQUIPO

Lugo Manuel Barbosa Guerrero · Alex Dueñas Peña (compiladores)



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
SELLO EDITORIAL

Barbosa Guerrero, Lugo Manuel

Administración de empresas comerciales en perspectiva: aseguramiento de la pertinencia, una misión de equipo / compiladores, Lugo Manuel Barbosa Guerrero, Alex Dueñas Peña. -- 1a ed. -- Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, 2021.

p. 156

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-958-8359-98-4

1. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Programa de Administración de Empresas Comerciales - Currículo 2. Administración de empresas - Enseñanza - Colombia I. Barbosa Guerrero, Lugo Manuel II. Dueñas Peña, Alex III. Título

CDD: 658.007109861 ed. 23

CO-BoBN- a1073849

Primera edición, 2021

© Lugo Manuel Barbosa Guerrero, Alex Dueñas Peña, Elizabeth Toro Rubiano, Sandra Parra Escobar, Germán Morales, César Campo Espinosa, Wilson Martínez Amado, Juan Ignacio Rodríguez, Gladys Vásquez Calderón, Martha Álvarez, Rubén Páez, Hernán Rodríguez Coy

© UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

Sello Editorial Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Carrera 13 No. 38- 29, Edificio San Juan, noveno piso
selloeditorial@unicolmayor.edu.co
www.unicolmayor.edu.co

Diseño de portada y diagramación: Editorial Scripto SAS
Corrección de Estilo: Xpress Estudio Gráfico y Digital

Bogotá, Colombia, 2021

ISBN: 978-958-8359-98-4

El contenido de esta obra está protegido por las leyes y tratados internacionales en materias del Derecho de autor. Queda prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio impreso o digital conocido o por conocer sin contar con la previa autorización de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Tabla de contenido

Capítulo 1

Fundamentación teórica del programa de Administración de Empresas Comerciales 13

Elizabeth Toro Rubiano

Capítulo 2

Componente interdisciplinario del programa de Administración de Empresas Comerciales 33

Alex Dueñas Peña

Sandra Parra Escobar

Lugo Manuel Barbosa Guerrero

Capítulo 3

Contenidos curriculares del programa de Administración de Empresas Comerciales 45

Alex Dueñas Peña

Sandra Parra Escobar

Capítulo 4

Uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la formación investigativa de los estudiantes 59

Juan Ignacio Rodríguez

Wilson Martínez Amado

Lugo Manuel Barbosa Guerrero

Capítulo 5

Perspectiva de la investigación formativa del programa de Administración de Empresas Comerciales 67

Gladys Vásquez Calderón

Martha Álvarez

Capítulo 6

Las pruebas Saber PRO en el programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca de 2014 a 2018 95

Germán Morales

Rubén Páez

Hernán Rodríguez Coy

Capítulo 7**Proyecto Integrador: estrategia para la interdisciplinariedad del programa de Administración de Empresas Comerciales 119**

Lugo Manuel Barbosa Guerrero

Cesar Campo Espinosa

Alex Dueñas Peña

Wilson Martínez Amado

Introducción

El Decreto 1330 de 2019 concibe la calidad educativa a partir de las particularidades que se exponen de manera articulada en las Instituciones de Educación Superior (IES), aspecto que presenta este texto y se considera como el resultado de la experiencia del equipo de docentes del programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, a través del cual muestran una interpretación del quehacer y buenas prácticas ante las funciones sustantivas: docencia, investigación y proyección social, orientadas en el programa y en aras de acceder a la acreditación del mismo.

Para el desarrollo de la obra se ha utilizado el método de alcance descriptivo, definido como el estudio que “busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Sampieri, 2014, p. 92), a fin de dar, mediante la información recogida, respuestas a todo lo relacionado con los aspectos administrativos, empresariales y comerciales del programa en relación con las funciones esenciales de la educación superior.

La obtención de información sobre cada uno de los temas tratados, mediante la recopilación, revisión, análisis, selección y extracción de información de diversas fuentes proporcionadas por el programa de Administración de Empresas Comerciales y fuentes de datos especializadas, ha logrado un texto que debe servir de referencia no solo de fundamentación del mencionado programa, sino también para los posibles aspectos que puedan considerarse, organizarse y desarrollarse en las instituciones que solicitan la acreditación de sus programas. Así pues, el libro consta de siete capítulos que ayudan a proponer currículos pertinentes para la sociedad en general, contribuyendo a las prácticas óptimas que conducen a la formación de personas capaces de realizar cambios positivos en su entorno.

En el capítulo primero se presenta una filosofía de lo que ha sido y debe de ser la administración de empresas comerciales, basada en la consolidación del currículo y la definición de la administración como disciplina social, caracterizada por su dinamismo para hacer frente a los cambios permanentes del entorno, su flexibilidad para acondicionar los planes a esos cambios y su

capacidad para interactuar como un sistema abierto. También considera los aspectos relacionados con el comercio que contribuyen al currículo del programa en este campo de formación.

En el capítulo segundo se expone la pervivencia de la interdisciplinariedad en el programa de Administración de Empresas Comerciales con una minuciosa revisión y evaluación de las prácticas desarrolladas por el programa con respecto a la misma. Esto incluirá un reconocimiento de los aspectos, actores y contextos que contribuyen a la articulación de los diferentes campos del conocimiento a través de los espacios académicos. Se identificó que el programa cuenta con diferentes espacios académicos que contribuyen a la interdisciplinariedad del programa, por lo que se convierte en un ejemplo de buena práctica que puede trabajarse en otros programas. Se llevó a cabo un análisis de las áreas, abarcando un estudio de las diferentes teorías de la administración, la formulación de estrategias y las competencias requeridas por el sector empresarial.

En el capítulo tercero se informa sobre los contenidos curriculares del programa de Administración de Empresas Comerciales como resultado de la verificación de los lineamientos institucionales establecidos en el Acuerdo Institucional 013, firmado el 12 de mayo de 2003. También se muestra las horas de acompañamiento de los docentes para el desarrollo de las competencias propuestas en los componentes temáticos y el trabajo autónomo e independiente del estudiante, así como los campos de formación profesional, disciplinar y electivo.

El capítulo cuarto muestra cómo la cuarta revolución, producto de la fusión de varias tecnologías exponenciales como *Big Data*, la inteligencia artificial (IA), el internet de las cosas (IdC), el cibercomercio, la realidad aumentada y otras, están difuminando las barreras entre lo físico y lo digital. Caracteriza un cambio fundamental en las metodologías de enseñanza en la educación superior, teniendo en cuenta diferentes modalidades de estudio: presencial, virtual y a distancia, entre otras modalidades, que tiene como objetivo desarrollar habilidades empresariales creativas para aplicarlas a situaciones reales.

El capítulo quinto se refiere a la importancia de la calidad de la educación y su relación con la práctica de la investigación, una habilidad que se adquiere de dos formas: mediante la enseñanza de la investigación y mediante la investigación. La primera se refiere a la actividad docente propiamente dicha, en la que se enseña al estudiante a desarrollar esta habilidad a través del desarrollo

de componentes que le ayuden a entrar en el mundo de la investigación y a adquirir una experiencia inicial, es decir, investigación formativa; y la segunda se refiere a la producción o generación de contenidos de conocimiento para resolver los problemas del contexto.

El capítulo sexto muestra un análisis de los resultados de las pruebas Saber PRO alcanzados por los graduandos del programa. Se llevó a cabo de manera comparativa con los resultados tanto nacionales como institucionales, para establecer fortalezas y debilidades en el proceso de formación de los estudiantes del programa.

Por último, el séptimo capítulo aborda el Proyecto Integrador, concebido como un proceso en permanente construcción, destinado a involucrar a la comunidad académica en general: docentes, estudiantes, administrativos y empresarios, articulando la parte social con la académica y empresarial. Desde aquí, la gestión curricular quiere mostrar la plataforma en la que se materializa la práctica de los objetivos sustantivos de la educación superior en el programa de Administración de Empresas Comerciales: docencia, investigación y extensión.

Fundamentación teórica del programa de Administración de Empresas Comerciales

Elizabeth Toro Rubiano*

Resumen

En este capítulo se aborda la fundamentación teórica del programa Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, las principales perspectivas y autores que han servido de referencia para consolidar el currículo y definir la apuesta que da lugar a los diferentes componentes del plan de estudios del programa; también se contemplaron cada uno de los conceptos que hacen parte de la denominación del programa como son: administración, empresa y comercio.

Las importantes contribuciones y conceptos de los autores considerados en este documento se han consolidado en el trasegar de los tiempos, dando lugar a enfoques y teorías desde los inicios con la escuela clásica, a las corrientes contemporáneas como las herramientas que soportan las

* Docente ocasional de tiempo completo en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca y docente a tiempo parcial de las especializaciones UVD de la Uniminuto. Candidata a doctora en Administración, magister en docencia, especialista en logística de producción y distribución y administradora de empresas. Experiencia en dirección de organizaciones, asesora y consultora empresarial, con varias publicaciones resultado de investigación.

decisiones tomadas por la gerencia teniendo en cuenta su entorno, y finalmente a algunas tendencias relacionadas e incluidas en el currículum del programa. De la misma manera, el concepto de comercio se integra destacando los aspectos relevantes que aportan al currículum del programa en este campo de formación.

En cuanto al tema de la empresa, se consideran varias definiciones de autores y se plantea la relación o coherencia existente con los componentes temáticos del área legal y organizacional.

Abstract

This chapter contemplates the theoretical foundation of the Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca Business Administration Program, the main perspectives or authors that served as a reference for the consolidation of the curriculum and the definition of the commitment that gives rise to the different components of the program's curriculum; It's also been contemplated, each of the concepts that are part of the denomination such as: Administration, business and commerce.

The important contributions and concepts of the authors contemplated in this document, have been consolidated in the turn of time, giving rise to the approaches and theories since its inception with the classical school, contemporary currents as the tools that support the decisions taken by management considering its environment; Finally, some trends that are related and involved in the curriculum of the program. In this same way the concept of trade is integrated, showing relevant aspects that contribute to the program curriculum in this formation field.

Regarding the subject of the company, several definitions of authors are considered and the relationship or coherence with the thematic components of the legal and organizational area is considered.

Palabras clave

Administración, empresa, comercio.

Keywords

Administration, company, commerce.

Introducción

La fundamentación teórica de un programa hace referencia a los enfoques teóricos o campos de conocimiento que dan claridad y orientación al currículo. Así, De Zubiría y Ramírez (2009) se refieren a la teoría como el momento que comprende el apogeo de aquellos conceptos que permiten manifestar los conocimientos que el hombre ha logrado compilar, alrededor de una ciencia que explique y apoye los fenómenos que se han estudiado. De igual manera, la fundamentación teórica hace parte de los requerimientos del Ministerio de Educación Nacional para el otorgamiento o renovación de registros calificados de los programas, considerándose como un aspecto curricular que explica y articula el currículo con los objetivos o propósitos de formación del programa (MEN, 2015).

El programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca inició su oferta académica en el primer período de 1997 y desde entonces ha venido realizando diferentes estudios sobre los temas que sirven de base al programa y también apoyando las modificaciones que se han presentado en el programa con cada renovación del registro calificado.

Este documento presenta algunos conceptos, postulados y definiciones de los elementos que componen el nombre del programa: administración, empresa y comercio según algunos autores destacados. En el área de la administración, se muestran las escuelas y enfoques desde los que se generan los postulados de los teóricos como Taylor y Fayol, de la escuela clásica; Mayo, de la escuela humanística; Drucker, del enfoque neoclásico; Weber y Etzioni, del enfoque estructuralista; Herzberg, Maslow y McGregor, de la escuela de comportamiento humano; y Bertalanffy, dando lugar al enfoque sistémico y a las tendencias de las nuevas corrientes administrativas que implican aspectos más emocionales, de toma de decisiones y de trabajo en equipo para alcanzar logros en un mercado competitivo y global, entre otros.

En cuanto al concepto de empresa, los autores se refirieron a esta como una disciplina social, como una unidad económica de producción o transformación y como una unidad organizativa formada con capital social. Por último, también enuncian conceptos del término comercio y los aspectos que dieron lugar a la formación en el campo del mercadeo, como una herramienta importante en la evolución del comercio, con las extensiones que también se generaron como una necesidad, como consecuencia del mercado regional, nacional y global.

Metodología

Para el desarrollo de este trabajo se ha utilizado el método del alcance descriptivo, que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) se define como los estudios que “buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (p. 92); las variables en las que se centró la recolección de información para responder al fundamento del programa fueron, conforme a su denominación, administración, empresa y comercio.

Para obtener la información necesaria sobre cada uno de los temas planteados, la autora se basó en la técnica de revisión documental, conocida como el proceso por el cual un investigador recopila, revisa, analiza, selecciona y extrae información de diversas fuentes, sobre un tema determinado; así es como se realizó inicialmente una revisión bibliográfica, relacionada con los autores que estudiaron las escuelas y los enfoques de la administración, así como las teorías del comercio. También se consideraron algunas normas y artículos de consulta física y a través de redes informáticas, y diccionarios para la definición de conceptos, entre otros. Esta recopilación de literatura fue analizada y seleccionada para ser presentada en un orden cronológico y las ideas fueron colocadas antes de cada variable de estudio.

Desarrollo

Dado que no es concluyente dentro del concepto de ciencia, la administración es considerada por varios autores, en el marco de su definición, como una técnica, arte o disciplina. Algunas de estas se relacionan a continuación:

Agustín Reyes Ponce. 2004: “Es la función de lograr que las cosas se realicen por medio de otros u obtener resultados a través de otros” (p.4).

Edward Francis Leopold Brech: “Es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa, para lograr un propósito dado”. (citado en Reyes, 2004, p.16).

Henry Fayol: “Administrar es prever, organizar, comandar, coordinar y controlar” (citado en Koontz & Wehrich, 2012, p. 18).

José Antonio Fernández Arena: “Ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado” (citado en Reyes, 2004, p.16).

Koontz y Wehrich. 2012: “Es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz” (p.4)

J. D. Mooney: “Es el arte o técnica de dirigir e inspirar a los demás, con base en un profundo y claro conocimiento de la naturaleza humana”. (citado en Reyes, 2004. p. 17)

Cada uno de los conceptos anteriores da cuenta de la relación que se asocia, en primer lugar, con la organización como parte de un proceso para alcanzar los objetivos y, en segundo lugar, los autores relacionan la administración con la dirección, como el ejercicio realizado por el sujeto que tiene las habilidades para inspirar a los miembros de la organización en el logro de las metas.

Por otro lado, Torres y Mejía (2006) proponen definir la administración como un proceso social de integración de conocimientos y habilidades individuales, que a su vez generaría conocimiento colectivo, no solo con el objetivo de lograr resultados económicos inmediatos, sino también para garantizar la existencia de la organización frente a condiciones inciertas (sostenibilidad) y que los actores involucrados sean personas. Aseguran que la organización va más allá de estructuras y procesos e integra símbolos y significados que le permiten interconectar y dinamizar aspectos como la identidad, la información y las relaciones con el público, para darle sentido y valor agregado.

Según ASCOLFA (2001), el objeto de estudio de la administración es el estudio de la organización y las interacciones humanas dentro de esta misma para lograr los objetivos; por lo tanto, la administración debe clasificarse como una ciencia social y humana o, según los lineamientos de Colciencias, como una ciencia social aplicada. Esto significa que las áreas de conocimiento de la administración están relacionadas con el ser humano y sus interacciones, es decir, en el estudio de la organización se examinan los aspectos que intervienen y representan la realidad organizacional; esto incluye el acto de conocer una determinada relación sujeto-objeto, que en las ciencias sociales es la de sujeto (conoce) – sujeto (objeto conocido), que son también sujetos sociales e históricos. Esto implica que la administración partirá de objetos culturales constituidos por las relaciones interpersonales y sociales resultantes del trabajo y la transformación de la sociedad, y por ello será un acto comunitario que puede ser organizado y planificado.

La tabla 1 muestra los postulados, principios, técnicas y teorías desde finales del siglo XIX, que muestran el desarrollo de la administración como una disciplina que requiere de otras disciplinas para lograr la interacción que se está desarrollando en las organizaciones, a saber:

Tabla 1. Enfoques de la Administración

ENFOQUE	DESCRIPCIÓN
Enfoque clásico	<p>En este enfoque se presentan especialmente los postulados de Frederick Winslow Taylor (1856-1915), con su Escuela de Administración Científica, que se concentra en el proceso productivo y la racionalización del trabajo para alcanzar su máxima productividad y la Teoría Clásica de la Administración de Henri Fayol, relacionada con la estructura funcional de la organización, quien consideró que las funciones administrativas son diferentes a las de dirección, ya que dirigir es “conducir la empresa” o “asegurar la marcha de las funciones esenciales”, mientras que la administración la consideró como un proceso compuesto por la previsión, la organización, el concepto de mando o dirección, coordinación y control.</p>
Enfoque contemporáneo	<p>Este enfoque corresponde a los exponentes que involucran a las personas y su comportamiento en la organización. Algunas escuelas representativas son:</p> <p>Escuela humanista de administración: se centra en el estudio del hombre y su comportamiento en las organizaciones, sus motivaciones y necesidades, cómo comunicarse con las personas individualmente o en grupo, dando lugar a la Teoría de las Relaciones Humanas de Elton Mayo; inicia el estudio de la psicología del trabajo y la psicología industrial, en aspectos de la personalidad y la sociabilidad del individuo como factores de productividad.</p> <p>Escuela estructuralista: se centra en la eficiencia de la organización, sus formas de estructuración y funcionamiento. El enfoque del modelo burocrático presentado por Max Weber, se basa en un modelo de organización racional y eficiente, en el que la especialización del trabajo, la jerarquía específica de la autoridad y el desarrollo organizativo convergen en un conjunto de normas, procedimientos y criterios rígidos, de carácter impersonal y de promoción profesional basada en el mérito. Entre los exponentes mencionados por Chiavenato (2013) se encuentran Victor A. Thompson, Amitai Etzioni, Peter M. Blau, Jean Viet, Robert K Merton, Selznick y Alvin Gouldner.</p>

ENFOQUE	DESCRIPCIÓN
Enfoque contemporáneo	<p>Escuela Behaviorista o del comportamiento: basada en el comportamiento o la conducta (aprendizaje, estimulación, motivación y reacciones y hábitos de respuesta), influenciada por el nivel cultural de las personas y el estilo de dirección que reciben. Sus principales exponentes mencionados en Ballina (2000) son Herbert Alexander Simón, Chester Barnard, Douglas Mc Gregor, Rensis Likert y John Watson. En la motivación de Abraham H Maslow, Frederick Herzberg y David McClelland.</p> <p>Escuela de administración por objetivos: según Peter Drucker (2002) es un método por el cual el nivel ejecutivo determina los objetivos, metas y acciones que afectan a las diferentes áreas para cumplirlos en un período de tiempo determinado. También se conoce como: administración por resultados, por proyectos, por participación o por motivación.</p> <p>Escuela matemática: basada en la aplicación matemática en la investigación de operaciones, cálculos lógicos y matemáticos, utilizados en la econometría, programación, teoría de colas y restricciones, gráficos, teorías de juegos y probabilidades. Según Chiavenato (2006), entre sus principales representantes se encuentran Herbert A Simon, Igor H. Ansoff, Leonnard Arnoff, West Churchmann y Kenneth Boulding.</p>
Enfoque moderno	<p>Los enfoques modernos muestran una mayor correspondencia con el entorno de la organización y el rol que deben desempeñar los administradores en la visualización de la organización y su relación con el entorno, proceso que facilita y tiende a tomar mejores decisiones. Algunas de estas teorías se relacionan a continuación:</p> <p>Teoría de sistemas: considera la organización como una serie de partes interrelacionadas e interdependientes que producen un todo unificado; su principal exponente es Chester Barnard (1938). Las organizaciones son sistemas sociales que necesitan cooperación. Su análisis se realiza por representaciones o modelos (analógicos, dinámicos, matemáticos, físicos y simulaciones a escala). En relación a este enfoque, Stoner (1996) plantea que la empresa se considera un sistema abierto que interactúa con el entorno externo y transforma los recursos entrantes en productos y servicios finales; esto permite a los administradores ver la organización como un todo y como parte del entorno externo más amplio, en el que la actividad de un segmento o área de la organización afecta a los demás segmentos o áreas.</p> <p>Teoría de la contingencia o situacional: las organizaciones son diferentes, se enfrentan a situaciones distintas y requieren</p>

continúa (pág. 20)

ENFOQUE	DESCRIPCIÓN
Enfoque moderno	<p>diferentes formas de dirección. El administrador debe obtener la forma de administrar que se ajuste a una situación determinada e identificar las variables que afectan la organización para alcanzar los objetivos; para ello utiliza los diferentes conceptos de las escuelas más importantes.</p> <p>Teoría del compromiso dinámico: indica que las relaciones humanas y los tiempos están obligando a los administradores a reconsiderar los enfoques tradicionales debido a la velocidad y la trascendencia de los cambios, lo que implica una mayor dinámica (cambio, crecimiento y actividad constantes) y compromiso (involucramiento profundo con otros) (Stoner, 1996).</p> <p>Teoría del cambio estratégico: se basa en encontrar la relación entre la estrategia o misión de la organización y los sistemas de recursos humanos, así como en lograr un ajuste entre ellos y su adecuación al ambiente organizacional para alcanzar la imagen deseada.</p>
Otros enfoques	<p>Los planteamientos más recientes se basan en procesos de mayor complejidad que ayudan a las organizaciones a ser más provisorias en su interacción con el entorno para lograr resultados más productivos y competitivos. Algunos de estos enfoques son:</p> <p>Calidad total y mejora continua: en el ámbito del control estadístico y los círculos de calidad, por Edward Deming; la teoría Z, por William Ouchi; la producción en fábrica y la formación en el puesto de trabajo, por Joseph Juran; y la estrategia competitiva, por Michael Porter, que es uno de los autores modernos que también contribuye al oficio (Koontz & O'Donnell, 2008), la calidad total implica la participación permanente y proactiva de los empleados en la mejora continua y los resultados a corto plazo para lograr la excelencia en los procesos de la organización, alcanzar metas y fidelizar a los clientes.</p> <p>Medioambiente: pone énfasis en la relación entre organización y medioambiente. La teoría situacional asume que no hay una respuesta universal a todas las inquietudes porque las organizaciones, las personas y las situaciones varían y cambian constantemente. Según Hernández (2002), entre los principales exponentes se encuentran Chandler, Burns y Stalken, Wood Word, Lawrence y Lursh.</p> <p>Responsabilidad social: la responsabilidad social empresarial es hacer negocios basados en principios éticos, legales,</p>

ENFOQUE	DESCRIPCIÓN
Otros enfoques	<p>rentables y estratégicos, ya que con ello genera mayor productividad, lealtad de los clientes, acceso a los mercados y credibilidad.</p> <p>Benchmarking: consiste en comparar, por medio de la información, los procesos internos de la organización con los de un mejor representante de su clase y sector, con el fin de descubrir las mejores prácticas en la aplicación de sus procesos (Hernández, 2006).</p> <p>Downsizing: reorganización de la empresa en cuanto a su estructura, con el personal adecuado, para mantener la competitividad y desarrollar estrategias orientadas al rightsizing, que consiste en lograr el tamaño óptimo de la organización (Hernández, 2006).</p> <p>Outplacement: programa relacionado con el talento humano en las organizaciones, utilizado especialmente en caso de despidos masivos como resultado de reorganizaciones empresariales. Este programa permite a los trabajadores la reinserción laboral para evitar comentarios negativos que afecten su imagen. Se trata de una desvinculación asistida (Sastre,1995).</p>

Fuente: Tomado del programa Administración de Empresas Comerciales (2019).

Estas definiciones contienen términos comunes como coordinar, dirigir, controlar y alcanzar objetivos que denotan acciones de grupos de personas dirigidas, que por sus dirigentes logran resultados efectivos que no podrían ser alcanzados con esfuerzos individuales; y a su vez, conforman lo que se denomina un proceso administrativo que hace parte del ejercicio de la administración en las organizaciones y está claramente contemplado en el plan de estudios del programa de Administración de Empresas Comerciales.

Sin embargo, a pesar de que en su aplicación se asume la administración de todos y cada uno de sus enfoques, en la tabla 2 se hace una relación con los componentes temáticos del programa, pero sin especificar ninguna corriente o enfoque, pues todos hacen parte del ejercicio administrativo bajo la complejidad de las organizaciones que deben adaptarse constantemente a las circunstancias rápidamente cambiantes y avanzar más hacia un desarrollo de la estrategia más dinámica (Porter, 1996).

Tabla 2. Enfoques de la administración en componentes temáticos

ENFOQUE/TEORÍA	CONSIDERACIONES	COMPONENTES TEMÁTICOS PARA LA FORMACIÓN DE SABERES
ADMINISTRACIÓN		
<p><u>Enfoque clásico</u> Principios de administración científica Teoría clásica</p>	<p>Se presentan especialmente los postulados de Frederick Winslow Taylor (1856-1915) con su Escuela de Administración Científica que se concentra en el proceso productivo y la racionalización del trabajo para alcanzar su máxima productividad y la Teoría Clásica de la Administración de Henri Fayol relacionada con la estructura funcional de la organización.</p>	<p>LA ADMINISTRACIÓN Y LAS ORGANIZACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la administración • Teoría de las organizaciones • Desarrollo de competencias empresariales • Competencias gerenciales • Planeación estratégica • Tendencias contemporáneas de la administración
<p><u>Enfoques contemporáneos</u> Escuela humanística Escuela Estructuralista Escuela Behaviorista o del comportamiento Escuela de administración por objetivos Escuela matemática</p>	<p>Involucran a las personas y su comportamiento en la organización; la especialización y preparación para la ejecución de las labores contempladas en los cargos asignados y la preparación de las personas para sumir los cambios en la dinámica de las organizaciones.</p>	<p>PRODUCCIÓN Y OPERACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación de operaciones • Gerencia de producción <p>GERENCIA DE PERSONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de talento humano • Seminario profesional • Seminario complementario profesional
<p><u>Enfoques modernos</u> Teoría de sistemas Teoría de la contingencia o situacional Teoría del compromiso dinámico Teoría del cambio estratégico</p>	<p>Muestran mayor correspondencia con el entorno de la organización y el rol que deben asumir los administradores para visualizar la organización y su relación con el ambiente, proceso que facilita y propende por tomar mejores decisiones.</p>	<p>CUANTITATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas • Cálculo • Estadística descriptiva • Estadística Inferencial <p>INFORMÁTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taller de informática • Sistemas de información gerencial

ENFOQUE/TEORÍA	CONSIDERACIONES	COMPONENTES TEMÁTICOS PARA LA FORMACIÓN DE SABERES
ADMINISTRACIÓN		
<u>Otros enfoques</u> Calidad total y mejoramiento continuo Medio ambiente Responsabilidad social Benchmarking Downsizing	Planteamientos más recientes asumen procesos más complejos que ayudan a las organizaciones a ser más preventivas en su interacción con el entorno para lograr resultados más productivos y competitivos en la dinámica de cambio permanente.	LEGISLACIÓN • Derecho laboral METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN • Metodología de investigación • Seminario de investigación • Seminario de grado

Fuente: Tomado del programa Administración de Empresas Comerciales (2019).

La tabla 2 muestra que no solamente los contenidos de los componentes considerados teórico-prácticos tienen relación con los planteamientos de las escuelas o teorías, sino que componentes como la matemática, la informática y la legislación también tienen su apoyo teórico dentro de los enfoques modernos de la administración, que han sido contemplados especialmente para la toma de decisiones organizacionales.

Empresa

Continuando con los conceptos que sirvieron de base para la consolidación del currículo, la empresa se define como una disciplina social que se caracteriza por su dinamismo para enfrentar los cambios permanentes del entorno, su flexibilidad para acondicionar los planes a estos cambios y por su capacidad de interactuar como un sistema abierto que trabaja con las personas y su talento para transformar las materias primas en bienes y servicios adaptados a las condiciones del entorno. Según el plan de estudios del programa de Administración de Empresas Comerciales, los elementos del concepto de empresa están relacionados con los componentes temáticos, como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Elementos del concepto de empresa

CONCEPTO DE AUTOR	ELEMENTOS DEL CONCEPTO
"Desde el punto de vista de la Administración como disciplina social, la empresa puede definirse como una entidad social compuesta por un conjunto de elementos que interactúan entre sí y con el entorno, para la consecución de sus objetivos" (Mendoza, 2002).	Disciplina social
Para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios" (Andrade, 2006).	Entidad formada con capital social
El Diccionario de Marketing de Cultural S.A. define a la empresa como una "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad".	Unidad económica de producción o transformación
El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones menciona que la "empresa es una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos".	Unidad de organización

Fuente: Tomado del programa Administración de Empresas Comerciales (2019).

Con lo anterior, la empresa puede definirse como un ente de carácter socioeconómico que busca alcanzar determinados objetivos, utilizando las habilidades de las personas y los recursos materiales y financieros disponibles, de modo que mediante la producción de bienes y servicios pueda satisfacer las necesidades y deseos de un mercado, obteniendo beneficios. Las empresas que requieren de la intervención del administrador de empresas, quien es capaz de asumir cargos directivos y generar negocios, desarrollan investigación y consultoría para contribuir al desarrollo social y económico del país. De esta manera, el programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca desarrolla componentes temáticos que, mediante el ejercicio práctico de creación de

empresa y consultoría, prepara a los estudiantes para incursionar en el campo de la administración.

En la tabla 4 se indican los aspectos que se tienen en cuenta en el concepto de empresa y su relación con los componentes en la malla curricular. De esta manera, se identifican tres aspectos a considerar: como una disciplina social, como una unidad económica y como un aspecto legal.

Tabla 4. Elementos de empresa en componentes temáticos

ENFOQUE O TEORÍA	CONSIDERACIONES	COMPONENTES TEMÁTICOS PARA LA FORMACIÓN DE SABERES
<p>Como disciplina social</p> <p>Unidad económica</p> <p>Clasificación de empresas</p> <p>Aspectos legales</p>	<p>Considerada como un ente de carácter socio-económico que busca alcanzar unos objetivos determinados, valiéndose de las habilidades de personas y de recursos materiales y financieros disponibles, para que mediante la producción de bienes y servicios pueda satisfacer necesidades y deseos de un mercado, obteniendo beneficios.</p> <p>Para la clasificación de las empresas se contempla la normatividad vigente, así como los aspectos de constitución legal.</p>	<p>LA ADMINISTRACIÓN Y LAS ORGANIZACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la administración • Desarrollo de competencias empresariales <p>LEGISLACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la constitución • Derecho laboral • Derecho comercial • Derecho tributario <p>ECONOMÍA Y FINANZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presupuestos • Matemática financiera • Administración financiera • Plan de negocios • Práctica empresarial <p>METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Metodología de investigación • Seminario de investigación • Seminario de grado

Fuente: Tomado del programa Administración de Empresas Comerciales (2019).

La relación entre la introducción a la administración y el desarrollo de competencias empresariales, con la disciplina social que lidera a las personas para que puedan responder con sus habilidades y el uso adecuado apropiado de los recursos a los objetivos establecidos por las organizaciones, se incluye en la formación de saberes. También se incluyen en esta relación los temas investigativos que son cada vez más necesarios para ser más competitivos. Los aspectos legales, a su vez, son necesarios en el proceso de formación para que el estudiante incurra dentro de los términos establecidos por la norma; por último, la unidad económica se relaciona con los aspectos económicos y financieros, herramientas de soporte para identificar la viabilidad de los proyectos organizacionales.

Comercio

Finalmente, dentro de los conceptos que sirvieron de base para consolidar el currículo del programa de Administración de Empresas Comerciales, se tuvo en cuenta el comercio, que remitiéndonos a la época del feudalismo en la que se iniciaron las fuerzas productivas, se crearon mercados para los que se permitía el intercambio de excedentes de producción, y posteriormente, al inicio del conocido capitalismo mercantil, se buscaron nuevos mercados, más métodos de manufactura, avance en los medios de transporte, especialmente la navegación, que estaban muy desarrollados y permitieron un mayor desarrollo al encontrar nuevas formas de llegar a Oriente. A medida que evolucionó con el tiempo, se presentaron varias teorías del comercio internacional, en las que se destacan autores de renombre como Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill en 1776.

Tabla 5. Teorías del comercio

TEORÍA	DESCRIPCIÓN
El mercantilismo	De esta teoría surgen ideas como la teoría de la balanza comercial, de la que surge también el interés por los valores materiales; el agente unificador, en el que el mercado cerrado es sustituido por el mercado nación; la política del poder que consiste en ampliar hacia el exterior el poder del Estado para obtener independencia en el ámbito internacional (Villalobos, 2006).

TEORÍA	DESCRIPCIÓN
Teoría clásica	<p>Se destacan aspectos como el libre desarrollo que tiene como base la libertad de trabajo, de comercio y de competencia que hacen parte de la teoría de los costos/precios comparativos. Adam Smith se refirió al concepto de “<i>ventaja absoluta, cuando un país, en la producción de un producto es más eficiente que otro país en la producción de ese mismo producto</i>”. Sin embargo, la evolución del mercado y sus exigencias en el marco de la competitividad ha llevado a pasar de defender el enfoque de ventaja comparativa a un enfoque de ventaja competitiva, misma que tiene elementos no solamente de características propias, sino de la composición de factores como manejo de costos, innovación, tecnología, entre otros.</p> <p>Es de notar también, el aporte de John Stuart Mill con su teoría de la demanda recíproca como la principal fuerza determinante de la relación de cambio, extrajo la ley de los valores internacionales que necesariamente produce el equilibrio en el intercambio internacional (Villalobos, 2006).</p>
Teoría neoclásica	<p>Los autores neoclásicos son aquellos que se dedicaron a reformar el modelo clásico, haciendo algunos ajustes relacionados con el empleo del capital y las técnicas de producción que incrementaron la productividad del trabajo.</p>
La teoría del equilibrio	<p>Busca los factores que producen y conservan el equilibrio y elude el estudio del origen del valor. Con este enfoque predomina el estudio del mercado y de los precios de las mercancías en detrimento, del origen del valor de las mercancías que sirven de base al precio.</p>
La teoría del valor	<p>Este concepto no se ha perdido aún a pesar de haberse generado desde la teoría clásica, pues contribuyó en los años 80 a la separación de la economía mundial en dos mundos: el marxista o socialista y el capitalista. En el campo internacional, el capitalista se rige por las leyes del mercado por medio del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional. En el campo Marxista, transando los países entre ellos a través del Comecon, centro de liquidación de convenios de intercambio en especies (Echavarría, 1998).</p>

continúa (pág. 28)

TEORÍA	DESCRIPCIÓN
Comercio Actual	<p>Para la época actual de un mercado exigente, de grandes economías, que busca satisfacción rápida de sus permanentes necesidades, obliga a dar respuestas adecuadas y oportunas; en este caso, la intervención de la empresa y su organización legal por la regulación de los actos de comercio y su adecuada producción le permite reaccionar efectivamente al mercado.</p> <p>Uno de los referentes, Michael Porter, con su libro “Las ventajas competitivas de las naciones”, resultado de un estudio que realizó a 100 industrias para identificar por qué algunas naciones tienen éxito y otras fracasan en la competencia internacional.</p> <p>Según la OCDE (2018), el comercio también desempeña un papel importante en el aumento de los ingresos y la mejora de las condiciones generales de trabajo; el reto es que los gobiernos avancen con la normatividad para que no exista restricción en la apertura global del mercado.</p>

Fuente: Tomado del programa Administración de Empresas Comerciales (2019).

Se trata de planteamientos que, al igual que los de la administración, han avanzado mucho a lo largo del tiempo y se han convertido en el canal para los esfuerzos de las organizaciones por alcanzar objetivos y mantener la fidelización de los clientes, al tiempo que se mantienen en un mercado cada vez más exigente. Por esta razón, las tendencias del comercio se están desplazando actualmente hacia unidades de comercio más específico en las que operan: tiendas de autoservicio, tiendas especializadas y establecimientos prestadores de servicios de alimentación.

Dentro de la malla curricular del programa de Administración de Empresas Comerciales, la formación de saberes relacionados con el comercio se logra por medio de los componentes temáticos que se muestran en la tabla 6, en la que las teorías enunciadas, así como el concepto de administración, no se toman como una corriente específica del comercio, sino que se imparte todos los saberes de estas teorías para que se puedan aplicar según el momento y los fenómenos económicos que afectan a la región.

Tabla 6. Fundamentación del comercio y componentes temáticos

ENFOQUE/ TEORÍA	CONSIDERACIONES	COMPONENTES TEMÁTICOS PARA LA FORMACIÓN DE SABERES
Mercantilismo	De este enfoque surgen la teoría de la balanza comercial, en la que surge también el interés por los valores materiales; el agente unificador, en el que el mercado cerrado es sustituido por el mercado nación.	<p>MERCADEO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercadeo • Investigación de mercados • Mercadeo y negocios internacionales • Gerencia de ventas • Gerencia de mercado <p>ECONOMÍA Y FINANZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad • Costos • Análisis financiero • Microeconomía • Teoría macroeconómica • Economía internacional <p>METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Metodología de investigación • Seminario de investigación • Seminario de grado
Teoría clásica	Se destacan aspectos como el libre desarrollo que tiene como base la libertad de trabajo, de comercio y de competencia que hacen parte de la teoría de los costos/precios comparativos.	
Teoría neoclásica	Se realizan ajustes relacionados con el empleo del capital y las técnicas de producción que incrementaron la productividad del trabajo.	
Teoría del equilibrio	Predomina el estudio del mercado y de los precios de las mercancías en detrimento, del origen del valor de las mercancías, en base al precio.	
Teoría del valor	Contribuyó en los años 80 a la separación de la economía mundial en dos mundos: el marxista o socialista y el capitalista.	
Comercio Actual	Época actual de un mercado exigente, de grandes economías que buscan satisfacción rápida de sus permanentes necesidades, obliga a dar respuestas adecuadas y oportunas; en este caso, la intervención de la empresa y su organización legal por la regulación de los actos de comercio y su adecuada producción le permite reaccionar al mercado (Porter, 1996).	

Fuente: Tomado del programa Administración de Empresas Comerciales (2019).

De esta manera, el administrador de empresas comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca logra la generación de conocimiento y el desarrollo de competencias en relación por cada componente temático, permitiendo así una formación integral de conformidad con el PEP:

Con conocimientos, habilidades y destrezas administrativas, comerciales y financieras que los faculta para crear, liderar y gestionar empresas sostenibles y sustentables, que ofrezcan bienes y servicios de calidad, con conciencia social y respeto por el medio ambiente (PEP, 2019, p.22).

Los estudiantes responden al perfil ocupacional al momento de egresar, con una habilidad investigativa para el manejo y la resolución de problemas organizacionales, con visión estratégica y capacidad de liderazgo para responder a las variables del entorno, especialmente en el área comercial y financiera, con sentido ético y responsabilidad social, conforme al perfil profesional. La tabla 7 muestra la relación de saberes y perfiles del programa:

Tabla 7. Saberes y perfiles de formación del programa

SABERES	PERFIL PROFESIONAL	PERFIL OCUPACIONAL	PERFIL DE EGRESADO
ADMINISTRACIÓN	<p>Responde a las actuales necesidades de las organizaciones.</p> <p>Visión estratégica y de liderazgo para interpretar las variables del entorno.</p> <p>Reconoce oportunidades o amenazas surgidas de su interacción en el ámbito nacional, regional o local.</p> <p>Capacidad para dar soluciones y manejar problemas organizacionales.</p>	<p>Puede desempeñarse en las diversas áreas y niveles funcionales de las organizaciones.</p> <p>Desarrolla competencias necesarias para crear su propia empresa, ser consultor o asesor en el área administrativa.</p>	<p>Formación de profesionales integrales, con conocimientos, habilidades y destrezas administrativas comerciales y financieras.</p>

SABERES	PERFIL PROFESIONAL	PERFIL OCUPACIONAL	PERFIL DE EGRESADO
EMPRESA	Capacidad para manejar problemas organizacionales ya sea mediante la creación o el fortalecimiento de su propia empresa o para colaborar en el desarrollo y mejora en organizaciones públicas o privadas.	Desarrolla competencias necesarias para crear su propia empresa.	Facultad para crear, liderar y gestionar empresas sostenibles y sustentables que ofrezcan bienes y servicios de calidad, con conciencia social y con respeto por el medio ambiente.
COMERCIO	Interpreta variables del entorno, reconociendo las oportunidades o amenazas surgidas de su interacción en el ámbito nacional, regional o local. Capacidad para dar soluciones y manejar problemas organizacionales especialmente en el área comercial y financiera con sentido ético y responsabilidad social.	Puede desempeñarse en las diversas áreas y niveles funcionales de las organizaciones, en especial en lo referente a las actividades comerciales.	Formación de profesionales integrales, con conocimientos, habilidades y destrezas administrativas comerciales y financieras.

Fuente: Tomado del programa Administración de Empresas Comerciales (2019).

Los perfiles profesionales, ocupacionales y los que se esperan de los egresados corresponden a las áreas específicas de formación del programa, de manera que en el ejercicio de la profesión, el graduado se destaca como un profesional competitivo que, en una gama de posibilidades de acción, reconoce e identifica aquellas que son relevantes para la solución de problemas

y el desarrollo de las organizaciones del sector privado o público; porque, independientemente del objeto económico, a todas ellas se responde con los conocimientos adquiridos en el proceso de formación.

Conclusiones

Los permanentes cambios en la dinámica de los países exigen la generación de respuestas y la satisfacción de las necesidades en el sector educativo, en particular mediante programas de formación profesional, en los que se debe preparar a las personas con los conocimientos y habilidades necesarias para ser competitivas en el mercado. En este sentido, el programa de Administración de Empresas Comerciales centra su formación en tres aspectos esenciales que constituyen la base del ejercicio profesional del egresado, como son: administración, empresa y comercio, y cada uno de estos debe ser complementario de la promoción de organizaciones prominentes. Finalmente, las instituciones de educación superior deben gestionar espacios permanentes con el sector productivo, de manera que puedan identificar y dar soluciones, mediante los estudios académicos, a las necesidades latentes según las diferentes regiones del entorno global.

Componente interdisciplinario en el programa de Administración de Empresas Comerciales

Alex Dueñas Peña*

Sandra Patricia Parra Escobar**

Lugo Manuel Barbosa Guerrero***

-
- * Economista, especialista en gerencia de proyectos, magíster en Administración de Instituciones de Educación y candidato a doctor en Administración. 20 años en el desempeño docente. Consultor empresarial en áreas de las finanzas, la gestión y la administración. Se ha desempeñado como director de maestría, especializaciones, pregrados y coordinador del área de economía. Participación en la preparación de programas con fines de registro calificado y acreditación. Experiencia docente desarrollado y orientando asignaturas relacionadas con el área organizacional, económica y emprendimiento. Docente ocasional tiempo completo Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
 - ** Economista; Magíster en Administración de Negocios con énfasis en servicio, 20 años con desempeño docente, experiencia en las asignaturas de Mercadeo, Organizaciones solidarias, Emprendimiento y práctica empresarial. Participación y preparación del programa con fines de Registro Calificado y Acreditación.
Docente ocasional con funciones de Dirección (2.5 años). Ha trabajado en actividades relacionadas con la Proyección Social, planes de mejoramiento y Gestión de calidad en entornos académicos. Docente tiempo completo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
 - *** Docente de planta de tiempo completo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Docente asistente tiempo parcial de la Universidad El Bosque, magíster en informática educativa, especialista en informática educativa, ingeniería de software y gerencia de proyectos telemáticos, con experiencia en formulación y evaluación de proyectos, gerencia de producción y manejo de programas informáticos. Ponente internacional en tecnoneet – España. Con 25 años de experiencia en docencia.

Resumen

El artículo expone la pervivencia de la interdisciplinariedad en el programa de Administración de Empresas Comerciales. Es el producto de un proceso de revisión y evaluación de las prácticas que el programa ha venido desarrollado en función de la interdisciplinariedad. Se trata, por tanto, de un reconocimiento de aspectos, actores, contexto, entre otros, que contribuyen a la articulación de las diferentes áreas del conocimiento a través de los espacios académicos. Se identificó que el programa cuenta con diferentes espacios académicos que contribuyen a la interdisciplinariedad del programa, por lo que se convierte en un ejemplo de buenas prácticas para trabajar en otros programas.

Abstract

This article presents the continuity of the interdisciplinarity in the de Administración de Empresas Comerciales program. This is a product that results from a process of reviewing and assessing the practices that this program has been developing according to interdisciplinarity. Hence, it is acknowledged that aspects, actors, context, among other elements contribute to the linking together of different knowledge fields by means of academic environments.

Palabras clave

Interdisciplinariedad, proyectos integradores, multidisciplinar.

Keywords

Interdisciplinarity, integration projects, multidisciplinary.

Introducción

La interdisciplinariedad y la flexibilidad en el programa de Administración de Empresas Comerciales envuelve aspectos pedagógicos y educativos, contribuyendo a proponer “la implícita unidad y cohesión de las ciencias, y su necesaria interacción en los planos epistemológicos, investigativos, psicológicos, sociales y culturales” (MOPEI, 2009, p. 24). La conceptualización de la interdisciplinariedad tiene diferentes enfoques, de una parte, pretende ser vista como una estrategia pedagógica que integra diferentes disciplinas, y por otra

parte, es también un enfoque que la define como el resultado de un esfuerzo por hacer converger diferentes disciplinas en torno a un objeto de estudio. Para García (2013), esta integración de disciplinas es una forma de tratar los diferentes problemas que la sociedad actual expone desde diferentes tópicos. Así pues, la integración de las especialidades del saber se ve en la necesidad de reflexionar para hacer frente a la complejidad que requieren los desafíos y problemas del mundo moderno.

El documento presenta las diferentes prácticas en torno a la interdisciplinariedad en el programa. Se muestra, por ejemplo, cómo el espacio académico “Salas abiertas de formación” es una experiencia que permite a los docentes y estudiantes confrontar el conocimiento de la administración con el de otras áreas del saber. Así mismo, también es posible ver el escenario de práctica empresarial “Creación de empresa”, en el que todas las áreas del saber trabajadas durante 8 semestres se articulan en torno a un problema real del entorno. Luego se informa sobre espacios como el “Consultorio empresarial” o los proyectos de investigación y la interacción de estudiantes de carreras diferentes, como resultado de tener oportunidad de cursar asignaturas en otros programas.

Metodología

Se realizó un estudio de enfoque cualitativo y de tipo descriptivo basado en diferentes fuentes de información para comprender la perspectiva de la interdisciplinariedad en el programa de Administración de Empresas Comerciales. A partir de posturas presentadas a través de una serie de recursos brindados por quienes, de una manera u otra, experimentaron la interdisciplinariedad. Así pues, se considera que los resultados presentados representan el análisis en gran parte del mundo empírico que se fortalece desde las experiencias y enfoques de los actores relacionados con el tema de estudio, “el propósito es “reconstruir” la realidad tal como la observan los actores de un sistema social definido previamente” (Hernández, 2014, p.19).

El reconocimiento de las prácticas para la interdisciplinariedad y su interpretación permite informar sobre el objeto de estudio desde una perspectiva descriptiva, apoyada por la hermenéutica, ya que es una forma de lograr la comprensión e interpretación del contexto en el que se ubica la interdisciplinariedad en el programa. Así las cosas, se establece que, dada la visión epistemológica del tema en estudio, los aportes se tomaron de diferentes escenarios.

Desarrollo

El currículo, en su enfoque pedagógico, está diseñado como el despliegue estratégico de las diferentes actividades académicas que componen el ciclo profesional del programa. Es entonces el diseño de espacios sistemáticamente organizados y racionalmente justificados con el que el proceso de formación se hace posible en función del perfil del administrador de empresas comerciales. Así, la estructura curricular está orientada por los principios establecidos en el Acuerdo 013 de mayo de 2003: formación integral, interdisciplinariedad, pertinencia, flexibilidad curricular, innovación pedagógica, calidad, eficiencia e internacionalización.

En cuanto al componente interdisciplinario, como lo expone Van del Linde (2007), este puede considerarse como la estrategia pedagógica que acciona el diálogo de varias disciplinas en función de un nuevo conocimiento, en una misma vía Sotolongo y Delgado (2006) lo conceptualizan como el esfuerzo para la convergencia de varias disciplinas, mismas que por separado representan solo la especialización aislada que sufre un mismo nivel de realidad, no permitiendo “la elaboración de marcos conceptuales más generales, en los cuales las diferentes disciplinas en contacto son a la vez modificadas y pasan a depender unas de otras”(Sotolongo & Delgado, 2006, p. 159), como reflexiona Torres (1996, en Carvajal 2010). Así pues, el CNA (2013) evalúa el desarrollo y la estimulación de espacios de interacción entre estudiantes y profesores de distintos programas y otras áreas de conocimiento para articular saberes desde diferentes aristas en torno a los mismos problemas.

Desde este punto de vista, el programa de Administración de Empresas Comerciales está presente a través de varios espacios donde intervienen los diferentes saberes y especialidades, y aportan con sus conocimientos al desarrollo integral de la propuesta de formación académica. De tal suerte que el aspecto interdisciplinario toma sentido con el hecho de que incorpora en su propuesta curricular varias ramas del pensamiento y saberes en sus actividades académicas, estos son los casos:

- **Salas abiertas de formación:** son espacios complementarios a las actividades académicas que buscan ampliar, perfeccionar y profundizar los temas coyunturales, vigentes y de actualidad en las áreas administrativa y organizacional, comercial, tecnológica y ambiental. Durante el año se

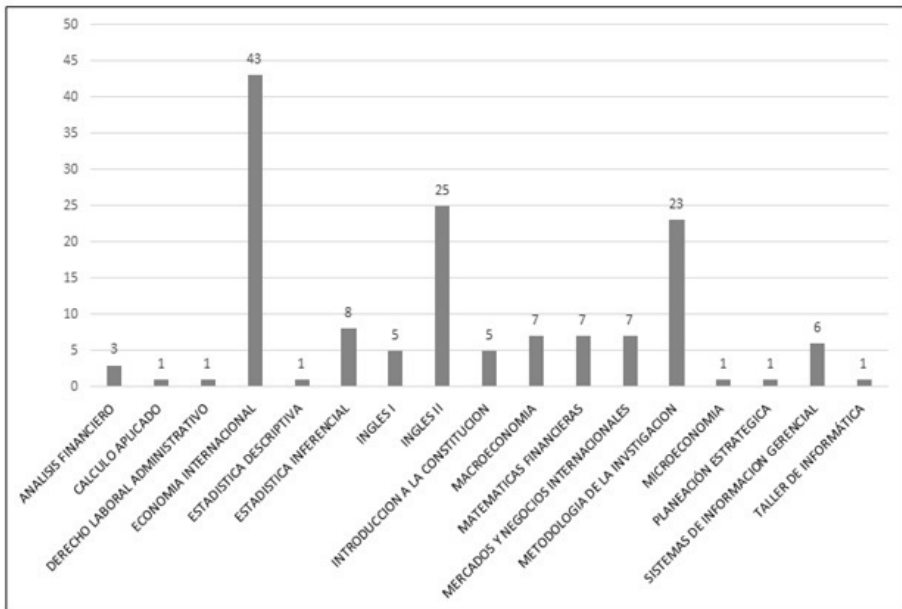
realizan actividades en las que se convocan a docentes y estudiantes de los distintos semestres y áreas. El desarrollo y la participación de los estudiantes en estos encuentros académicos interdisciplinarios, además de ser actualizados, permite el acceso a las opiniones y puntos de vista de los catedráticos y especialistas en los temas tratados.

A su vez, Salas abiertas de formación es un escenario que permite a los estudiantes la práctica empresarial académica. Se trata de una práctica basada en los saberes y competencias desarrolladas en las diferentes áreas de formación del programa de Administración de Empresas Comerciales, con especial atención en el área comercial. Se trata entonces de un escenario que se soporta en el proceso administrativo, saberes de las finanzas, de la economía, entre otros, que articulados garantizan la potencialización de conocimientos y competencias profesionales.

- **Creación de empresa:** es un espacio de práctica académica donde el estudiante forma experiencia a partir del saber teórico, propios de su formación profesional, así como de las competencias desarrolladas en su formación como administrador de empresas comerciales. Es una práctica que se desarrolla durante dos períodos académicos, en torno a los saberes que se desarrollan en la formulación de un proyecto de inversión: comercial, financiero, ambiental, normativo, administrativo, entre otros, que son necesarios de acuerdo a la solución de un problema de su entorno. *El hacer* es una de las funciones que un “gestor de proyectos de inversión” realiza cuando hay actos observables por su parte, ya que involucra saberes, destrezas, habilidades, valores, actitud, etc., que se exigen en las organizaciones.

Las funciones que desempeñan los estudiantes del programa de Administración de Empresas Comerciales, que en este escenario hacen su práctica académica, están conducidas por directores de diferentes disciplinas, expertos en los temas que permiten el ejercicio empresarial tipo. Estos expertos en el área comercial, gerencial-administrativo, financiero y legal accionan entonces estrategias que permiten a los estudiantes desarrollar su propia visión del proyecto empresarial a lo largo del año, por un lado, y, por otro, entablar una reflexión persistente para ayudar a los estudiantes a comprender el contexto empresarial y sus problemáticas. Las dimensiones verbales están permanentemente del lado de mejorar y diferenciar el proyecto empresarial en construcción de los existentes en el mercado.

- **Empresa actual** (plan de mejoramiento empresarial): desde el programa de Administración de Empresas Comerciales, en correspondencia con el acuerdo 007, que regula la práctica empresarial, se pone en marcha lo propuesto en sus objetivos específicos, haciendo que los estudiantes vean su entorno laboral como un espacio para la práctica empresarial académica donde, a partir de la identificación de unidades de análisis reales, se proponen y ejecutan planes de mejoramiento y así, en torno a ello, se activa el intercambio de conocimientos y experiencias, permitiendo el beneficio de ambos sectores (universidad-empresa). El desarrollo del proceso se acompaña y se basa en los saberes desarrollados a partir de la investigación y las diferentes áreas académicas del programa, promoviendo la transferencia de tecnología a las diferentes áreas de la empresa.
- **Consultorio empresarial**: escenario de práctica académica que constituye el espacio de proyección social del programa de Administración de Empresas Comerciales, en el que se implementa la estrategia que le permite a los estudiantes la oportunidad de ser partícipes en procesos de asesoría y consultoría. Este ejercicio obliga a la articulación de los diferentes saberes propios de las diferentes disciplinas que conforman el perfil del administrador de empresas comerciales, los cuales se aplican en las diferentes áreas funcionales de las empresas locales y regionales, gestionando así la articulación con la realidad empresarial en función de las soluciones que contribuyen a modificar positivamente el entorno empresarial.
- **Desarrollo de proyecto de investigación**: proyectos que son realizados por los estudiantes, que implican la formulación de problemas y sus alternativas específicas de solución, y que, por la misma naturaleza interdisciplinaria de la administración, requieren la integración de diferentes enfoques: investigativo, financiero, económico, tecnológico, gerencial, entre otros.
- **Cursar asignaturas entre programas**: los estudiantes del programa de Administración de Empresas Comerciales tienen la posibilidad de construir redes de conocimientos con docentes y estudiantes de otras disciplinas, en este caso hay encuentros de estudiantes de diferentes programas en los espacios de las electivas institucionales, de igual forma que en otros programas se moviliza a los estudiantes para estudiar las asignaturas que ofrece el programa.

Figura 1. Asignaturas que se comparten con otros programas

Fuente: Estadísticas del programa de Administración de Empresas Comerciales.

Lo anterior puede considerarse como los espacios de mayor connotación para identificar estrategias para la interdisciplinariedad en el programa de Administración de Empresas Comerciales. El fomento de la interdisciplinariedad en el programa se fortalece con la promoción del trabajo en equipo entre los estudiantes y docentes. Para este ejercicio, los estudiantes desarrollan actividades de grupo, que son propuestas por los analíticos de las respectivas asignaturas, mientras que los docentes presentan, en las reuniones institucionales semanales en las que trabajan las actividades propias del currículo o a partir de charlas con invitados, saberes que se completan con las diferentes disciplinas. De igual manera, la discusión llevada a cabo en los comités de currículo, integrados por los jefes de cada una de las áreas que componen el plan de estudios, se basa en el establecimiento de criterios de integración y desarrollo de ideas que den solución desde sus respectivos puntos de vista a los problemas inherentes al programa.

Como ejercicio desarrollado con los docentes del programa de acuerdo con la concepción del programa de Administración de Empresas Comerciales

en un marco multidisciplinario en función de la interdisciplinariedad, se elaboró un mapeo por medio de una matriz (asignatura competencia), que da la contribución de cada asignatura a las competencias específicas propuestas por *Tuning* en los programas de administración (ver anexo 1).

Estrategias de flexibilización en el desarrollo del programa de Administración de Empresas Comerciales

El programa aborda el tema de la flexibilidad, teniendo en cuenta, entre otros, conceptos como los presentados por Díaz Villa (2002), en el que afirma que el enfoque de la flexibilidad debería considerar “la relativa autonomía de las instituciones para formular sus propuestas de innovación y transformación enmarcadas en la flexibilidad, así como la organización del currículo, de las modalidades pedagógicas y de sus efectos para la generación de nuevas competencias y oportunidades de aprendizaje” (pp. 21-22). Asimismo, Díaz Villa reflexiona sobre el hecho de que la flexibilidad tiene que ver con la promoción de una cultura académica alternativa de carácter reconstructivo, de tal manera que un marco flexible comporta unas prácticas que estén articuladas al desarrollo y fortalecimiento de competencias, que significa:

- Estructurar modelos de formación basados en los contenidos básicos, susceptibles de ser articulados a una formación específica.
- Plantear estructuras académico-administrativas que respondan a las exigencias de la flexibilidad de la formación.
- Flexibilizar el uso de cursos de tal forma que se pueda incrementar la diversidad de ofertas formativas en diferentes áreas de interés (Díaz, 2002, p. 27).

Desde esta perspectiva, el programa de Administración de Empresas Comerciales concibe la flexibilidad curricular como el marco favorable para la adecuación del plan de estudio en lo referente a las actividades académicas y sus contenidos y, así, a través de estas, desarrollar estrategias que promuevan una mayor participación de la comunidad estudiantil, de una parte, con la movilidad entre programas tanto a nivel institucional como interinstitucional, así como en atención a los cambios y requerimientos permanentes del entorno en un marco globalizado.

Es entonces, en la tarea de:

La praxeología que permita articular conocimiento y acción es la forma como se actúa y consolida la interdependencia, entre el saber y saber hacer mediados por ese contacto directo entre saberes a desarrollare con los contenidos, experiencias, docentes, actividades investigativas entre diferentes áreas del conocimiento y formación (López, 2008).

Como informa Nelson López, refiriéndose al objetivo de la flexibilidad curricular y en la preocupación por promover “un currículo flexible que permita la actualización permanente a través de opciones que el estudiante puede construir, dentro de ciertos límites, de acuerdo con su propia trayectoria de formación y a partir de sus aspiraciones e intereses” (CNA, 2013, p. 30). El programa de Administración de Empresas Comerciales acciona las estrategias para la flexibilización mediante las siguientes acciones:

- Asignaturas electivas de énfasis, que le brindan al estudiante la posibilidad de profundizar en la psicología del consumidor, epistemología de las ciencias y problemas globales. Son espacios académicos ofertados a partir del tercer semestre.
- Espacios académicos de formación integral, a través de las áreas de electivas de complementación: los estudiantes eligen una amplia gama de actividades académicas ofertadas desde la institución, estas pueden ser tomados en cualquier momento de sus carreras.
- Áreas electivas de profundización, que le brindan al estudiante la posibilidad trabajar durante varios semestres entorno a saberes relacionados con la gestión: comercial, financiera, ambiental o solidaria.
- Un currículo estructurado a partir de los componentes basados en competencias de las asignaturas, que solo algunas de las áreas cuantitativas requieren una secuencia lógica, por lo que están sometidas a presaberes entre ellas, de tal forma que el estudiante puede asumir el avance de su carrera en la secuencia que considere apropiada de acuerdo con sus capacidades y disponibilidad de tiempo. Adelantar créditos bajo recomendaciones en tutorías de gestión (coordinadores).
- Participación del estudiante en la construcción de su conocimiento por medio de diferentes medios como eventos extra-aula, salidas de campo, seminarios, congresos, utilización de redes, consulta de bibliotecas digitales, entre otros.

- Revisión periódica de contenidos, referentes bibliográficos y estrategias pedagógicas de forma participativa e interdisciplinaria con docentes, a partir de observaciones del estudiante y las tendencias del momento.
- La posibilidad de que el docente, en su autonomía y libertad de cátedra, reestructure las actividades pedagógicas de la asignatura de acuerdo con las características, necesidades, presaberes y contexto del estudiante.
- Acciones para el trabajo independiente del estudiante donde se incorporan actividades asincrónicas, permitiendo la autonomía del estudiante en el uso de su tiempo de acuerdo con sus aptitudes, planes y organización de actividades (ver anexo 2).
- Transferencia interna y externa, sobre la base del artículo 10 del reglamento estudiantil vigente, donde los estudiantes en proceso de homologación de asignaturas hasta un 60% del contenido de la carrera.
- Cursar componentes temáticos, bien sea dentro de la facultad o de otros programas.
- Selección de escenario de práctica empresarial de acuerdo con la conveniencia del estudiante.
- Libertad para la matrícula de los créditos en el período académico de acuerdo con las necesidades de tiempo y bienestar de los estudiantes.

Dentro de esta perspectiva, se encuentra el programa de Administración de Empresas Comerciales en lo que respecta a la flexibilidad, por lo que se puede inferir que se ajusta a un modelo que vincula dimensiones pedagógicas y administrativas orientadas a facilitar las rutas de aprendizaje de los estudiantes de acuerdo con las aptitudes e intereses individuales. De otra parte, el programa cuenta con estrategias pedagógicas dirigidas a desarrollar competencias comunicativas en un segundo idioma.

En la propuesta sobre la forma en que el currículo contribuye a la formación en competencias, valores, actitudes, aptitudes, conocimientos, métodos, capacidades y habilidades generales y específicas según el estado del arte de la disciplina, profesión, ocupación u oficio, en particular la aplicación de estrategias efectivas orientadas al desarrollo de competencias, especialmente conocimientos, capacidades y habilidades comunicativas en un segundo idioma extranjero (CNA, 2013), el programa se refiere a lo siguiente:

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca tiene un programa de bilingüismo, en el que se ofrecen diferentes escenarios para que los estudiantes

los tomen libremente. Desde aquí se presentan: espacios turísticos de la ciudad con el objetivo de hacer inmersión en la segunda lengua. Asimismo, a los estudiantes que tienen inscritas las asignaturas Inglés I e Inglés II, se les asignan licencias de apoyo educativo para el trabajo virtual, esto a través de plataforma VOX 1, 2, 3 y el software Berlitz.

Por otro lado, dentro de la propuesta curricular se encuentran los cursos Inglés I e Inglés II (ver anexo Plan de estudios) en los primeros semestres, con el fin de sensibilizar e iniciar con la formación en esta segunda lengua extranjera, a través de estrategias pedagógicas e innovadoras que desarrollen y estimulen en el estudiante hacia una segunda lengua.

Como acción de mejoramiento, el comité de currículo direccionó la puesta en práctica de dos cátedras en inglés: *economía internacional* y *mercado y negocios internacionales*, que se ofertan en el cuarto y octavo semestres respectivamente. Con el fin de familiarizar a los estudiantes de manera articulada y sistemática con el aprendizaje del inglés a través de estas asignaturas que se consideran apropiadas por la envergadura de los contenidos en el mundo de los negocios.

Conclusiones

El programa de Administración de Empresas Comerciales presenta diversas propuestas interdisciplinarias que se desarrollan a partir de las actividades académicas requeridas en los respectivos componentes. El programa es un sistema conformado por un conjunto de áreas de conocimiento que contribuyen de manera articulada al logro de profesionales integrales que dan respuesta a las necesidades actuales de las organizaciones.

Contenidos curriculares del programa de Administración de Empresas Comerciales

Alex Dueñas Peña*

Sandra Patricia Parra Escobar**

Resumen

Se informa de los contenidos curriculares del programa de Administración de Empresas Comerciales a partir de la propuesta pactada de 156 créditos y 53 asignaturas en función de la formación de administradores de empresas comerciales integrales. Los resultados que se presentan son el resultado de

* Economista, especialista en gerencia de proyectos, magíster en Administración de Instituciones de Educación y candidato a doctor en Administración. 20 años en el desempeño docente. Consultor empresarial en áreas de las finanzas, la gestión y la administración. Se ha desempeñado como director de maestría, especializaciones, pregrados y coordinador del área de economía. Participación en la preparación de programas con fines de registro calificado y acreditación. Experiencia docente desarrollado y orientando asignaturas relacionadas con el área organizacional, económica y emprendimiento. Docente ocasional tiempo completo Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

** Economista; Magíster en Administración de Negocios con énfasis en servicio, 20 años con desempeño docente, experiencia docente en las asignaturas de Mercadeo, Organizaciones solidarias, Emprendimiento y práctica empresarial. Participación y preparación del programa con fines de Registro Calificado y Acreditación. Docente ocasional con funciones de Dirección (2.5 años). Ha trabajado en actividades relacionadas con la Proyección Social, planes de mejoramiento y Gestión de calidad en entornos académicos. Docente tiempo completo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

la verificación de los lineamientos institucionales establecidos en el Acuerdo Institucional 013 de 12 de mayo de 2003. El programa dedica 7.488 horas de acompañamiento al desarrollo de las competencias propuestas en los componentes temáticos. De ese total, 2.592 horas son con acompañamiento del docente y el resto son para el trabajo autónomo e independiente del estudiante. También se encuentra que el campo de formación profesional tiene un peso, en términos de créditos, del 47.44%, la formación disciplinar es de 37.18%, el desarrollo personal es de 3.21% y hay un área electiva que equivale al 12.18% de los créditos.

Abstract

Reported are the curriculum content of the Administración de Empresas Comerciales program, beginning from the proposal agreed to 157 credits and 53 courses with regard in particular to expertise integral AEC. The results displayed are the verification's consequence of the institutional guidelines exposed on the institutional settlement 013 of May 12th 2003. It is identified that the program involves 7.488 hours to support the development of the competences proposed in the thematic components. Those hours are divided into 2.592 hours of teacher's accompaniment and the rest for autonomous and independent student's work. Also, it can be seen that the professional training field has a weight of 47,44%, in terms of credits. Besides, the disciplinary training 37.18%, the personal growth 3.21% and finally, the elective courses constitute 12.18% of the credits.

Palabras clave

Currículo, créditos académicos, formación integral.

Keywords

Curriculum (syllabus), academic credits, integral training.

Introducción

La respuesta adecuada a la demanda educativa de un conjunto de individuos, así como de la sociedad en general, es un compromiso contemplado por las políticas públicas en términos de calidad de la educación superior (Aguilar, 2019, p. 3), asimismo, esta máxima es reforzada por el Ministerio de Educación

Nacional cuando, desde sus políticas públicas, afirma que los procesos de formación y sus contenidos curriculares requieren de la pertinencia de los entornos inmediatos en los que las personas viven su cotidianidad (Pérez, 2009). De su parte, la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca propone mantener actualizada la propuesta curricular:

Reestructurar el currículo, partiendo del análisis de los objetivos propios de cada plan de estudios para visionar una estructura, contenidos y metodología que se correspondan con las competencias que se requieren para competir con efectividad en el contexto internacional (MOPEI, 2009, p. 45).

El documento presenta la estructura del plan de estudios del programa profesional de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Se trata de una ilustración de una propuesta por créditos basada en el Acuerdo Institucional 013 de 12 de mayo de 2003 y el Acuerdo Institucional 043 de 28 de septiembre de 2004, que aprueban y dan lineamientos para la reestructuración curricular en créditos académicos del plan de estudios. Por lo tanto, sobre los direccionamientos del Ministerio de Educación Nacional (MEN), frente al hecho de que un crédito corresponde a 48 horas de trabajo académico según el desarrollo de las competencias propuestas en los contenidos temáticos y las generalidades de la propuesta curricular, en lo que respecta al plan de estudios, se explican cómo están compuestas las diferentes áreas y campos.

Metodología

Se realizó un trabajo que consistió en una revisión exhaustiva de las normas legales vigentes, tanto por parte del MEN como por parte de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, para actualizar la propuesta de los contenidos curriculares del programa de Administración de Empresas Comerciales. El estudio se sitúa en un enfoque cualitativo, un escenario donde el estudio a través de una investigación documental e interpretativa trata de bosquejar el contexto en el que funciona el plan de estudios, analizando su entorno, desde su conceptualización con la indagación documental especializada en una perspectiva interpretativa, para tratar de dar comprensión al tema de estudio, que para este caso es el plan de estudios y su propuesta en créditos académicos. Así pues, se basa en la hermenéutica, ya que “todos los estudios cualitativos contienen datos descriptivos ricos: las palabras pronunciadas o escritas de la gente y las actividades observables” (Taylor & Bogdan, 1987, p. 152), lo que

significa que, en parte, lo que se ha analizado se centra en la descripción aproximativa de la epistemología de los créditos académicos y los factores que los han llevado a ser objeto de estudio.

En general, la labor se realiza reconociendo las dimensiones epistemológicas y metodológicas. En este estudio se utilizaron procedimientos cualitativos, ya que fue necesario analizar los aportes de varios autores que trabajaron en el tema del currículo. Esto involucra una múltiple racionalidad frente a paradigmas, constructos, enunciados, métodos, entre otros, que estructuran el contexto del currículo y los créditos académicos en el caso de la primera dimensión. Y la segunda dimensión, considerando el uso del método hermenéutico, para entender que es un método que tiene como objeto de estudio el discurso, que busca el rigor necesario en los procesos de comprensión, interpretación y validación del conocimiento (Rodríguez, 2014).

Desarrollo

La estructura del plan de estudios del programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca se formula a partir del Acuerdo Institucional 013 del 12 de mayo de 2003, que sirve de lineamiento para el contenido curricular en el Acuerdo Institucional 043 del 28 de septiembre de 2004. En el marco de esta normatividad legal vigente, los lineamientos definidos en el Decreto 1295 de 2010 en sus numerales 3 y 4, la fundamentación teórica, los propósitos del programa y sus perfiles, formulan los contenidos curriculares del programa. Se tienen en cuenta los criterios definidos por la normatividad interna de la institución en cuanto a los criterios orientadores: formación integral, flexibilidad curricular, pertinencia científica, técnica, cultural, individual y social, interdisciplinariedad, innovación pedagógica y curricular, entre otros, adecuados a la calidad requerida por la sociedad en general.

En consecuencia, el plan curricular del programa de Administración de Empresas Comerciales, teniendo en cuenta el artículo 7° del Acuerdo Institucional 013 del 12 de mayo de 2003, está conformado por dos áreas:

- **Área básica:** es la básica referida a los conocimientos disciplinares, que le ofrecen al estudiante el fundamento para acceder de forma comprensiva y crítica a los conocimientos y prácticas propias de la profesión, de tal suerte que, según el acuerdo citado, las asignaturas correspondientes a esta área son de obligatorio cumplimiento.

- **Área electiva:** es aquella en la que se presenta una propuesta de libre elección por parte del estudiante y le permite, según sus intereses, complementar y profundizar en conocimientos y prácticas específicas de la profesión y su desarrollo personal.

El área básica se considera por campos y presenta la siguiente organización general: campo de fundamentación disciplinar, campo de formación profesional y campo de desarrollo personal y social. El área electiva considera: electivas de profundización y electivas de complementación integral.

Para el cálculo de los créditos académicos, se procedió de conformidad con lo establecido en la normativa vigente, luego se realizó, a saber, los requisitos del Decreto 1295 de 2010, capítulo IV, que solicita que en la propuesta curricular se contemple:

Una organización de las actividades académicas de manera autónoma. Para efectos de facilitar la movilidad nacional e internacional de los estudiantes y egresados y la flexibilidad curricular entre otros aspectos, tales actividades deben expresarse también en créditos académicos” (art. 11).

De igual manera, y en consecuencia, el capítulo IV del Acuerdo Institucional 013 del 12 de mayo de 2003, orienta tener en cuenta “tanto el tiempo de trabajo en la interacción directa con el docente, en aulas, laboratorios o prácticas, como el tiempo de trabajo independiente del estudiante”, de lo anterior se tiene que el plan de estudios del programa profesional de Administración de Empresas Comerciales es una propuesta que se desarrolla en 10 períodos académicos y se compone de dos áreas generales: básica y electiva, que contienen tres campos de formación con un total de 53 componentes temáticos en un plan general de estudios representado en 156 créditos académicos (ver anexo malla curricular).

Los créditos académicos

Se considera que un crédito corresponde a 48 horas de trabajo académico del estudiante. En los programas de pregrado una hora académica con acompañamiento directo del docente supone dos horas adicionales de trabajo independiente del estudiante, para las que se ha establecido la presencialidad en una proporción de una a dos horas, en las que un crédito corresponde a 16 horas de interacción directa del docente.

Para obtener el título de administrador de empresas comerciales se requiere la aprobación de 156 créditos. Estos créditos están distribuidos a lo largo del plan de estudios del programa en 10 semestres académicos. En los primeros cuatro períodos académicos, los estudiantes cursan el componente disciplinar, acompañado de actividades académicas de formación integral, avanzando en su proyecto de formación profesional un promedio del 41% de los créditos. La propuesta con los 20 componentes disciplinares es dar al futuro profesional los saberes propios del administrador de empresas comerciales.

La tabla 1 presenta el campo de formación disciplinar conformado por 20 componentes temáticos correspondientes al 37.18% de los créditos, seguido de la tabla 2 que presenta el campo de formación profesional conformado por 24 componentes correspondientes al 47.44% , posterior se encuentra la tabla 3 con la oferta de componentes para el desarrollo personal y social, con 2 componentes correspondientes a 3,21% y, finalmente, la propuesta son los 7 componentes que conforman la estrategia flexible del programa con un peso, en créditos, del 12.18%.

Tabla 1. Campo de formación disciplinar, horas directas, horas de trabajo independiente y sus componentes

CAMPO DE FORMACIÓN DISCIPLINAR				
Componentes temáticos	C	Hs. D	Hs. I	T. Hs
INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN	3	48	96	144
TEORÍA DE LAS ORGANIZACIONES	3	48	96	144
CONTABILIDAD	3	48	96	144
COSTOS	3	48	96	144
MICROECONOMÍA	3	48	96	144
TALLER DE INFORMÁTICA	2	32	64	96
MATEMÁTICAS	4	64	128	192
TALLER DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA	3	48	96	144

CAMPO DE FORMACIÓN DISCIPLINAR				
Componentes temáticos	C	Hs. D	Hs. I	T. Hs
CÁLCULO	4	64	128	192
INTRODUCCIÓN A LA CONSTITUCIÓN	2	32	64	96
INGLÉS I	2	48	48	96
ANÁLISIS FINANCIERO	3	48	96	144
TEORÍA MACROECONÓMICA	3	48	96	144
DESARROLLO COMPETENCIAS EMPRESARIALES	3	48	96	144
MERCADEO	3	48	96	144
ECONOMÍA INTERNACIONAL	3	48	96	144
ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	3	48	96	144
INGLÉS II	2	48	48	96
ESTADÍSTICA INFERENCIAL	3	48	96	144
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	3	48	96	144
TOTALES	58	960	1.824	2.784

Nota: C: Créditos Hs. D: Horas trabajo directo Hs. I: Horas trabajo independiente T. Hs.: Total Horas.
Fuente: Elaboración propia.

Se consideró que los componentes de matemáticas y de cálculo requerirían más horas de intermediación con el docente, teniendo en cuenta la dificultad del aprendizaje de estos saberes para los estudiantes. Por esto la relación es de dos horas de trabajo independiente por dos horas de acompañamiento del docente.

Las tablas informan respectivamente la actividad académica, el número de créditos correspondiente, las horas de interacción directa con el docente, las horas de trabajo independiente del estudiante y el total de horas dedicadas a la actividad académica respectiva según el desarrollo de los conocimientos y competencias propuestas.

La tabla 1 da cuenta del campo de fundamentación disciplinar, que “tiene como propósito dotar al estudiante de una mirada integral del mundo, y proporcionar una formación disciplinar fundamental para el desarrollo de competencias, que le permitan iniciarse en un proceso de formación académica” (Acuerdo 013 de 2003).

Por otra parte, se espera que el estudiante sienta las bases de la disciplina administrativa, que servirá para ir formando la identidad profesional, la cual se espera esté definida al completar los 74 créditos académicos propuestos en el campo de la formación profesional.

La tabla 9 recoge los diferentes componentes temáticos, que equivalen a 74 créditos académicos. Estos tienen como propósito la formación científica y tecnológica para el desarrollo de los saberes teóricos, metodológicos y prácticos necesarios en el ejercicio de la profesión.

Tabla 2. Campo de formación profesional, horas directas, horas de trabajo independiente y sus componentes

CAMPO DE FORMACIÓN PROFESIONAL				
Componentes Temáticos	C	Hs. D	Hs. I	T. Hs
COMPETENCIAS GERENCIALES	3	48	96	144
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3	48	96	144
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	3	48	96	144
PRESUPUESTOS	3	48	96	144
MATEMÁTICAS FINANCIERA	3	48	96	144

CAMPO DE FORMACIÓN PROFESIONAL				
Componentes Temáticos	C	Hs. D	Hs. I	T. Hs
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	3	48	96	144
MERCADEO Y NEG. INTERNACIONALES	3	48	96	144
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	2	48	48	96
GERENCIA DE VENTAS	3	48	96	144
PLAN DE NEGOCIOS	3	48	96	144
TENDENCIAS CONTEMPORÁNEAS DE LA ADMÓN.	3	48	96	144
PRÁCTICA EMPRESARIAL I	4	64	128	192
SEMINARIO DE GRADO	6	96	192	288
GERENCIA DE MERCADEO	3	48	96	144
PRÁCTICA EMPRESARIAL II	4	64	128	192
INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES	3	48	96	144
GERENCIA DE PRODUCCIÓN	3	48	96	144
DESARROLLO DE TALENTO HUMANO	3	48	96	144
DERECHO LABORAL	3	48	96	144
DERECHO COMERCIAL	3	48	96	144
SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL	3	48	96	144
SEMINARIO BÁSICO PROFESIONAL	2	32	64	96

continúa (pág. 54)

CAMPO DE FORMACIÓN PROFESIONAL				
Componentes Temáticos	C	Hs. D	Hs. I	T. Hs
SEMINARIO COMPLEMENTARIO PROFESIONAL	2	32	64	96
DERECHO TRIBUTARIO	3	48	96	144
TOTALES	74	1.200	2.352	3.552

Nota: C: Créditos Hs. D: Horas trabajo directo Hs. I: Horas trabajo independiente T. Hs.: Total Horas.
Fuente: Elaboración propia.

El campo de formación sociohumanista (tabla 11) incluye un conjunto de actividades académicas que le confieren al estudiante y egresado del programa saberes y prácticas que complementan su formación integral como administrador de empresas comerciales. Proyecta una actitud cívica responsable y participativa en los procesos de construcción de tejido social y cultural, con un pensamiento autónomo, ético y crítico que da garantía de honestidad, de respeto a la vida y a la diversidad, de convivencia pacífica y de gestión del desarrollo humano.

Tabla 3. Campo de formación personal y social, horas directas, horas de trabajo independiente y sus componentes

DESARROLLO PERSONAL Y SOCIAL				
Componentes temáticos	C	Hs. D	Hs. I	T. Hs
TALLER DE VIVENCIA EN VALORES	3	48	96	144
ÉTICA PROFESIONAL	2	48	48	96
TOTALES	5	96	144	240

Nota: C: Créditos Hs. D: Horas trabajo directo Hs. I: Horas trabajo independiente T. Hs.: Total Horas.
Fuente: Elaboración propia.

Flexibilidad e interdisciplinariedad en el plan curricular

Desde esta perspectiva de flexibilización, la propuesta curricular se considera como una serie estructurada de conocimientos y experiencias de aprendizaje, que intencionalmente se articulan con el objeto de producir aprendizajes traducidos en formas de pensar y actuar frente a los problemas que plantea la vida social, la incorporación al trabajo y el aprovechamiento de nuevas oportunidades proyectándose hacia el futuro.

Con la organización académica del programa de Administración de Empresas Comerciales se asegura la flexibilidad curricular desde los créditos del componente de electivas, que están asociados a procesos de investigación formativa. De la oferta total de créditos del área electiva se encuentran 15 correspondientes a electivas de profundización, 4 de complementación integral y 8 a procesos de investigación (componentes temáticos de: seminario de investigación y seminario de grado) que constituye en promedio el 17%, ergo, les permite a cada estudiante perfilar de manera diferencial su formación dentro de la propuesta curricular y moderar el tiempo de dedicación al trabajo independiente, modelando la actividad investigativa a través de matricular cursos de su interés relacionados con su objeto de investigación.

Tabla 4. Electivas: horas directas, horas de trabajo independiente y sus componentes

ELECTIVAS DE COMPLEMENTACIÓN INTEGRAL				
Componentes temáticos	C	Hs. D	Hs. I	T. Hs
ELECTIVAS DE COMPLEMENTACIÓN INTEGRAL I	2	32	64	96
ELECTIVAS DE COMPLEMENTACIÓN INTEGRAL II	2	32	64	96
ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN I	3	48	96	144
ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN II	3	48	96	144
ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN III	3	48	96	144
ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN VI	3	48	96	144

continúa (pág. 56)

ELECTIVAS DE COMPLEMENTACIÓN INTEGRAL				
Componentes temáticos	C	Hs. D	Hs. I	T. Hs
ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN IV	3	48	96	144
TOTALES	19	304	608	912

Nota: C: Créditos Hs. D: Horas trabajo directo Hs. I: Horas trabajo independiente T. Hs.: Total Horas.
Fuente: Elaboración propia.

La organización operacional del plan de estudios, tal como se ha definido, conlleva a la articulación e integración de conocimientos, temáticas y objetos de estudio apoyando así la interdisciplinariedad del programa. Esto implica estrategias que logren el aprendizaje y entendimiento de los diferentes saberes en función del desarrollo de las competencias propuestas desde los analíticos. En el marco de la asignación de recursos para el logro de los propósitos se encuentra las tutorías académicas, como actividad académica, entre otras, así como la dirección del trabajo independiente que desarrollan los estudiantes.

La tutoría es parte del proceso de acompañamiento de los cursos, su objetivo es asesorar al estudiante en el uso de herramientas y métodos que le permitan reforzar los conocimientos y desarrollar competencias, de igual manera, el acompañamiento en la preparación y construcción conceptual, metodológica y de acompañamiento disciplinar de los trabajos de investigación propuestos desde los componentes: seminario de investigación y seminario de grado.

Generalidades de la propuesta curricular

La tabla 5 muestra el equivalente en horas de los 156 créditos que componen el programa de Administración de Empresas Comerciales, que se propone según el trabajo con acompañamiento directo del docente y el contemplado para el trabajo independiente del estudiante. El primero se desarrolla a través de diversas actividades académicas, el segundo a través del trabajo dirigido.

Tabla 5. Estadísticas del programa

Ítems	Horas
Trabajo con intermediación docente	2.592
Trabajo independiente del estudiante	4.896
TOTALES HORAS	7.488

Fuente: La información de la tabla es extraída del plan de estudios del programa de AEC.

Conclusiones

El programa de Administración de Empresas Comerciales es una propuesta con 53 componentes temáticos pactados a 156 créditos académicos, los cuales equivalen a 7.488 horas en lo que al ciclo profesional refiere. Del total de horas, 4.896 están proyectadas para el trabajo independiente de los estudiantes y 2.592 para el acompañamiento docente a través de diferentes actividades académicas que están organizadas a lo largo del proceso de formación profesional.

El programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca propone que el estudiante alcance un perfil que le de identidad institucional. Para tal efecto, se presenta un plan de estudios con un campo de formación disciplinar, un campo de formación profesional, un campo de desarrollo personal y social y dos áreas flexibles con conjunto de alternativas de actividades académicas electivas, en apoyo de la formación integral del estudiante unicolmayorista.

El programa de Administración de Empresas Comerciales, en un ejercicio interdisciplinario y de flexibilidad, presenta un portafolio de materias electivas que permite al estudiante, de acuerdo a sus intereses, aptitudes y vocación, verse entendido en el área electiva de profundización y área electiva de complementación integral.

Uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la formación investigativa de los estudiantes

Juan Ignacio Rodríguez Garzón*

Wilson Enrique Martínez Amado**

Lugo Manuel Barbosa Guerrero***

* Docente tiempo completo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Docente en el área virtual y distancia de la Corporación Universitaria Uniminuto. Docente de Catedra de la Facultad de Contaduría Pública de la Universidad Cooperativa de Colombia. Administrador de Empresas de la Universidad Konrad Lorenz, especialista en las áreas relacionadas con Gestión Financiera de la Universidad Sergio Arboleda, Banca Internacional y Servicios Financieros de la Universidad de Reading y Docencia Universitaria de la Universidad Gran Colombia, además candidato a Magister en Marketing de la Universidad de Manizales. Experiencia en Banca Corporativa de Constructores y Microfinanzas.

** Docente tiempo completo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Docente de la Universidad Libre, Politécnico Gran Colombiano, Mentor del CESA, magister en dirección de marketing, especialista en marketing estratégico con experiencia en Marketing 360 y digital, consultor en inteligencia de negocios, CoFounder y Socio TockAll APP Smart Cities, facilitador en la metodología Lego® Serious Play®. Ponente internacional en ORT – Uruguay.

*** Docente de planta de tiempo completo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Docente asistente tiempo parcial de la Universidad El Bosque, magister en informática educativa, especialista en informática educativa, ingeniería de software y gerencia de proyectos telemáticos, con experiencia en formulación y evaluación de proyectos, gerencia de producción y manejo de programas informáticos. Ponente internacional en tecnoneet – España. Con 25 años de experiencia en docencia.

Resumen

Dentro de los conceptos de las TIC vemos la importancia de la Industria 4.0. Representa un cambio en la manera de organizar los medios productivos con la introducción de las tecnologías digitales, bajo la transformación en mejorar la eficiencia, la productividad, la calidad de los procesos, entre otros. Esta 4ª revolución es producto de la fusión de una serie de tecnologías exponenciales como el *Big Data*, la Inteligencia Artificial, el Internet de las Cosas (IdC), el comercio electrónico, la realidad aumentada, entre otras, que están difuminando las barreras entre lo físico y lo digital. Por otra parte, caracteriza un cambio fundamental en las metodologías de enseñanza en la educación superior teniendo en cuenta las diferentes modalidades de estudio: presencial, virtual y a distancia, entre otras modalidades, que apunta a desarrollar habilidades creativas empresariales para aplicarlas a situaciones reales.

Abstract

Within the concepts of information and communications technologies, there is the importance of Industry 4th; it represents a change in the way of organizing productivity means with the introduction of digital technologies, under the transformation in improving efficiency, productivity, quality process, among others. This 4th revolution is the product of the fusion of a series of exponential technologies such as Big Data, Artificial Intelligence, the Internet of Things (IoT), E-commerce, augmented reality, among others, that are blurring the barriers between Physical and digital. On the other hand, it characterizes a fundamental change in teaching methodologies in higher education taking into account the different modalities of studies aimed to develop entrepreneurial and creative skills and apply them to real life situations.

Palabras clave

Tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), inteligencia artificial, eficiencia, productividad.

Keywords

TIC, intelligence artificial, education, efficiency, productivity.

Introducción

La cuarta revolución industrial no solo será en las empresas, el comercio minorista o la logística, sino que también está con presencia en la educación con un enfoque en la hiperconectividad, el *ICloud*, el Internet de las Cosas (IdC), el *Big Data* y el *E-learning*, ofreciendo grandes y nuevas posibilidades en el sector educativo al plantear nuevos retos a resolver, que derivados de la digitalización tendrán un impacto positivo en los estudiantes que pertenecen a las nuevas generaciones, como es el caso de los *millennials*.

A la generación “X” le sigue la generación “Y” o “*millennial*”, son los que nacieron en un momento de transición entre los años 80 y la modernidad tecnológica auspiciada por todo tipo de *gadgets*, la tecnología no les abruma y están, de hecho, en casi todas las redes sociales posibles. También está la generación “Z”, también conocida como generación “V” (en referencia a lo virtual), son los famosos nativos digitales o *post-millennials* (y a veces también se les denomina *centenials*); son súper creativos, se trata de los niños y jóvenes que nacieron en los albores de los años 2000, generación “T”, incluso a riesgo de quedarnos sin letras para denominaciones. La generación “T” es la siguiente a la “Z” y se refiere a la generación táctil. Son aquellos jóvenes nacidos alrededor del año 2010 y se prevé que acabe en 2025. Se trata de la primera generación que no ha tenido absolutamente ningún referente analógico, por lo que para ellos son de suma importancia conceptos como la hiperconectividad, las pantallas (táctiles, siempre táctiles) y la inmediatez (exacto, son ultra impacientes).

La realidad aumentada y el comercio electrónico como herramientas para estas nuevas generaciones de estudiantes les permitirá ejercer sus nuevos roles en diferentes compañías y adquirir las habilidades y competencias que necesitan en su carrera universitaria. Las tecnologías 4.0 están de moda, la automatización digital están cambiando todos los ámbitos de la sociedad, y la educación no es una excepción. Por lo tanto, el futuro es ahora, y estos jóvenes de diferentes generaciones están en el ahora, con un enfoque digital desbordado de aprendizajes distintos que les permiten obtener diferentes competencias, porque estos futuros trabajadores tendrán que destacarse en ese ámbito de variadas competencias, lo que plantea profundos desafíos, no solo como resultado de la revolución industrial sino también como resultado de la revolución educativa.

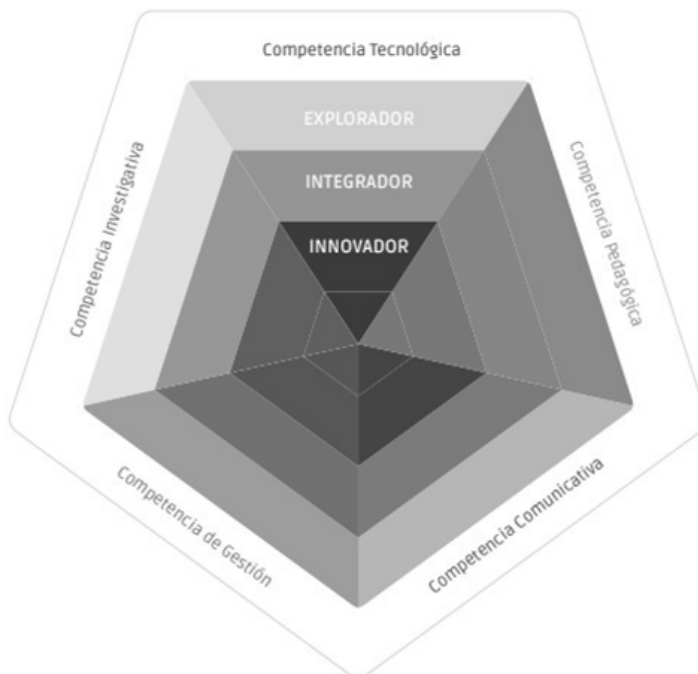
Por consiguiente, este artículo demuestra cómo esta cuarta revolución, desde sus diversos aspectos apalancados en la realidad aumentada para este informe, tiene como objetivo principal fortalecer las competencias de los estudiantes enfocados en los trabajos del futuro. Según el estudio *Jobs lost, jobs gained: workforce transitions in a time of automation*, publicado en 2017 por la firma McKinsey & Co, hasta 800 millones de personas (o el 30% de la fuerza laboral mundial) tendrían que buscar un nuevo trabajo para 2030 debido a la automatización, según las tecnologías probadas hasta el momento. Depende también de la región. En los Estados Unidos, los pronósticos oscilan entre un 7% y un 47% de empleos automatizables; en Japón, entre 6% y 55%; en Bolivia, entre 2% y 41%. En cuanto a Colombia, entre un 20% y 30%, según Deloitte. Al respecto, Andrés Oppenheimer (2018) habla en su reciente libro *¡Sálvese quien pueda!*, explicando lo que el futuro les depara a los humanos en una era en que la mayoría de los trabajos serán realizados por robots o algoritmos.

Como complemento, la UNESCO (2008) divulgó el documento estándares de competencias en TIC para docentes, en el que expone los lineamientos para la formación de maestros y la obligatoriedad de incorporar las TIC en la educación, debido a la existencia de una sociedad compleja y cambiante que exige a las instituciones de educación superior realizar diferentes tipos de transformaciones con respecto al *status quo* de la educación tradicional.

El uso de las TIC en los procesos de formación de los estudiantes

Para la UNESCO, los docentes deben ser competentes en el uso de las tecnologías de la información: buscadores, analizadores y evaluadores de información, solucionadores de problemas y responsables de la adopción de decisiones, usuarios creativos y eficaces de instrumentos de productividad, comunicadores, colaboradores, productores y ciudadanos informados, responsables y capaces de contribuir a la sociedad (UNESCO, 2008). De esta forma, el Ministerio de Educación Nacional (MEN) propone un pentágono de competencias docentes, que se da por el siguiente esquema:

Figura 1. Procesos de formación TIC



Fuente: Ministerio de Educación Nacional. Competencias TIC para el desarrollo profesional docente.

Así, estas competencias se articulan en relación con los propósitos de la UNESCO (2013) para la promoción de la innovación educativa, entendiendo que:

Innovar significa pensar críticamente, abordar los problemas desde diferentes perspectivas, crear contextos participativos, disponer espacios diversos para las relaciones docente vs estudiante con el fin de mejorar las condiciones de los ambientes de aprendizaje (p. 9).

A continuación, se presentan escenarios específicos bajo los cuales se desarrollan:

- **Competencia tecnológica:** de acuerdo con lo expresado por el MEN (2013), “dentro del contexto educativo la competencia tecnológica se puede definir como la capacidad para seleccionar y utilizar de forma pertinente, responsable y eficiente una variedad de herramientas tecnológicas entendiendo

los principios que las rigen, la forma de combinarlas y su utilización en el contexto educativo”.

- **Competencia comunicativa:** “se expresa como la capacidad para expresarse, establecer contacto y relacionarse en espacios virtuales y audiovisuales a través de diversos medios y con el manejo de múltiples lenguajes, de manera sincrónica y asincrónica” (MEN, 2013).
- **Competencia pedagógica:** con respecto a lo establecido por (MEN, 2013), se puede definir como la capacidad de utilizar las TIC para fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje, reconociendo alcances y limitaciones de la incorporación de estas tecnologías en la formación integral de los estudiantes y en su propio desarrollo profesional.
- **Competencia de gestión:** se determina como, la capacidad para utilizar las TIC en la planeación, organización, administración y evaluación de manera efectiva los procesos educativos; tanto a nivel de prácticas pedagógicas como de desarrollo institucional (MEN, 2013).
- **Competencia investigativa:** establecida como la capacidad para utilizar las TIC en la planeación, organización, administración y evaluación de manera efectiva los procesos educativos; tanto a nivel de prácticas pedagógicas como de desarrollo institucional (MEN, 2013).

Como parte del desarrollo de la asignatura electiva de profundización, que corresponde a la evaluación y valoración de empresas en la línea financiera del programa de Administración de Empresas Comerciales, los estudiantes del programa deben presentar la validación práctica de la asignatura mediante la evaluación y valoración de al menos tres empresas del COLCAP.

De esta manera, a través de la capacitación previa que el docente realiza en 1) obtención de bases de datos, 2) análisis de cifras macroeconómicas, 3) análisis financiero múltiple, 4) análisis de representatividad y crecimiento, 5) interpretación de variables como ROE, ROA, EBITDA, CAPEX y EVA, 6) valoración por CAPM y WACC, 7) capacitación sobre la obtención de bases de datos para efectuar la proyección de las cifras, coeficientes y variables estadísticas que determinen la valoración y el deterioro del valor de mercado de las compañías, y 8) análisis de externalidades para determinar cómo afectan los mercados más líquidos a un índice como el COLCAP en Colombia.

Por otra parte, en el marco del programa analítico sobre la asignatura de profundización del área de mercadeo (comercio electrónico), se establece que el crecimiento de los usos y aplicaciones de Internet ha dado lugar a importantes cambios en la estructura de la mayoría de los sectores empresariales. Así pues, hoy en día, Internet es tanto un medio de información, como medio de comunicación y un medio de transacción, lo que ha provocado un auge de las empresas y los negocios en Internet. En este entorno, el papel del consumidor ha dejado de ser estático y se ha convertido en el centro de la estrategia de marcas y empresas. No es suficiente con tener un buen producto o servicio. Es necesario saber cómo promoverlo, dialogar con el público objetivo y tener un perfecto conocimiento del entorno 2.0 y sus herramientas. Por lo tanto, es imprescindible estar al día en un mundo tan cambiante como el de Internet. Por eso, hay una creciente demanda de profesionales formados en *marketing online* y comercio electrónico.

Metodología

De acuerdo con Bernal (2010):

La investigación descriptiva es uno de los tipos o procedimientos investigativos más populares utilizados en la actividad investigativa, (...) en tales estudios se muestra, narran, reseñan hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio o se diseñan productos, modelos o guías (p. 113).

Como complemento, la investigación se guía por la pregunta de investigación formulada por el investigador, por lo que la investigación descriptiva se soporta en técnicas tales como la revisión documental, la observación, la entrevista y la encuesta. Por otra parte, Moreno M. (2005) menciona que “la metodología cualitativa se entiende como la guía de una investigación donde no se requiere una gran cantidad de población, muestra, variables, hipótesis, etc., lo cual imprime un carácter poco riguroso desde el punto de vista científico” (p. 70). Sin embargo, es evidente que tanto la metodología cualitativa como la cuantitativa son una forma de avanzar hacia un objetivo común en todas las investigaciones para la construcción del conocimiento.

En cuanto a la relación entre la investigación descriptiva y la cualitativa, según Moreno, (2005):

El proceso de construcción de conocimiento sobre mercados siguiendo la metodología cualitativa es inductivo, es decir, que las etapas no son

excluyentes, sino que operan en un verdadero proceso de raciocinio de lo particular a lo general en forma interactiva (p. 70).

Conclusiones

Con respecto al desarrollo de algunas de las competencias específicas de los estudiantes tomando como referencia las TIC en el contexto del programa de Administración de Empresas Comerciales de la Facultad de Administración y Economía de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, se destaca el desarrollo de capacidades que están asociadas a: (1) identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones, (2) elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones, (3) interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales, (4) tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa, (5) mejorar e innovar los procesos administrativos, (6) formular y optimizar sistemas de información para la gestión, (7) desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo, y (8) formular planes de marketing, entre otros (Tuning, 2013).

Así pues, los escenarios que integran las competencias en materia de TIC están determinados por: (1) la participación de los estudiantes y docentes en el concurso de la bolsa de valores de Colombia (bolsa millonaria), (2) la implementación de las TIC en el escenario del comercio electrónico, y (3) la implementación de las TIC en el escenario de evaluación y valoración de empresas del Colcap.

Perspectiva de la investigación formativa en el programa de Administración de Empresas Comerciales

Marta Lucía Álvarez Restrepo*
Gladys Vásquez Calderón**

Resumen

La investigación científica constituye uno de los pilares fundamentales de las actividades universitarias. En este sentido, la generación de nuevos conocimientos mediante la investigación y la innovación conforman la infraestructura

* Administrador de Empresas, magíster en Dirección y Administración de Empresas y especialista en Mercadeo. Docente ocasional de tiempo completo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Docente de Maestría de la Escuela Militar José María Córdova, asesora y consultora de emprendimientos empresariales. Investigadora de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

** Docente ocasional tiempo completo de la UNICOLMAYOR, y de la UNIMINUTO de las especializaciones UVD. Candidata a doctora en Administración, Magister en Docencia, Especialista en Gerencia Financiera y Administradora de empresas, con experiencia en docencia universitaria por 20 años en el área administrativa, mercadeo, finanzas, emprendimiento y en cargos administrativos como coordinadora de semilleros de investigación, práctica empresarial, desarrollo profesoral, plan estratégico operativo y acreditación. Experiencia en sector productivo por 10 años en empresas de producción y comercial, desempeñado cargos gerenciales en las áreas financieras y administrativas.

productiva social y científico-tecnológica de las Instituciones de Educación Superior (IES), con aportes al desarrollo humano, social y económico de sus habitantes.

Abstract

Scientific research is one of the fundamental pillars of university activities. In this sense, the generation of new knowledge through research and innovation make up the social and scientific technological productive infrastructure of Higher Education Institutions, with contributions for the human, social and economic development of its inhabitants.

Palabras clave

Investigación, formativa, semilleros, Pigmalión, proyectos.

Keywords

Research, training, seedlings, Pigmalión, projects.

Introducción

Este artículo se refiere a la importancia de la calidad de la educación, que está estrechamente relacionada con la práctica de la investigación, habilidad que se adquiere de dos formas: enseñando a investigar y haciendo investigación. La primera hace alusión al ejercicio de docencia propiamente dicho, en el que se enseña al estudiante a desarrollar esta actividad a través del desarrollo de componentes que le llevan a entrar en el mundo de la investigación y a iniciar sus primeras experiencias, es decir, a realizar una investigación formativa; y la segunda hace referencia a la misma producción o generación de contenido de conocimiento para la resolución de problemas del contexto.

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en su afán de promover y desarrollar propuestas de mejoramiento y soluciones a los problemas que rodean al mundo contemporáneo, propuso como uno de los objetivos del Estatuto General la promoción y el fomento de la actividad investigativa. Así, mediante el Acuerdo del Consejo Académico 030 de 2005, se reglamentó la investigación, las políticas de investigación, la estructura de investigación de

la universidad, sus funciones y los lineamientos a seguir por cada Facultad y programa para hacer parte de este proceso.

Otro aspecto a considerar es el actual Plan de Desarrollo (2015-2019), en el que uno de los objetivos estratégicos se relaciona con el fortalecimiento de la formación en investigación y el compromiso con la investigación propiamente dicha, en procura de tener una articulación entre el área académica y administrativa, de manera que, a través de planes, programas, proyectos y estrategias, se contribuya a la dinámica de retos y desafíos propios del entorno científico y empresarial. A continuación se enuncia el objetivo estratégico diseñado para el fomento de la investigación:

- El programa de Administración de Empresas Comerciales está comprometido con la formación investigativa, misma que da cuenta con los diferentes procesos que se trabajan a partir de los diferentes direccionamientos institucionales en lo general y del programa en lo particular.

El documento contempla inicialmente la producción intelectual de los docentes apoyados por la institución a través de la aprobación de proyectos de investigación en diferentes áreas de la administración, luego se refiere a la productividad de los docentes en el programa, aquí se muestran diferentes resultados de investigación correspondientes a los procesos de generación y apropiación social del conocimiento en base a su entorno académico.

Para apoyar esta tarea, la Oficina de Investigaciones fue creada a través del artículo 3° del Acuerdo 08 de 2007 como parte de la estructura orgánica de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, que depende de la rectoría. En este mismo artículo se presentan las funciones de esta oficina, que entre otras se encuentra la asesoría a la rectoría para el establecimiento de políticas relacionadas con la función investigativa; identificar las líneas de investigación con base en los aspectos disciplinares, profesionales y curriculares de las diferentes áreas del conocimiento; estimular y apoyar la creación de semilleros de investigación; estimular y fomentar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación; establecer y desarrollar estrategias de formación de investigadores, con énfasis en la investigación aplicada y la innovación; gestionar y obtener incorporación a redes; gestionar la publicación de investigaciones realizadas; y todas las actividades que contribuyan a la formación y consolidación de la comunidad científica y su relación con otras comunidades.

Para lograr acciones puntuales relacionadas con el fortalecimiento y la consolidación de la investigación en cada programa, la Oficina de Investigaciones ha planteado las siguientes directrices:

- La formación en investigación y el compromiso con la investigación a nivel institucional.
- La interdisciplinariedad, la interinstitucionalidad y la regionalización.
- La configuración de nuevas alianzas estratégicas con pares colaborativos y universidades de trayectoria y reconocimiento en el ámbito nacional e internacional.
- La visibilidad institucional en los ámbitos local, nacional e internacional.
- El trabajo colaborativo en red a nivel intra e interinstitucional, nacional e internacional.
- La gestión en investigación desde una oficina creada solamente para esta labor.

Así mismo, esta Oficina tiene a su cargo las áreas de gestión y servicios que apoyan el desarrollo de sus funciones, tales como: el área de formación en investigación que involucra los semilleros y a la Red Institucional de Semilleros, el área de generación y gestión en investigación, el área de circulación y divulgación del conocimiento, el área de generación de vínculos y alianzas estratégicas (internacionalización), y el área de articulación misional. A su vez, se consolidan los comités de apoyo, tales como: Comité Institucional de Investigaciones, Comité de Investigación en cada una de las Facultades, Comité Institucional de Acreditación, Comité Interno de Asignación y Reconocimiento de Puntaje. Por último, para la transmisión del conocimiento se cuenta con la Propuesta OTRI.

De otra parte, muestra la perspectiva de los semilleros y grupos de investigación del programa en cuanto a la articulación de los diferentes procesos y resultados de investigación enmarcados en los escenarios de la Red Colombiana de Investigación (RedCOLSI) y otras redes que trabajan en torno a la investigación.

Metodología

Según Sampieri (2015), la metodología de investigación descriptiva trata de especificar las propiedades, características y perfiles de las personas, grupos,

comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Para el desarrollo de este capítulo del libro se empleó la observación y el análisis de la información encontrada en la Oficina de Investigaciones, en la normatividad de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en el programa de Administración de Empresas Comerciales y en los semilleros de investigación Pigmalión (Hernandez, 2015).

Para recopilar la información se utilizaron diferentes fuentes bibliográficas internas, como documentos, resoluciones, acuerdos y las vivencias y experiencias significativas de los semilleros, al mismo tiempo se emplearon fuentes externas como libros, artículos de revistas, entre otros.

Perspectiva de la investigación formativa

Tanto para docentes como para estudiantes, la finalidad de la investigación formativa se centra en la capacidad de difundir información existente y apunta en particular a que el estudiante la incorpore como conocimiento, en otras palabras, que desarrolle las habilidades necesarias para el aprendizaje permanente a fin de mantener un conocimiento actualizado y el desarrollo de las habilidades requeridas en el ámbito profesional.

La investigación formativa contempla dos características: la primera se refiere a una investigación dirigida por docentes y la segunda que los agentes investigadores son los estudiantes, condición que exige que, para desarrollar la investigación formativa en un recinto educativo, tanto los docentes como los estudiantes tengan una formación básica en metodologías de investigación (Miyahira, 2009).

Para apoyar al desarrollo de la investigación en la Facultad, se estableció el Acuerdo 030 de 2005, que en su capítulo V establece el Comité de Investigación de la Facultad como un organismo especializado con el propósito de conceptuar, facilitar, hacer seguimiento y dar cuenta de actividades de investigación conexas dentro de la Facultad (Cundinamarca, Acuerdo 30 de 2005, 2005).

Por lo anterior, dicho comité de investigación contribuye motivando la participación de los docentes en el desarrollo de los proyectos que ayudan a fortalecer la investigación formativa desde el aula, a su vez apunta a uno de los requisitos para la acreditación del programa.

El Acuerdo 096 del 22 de noviembre de 2016 del Consejo de Académico es el documento base del programa de Administración de Empresas

Comerciales, ya que desde allí se direcciona la política de investigación formativa, así como las convocatorias de proyectos universitarios requiere que se presenten en la Oficina de Investigaciones y se ajusten a las líneas de investigación institucionales; por lo tanto, el programa se articula a través de la convocatoria institucional en la línea de administración y competitividad, que fue adoptada por la Facultad de Administración y Economía (Cundinamarca, Acuerdo 96 de 2016, 2016).

Conforme al Proyecto Educativo Universitario, el programa se vincula con planes, programas y proyectos, así como a grupos y líneas de investigación que responden a la investigación formativa:

En las prácticas pedagógicas y en la relación docente–estudiante, en donde el primero, con su guía o mediador, apoya el proceso de aprendizaje del segundo, a través de la búsqueda y construcción de su conocimiento y este, a su vez, realiza permanentemente una reflexión sobre el quehacer docente para actualizarlo, optimizarlo y retroalimentarlo (PEU, 2013, p. 32).

Desarrollo de la investigación en el programa de Administración de Empresas Comerciales

En la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, el desarrollo de la función misional de investigación se comporta como una función estratégica tanto en el alcance misional como en los procesos tácticos y operativos derivados de este. Así, desde sus marcos normativos, concibe a la investigación como un proceso orientado a la:

Producción técnico científica de conocimientos útiles, novedosos y culturales y estéticos para fundamentar el quehacer de las disciplinas y de las comunidades académicas, reorientar y facilitar el proceso de aprendizaje y proponer soluciones a problemas del entorno social (Acuerdo 30 de 2005).

Desde este marco establece políticas relacionadas con el fomento de la investigación, la respuesta a las demandas del entorno y la productividad científica, políticas que también se reflejan en su actual Plan de Desarrollo Institucional en su objetivo estratégico: “Formación para la investigación, la innovación, la creación artística y cultural y compromiso con la investigación” (Acuerdo 30 de 2005). De lo anterior se desprenden ejes de gestión articulados con la investigación formativa y la investigación en sentido estricto, que impregnan las facultades y los programas académicos.

Investigación en sentido estricto: grupos de investigación, docentes y producción intelectual

El programa de Administración de Empresas Comerciales, a través de sus dos grupos de investigación “Administración de Empresas Comerciales AEC” y “Administración y Emprendimiento AEC” y con la participación de docentes pertenecientes al programa e inscritos en los grupos, ha venido desarrollando diferentes productos de investigación que, como resultado de ello, han proporcionado a la universidad una producción intelectual de forma individual, en colaboración con los docentes de los propios grupos y colectivamente con la participación de un número plural de maestros pertenecientes a varios grupos.

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca reconoce que, de acuerdo con los lineamientos de Colciencias en términos de sus métricas de clasificación y los tiempos en que actualizan la medición (dos años), los resultados de reconocimiento, clasificación y reclasificación solo se evidencian en el mediano y largo plazo. Como acción de mejoramiento para el fomento de la investigación docente dispuso la modalidad de convocatorias internas de investigación a partir de 2018, en las que los investigadores participan de forma autónoma en los grupos de investigación avalados institucionalmente y de los que se ha beneficiado el programa. A continuación se relacionan los avances y resultados de los grupos del programa de Administración de Empresas Comerciales.

Tabla 1. Grupos de investigación programa de Administración de Empresas Comerciales (AEC)

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA OFICINA DE INVESTIGACIONES - GRUPOS DE INVESTIGACIÓN				
CÓDIGO DEL GRUPO	FACULTAD	PROGRAMA	NOMBRE DEL GRUPO	LÍDER DEL GRUPO
COL0038351	Administración y Economía	Administración de Empresas	Administración de Empresas Comerciales –AEC	Jorge Alexander Cortes

continúa (pág. 74)

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA OFICINA DE INVESTIGACIONES - GRUPOS DE INVESTIGACIÓN				
CÓDIGO DEL GRUPO	FACULTAD	PROGRAMA	NOMBRE DEL GRUPO	LÍDER DEL GRUPO
COL0128996	Administración y Economía	Administración de Empresas	Administración y Emprendimiento – AEC	Lugo Manuel Barbosa Guerrero

Fuente: Resultado de la información recolectada de la Oficina de Investigaciones de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Tabla 2. Caracterización de los grupos

Grupo: Administración de Empresas Comerciales - AEC	Líder: Docente planta TC
Línea del Grupo: Administración y Competitividad	Número de integrantes: 7
Docente	Modalidad de vinculación
Marta Lucía Álvarez Restrepo	Tiempo Completo
Lugo Manuel Barbosa Guerrero	Tiempo Completo
Miguel Hernán Jiménez Barrera	Tiempo Completo
Antony Morales Trujillo	Tiempo Completo
Alex Dueña Peña	Tiempo Completo
Edgar Miguel Hernández	Tiempo Completo
César Campo Espinosa	Tiempo Completo

Fuente: Información recolectada de la Oficina de Investigaciones de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

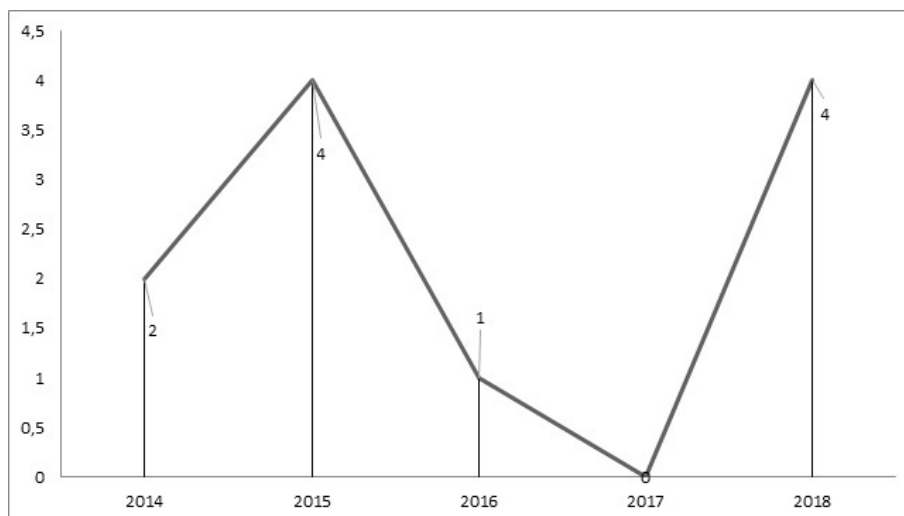
**Tabla 3. Grupo: administración y emprendimiento – AEC.
Línea del Grupo: Administración y Competitividad**

<p>Grupo: Administración y emprendimiento - AEC</p> <p>Línea del Grupo: Administración y Competitividad</p>	<p>Líder: Docente planta TC</p> <p>Número de integrantes: 10</p>
Docente	Modalidad de vinculación
Alex Dueñas Peña	Tiempo Completo
Jorge Alexander Cortés Cortés	Tiempo Completo
Blanca Elizabeth Toro Rubiano	Tiempo Completo
Juan Rodríguez Garzón	Tiempo Completo
César Campo Espinosa	Tiempo Completo
Gladys Nelly Vásquez Calderón	Tiempo Completo
Hernán Rodríguez Coy	Tiempo Completo
Marta Lucía Álvarez Restrepo	Tiempo Completo
Rubén Darío Páez Sánchez	Tiempo Completo
Wilson Enrique Martínez Amado	Tiempo Completo

Fuente: Información recolectada de la Oficina de Investigaciones de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

En el período 2014-2018, la participación y aprobación de proyectos para los grupos de investigación del Programa de Administración de Empresas Comerciales, se ha comportado de la siguiente manera:

**Figura 1. Número de proyectos aprobados por vigencia
2014-2018**



Fuente: Información recolectada de la Oficina de Investigaciones de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

El detalle de los proyectos se presenta a continuación:

**Tabla 4. Proyectos de investigación aprobados por
convocatoria**

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA - OFICINA DE INVESTIGACIONES				
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN APROBADOS EN EL MARCO DE CONVOCATORIAS INTERNAS DE INVESTIGACIÓN, BANCO DE PROYECTOS Y MÍNIMA CUANTÍA				
AÑO	ACUERDO- FECHA	Nº Proyectos aprobados FAE	Proyecto de investigaciones	Investigadores
2014	57-25 de junio 2013	2	Impacto social de los programas de microcrédito en las pymes bogotanas, fase I.	Jorge Alexander cortes - Alex Dueñas Peña - Cesar Campo E.

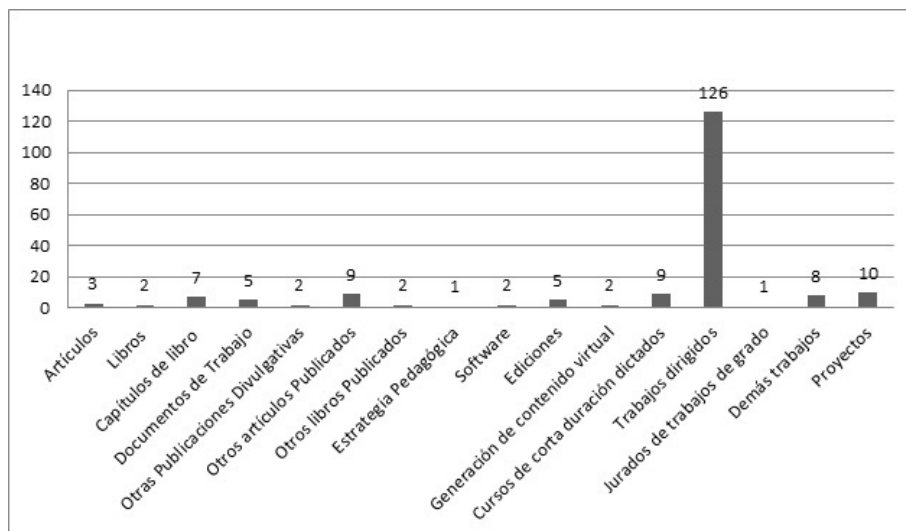
UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA - OFICINA DE INVESTIGACIONES				
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN APROBADOS EN EL MARCO DE CONVOCATORIAS INTERNAS DE INVESTIGACIÓN, BANCO DE PROYECTOS Y MÍNIMA CUANTÍA				
AÑO	ACUERDO- FECHA	N° Proyectos aprobados FAE	Proyecto de investigaciones	Investigadores
			Impacto de los parques industriales en la macro región de la sabana de occidente - Caso Funza.	Elizabeth Toro Rubiano - José Agustín Gómez M.
2015	62-9 de septiembre de 2014	4	Variables asociadas al aumento de riesgos en la colocación de recursos financieros de micro crédito en Bogotá, Fase II.	Jorge Alexander cortes - Alex Dueñas Peña - Cesar Campo E.
			Impacto en los parques industriales en la macro región de la sabana de occidente - caso Madrid Mosquera.	Elizabeth Toro Rubiano - José Agustín Gómez M. Ronal Andrei Duarte Burgos
			Diagnóstico sobre el impacto de las actividades de responsabilidad social empresarial en las microempresas de la ciudad de Bogotá.	Antony Morales - Edgar Miguel Hernández
			Aplicación de las neurofinanzas en la toma de decisiones financieras.	Cesar Augusto Hernández Ocampo
2016	29-17 de mayo de 2016	1	Aporte del cooperativismo en el posconflicto en centro américa (Nicaragua, Guatemala y El Salvador).	Rubén Darío Páez S - Hernán Rodríguez Coy

continúa (pág. 78)

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA - OFICINA DE INVESTIGACIONES				
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN APROBADOS EN EL MARCO DE CONVOCATORIAS INTERNAS DE INVESTIGACIÓN, BANCO DE PROYECTOS Y MÍNIMA CUANTÍA				
AÑO	ACUERDO- FECHA	N° Proyectos aprobados FAE	Proyecto de investigaciones	Investigadores
2018	112-4 de diciembre de 2017	1	Estado del arte sobre las relaciones entre clima organizacional y satisfacción laboral en pymes de servicios de Bogotá en el período 2005-2016.	Marta Lucia Álvarez Restrepo
2018	38-22 de mayo de 2018	3	Estrategias empleadas para alcanzar la competitividad en parques industriales del municipio de Mosquera.	Gladys Nelly Vásquez - Wilson E. Martínez A
			Modelo para la medición de la productividad de la industria automotriz en Colombia.	Lugo Manuel Barbosa - Alexander Cortes
			Contribución del cooperativismo y otras formas de asociativas a la paz en Colombia en los procesos de restitución, reintegración y reinserción de 2010 a 2016.	Rubén Darío Páez S - Hernán Rodríguez Coy

Fuente: Productividad relacionada de los grupos de investigación del programa de AEC.

Utilizando la fuente oficial de GrupLac, es posible identificar la siguiente relación de la variedad de productos de los grupos de investigación, que están relacionados con las tipologías de productos establecidos en la métrica de Colciencias:

Figura 2. Producción docente

Fuente: Colciencias, Institutac. Consultada en mayo de 2019.

En los resultados, la producción de los docentes se evidencia a través de la elaboración de libros, capítulos de libros, ponencias y demás artículos publicados principalmente en espacios como la publicación *Diario de Campo* de la institución y en otros medios, algunos de diferentes eventos académicos y otros externos de las diferentes instituciones.

Tabla 5. Producción académica docente - Relación de publicaciones

Libros publicados				
Nombre	Autor	ISBN	Año	Editorial
Creación de negocios sostenibles Colombia	Ramón Eduardo Gutiérrez Rodríguez	978-958-8359-16-8	2012	Editorial Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

continúa (pág. 80)

Libros publicados				
Nombre	Autor	ISBN	Año	Editorial
Quince años de historia	Alexander Cortes Cortes	978-958-8359-35-9	2013	Editorial Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
“Matemáticas financieras” en: Colombia 2018	Alexander Cortes Cortes	978-958-8359-809	2018	Editorial Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Fuente: La información presentada en esta tabla es el resultado del material consultado en la Oficina de Investigaciones de la UCMC (GruLAP). Dirección del programa de AEC.

Tabla 6. Producción académica docente - Relación de publicaciones

Capítulos de libro			
Autor	ISBN	Año	Editorial
Alexander Cortes Cortes	978-958-8359-35-9	2013	Editorial Universidad Colegio mayor de Cundinamarca
Lida Rodríguez González	978-958-8359-35-9	2014	Editorial Universidad Colegio mayor de Cundinamarca
Lugo Barbosa Guerrero.	978-958-8359-06-9	2015	Editorial Universidad Colegio mayor de Cundinamarca
Lugo Barbosa Guerrero, Guillermo Tomás Santacoloma Rivas	978-958-8259-06-9	2015	Editorial Universidad Colegio mayor de Cundinamarca

Capítulos de libro			
Autor	ISBN	Año	Editorial
Carlos Mario Muñoz Maya, Olga Lucía Díaz Villamizar.	978-958-772-702-9	2016	Editorial Centro Editorial Universidad del Valle
Guillermo Tomás Santacoloma Rivas, Lugo Barbosa Guerrero	978-958-8259-06-9	2016	Editorial Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Guillermo Tomás Santacoloma Rivas y Lugo Manuel Barbosa Guerrero	978-958-8359-77-9	2018	Editorial Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Fuente: La información presentada en esta tabla es el resultado del material consultado en la Oficina de Investigaciones de la UCMC (GruLAP). Dirección del programa de AEC.

Tabla 7. Artículos de divulgación

Artículos de divulgación					
N°	Nombre	Autor	ISBN/ISSN	Año	Editorial
11	La innovación como factor de competitividad empresarial.	Rubén Darío Páez Sánchez	1909-0870	2013	Revista FUNLAM 22. Ene-Junio 2013
12	La administración de empresas: génesis y evolución Colombia.	Alexander Cortes Cortes	1909-0870	2014	Revista de Divulgación
13	Innovación y emprendimiento en Colombia.	César Campo Espinosa	2256-2907	2014	Revista de Divulgación

continúa (pág. 82)

Artículos de divulgación					
N°	Nombre	Autor	ISBN/ISSN	Año	Editorial
14	La investigación diversidad cultural en Colombia: una mirada desde la difusión en revistas científicas Colombia.	Carlos Mario Muñoz A Olga Lucía Díaz Villamizar	2539-0511	2017	Revista de Divulgación
15	Cultura organizacional y gestión del talento humano Colombia.	Alex Dueñas Peña	2500-8765	2017	Revista de Divulgación
16	Los riesgos laborales de los trabajadores informales: un objeto de estudio para abordar interdisciplinariamente Colombia.	Alex Dueñas Peña	2500-8765	2017	Revista de Divulgación
17	Crecimiento económico, desarrollo económico y desarrollo humano: procesos complementarios para el capitalismo social Colombia.	Alex Dueñas Peña	2594-1674	2017	Revista de Divulgación

Fuente: La información presentada en esta tabla es el resultado del material consultado en la Oficina de Investigaciones de la UCMC (GruLAP). Dirección del programa de AEC.

Tabla 8. Generación de contenido virtual

N°	Nombre	Autor	ISBN/ISSN	Año	Editorial
18	Aplicativo financiero de presupuestos	Alexander Cortes C	Sitio web: http://www.pearsoncolombia.com/index/	2012	Editorial Pearson

Fuente: La información presentada en esta tabla es el resultado del material consultado en la Oficina de Investigaciones de la UCMC (GruLAP). Dirección del programa de AEC.

Tabla 9. Ponencias

N°	Nombre	Autor	Medio de divulgación	Año	Editorial
19	Responsabilidad social empresarial y negocios internacionales - Colombia	Edgar Miguel Hernández H	PAPEL	2014	
20	Responsabilidad social micro empresarial: caso localidad de Mártires, Fase I	Antony Morales Trujillo	PAPEL	2015	Universidad de ORT-Uruguay
21	Impacto social de los programas de microcrédito en las universidades económicas - Bogotá, Fase I	Jorge Alexander Cortes C, Alex Duelas Peña , Cesar Campo E, Myriam Moreno	PAPEL	2015	Universidad de Medellín
22	Escenarios de práctica empresarial - Programa de Administración de Empresas Comerciales –UCMC – México	Antony Morales Trujillo	PAPEL	2017	Universidad Autónoma de México
23	Voy a colgar los sueños en canoa, el río Magdalena como elemento para el desarrollo sustentable	Antony Morales Trujillo	PAPEL	2017	Universidad Autónoma de México
24	La vivienda familiar y comunal en guadua como solución sustentable a la población vulnerable	Antony Morales Trujillo	PAPEL	2018	Universidad Politécnica de Puebla, México
25	Los escenarios de práctica empresarial y su impacto en la responsabilidad social	Antony Morales Trujillo	PAPEL	2018	Universidad Latina de Panamá

continúa (pág. 84)

N°	Nombre	Autor	Medio de divulgación	Año	Editorial
26	Los escenarios de práctica empresarial y su impacto en la responsabilidad social	Antony Morales Trujillo	PAPEL	2018	Universidad Latina de Panamá

Fuente: La información presentada en esta tabla es el resultado del material consultado en la Oficina de Investigaciones de la UCMC (GruLAP). Dirección del programa de AEC.

Tabla 10. Diario de Campo y otras publicaciones

N°	Nombre	Autor	ISBN/ISSN	Año	Editorial
27	El impacto de software en el desarrollo empresarial de Bogotá	Lugo Manuel Barbosa Guerrero	ISSN 2539-1887 https://doi.org/10.22490/issn,2539-1887	2012	Diario de Campo
28	Innovación educativa en la interdisciplinariedad curricular	Alex Dueñas Peña	1909-1870	2015	Revista agenda de calidad
29	La gestión de conocimiento: modelos de comprensión y definiciones	Francisco Javier López Morales	2382-3283	2015	Revista colección académica de ciencias estratégicas p,84-111,V,2, Categoría B
30	Percepciones sobre el capital intelectual en las empresas textiles de Bogotá	Francisco Javier López Morales	1900-9380	2015	Revista Teoría y Praxis Investigativa, Centro de Investigación y Desarrollo (CDI), pp. 40-45. Volumen 9, Número 1

N°	Nombre	Autor	ISBN/ISSN	Año	Editorial
31	Diferencia entre empresas pymes exportadoras y no exportadoras en el sector de confecciones de Bogotá desde la perspectiva del capital intelectual	Francisco Javier López Morales	1870-6614	2015	Revista Investigación Administrativa, p 42-63 V. 116
32	Impacto de los parques industriales en la región sabana de occidente - caso Funza	Elizabeth Toro Rubiano	978-958-2359670	2016	Diario de Campo UNICOLMAYOR
33	Crecimiento económico, desarrollo económico y desarrollo humano: procesos complementarios para el capital social	Alex Dueñas Peña	2594-1674	2017	Revista RELAYN
34	Cultura organizacional y gestión del talento humano	Alex Dueñas Peña	2539-0511	2017	Revista impacto contable y financiero
35	Los riesgos laborales de los trabajadores informales: un objeto de estudio para abordar interdisciplinariamente	Alex Dueñas Peña	2500-8765	2017	Revista KAIROS GERENCIAL
36	Economía naranja	Marta Lucia Álvarez Restrepo	1909-1870	2018	Revista Agenda de Calidad
37	El cliente	Oscar Mauricio Díaz Díaz	1909-1870	2018	Revista Agenda de Calidad
38	Hazlo si te apasiona	Carlos Ariel Álzate	1909-1870	2018	Revista Agenda de Calidad

Fuente: La información presentada en esta tabla es el resultado del material consultado en la Oficina de Investigaciones de la UCMC (GruLAP). Dirección del programa de AEC.

De la investigación formativa: semilleros de investigación

Para el programa de Administración de Empresas Comerciales, el semillero de investigación Pigmalión es un espacio extracurricular en el que un grupo de estudiantes comienza a investigar en compañía de docentes investigadores, a fin de contribuir a su formación integral de forma autónoma, dinámica y flexible.

El objetivo de formar grupos de investigación con la participación activa de estudiantes en procesos de formación es propiciar el desarrollo de competencias investigativas, pensamiento crítico y autónomo para ofrecer soluciones efectivas dentro de un contexto. Para dar cumplimiento a este objetivo, se propone incentivar el trabajo investigativo en docentes y estudiantes; integrar redes de investigación que permitan el intercambio con pares académicos y el posicionamiento del semillero; desarrollar proyectos de impacto en el capital social y de vinculación con el sector productivo.

En el año 2004, las docentes de planta Martha Cecilia Andrade y Clarena Muñoz de la Facultad de Administración y Economía crearon el primer semillero de investigación del programa de Administración de Empresas Comerciales, llamado Pigmalión, inspirado en la mitología griega, quien era un rey que tomó una piedra para esculpir una estatua de una mujer.

En el siglo XX, surge el “efecto Pigmalión”, que es la posibilidad de un mejor rendimiento y desarrollo a partir de las altas expectativas de los docentes hacia sus estudiantes. En este sentido, se extiende al área empresarial en colaboradores que alcanzan estándares óptimos de calidad y de producción.

Consecuentemente, el Semillero asume de Pigmalión la perseverancia y la constancia en su labor cotidiana y considera que sin pasión, dedicación, responsabilidad, confianza, trabajo constante, compromiso y mucha creatividad no es posible desarrollar el quehacer investigativo.

Desde la creación del semillero en 2004, se ha iniciado la participación en eventos organizados por instituciones, en los que los estudiantes de diferentes universidades tienen la oportunidad de presentar los resultados de sus proyectos de investigación por medio de ponencias.

Los tutores que son líderes de los semilleros que desarrollan e involucran activamente a este grupo de estudiantes, favorecen la creación de una red

que genera una cultura de la investigación entorno a proyectos que a la larga producirán productos que hagan visible la producción científica (Quintero, 2008).

Así, la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, aprovechando la regulación del Acuerdo 030 de 2005 en su artículo 22, establece las políticas de investigación y define la creación de semilleros de investigación y la red institucional de semilleros de investigación. Asimismo, con el Acuerdo 96 establece los lineamientos para la política institucional orientada a la formación en investigación de estudiantes y docentes, con estrategias flexibles que permitan la construcción y sistematización del conocimiento, la participación de estudiantes en eventos de tipo académico y una evaluación orientada a la mejora de las estrategias en el marco de la formación para la investigación.

De esta manera, la reforma curricular y las políticas de investigación han favorecido la participación de los estudiantes del programa de Administración de Empresas Comerciales a través del semillero Pígmalión como estrategia para contribuir a la construcción de conocimiento con la orientación de docentes designados para este fin. En este contexto, el semillero Pígmalión cuenta con espacios extracurriculares para orientar y completar la formación en las diferentes áreas de profundización que el estudiante recibe desde el aula, permitiéndole fortalecer la competencia investigativa y los elementos que la comprenden, como la estructura metodológica y el pensamiento crítico y creativo, entre otros, que aportan a los propósitos misiones de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

En el Acuerdo 96, artículo 4°, la investigación formativa esta:

Enfocada en los aspectos en los cuales el estudiante trabaja en el desarrollo de competencias enfocadas en la capacidad de profundizar conceptos y, a partir de ellos y una lectura crítica y sensible del entorno puede generar ideas que a futuro representarán problemas de investigación. En este tipo de intencionalidad se pretende que el estudiante incursione en el propósito de entender y reflexionar acerca del quehacer de su disciplina, la convivencia diaria, el ser ciudadano, las necesidades en el entorno y la conciencia ambiental, entre otros.

Desde la década de 1990, el Ministerio de Educación Nacional ha estado hablando de la investigación formativa como la interacción entre el estudiante y el docente en el proceso de desarrollo curricular de un programa. Esto es propio

de la dinámica de la relación con el conocimiento que debe existir en todos los procesos académicos, tanto en lo que respecta al aprendizaje de los alumnos como en la renovación de las nuevas prácticas pedagógicas del docente.

Por lo anterior, teniendo en cuenta el plan de estudios del programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, se presentan cuatro electivas de profundización para complementar su proceso de formación con el énfasis en: mercadeo, finanzas, economía solidaria y ambiental. El semillero de investigación Pigmalión realiza su primer encuentro de investigación de las líneas de profundización.

En cada una de las líneas mencionadas, del séptimo al décimo semestre, se ofertan cuatro espacios académicos para las asignaturas electivas afines a la profundización; en el octavo y décimo semestre se orientan los espacios de seminario de investigación y seminario de grado respectivamente, con el propósito de adelantar un ejercicio investigativo que les permita desarrollar esta competencia desde la línea de profundización elegida por los estudiantes.

Los productos o resultados de estas investigaciones están orientados a propuestas de acciones de mejoramiento en organizaciones, regiones o localidades donde se ha identificado una problemática; en el caso de mercadeo, estrategias de mejoramiento de productos y servicios para el posicionamiento en los mercados; propuestas de modelos o estrategias para hacer más eficientes los procesos ambientales de las comunidades, entre otros.

Esto permite que la investigación en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca cumpla con el Proyecto Educativo Universitario (PEU) como una función sustantiva que se define como:

La fuente del conocimiento que facilita el avance con eficacia, eficiencia y efectividad de los diferentes campos científicos, tecnológicos y de innovación; igualmente es la encargada de articular la docencia, la proyección social y la investigación para lograr un alto nivel de pertinencia (Consejo Superior Universitario, 2013, p. 15).

Por ello, es necesario contemplar procesos sistemáticos, empíricos y críticos que se implementen en las aulas académicas con la investigación formativa, invitando al estudiante a dejar de lado la actitud pasiva frente a los conocimientos entregados por el profesor y atreverse a trascenderlo en ellos con propuestas de solución a problemas en organizaciones, comunidades y

regiones que lo requieran. Es además una invitación para los docentes a permitir y posibilitar todo este proceso autónomo; a “no limitar el proceso educativo a un mero ejercicio doméstico, sino a proporcionarle, o más bien garantizarle, al estudiante el uso público de su razón” (p. 250), como lo expresó Kant en su texto *Qué es la ilustración en 1784*.

Lo anterior se pone de manifiesto en el primer encuentro de semilleros de investigación de líneas de profundización del programa de Administración de Empresas Comerciales (AEC) realizado el 4 de julio de 2019, para generar el espacio de difusión de los resultados de la investigación formativa, con la participación de 4 docentes de las líneas de profundización.

Tabla 11. Participación primer encuentro de semilleros de investigación

Línea Profundización	Nº Estudiantes	Nº Ponencias
Comercial	32	24
Financiera	9	5
Solidaria	29	11
Ambiental	16	9
TOTAL	86	49

Fuente: Los datos de la tabla son el resultado del primer encuentro de semilleros de investigación.

Los logros alcanzados con el desarrollo de dicho encuentro se enumeran continuación:

- Los resultados de este encuentro impactaron en la comunidad académica de forma positiva. Se destacan temas como por ejemplo desde la línea financiera: análisis y estrategias financieras, estudios de impacto de la apertura económica, entre otros; de la línea comercial: estudios de mercados para posicionar una marca, plan de marketing para el lanzamiento de un producto, entre otros; de la línea ambiental: la competitividad y sostenibilidad de las Mipymes, implementación de la economía solidaria por medio de un modelo de asociatividad, entre otros.

- Se logró contribuir al fortalecimiento de las líneas de profundización de acuerdo a las observaciones de un experto en cada uno de los proyectos evaluados.
- Se evidenció la participación de 86 estudiantes con 49 proyectos del programa para mostrar los resultados de sus investigaciones.
- Se logró generar espacios de trabajo colaborativo y articulado con las líneas de énfasis del programa para compartir experiencias de trabajo investigativo y emprendedor.
- Se logró que las sistematizaciones de los proyectos de los estudiantes quedaran registradas en un artículo.

Participación de estudiantes y docentes en el semillero

Desde el año 2004, el semillero Pigmalión participa con docentes con horas asignadas, que se encargan de liderar, motivar y orientar a grupos de estudiantes interesados en la investigación. El semillero se configura en equipos liderados por profesores del programa y expertos con la participación de los estudiantes en tres niveles:

- **Nivel 1.** Grupo embrionario. Conformado, preferencialmente, por estudiantes de los primeros semestres que aún no han avanzado en el estudio de profundización, ni han cursado formalmente asignaturas como metodología de la investigación.
- **Nivel 2.** Grupo de cultivo. Lo integran estudiantes avanzados en la carrera (sexto semestre en adelante) que desarrollan bajo la dirección de docentes investigadores algún proyecto, en el que el estudiante tiene la curiosidad de profundizar o investigar un tema de su preferencia a través de la observación, para proceder al desarrollo de la estructura metodológica.
- **Nivel 3.** Grupo de cosecha. Son estudiantes formalmente capacitados y que integran un grupo consolidado de investigación, como coinvestigadores y auxiliares.

De igual manera, el semillero Pigmalión hace posible tres ejes para el trabajo investigativo:

- **Eje temático:** el énfasis de la labor se hace en el tema, siendo éste el eje más característico de los grupos de semilleros; se inician como grupos de estudio en los que estudiantes y docentes comienzan a investigar e interactuar con un tema específico, con el fin de profundizar e identificar su cientificidad.
- **Eje metodológico:** esta línea privilegia los discursos sobre los métodos de investigación con un énfasis operacional.
- **Eje formativo:** el eje formativo se constituye como un articulador de los otros dos ejes, su énfasis está en buscar en el investigador la incorporación de una actitud científica que comienza a canalizarse en el trabajo en proyectos y resultados de investigaciones.

Estos ejes no se desarrollan aisladamente, sino que se integran en diferentes momentos que pertenecen a un mismo proceso. De tal manera que en cada semillero puede primar uno u otro eje, con la clara concepción de que todos sus niveles son indispensables durante el proceso.

Participación en redes de investigación

La universidad tiene una alianza con la Fundación Red Colombiana de Semilleros de Investigación (RedCOLSI), una organización sin ánimo de lucro articulada con la educación primaria, secundaria y superior, que desempeña un papel destacado en la consolidación de una cultura investigativa fundamentada en la formación y el trabajo en red de semilleros de investigación, mediados por escenarios de socialización, gestión y apropiación social del conocimiento. Y desde 2010, participa con estudiantes y docentes con proyectos en la categoría de productos en proceso, innovación y plan de negocios (RedCOLSI, 2017).

Los productos derivados de esta experiencia formativa en la universidad son divulgados con la participación de estudiantes en ponencias en diferentes espacios, como encuentros institucionales de semilleros de RedCOLSI y otros encuentros institucionales de semilleros.

De otra parte, el semillero participa en otras entidades como la Red Institucional de Semilleros de Investigación Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca (RISIUCMC), Universidad Minuto de Dios, UDCA, entre otras. La participación de los semilleros hasta el segundo período de 2019 es de 160 ponentes con 86 ponencias. En la actualidad el programa cuenta con 1 semillero de investigación con la participación de 82 estudiantes y 3 docentes.

**Tabla 12. Número de estudiantes del semillero “Pigmalión”
– Programa de Administración de Empresas
Comerciales (AEC)**

Número de estudiantes inscritos en el semillero Pigmalión													
2012 I	2012 II	2013 I	2013 II	2014 I	2014 II	2015 I	2015 II	2016 I	2016 II	2017 I	2017 II	2018 I	2018 II
96	101	0	12	38	51	113	60	70	66	54	44	52	82
96	101	0	12	38	51	113	60	70	66	54	44	52	82

Fuente: Los datos de la tabla son el resultado del historial de semilleros Pigmalión.

Como se puede apreciar, ningún estudiante participó en 2013 porque no se asignaron docentes en este año. De otra parte, en los años 2012 y 2015, más de 100 estudiantes se inscribieron en el semillero.

**Tabla 13. Número de docentes del semillero “Pigmalión”
– Programa de Administración de Empresas
Comerciales (AEC)**

Número de docentes en el semillero Pigmalión													
2012 I	2012 II	2013 I	2013 II	2014 I	2014 II	2015 I	2015 II	2016 I	2016 II	2017 I	2017 II	2018 I	2018 II
6	6	0	3	4	6	5	4	3	3	4	4	6	3
6	6	0	3	4	6	5	4	3	3	4	4	6	3

Fuente: Oficina de investigaciones de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Sin embargo, según las estadísticas de la tabla 26, el promedio de docentes que acompaña a los estudiantes es de 3 por semestre, la participación de los docentes en la investigación formativa se infiere a través del semillero “Pigmalión”.

Tabla 14. Ponencias de estudiantes de semilleros Pigmalión desde el programa de Administración de Empresas Comerciales

2012	2013	2014			2015			2016			2017			2018
R	I	R	N	I	R	N	I	R	N	I	R	N	I	R
2	7	3	1	3	18	4	6	10	5	4	4	8	1	5
2	7	3	1	3	18	4	6	10	5	4	4	8	1	5

Fuente: Los datos de la tabla son el resultado del historial de semilleros Pigmalión, se aclara que R es regional, I es institucional y N es nacional.

Tabla 15. Número de ponencias en el semillero Pigmalión

2012	2013	2014			2015			2016			2017			2018
R	I	R	N	I	R	N	I	R	N	I	R	N	I	R
2	7	3	1	3	18	4	6	10	5	4	4	8	1	5
2	7	3	1	3	18	4	6	10	5	4	4	8	1	5

Fuente: Los datos de la tabla son el resultado del historial de semilleros Pigmalión, se aclara que R es regional, I es institucional y N es nacional.

Como se puede observar en la tabla 27, la participación de los estudiantes en ponencias del semillero de investigación “Pigmalión” presenta una tendencia al aumento de número de ponencias, pero debido a los problemas que presenta el paro estudiantil no se mantuvo la tendencia, causando una disminución y a la vez desmotivación de quienes iban a presentar sus respectivas ponencias. Aquí es pertinente aclarar que el evento previsto de semilleros en la Universidad del Cauca, en un proceso de cohesión, fue aplazado el año anterior por el motivo expuesto y se programó en 2019.

Conclusiones

La investigación formativa es contemplada y regulada por la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca a través de acuerdos en el Plan de Desarrollo Institucional y además es utilizada por los grupos de investigación y con los estudiantes en el desarrollo de los semilleros de investigación.

Esta práctica ayuda y contribuye al desarrollo de docentes y estudiantes, garantizando la calidad de la educación superior y brindando herramientas para que los futuros profesionales desempeñen labores en el mercado laboral. Los avances y beneficios de esto también se pueden ver con la puesta en marcha de actividades como los encuentros de semilleros que se llevan a cabo en la institución.

En este primer encuentro de semilleros participaron y se comprometieron los estudiantes, quienes bajo la orientación de los docentes de las líneas de profundización, lograron presentar 2 ponencias, 49 artículos y 49 pósteres, donde se plasmaron los resultados de las investigaciones, permitiendo fortalecer la visibilidad de los resultados de investigación del programa.

A través del semillero Pigmalión, se generó un espacio colaborativo con las líneas de profundización del programa compartiendo experiencias de trabajo articulado como un ejercicio de investigación en el aula.

Las pruebas Saber PRO del programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca (2014-2018)

Germán Ignacio Morales Torres*

Rubén Darío Páez Sánchez**

Hernán Rodríguez Coy***

* Ingeniero Industrial, Licenciado en Electrónica, Especialista en Gerencia Logística, Candidato a Maestría de Administración de Empresas. 15 años en el desempeño docente. Experiencia de más de 10 años en cargos administrativos del sector real. Docente ocasional de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Docente instructor Corporación Universitaria Minuto de Dios.

** Administrador de Empresas. Especialista en Control de Gestión y Revisoría Fiscal. Magister en Administración Pública. Magister en Administración de Organizaciones. Docente Ocasional Tiempo Completo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Gerente Cooperativa Multiactiva del Distrito Capital.

*** Economista, Especialista en estadística aplicada, Magister en ciencias financieras y sistemas. 20 años en el desempeño docente, Desempeño, Director programa. Consultor en comercio exterior durante 10 años en el sector privado. Docente ocasional Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Docente de cátedra e Investigador-Ponente y Par Evaluador (Programa de Administración de Empresas Comerciales) Docente de cátedra Universidad Militar.

Resumen

Las pruebas Saber PRO del programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio mayor de Cundinamarca de 2014 a 2018, consisten en un análisis de los resultados obtenidos por los estudiantes que están a punto de graduarse como profesionales de la carrera en este período. Se hizo una comparación con los resultados tanto nacionales como institucionales a fin de establecer fortalezas y debilidades del proceso de formación de los estudiantes en el programa. Se llegó a la conclusión que la media alcanzada por los estudiantes unicolmayoristas fue un tanto superior a la media nacional e institucional (104 puntos), lo que permiten concluir que los egresados del programa están bien estructurados para su vida profesional. Hubo ligeras debilidades en la lectura crítica y en el dominio de la segunda lengua, en las que el programa y la universidad en general tienen que trabajar intensamente. Metodológicamente, el estudio fue de carácter descriptivo-analítico, con elementos cualitativos y cuantitativos aplicados a los resultados alcanzados en cada competencia evaluada en las pruebas Saber PRO. También hubo un ligero descenso en los puntajes para 2018 en comparación con los resultados de años anteriores: de 2014 a 2017. Sin embargo, esto no afectó al promedio del programa como tal en la prueba, siendo mejor que el promedio nacional para la carrera.

Abstract

Know evidence pro in the administration of commercial companies of the college program largest in Cundinamarca from 2014 to 2018, consists of an analysis to the results achieved by the next students to graduate as career professionals in This period, which took place in comparative form, both with the national results, such as institutional, in order to establish strengths and weaknesses in the process of formation of the students in the program. Concluded that the average achieved by unicolmayoristas students, was somewhat higher than the average national and institutional (104 points), they suggest that graduates of the program have left well structured for your professional life. If you are minor weaknesses in the skills of critical reading and second language, on which the program and in general the University, have been working intensely. Methodologically, the study was analytical descriptive, qualitative and quantitative elements applied to the results achieved in each competition assessed in the tests know pro. Also detected a slight drop in scores for 2018, with respect to the results in previous years: 2014-2017. However, this not

emphasised that on average, the program as such, in the test, was better than the national average for the race.

Palabras claves

Saber PRO, competencias, calidad de la educación, mejora continua.

Keywords

Know Pro, competence, quality of education, continuous improvement.

Introducción

La demanda de programas de educación superior en Colombia ha aumentado sustancialmente durante el último cuatrienio, alcanzando una tasa de crecimiento de aproximadamente el 16.6% de 2014 a 2017. De igual manera, la cantidad de programas de pregrado disponibles en 2018 para los graduados de la educación media alcanzó un total de 5.955, de los cuáles el 17% tiene una acreditación en alta calidad (MEN-SACES, 2018).

En el marco del proceso de acreditación institucional, el Consejo Nacional de Acreditación (CNA) ha fijado como uno de los objetivos principales de este proceso la promoción de procesos de autoevaluación y mejora continua para lograr altos niveles de calidad en la educación superior. Por ello, es necesario contar con un amplio compendio de datos que permita conocer a fondo el estado de los programas académicos, sus fortalezas, sus debilidades y sus diferencias y, a partir de ello, diseñar estrategias que propendan por el cierre de brechas académicas y que permitan elevar el nivel de enseñanza de ciertas disciplinas a nivel general (CNA, 2013).

El documento trata sobre las pruebas estatales para evaluar la calidad de la educación superior en Colombia, aplicado al caso de los resultados obtenidos en esta prueba por los estudiantes del programa de Administración de Empresas Comerciales (AEC) de la Facultad de Administración y Economía (FAE) de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca (UCMC), presentadas en las vigencias 2014-2018.

En primer lugar, se hace una aproximación teórica sobre los elementos fundamentales de lo que tratan las normas de acreditación y calidad pertinentes para la educación superior, explicando los conceptos de competencias genéricas y específicas, que buscan, en la prueba, determinar el grado de pertinencia

en el proceso de formación profesional que han tenido los estudiantes en las universidades del país; en segundo lugar, realizar los análisis respectivos para establecer las fortalezas y falencias que los resultados puedan arrojar, de manera que se puedan tomar las medidas pertinentes, tanto por parte de las entidades gubernamentales responsables: el Ministerio de Educación, el ICFES, el ICETEX, como por parte de las instituciones que prestan este servicio fundamental para el progreso social y económico del país.

Para el programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, ha sido una preocupación permanente, desde el inicio de estos procesos de evaluación, estar atentos y preparar a sus estudiantes, que culminan sus carreras, para que cumplan un papel decoroso en las pruebas Saber PRO. En este sentido, el documento muestra los resultados de los análisis efectuados a las pruebas presentadas por sus estudiantes entre 2014 y 2018, tanto en competencias genéricas como específicas. Cabe señalar que el programa obtuvo resultados bastante favorables durante este período de tiempo en la mayoría de ítems evaluados en las pruebas, obteniendo, en promedio, índices superiores (104) a la media nacional. Se notó, no obstante, una ligera desmejora en los índices alcanzados en 2018, en cualquier caso, el programa es uno de los diez mejores en administración de empresas de todo el país.

Por otra parte, el análisis comparativo efectuado permitió también establecer que los estudiantes de AEC obtuvieron mejores resultados en promedio que la media de los estudiantes de todos los demás programas académicos ofrecidos por la UCMC para el período de estudio 2014-2019.

De las competencias específicas evaluadas en las pruebas Saber PRO, cabe señalar que los estudiantes de AEC obtuvieron una puntuación media inferior al resto de los ítems de las competencias: lengua extranjera y lectura crítica, tanto en el ámbito nacional como interno, entre los programas de la universidad. Será menester que los responsables del programa pongan en práctica medidas para mejorar los puntajes de estas dos competencias, que, sin embargo, no eclipsan los buenos resultados que los estudiantes del programa alcanzaron en general en dicha prueba.

Metodológicamente, el estudio efectuado se trató de una investigación descriptiva, de carácter cualitativo y cuantitativo, que tenía por objeto describir y analizar el comportamiento de unas variables (competencias académicas), aplicada a una población (no muestra) de estudiantes que presentaron las pruebas Saber PRO de 2014 a 2018. Consistía, en primer lugar, en una

aproximación teórica a algunos de los temas relacionados con el evento, y, en segundo lugar, en un análisis comparativo de los resultados alcanzados en la prueba por los estudiantes que la presentaron.

Marco metodológico

El estudio sobre la prueba Saber PRO en el programa de AEC de la UCMC de 2014 a 2018, consistió en una investigación descriptiva de carácter cualitativo y cuantitativo, que buscaba analizar e interpretar los resultados alcanzados por los estudiantes del programa en las pruebas estatales para evaluar la calidad de la educación profesional impartida por la universidad. No se recurrió a la muestra, sino se tomó a la población total de estudiantes que participaron en las pruebas para los años en mención. Se construyeron cuadros que mostraban los resultados en forma comparativa, tanto con la media nacional como con la media institucional, para poder sacar conclusiones sobre los resultados obtenidos.

Examen de Estado de Calidad de la Educación Superior (ECAES)

Mediante el Decreto 3933 de 2009 (MEN, 2009), el Gobierno nacional estableció el Examen de Estado de Calidad de la Educación Superior en Colombia (actualmente pruebas Saber PRO), como instrumento para evaluar su calidad y ejercer su inspección y vigilancia. Se establecieron como lineamientos generales para la política pública de calidad:

- a) Comprobar el nivel de desarrollo de las competencias de los estudiantes próximos a culminar sus estudios universitarios.
- b) Diseñar indicadores para el análisis de los resultados, la comparación y análisis de programas, instituciones y metodologías en función del tiempo.
- c) Fomentar la cualificación de los procesos institucionales y la formulación de políticas, para la toma de decisiones en el sistema educativo.

El objeto de esta norma consiste en evaluar las competencias adquiridas por los estudiantes durante su proceso de formación profesional que son necesarias para el adecuado desempeño profesional y la definición de los parámetros de evaluación. Ha sido una tarea conjunta entre el Ministerio de Educación Nacional, la comunidad académica y profesional y el sector

productivo, teniendo en cuenta los elementos disciplinares fundamentales de la formación superior, propios de cada campo del saber.

El examen evalúa competencias genéricas y específicas que ha estructurado el ICFES, con base a los aportes de los estamentos ya mencionados para períodos de 12 años, con las modificaciones y mejoras a que haya lugar, siempre que no afecten la comparabilidad de los resultados en el tiempo. El diseño, dirección, coordinación, aplicación, análisis de resultados y su publicación, son competencia de este ente especializado.

Es responsabilidad de las instituciones de educación superior reportar de los estudiantes que hayan aprobado al menos el 75% de los créditos académicos del programa correspondiente o que tengan previsto graduarse en el año siguiente para que se les considere habilitados para realizar la prueba Saber PRO.

Principios de calidad de la educación superior

Las pruebas Saber PRO fueron reguladas por la Ley 1324 de 2009, que estableció los principios calidad de la educación superior, así:

- **Participación.** De la comunidad educativa en el diseño de los instrumentos y estrategias de evaluación.
- **Equidad.** Reconocer las desigualdades existentes en el proceso de aprendizaje y asumir el compromiso de ofrecer oportunidades para acceder a una educación de calidad a todos los colombianos.
- **Descentralización.** Promover la formación de todos los colombianos en los ámbitos territorial y local.
- **Cualitativa.** Complementar las pruebas cuantitativas con ejercicios cualitativos, que contribuyan al mejoramiento continuo de la calidad en la educación superior.
- **Pertinencia.** Las evaluaciones deben valorar integralmente los contenidos académicos, los requerimientos del mercado laboral y la formación humanística del estudiante.
- **Relevancia.** Evaluar la asimilación de conocimientos en relación con el contexto nacional e internacional, bajo el criterio de competitividad global.

El examen Saber PRO

Según el ICFES (2017), el examen Saber PRO se compone de 5 módulos que evalúan competencias genéricas: lectura crítica, razonamiento cuantitativo, competencias ciudadanas, comunicación escrita e inglés. Consta de 40 módulos asociados a temáticas y contenidos específicos que los estudiantes tienen la posibilidad de presentar de acuerdo con su área de formación profesional.

Competencia académica. Es la aplicación de los conocimientos adquiridos en el pregrado, que implica la descripción de contextos propios del campo de formación profesional y no se consideran competencias laborales. En este sentido, la prueba se divide en dos aspectos: una prueba que evalúa las competencias genéricas y otra las específicas.

Competencias genéricas. Estas tienen que ver con razonamiento cuantitativo, lectura crítica, comunicación escrita, competencias ciudadanas e inglés.

Competencias específicas. Estas son definidas para grupos de programas de pregrado. El ICFES ha dispuesto 35. Cada institución de educación elige el módulo o los módulos que más le atañen al pregrado que pretende ser evaluado, por ejemplo: análisis de problemáticas psicológicas, análisis económico, gestión de organizaciones, gestión financiera, información y control contable.

Para Mejía, Barajas y Fajardo (2018), competencia es el conocimiento abstracto, las representaciones que el sujeto desarrolla y la forma como las utiliza en la resolución de tareas prácticas, afectada por el contexto en que se desenvuelve el individuo. Para dichos autores, el compromiso de la universidad de formar profesionales científica y técnicamente competentes es vano si no va atado a una sólida fundamentación ética. Con base en ello, el nuevo profesional debe asumir y enfrentar los riesgos y consecuencias derivados de su actuación con responsabilidad, seriedad y compromiso.

Marco legal de las pruebas Saber PRO

Según el marco legal de la educación en Colombia, corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia del sistema para garantizar la calidad del servicio, el cumplimiento de sus fines y la mejora continua en los procesos de formación moral, intelectual y física de los educandos, garantizando la autonomía universitaria.

En este contexto normativo, las universidades en Colombia tienen garantizada la autonomía de la enseñanza, que implica el respeto a la libertad de

pensamiento. Las pruebas de evaluación profesional tienen en cuenta los diversos perfiles institucionales, sin atentar contra la calidad, la calificación profesional y la pertinencia de la enseñanza frente a las necesidades del desarrollo local, regional y nacional en un contexto globalizado, complejo, cambiante y caótico (Arias, 2018). Son normas pertinentes al proceso, relacionadas con la profesión de administración de empresas:

- Ley 30 de 1992, organiza el servicio público de la educación superior.
- Decreto 1781 de 2003, reglamenta los Exámenes de Estado de Calidad de la Educación Superior (ECAES) de los estudiantes de los programas académicos de pregrado.
- Decreto 2566 de 2003, condiciones mínimas de calidad y requisitos para ofertar programas académicos de educación superior.
- Ley 60 de 1981, reconoce la profesión de administración de empresas.
- Ley 1014 de 06, fomento a la cultura del emprendimiento.
- Acuerdo 003 de 1987, código de ética para la profesión de administrador de empresas.
- Decreto 2718 de 1984, sobre el ejercicio profesional del administrador de empresas.

Las pruebas Saber PRO en la UCMC

La política de aseguramiento de la calidad de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca considera los exámenes de calidad una oportunidad para revisar sus procesos académicos, curriculares y estratégicos en torno a la formación de sus estudiantes, con el fin de ofrecer a la sociedad profesionales que contribuyan a la construcción de un país más justo y equitativo. Así, para la autoevaluación con fines de acreditación y del registro calificado, cada programa y Facultad analizan los resultados de las pruebas Saber PRO en concordancia con su propósito de formación y los perfiles profesionales y ocupacionales estipulados en el Proyecto Educativo de Programa (PEP) y las políticas del Proyecto Educativo Institucional (PEI). Por ello, es obligatorio para todos los estudiantes que finalizan su carrera, presentar la prueba Saber PRO (Unicolmayor, 2019).

Los módulos de evaluación son instrumentos que evalúan competencias fundamentales para los futuros egresados de programas de formación. Algunos

módulos evalúan competencias genéricas que deben desarrollar los estudiantes de cualquier programa. Otros módulos evalúan competencias específicas, comunes a grupos de programas. El proceso articulado por la universidad en torno a las pruebas Saber PRO, contempla los siguientes pasos:

1. **Proceso académico administrativo:** trámite para la presentación de las pruebas de Estado a los estudiantes activos próximos a su egreso.

Procesos de evaluación antes y después de las pruebas Saber PRO:

- **Evaluación previa:** fase diagnóstica para identificar fortalezas y aspectos de mejoramiento en las competencias básicas y específicas de los estudiantes.
- **Evaluación post:** análisis de resultados alcanzados en la prueba Saber PRO.

2. **Informe Análisis estadístico de los resultados obtenidos en la prueba Saber PRO:**

- **Análisis estadístico:** a las gráficas producto de resultados por competencia.
- **Análisis comparativo:** de 2013 a 2018 sobre rendimiento y resultados obtenidos por los estudiantes en cada competencia evaluada. Se calcula la media, moda, mediana y media aritmética.
- **Tendencia:** análisis de la proyección en los desempeños y competencias evaluadas.
- **Desempeño de la universidad:** análisis de la productividad, calidad y competitividad de la UCMC en relación con la obtenida por otras universidades de la misma naturaleza.

El informe final destaca los primeros cinco estudiantes evaluados. El estudio incluye la calificación promedio del programa con respecto al promedio nacional obtenido; el valor agregado obtenido en los resultados de las pruebas de Estado (Saber PRO), con relación a las pruebas Saber 11°, utilizadas como mecanismo de ingreso a la educación superior y el desempeño de los estudiantes adscritos al programa; y el desempeño de los estudiantes del programa en la prueba.

Pruebas genéricas

Los resultados de los promedios generales de la UCMC frente a los resultados de los promedios generales nacionales. Inicialmente, se procesaron

los datos compilados de las pruebas Saber PRO 2014-2018, calculando los promedios generales nacionales, los promedios generales de la UCMC y los promedios generales del programa de Administración de Empresas Comerciales.

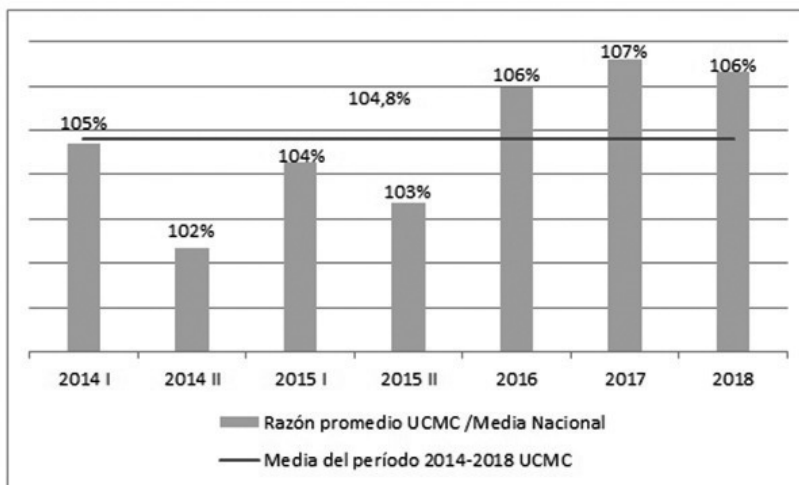
Resultados promedio generales UCMC frente a resultados promedio generales nacionales: luego, con estos resultados promedio enunciados, se prosigue a realizar el comparativo de los resultados promedio de las pruebas Saber PRO 2014-2018 de la UCMC, con respecto a los resultados promedio nacionales.

Tabla 1. Desempeño Saber PRO 2014 – 2018 de la UCMC frente a resultados nacionales

Período	Resultados de la media nacional	Resultados promedio de UCMC	Razón promedio UCMC / media nacional	Número de estudiantes nacional	Número de estudiantes UCMC
2014 I	9,8	10,3	105%	92.520	113
2014 II	10,0	10,3	102%	256.833	648
2015 I	9,9	10,3	104%	89.761	96
2015 II	10,1	10,5	103%	281.801	998
2016 ***	150	159	106%	242.629	741
2017	147	157	107%	245.593	719
2018	148	157	106%	237.112	760
Promedio 2014 - 2015	10,0	10,3	103,7%		
Promedio 2016- 2018	148,2	157,5	106,3%		
	PROMEDIO UCMC		104,8%		

Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

Figura 1. Desempeño Saber PRO 2014-2018 de la UCMC frente a resultados nacionales



Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

De 2014 a 2018, la UCMC ha alcanzado 4,8 puntos porcentuales por encima del desempeño nacional.

Resultados promedio generales del programa Administración de Empresas Comerciales (AEC) frente a resultados promedio generales nacionales: La tabla 2 muestra el comparativo de los resultados promedio de las pruebas Saber PRO 2014-2018 del programa de Administración de Empresas Comerciales (AEC) con respecto a los resultados promedio nacionales.

Tabla 2. Desempeño Saber PRO 2014-2018 del programa AEC frente a los Resultados nacionales

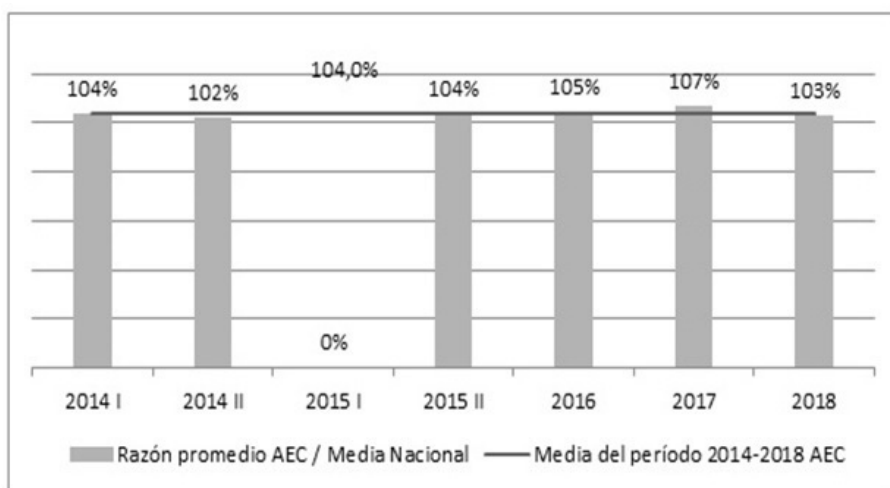
Período	Resultados de la media nacional	Resultados promedio de AEC	Razón promedio AEC / media nacional	Número de estudiantes nacional	Número de estudiantes AEC
2014 I	9,8	10,2	104%	92.520	4
2014 II	10,0	10,2	102%	256.833	121

continúa (pág. 106)

Período	Resultados de la media nacional	Resultados promedio de AEC	Razón promedio AEC / media nacional	Número de estudiantes nacional	Número de estudiantes AEC
2015 I	9,9	NA	NA	89.761	0
2015 II	10,1	10,5	104%	281.801	243
2016	150	157	105%	242.629	100
2017	147	157	107%	245.593	136
2018	148	152	103%	237.112	176
Promedio 2014-2015	10,0	10,3	103,1%		
Promedio 2016-2018	148,2	155,6	105,0%		
	PROMEDIO AEC		104,0%		

Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

Figura 2. Desempeño Saber PRO 2014-2018 del programa AEC frente a los resultados nacionales



Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

El programa AEC está en promedio en 4 puntos porcentuales por encima del desempeño nacional de las pruebas Saber Pro del mismo período. En la gráfica del desempeño histórico de las pruebas Genéricas del programa AEC se mantuvo en los años 2016 y 2017, pero desafortunadamente en el 2018 cayó en 4 puntos porcentuales con respecto al año anterior y quedando por debajo al promedio tanto del programa como de la institución. El desempeño general del programa AEC fue afectado por los resultados de las pruebas presentadas en el 2018 desmejorando el comportamiento promedio histórico.

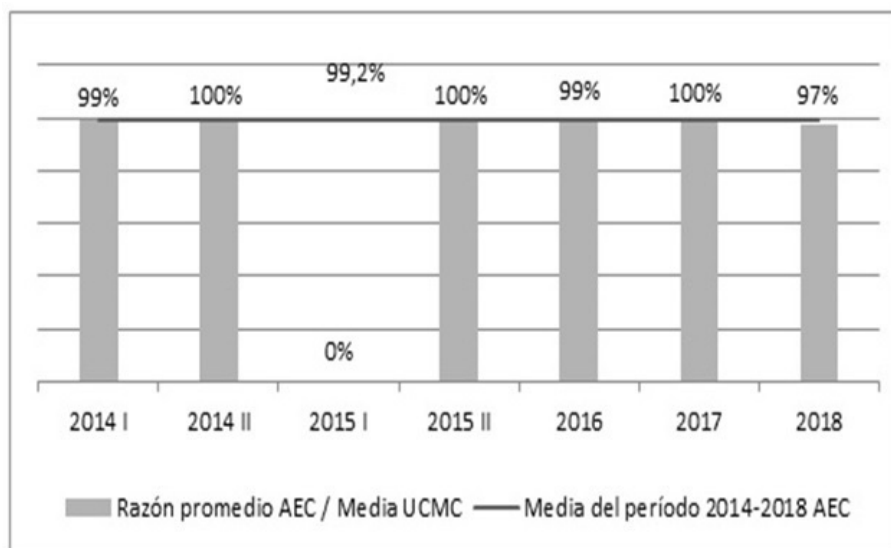
Resultados Promedio Generales AEC frente a los resultados promedio generales de la UCMC: en la tabla 3 se muestran los resultados de las pruebas Saber PRO 2014(I)-2018 del programa de AEC con respecto a los resultados promedio de la institución.

Tabla 3. Desempeño Saber PRO 2014-2018 del programa AEC frente a los resultados de la UCMC

Período	Resultados de la media UCMC	Resultados promedio de AEC	Razón promedio AEC / media UCMC	Número de estudiantes UCMC	Número de estudiantes AEC
2014 I	10,3	10,2	99%	113	4
2014 II	10,3	10,2	100%	648	121
2015 I	10,3	NA	NA	96	0
2015 II	10,5	10,5	100%	998	243
2016	159	157	99%	741	100
2017	157	157	100%	719	136
2018	157	152	97%	760	176
Promedio 2014 - 2015	10,3	10,3	99,7%		
Promedio 2016-2018	157,5	155,6	98,7%		
	PROMEDIO AEC		99,2%		

Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

Figura 3. Desempeño Saber PRO 2014(I)-2018 del programa de AEC frente a los resultados de la UCMC



Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

El programa AEC está en promedio 0,8 puntos porcentuales por debajo del desempeño de la institución en las pruebas Saber PRO durante el mismo período, mientras que el desempeño histórico de las pruebas genéricas del programa AEC frente a la UCMC sigue siendo el mismo que el institucional, con una caída de 3 puntos porcentuales en 2018.

Desglose histórico de las pruebas genéricas Saber PRO 2014-2018

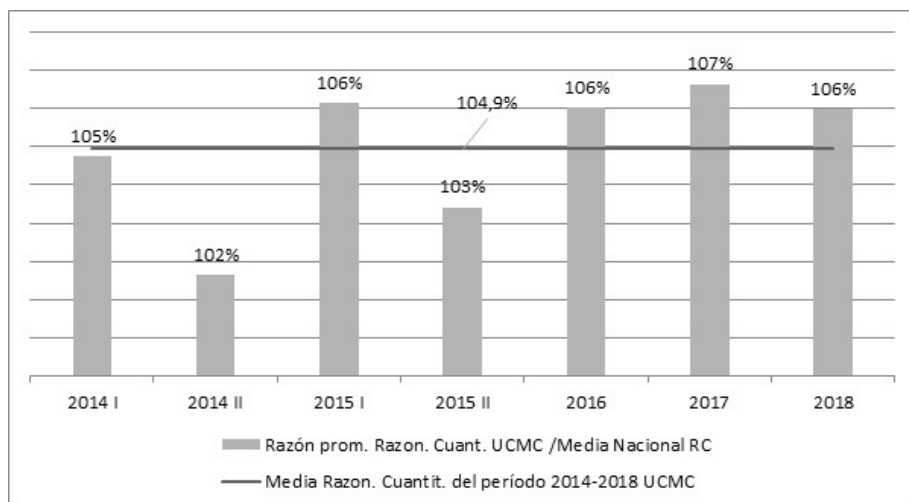
Módulo de razonamiento cuantitativo

Tabla 4. Desempeño razonamiento cuantitativo 2014-2018 del programa de Administración de Empresas Comerciales frente a los resultados nacionales

Período	Media nacional razonamiento cuantitativo	Promedio razonamiento cuantitativo UCMC	Razón promedio razonamiento cuantitativo UCMC / media nacional RC
2014 I	10,0	10,5	105%
2014 II	10,0	10,2	102%
2015 I	10,0	10,6	106%
2015 II	10,1	10,4	103%
2016	150	159	106%
2017	149	158	107%
2018	150	159	106%
Promedio 2014-2015	10,0	10,4	104%
Promedio 2016-2018	149,5	158,7	106%
	PROMEDIO UCMC		104,9%

Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

Figura 4. Desempeño razonamiento cuantitativo 2014-2018 del programa de Administración de Empresas Comerciales frente a los resultados nacionales



Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

La UCMC está en promedio 4,9 puntos porcentuales por encima del desempeño nacional de las pruebas nacionales del mismo período. Solamente en dos oportunidades, 2014(II) y 2015(II), estuvo por debajo de su promedio institucional.

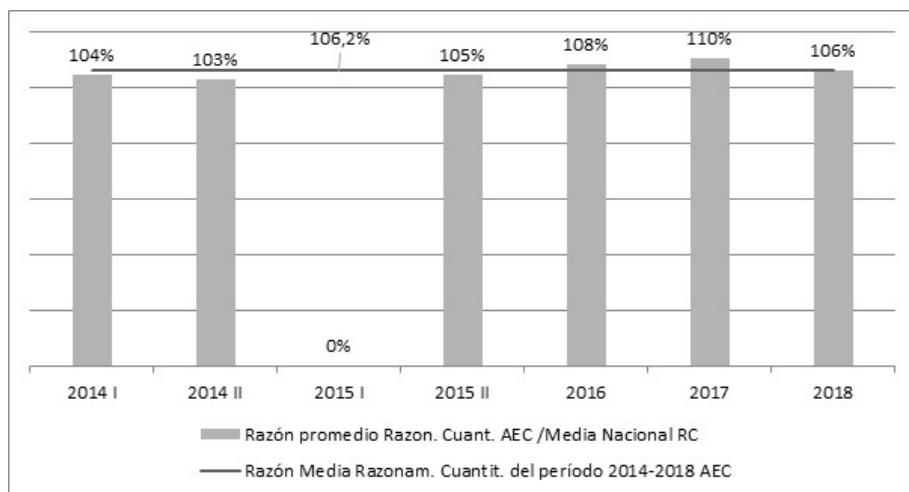
Resultados promedio razonamiento cuantitativo de AEC frente a los resultados promedio razonamiento cuantitativo nacional:

Tabla 5. Desempeño razonamiento cuantitativo 2014-2018 del programa AEC frente a los resultados nacionales

Periodo	Media nacional razonamiento cuantitativo	Promedio razonamiento cuantitativo AEC	Razón promedio razonamiento cuantitativo AEC / media nacional RC
2014 I	10,0	10,5	104%
2014 II	10,0	10,4	103%
2015 I	10,0	NA	NA
2015 II	10,1	10,6	105%
2016	150	163	108%
2017	149	164	110%
2018	150	159	106%
Promedio 2014-2015	10,0	10,5	104%
Promedio 2016-2018	149,5	161,8	108%
	PROMEDIO AEC		106,2%

Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

Figura 5. Desempeño razonamiento cuantitativo 2014-2018 del programa de Administración de Empresas Comerciales frente a los resultados nacionales



Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

El programa AEC está en promedio 6,2 puntos porcentuales por encima del desempeño en razonamiento cuantitativo. Ha mantenido un rango de 5 a 10 puntos porcentuales en los últimos 4 años, por encima del promedio general de la institución.

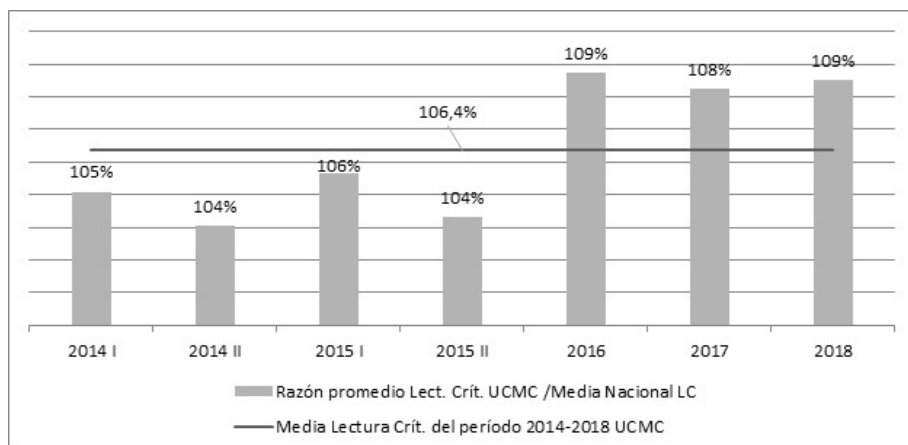
Módulo de lectura crítica:

Tabla 6. Desempeño lectura crítica 2014-2018 de la UCMC frente a los resultados nacionales

Período	Media nacional lectura crítica	Promedio lectura crítica UCMC	Razón promedio lectura crítica UCMC / media nacional LC
2014 I	10,0	10,5	105%
2014 II	10,1	10,5	104%
2015 I	10,0	10,6	106%
2015 II	10,3	10,8	104%
2016	150	163	109%
2017	150	162	108%
2018	150	163	109%
Promedio 2014-2015	10,1	10,6	105%
Promedio 2016-2018	150,1	162,9	108%
	PROMEDIO UCMC		106,4%

Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

Figura 6. Desempeño lectura crítica 2014-2018 de la UCMC frente a los resultados nacionales



Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

La UCMC está en promedio 6,4 puntos porcentuales por encima del desempeño nacional de las pruebas nacionales del mismo período. Por lo tanto, puede afirmarse que el desempeño general de la UCMC en las pruebas de lectura crítica del período enunciado es una fortaleza para mantener su nivel promedio general.

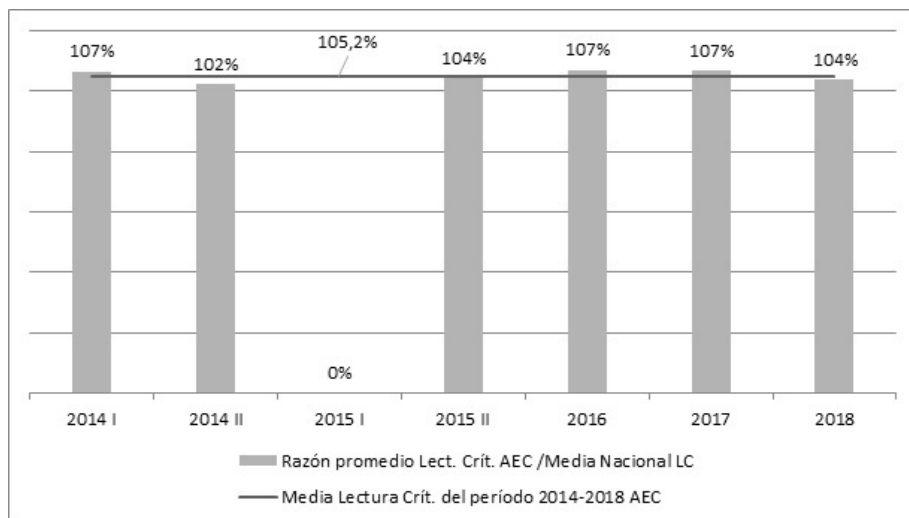
Resultados promedio de lectura crítica de AEC frente a los resultados promedio de lectura crítica nacional:

Tabla 7. Desempeño lectura crítica 2014-2018 del programa AEC frente a los resultados nacionales

Periodo	Media nacional lectura crítica	Promedio lectura crítica AEC	Razón promedio Lectura crítica AEC / media nacional LC
2014 I	10,0	10,7	107%
2014 II	10,1	10,3	102%
2015 I	10,0	NA	NA
2015 II	10,3	10,8	104%
2016	150	161	107%
2017	150	161	107%
2018	150	156	104%
Promedio 2014-2015	10,1	10,6	104%
Promedio 2016-2018	150,1	159,0	106%
	PROMEDIO AEC		105,2%

Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

Figura 7. Desempeño lectura crítica 2014-2018 del programa AEC frente a los resultados nacionales



Fuente: Recopilación información del programa de Administración de Empresas Comerciales.

El programa de AEC está en promedio 5,2 puntos porcentuales por encima del desempeño nacional. En la gráfica del desempeño histórico de las pruebas de razonamiento cuantitativo, el programa de AEC se ha mantenido en un rango de 4 a 7 puntos porcentuales en los últimos 4 años. Desafortunadamente, en las últimas pruebas realizadas en 2018, tuvo una caída de 3 puntos porcentuales, lo que perjudicó el desempeño histórico y quedó por debajo de la media institucional en 1,2 puntos porcentuales. El desempeño general del programa de AEC en las pruebas de lectura crítica del período enunciado ha sido consistente con el nivel de desempeño histórico de las pruebas Saber PRO, pero que en el último año decayó.

Conclusiones

Las pruebas Saber PRO, con mecanismos diseñados por el Estado colombiano para evaluar la calidad de la formación profesional de los estudiantes próximos a egresar de las instituciones de educación superior, se estructuraron en función de establecer las competencias genéricas y específicas adquiridas por el estudiante durante su proceso de formación.

En primer lugar, los resultados obtenidos por los estudiantes a nivel general, sin importar el campo de formación o institución a la que pertenezcan, permiten determinar el nivel de calidad de la educación superior. En segundo lugar, el análisis comparativo de los resultados alcanzados por los estudiantes permite establecer el nivel que alcanzan las universidades respecto a sus pares.

A nivel de programas, los resultados de las pruebas Saber PRO permiten a cada Institución de Educación Superior (IES) establecer sus fortalezas y debilidades que inducen a mecanismos para mejorar los indicadores de formación, que son bajos en sus resultados. A nivel institucional, los resultados alcanzados por los estudiantes del programa de AEC permiten establecer el nivel de formación que el programa ofrece en comparación con otros de la universidad.

Los análisis realizados en cada uno de estos niveles permiten establecer que en promedio, para las vigencias 2014 a 2018, los estudiantes del programa de AEC superaron la media nacional. Esto pone de relieve la calidad de la formación que se imparte en el programa de esta universidad. Y a nivel institucional, los resultados también superan la media de todos los programas ofrecidos por la UCMC.

Finalmente, el punto débil de los resultados alcanzados en las pruebas Saber PRO es la ligera caída de los indicadores para 2018, y en particular para las competencias en segunda lengua y lectura crítica. Los resultados de las competencias cuantitativas fueron satisfactorios.

Proyecto integrador: estrategia para la interdisciplinariedad en el programa de Administración de Empresas Comerciales

Lugo Manuel Barbosa Guerrero*

Cesar Campo Espinosa**

Alex Dueñas Peña***

Wilson Enrique Martínez Amado****

-
- * Docente de planta de tiempo completo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Docente asistente tiempo parcial de la Universidad El Bosque, magister en informática educativa, especialista en informática educativa, ingeniería de software y gerencia de proyectos telemáticos, con experiencia en formulación y evaluación de proyectos, gerencia de producción y manejo de programas informáticos. Ponente internacional en tecnoneet – España. Con 25 años de experiencia en docencia.
 - ** Docente ocasional tiempo completo Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Docente medio tiempo UVD Universidad Minuto de Dios. Contador Público, Especialista en Docencia Universitaria, Especialista en Gerencia Financiera, Magister en Gestión de la Innovación. Asesor y consultor empresarial.
 - *** Economista, especialista en gerencia de proyectos, magister en Administración de Instituciones de Educación y candidato a doctor en Administración. 20 años en el desempeño docente. Consultor empresarial en áreas de las finanzas, la gestión y la administración. Se ha desempeñado como director de maestría, especializaciones, pregrados y coordinador del área de economía. Participación en la preparación de programas con fines de registro calificado y acreditación. Experiencia docente desarrollado y orientando asignaturas relacionadas con el área organizacional, económica y emprendimiento. Docente ocasional tiempo completo Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
 - **** Docente tiempo completo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Docente de la Universidad Libre, Politécnico Gran Colombiano, Mentor del CESA, magister en dirección de marketing, especialista en marketing estratégico con experiencia en Marketing 360 y digital, consultor en inteligencia de negocios, CoFounder y Socio TockAll APP Smart Cities, facilitador en la metodología Lego® Serious Play®. Ponente internacional en ORT – Uruguay.

Resumen

El Proyecto Integrador del programa de Administración de Empresas Comerciales se concibe como un proceso en permanente construcción, coevaluación y evaluación en busca de la calidad académica con la participación de toda la comunidad académica, docentes, estudiantes, administrativos y empresarios, articulando la parte social con la académica y la empresarial. A partir de aquí, la gestión curricular pretende mostrar la plataforma en la que se materializa la práctica de los objetivos sustantivos de la educación superior en el programa de Administración de Empresas Comerciales: docencia, investigación y extensión. Como quiera que estos son los insumos básicos que dan luz a la carta de navegación del proceso enseñanza-aprendizaje y evaluación.

En consecuencia, en este documento de trabajo se hace una propuesta a la gestión curricular que invite a trabajar a la comunidad académica, específicamente a los docentes con estudiantes apoyados por las funciones sustantivas, para abordar las problemáticas que los estudiantes encontrarán en el entorno para ser asumidas desde sus profesiones. Así, se pretende integrar diferentes asignaturas del plan de estudios en torno a una problemática permitiendo la movilidad curricular, la flexibilidad, la interdisciplinariedad y el pensamiento complejo, promoviendo, de una parte, la formación de profesionales integrales que respondan a las actuales necesidades de las organizaciones y, de otra parte, a la contribución de la relevancia académica y pertinencia social del programa en la promoción de estudiantes a que participen en actividades académicas en grupos o centros de estudio en proyectos de desarrollo empresarial.

Abstract

The integrating project of the Administración de Empresas Comerciales program is conceived as a process in permanent construction, co evaluation and evaluation in search of academic quality with the participation of the entire academic community, teachers, students, administrative and entrepreneurs, articulating the social part with the academic and business, from here, the curricular management intends to show the platform in which the practice of the substantive objectives of higher education materializes in the Administración de empresas Comerciales program: Teaching, research and extension. However, these are the basic inputs that give light to the navigation chart of the teaching-learning and evaluation process.

Consequently, to the Curriculum Management a proposal is made in this working document in order to invite to work in academic community, specifically teachers with students with support of the substantive functions, towards the approach of problems that the students will find in the environment to be approached from their professions. Thus, it is intended to integrate different subjects of the curriculum around a problem allowing curricular mobility, flexibility, interdisciplinarity and complex thinking, promoting, on the one hand, the training of integral professionals that respond to the current needs of organizations, as well as the contribution of the academic relevance and social relevance of the program in the promotion of students to participate in academic activities in groups or centers of study in business development projects.

Palabras clave

Coevaluación, comercial, evaluación, proyecto integrador, social.

Keywords

Co-evaluation, commercial, evaluation, integrator project, social.

Introducción

El Proyecto Integrador del programa de Administración de Empresas Comerciales se enmarca en el ejercicio del proyecto educativo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, cumpliendo de esta manera con la normatividad jurídica y política que enmarca la educación superior en Colombia, aportando así los lineamientos que orientan los procesos al dar unas pautas que generan los rumbos que vienen a legitimar el quehacer educativo, permitiendo el diseño de proyectos integradores en sus tres formas: vertical, horizontal y transversal, con el fin de adquirir habilidades y destrezas propias de las competencias misionales y profesionales, contribuyendo en este sentido con el proyecto educativo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Así que el Proyecto Integrador del programa se convierte en una estrategia curricular con el que se logra que los estudiantes fortalezcan sus habilidades y destrezas académicas, al mismo tiempo que pueden aplicar sus conocimientos en el espacio empresarial que se les brinda mediante su participación en los diferentes escenarios del programa, principalmente en el consultorio

empresarial, debido a que tienen un contacto directo con microempresarios y grandes empresarios. En este sentido, Galeano, Zamudio, Duroy y Martínez (2017) afirman que:

Un proyecto integrador se incorpora a la educación como una estrategia curricular que permite generar una nueva vía para que los estudiantes desarrollen competencias, lo que significa el deber de los estudiantes por contemplar oportunidades para aprender a actuar de forma integral y no individualizada (p. 9).

Este apartado muestra como el Proyecto Integrador del programa tiene como objetivo principal fortalecer los saberes adquiridos en las aulas de clase mediante estrategias metodológicas involucradas en un modelo de enseñanza-aprendizaje, en el que se tienen diferentes ejes integradores, como por ejemplo la metodología y la investigación formativa y el fortalecimiento de la investigación propiamente dicha, todo esto incluido en el plan curricular del programa. De esta manera, se contribuye a la estructuración académica reforzando el desarrollo de competencias, articulando el perfil del estudiante con el perfil del egresado, logrando tener un proyecto integrador que sirve como indicador y, al mismo tiempo, como evidencia de que se están logrando los objetivos de calidad y exigencia en el programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, que tiene al estudiante como protagonista y al docente como facilitador del proceso de formación académica y profesional, todo ello a través de la consecución final del proyecto integrador. Al respecto, Rivero, Murillo y Ferrer (2017), coinciden en que:

Las carreras desarrollan su proceso formativo con enfoque integrador, a través de proyectos. También se incorporan los diferentes componentes conceptuales y prácticos de las diferentes unidades de aprendizaje, para formar a los estudiantes con un componente emprendedor e investigativo, mediante la realización de un proyecto integrador. Este está concebido como una estrategia formativa que integra personas, conocimiento (teoría y práctica), áreas, metodologías, actividades de aprendizaje e investigación interdisciplinaria, enmarcado en las líneas de investigación de la facultad, para generar soluciones que contribuyan con el desarrollo social a través de la relación Universidad- Empresa (p. 243).

El proyecto integrador que lleva a cabo el programa de Administración de Empresas Comerciales es un proceso de reflexión académica que busca la calidad del programa por medio de las competencias que deben adquirir sus egresados, lo que permite que se identifiquen las fortalezas y debilidades de

cada componente temático, facilitando que se pueda trabajar en el fortalecimiento académico de los docentes, es así como el proyecto integrador se convierte en una estrategia que fortalece el modelo de enseñanza-aprendizaje, asimismo el proceso de investigación y proyección social. Al ser un proceso de autoevaluación permanente, satisface las necesidades empresariales de la región, ya que el egresado logra una formación conceptual, actitudinal y procedimental, con una sólida base de conocimiento, tanto en lo teoría como en la práctica. En este sentido, Hewitt (2007) coincide en que:

El propósito fundamental del proyecto integrador es desarrollar en el estudiante, la habilidad para integrar los distintos saberes que hacen parte, y son necesarios para responder el núcleo problema de cada uno de los niveles de formación. Da cuenta de la habilidad del estudiante para buscar información, integrarla y ponerla al servicio de un ejercicio de investigación y de la capacidad para interpretar el saber específico de su propia disciplina con una proyección hacia lo integrado del saber (p. 237).

Por último, el programa de Administración de Empresas Comerciales impulsa la formación de sus estudiantes teniendo como eje principal el emprendimiento, que se origina en las aulas de clase mediante el Proyecto Integrador, que se nutre de las competencias.

Metodología

Este estudio a nivel descriptivo presentó algunos estudios preliminares de investigación, en los que los jefes de área trabajaron con su grupo de docentes y, mediante el diseño y creación de las competencias, la fase inicial se complementó con una revisión bibliográfica llevada a cabo por cada uno de los docentes, teniéndose en cuenta otros métodos, como la observación y el análisis de cuadros comparativos de las competencias requeridas hoy en día por el sector empresarial. Cabe precisar que el estudio a este nivel, se llevó a cabo de manera general, investigando a nivel internacional, generando un análisis y síntesis de valoración sobre el impacto que se podrían generar, luego dentro del desarrollo del Proyecto Integrador del programa se llevó a cabo un análisis de la información perteneciente al programa y de los procesos implementados, verificando la pertinencia con el sector empresarial y su interdisciplinariedad con los saberes que dan cabida en el proyecto integrador. Las fuentes bibliográficas revisadas se dividieron en documentos y resoluciones de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, como documentación interna, artículos y resoluciones del Ministerio de Educación Nacional, artículos

de revistas y capítulos de diferentes libros como información externa, pudiendo así identificar temas y subtemas que se ampliarán más adelante.

Se llevó a cabo un análisis de los componentes temáticos de la malla curricular del programa, validando de esta manera una serie de competencias de orden superior de las que se desprendieron varias competencias de orden inferior, que permitieron la validación de las competencias que se requieren en el mercado laboral. Este proceso permitió trabajar por jefaturas de áreas con cada uno de los docentes de área, generando un documento que permitió realizar un nuevo análisis. A partir de este se precisaron las competencias que se deben obtener en cada uno de los componentes temáticos y se generó un archivo maestro que se compartió por medio del *Google Drive*, se revisaron fuentes bibliográficas y la reglamentación de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

El proceso para el desarrollo del Proyecto Integrador del programa de Administración de Empresas Comerciales es sistemático, si se tiene en cuenta que la intención parte de una problemática que se presenta en el entorno de estudiante (ciudad, zona, barrio, empresa). Es en este entorno donde aparece y se propone la posible solución del problema. Seguidamente, se debe desarrollar la formulación de la propuesta de trabajo que enmarca lo que se pretende hacer en función de lo encontrado.

A continuación, se presenta cual es el marco para hacer los proyectos integradores:

1. Encuentros con docentes del nivel seleccionado (segundo, cuarto, sexto y octavo nivel) para el desarrollo del proyecto integrador con estudiantes.
2. Determinación del proyecto integrador, soportado en la problemática discutida con los estudiantes.
3. La revisión integral de los contenidos temáticos y competencias de las asignaturas del nivel propuesto.
4. Formular la propuesta del proyecto integrador. Aquí debe exponerse de manera clara aspectos como:
 - a. Descripción de la problemática a abordar.
 - b. La posible solución (formulada en forma de objetivo).
 - c. Plantear propuestas de acción (en forma de objetivos específicos).
 - d. Formular una justificación en la que se pueda evidenciar que sucedería si se aborda el problema encontrado.

- e. Presentar un marco de referencias con las cuales se presume se apoyarán las soluciones a la problemática propuesta (es un marco teórico formulado con base en los referentes teóricos que orientan las asignaturas que hacen parte del proyecto integrador).
- f. Elaborar un cronograma de actividades que le permita a los líderes del proyecto integrador hacer seguimiento y evaluación.
- g. Seguidamente a este planteamiento iniciar el desarrollo y seguimiento del proyecto integrador.
- h. Y, por último, hacer la socialización y evaluación de resultado obtenido del proyecto integrador con directivos, docentes y estudiantes.

Desarrollo

La ejecución del proyecto integrador se realiza desde los primeros semestres, permitiendo así que los estudiantes conozcan la realidad educativa y la realidad del mercado, teniendo un análisis crítico que se va fortaleciendo con el pasar de los semestres. El Proyecto Integrador del programa busca eso, favorecer los aprendizajes de los estudiantes, proyectándolos como egresados fortalecidos por las competencias brindadas durante su estudio y que puedan enfrentar el mercado laboral sin inconvenientes.

El estado de la formación investigativa de los estudiantes del programa de Administración de Empresas Comerciales (AEC)

El programa de AEC, que está inmerso en las tres funciones sustantivas: investigación, docencia y proyección social, busca fortalecer las competencias que permiten al individuo en formación, utilizar los conocimientos asimilados como herramientas fundamentales para la toma de decisiones correctas que contribuyan al crecimiento y sostenibilidad de las empresas y a la mejora continua de la calidad de vida de la comunidad en general, siendo productivo y con una actitud para seguir aprendiendo a lo largo de la vida. De tal manera, la práctica investigativa se considera como bastión que permite al estudiante interactuar con la realidad de su entorno real, accionando diferentes actividades que se desarrollan, de manera interdisciplinaria, con las diferentes áreas de formación a través de proyectos que se vinculan a líneas de investigación institucionales (Dueñas, 2011).

El programa de AEC respeta el hecho de que la investigación en las Instituciones de Educación Superior (IES), a través de los siglos, ha sido capaz de demostrar la capacidad para transformar y propiciar un cambio progresivo de la sociedad. Se basa en el conocimiento apoyado en procesos de búsqueda de nuevos conocimientos, caracterizado por la creatividad del acto, por la innovación de ideas, por los métodos rigurosos utilizados, por validación y juicio crítico de pares. Esto se fundamenta en la proclamación dada en las misiones y funciones de la educación de las IES, cuando pregona:

Promover, generar y difundir conocimientos por medio de la investigación y, como parte de los servicios que ha de prestar a la comunidad, proporcionar las competencias técnicas para contribuir al desarrollo cultural, social y económico de las sociedades, fomentado y desarrollando la investigación científica y tecnológica a la par que la investigación en el campo de las ciencias sociales, las humanidades y las artes creativas (UNESCO, 1998, p. 4).

La cultura investigativa del programa de AEC, que se manifiesta en la investigación formativa, es entendida como un:

Espacio de encuentro de distintas prácticas de los docentes y los estudiantes, en los cuales se siguen los modos de proceder propios de la investigación alrededor de problemas pedagógicos que, a su vez son objeto de investigación propiamente dicha por parte de docentes investigadores vinculados a las instituciones universitarias” (CNA, 1999, p. 95).

Por lo tanto, en este sentido, la investigación formativa propuesta por el programa está orientada a cualificar a los investigadores dentro del currículo, con propuestas innovadoras e integradoras de las diferentes disciplinas que apoyan la propuesta curricular. Así pues, la investigación, como función sustantiva, forma parte del Proyecto Educativo Universitario (PEU), y es reproducido en el PEP, aportando calidad, transversalidad y articulación entre las áreas que componen el currículo y sus disciplinas en función de soluciones a realidades del entorno, desde perspectivas disciplinarias e interdisciplinarias*. De esta manera, concibiendo como estrategia, los procesos de investigación permiten a cada individuo, en su realidad personal y profesional, elevar su potencial de rendimiento y asumir una concepción de su entorno para transformarlo. En este sentido, encontramos en el programa espacios como los que se relacionan en el siguiente cuadro.

* Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Rectoría. (2001). Resolución 865 del 13 de agosto de 2001. Bogotá.

Tabla 1. Espacios que promueven la investigación en el programa de AEC

Proyectos integradores de disciplinas	Proyecto disciplinar:	Proyecto de creación de empresa*:
<p>Son la unidad básica de planificación de las actividades a desarrollar a lo largo de un período o dos períodos académicos, noveno y décimo, mediante el cual se proponen los objetivos, variables, recursos, tiempos, impactos y productos a alcanzar a través del esfuerzo coordinado de los docentes y estudiantes en dichos períodos. Son avalados por el equipo interdisciplinar que funge como comité de currículo que a su vez son los jefes de área del programa. O avalados por el equipo interdisciplinar que conforma el comité de práctica empresarial.</p>	<p>Son proyectos que buscan desarrollar y aplicar competencias específicas o disciplinares de los estudiantes y docentes de un programa, a través de actividades que conduzcan a la obtención de productos propios de la disciplina. Para su elaboración, hay propuestos unos temas de interés a través de las áreas de profundización, y según la respuesta obtenida, se asigna a un docente, uno o varios de estos proyectos, quienes se encargarán de la dirección.</p>	<p>La creación de empresa se entiende en el programa como el despliegue de las competencias correspondientes a una cultura que instrumenta soluciones beneficiosas para los individuos y para su contexto. Es el saber de los métodos del conocimiento científico que convierten la experiencia y el conocimiento en productos, organizaciones y procesos. Desarrolla la capacidad de asumir riesgos y combinar y manejar de forma organizada y adecuada los factores de todo orden que se vinculan con una acción de emprendimiento.</p> <p>El proyecto de creación de empresa tiene el propósito de fomentar la creación o innovación empresarial de un estudiante o grupo de estudiantes durante el transcurso de la asignatura, en sus dos períodos académicos (noveno y décimo). Son planteados por los mismos estudiantes apoyados en el equipo interdisciplinario de la asignatura diseñada para tal fin.</p>

Fuente: Información recabada en el programa de AEC (Dueñas, 2011).

* actividad académica enmarcada en el Acuerdo 007 de 2001: por el cual se reglamenta la práctica empresarial en el programa de administración de empresas Comerciales. definida como: "Una actividad académica que consiste en la aplicación de los conocimientos teórico prácticos adquiridos durante el desarrollo curricular del Programa y pretende poner en contacto al futuro profesional con el desempeño de actividades administrativas, gerenciales y comerciales propias de su formación profesional y su entorno"

Las actividades referenciadas en el cuadro anterior dan cuenta del trabajo interdisciplinario y los proyectos de investigación desde el aula.

La organización curricular del programa como factor que contribuye al proyecto integrador

El programa de AEC de la UCMC propone que el estudiante alcance un perfil que le de identidad institucional. Para ello, se presenta un plan de estudios con un campo de fundamentación disciplinar, un campo de formación profesional, un campo de desarrollo personal y social y dos áreas flexibles con un conjunto de alternativas para las actividades académicas electivas, en apoyo a la formación integral del estudiante unicolmayorista. La estructura curricular se ajusta a lo recomendado en la Resolución 2767 de 2003, como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 2. Organización de formación curricular por áreas y componentes según la Resolución 2767 de 2003

<p>Área de formación básica: incluye los conocimientos de matemáticas, estadística y ciencias sociales, disciplinas que le sirvan al estudiante de fundamento para acceder de forma más comprensiva y crítica a los conocimientos y prácticas propias del campo profesional de la administración. Área de formación profesional.</p> <p>Componente de la administración y de las organizaciones: orientado a formar al estudiante en la comprensión de las organizaciones, el contexto en el que operan y la gerencia de estas. Debe hacer énfasis en la capacidad para comprender el cambio como factor inherente a las organizaciones y en la formación de las competencias necesarias para responder de forma oportuna a un contexto cambiante, de manera que se logre su viabilidad, eficiencia y sostenibilidad.</p> <p>Componente de economía y finanzas: dirigido a formar al estudiante en la comprensión de las fuentes, usos y gerencia de las finanzas; en las especificaciones de las relaciones económicas y monetarias; en el uso de la contabilidad y otras fuentes de información como soporte de las decisiones gerenciales, con el objeto de asegurar el desarrollo económico y social de las organizaciones.</p>
--

Componente de producción y operaciones: orientado a formar al estudiante en los procesos de producción y de servicio, como resultantes del proceso científico y tecnológico para la integración eficiente de los recursos en el logro de los objetivos organizacionales.

Componente de mercadeo: orientado a formar al estudiante en los conocimientos y competencias que le permitan comprender la complejidad del entorno y sus oportunidades, y establecer relaciones entre las organizaciones con los mercados objetivos, en condiciones de calidad y competitividad económica y social, de tal manera que se atienda a las necesidades de los actores del mercado.

Componente de informática: dirigido a dotar al estudiante de habilidades para el desarrollo, gerencia y explotación de sistemas de información, así como para la comprensión de su impacto en las organizaciones.

Componente de gerencia de personal: tiene por objeto despertar en el estudiante la conciencia del valor central del talento humano en las organizaciones, así como el desarrollo de las competencias necesarias para dirigir grupos humanos, promover su desarrollo y alcanzar un adecuado desempeño organizacional.

Área de formación sociohumanista: comprende aquellos saberes y prácticas que complementan la formación integral del administrador, para una formación axiológica y cultural que contribuya a la sensibilización del estudiante hacia realidades más amplias, la responsabilidad social, el compromiso ético y el diálogo interdisciplinario

Fuente: Ministerio de Educación. Resolución 2767 de noviembre 13 de 2003.

La organización del currículo no termina con la elección y distribución de contenidos. Considera, además, las dimensiones macro y micro, vertical y horizontal (Posner, 1998). En consecuencia, se define cuáles son las partes del currículo para identificar los elementos que han de ser correlacionados, es decir, cuál es la concepción o conceptualización que sobre el currículo tiene el programa y la institución en general.

La complejidad que supone la formación de profesionales en administración de empresas comerciales descarta un currículo con una estructura excluyente. De tal manera, que todas las estructuras están presentes. En la estructura curricular del programa de AEC se evidencia esto. Entonces, para el desarrollo de diferentes competencias se vincula, de manera periódica, las 53 asignaturas que buscan formar en la integralidad al estudiante. Los semestres y componentes temáticos que se sugieren sean articuladores de proyectos integradores son:

Tabla 3. Segundo semestre del programa de Administración de Empresas Comerciales

Componentes temáticos: segundo período académico	Competencias
Cálculo	Evaluar de forma matemática situaciones problemáticas de índole administrativo y económico a fin de proponer alternativas de solución en las diferentes áreas funcionales de la organización.
Inglés I	Accionar las cuatro competencias lingüísticas en inglés, a fin de interactuar en diferentes contextos cotidianos y profesionales.
Introducción a la Constitución	Analizar con postura crítica acciones de los agentes económicos a fin de prever faltas de norma en el marco de la constitución de Colombia.
Costos	Analizar los costos en que incurre una organización en desarrollo de un servicio o fabricación de un producto con el propósito de exponer las alternativas de rentabilidad para la organización.
Microeconomía	Interactuar con los recursos que proporcionan la teoría económica y la microeconómica para explicar diferentes sucesos del entorno económico de la empresa de forma lógica y coherente.
Teoría de las organizaciones	Formular estrategias gerenciales a fin del funcionamiento y la mejora continua en las áreas funcionales en el marco de las políticas de la empresa.

Fuente: Realizado por los autores a partir de información recabada en el programa AEC.

Tabla 4. Cuarto semestre del programa de Administración de Empresas Comerciales

Componentes temáticos: cuarto período académico	Competencias
Economía internacional	Comprender los fenómenos de la economía internacional para implementar políticas organizacionales de ajuste acordes con el entorno empresarial.

Componentes temáticos: cuarto período académico	Competencias
Estadística inferencial	Inferir conclusiones argumentadas por teorías y métodos estadísticos para apoyar las decisiones empresariales en la organización.
Mercadeo	Implementar estrategias de mercadeo para apoyar el desarrollo comercial de un producto en la organización.
Desarrollo de competencia empresarial	Identificar las capacidades y competencias de las organizaciones para establecer los perfiles pertinentes de sus dirigentes en un entorno globalizado.
Metodología de la investigación	Usar avances de la globalización técnico-científica en función de mejoras de procesos relacionados con la creación y gestión del conocimiento en una organización.

Fuente: Realizado por los autores a partir de información recabada en el programa AEC.

Tabla 5. Sexto semestre del programa de Administración de Empresas Comerciales

Componentes temáticos: sexto período académico	Competencias
Administración financiera	Direccionar lo relacionado con el presupuesto, inversión, obtención de recursos y el manejo de flujos monetarios a fin de garantizar el funcionamiento de las diferentes áreas funcionales en una empresa.
Derecho comercial	Interpretar el ordenamiento jurídico regulador del ejercicio de las actividades consideradas mercantiles para su aplicabilidad en la toma de decisiones que así lo demanden en una organización.
Investigación de operaciones	Analizar los procesos de producción de bienes y servicios para exponer los posibles escenarios diferentes y uso de recursos restringidos en un entorno académico y empresarial.

continúa (pág. 132)

Componentes temáticos: sexto período académico	Competencias
Investigación de mercados	Gestionar las diferentes fuentes de información referentes al mercado para la toma de decisiones comerciales en la organización.
Competencias gerenciales	Gestionar procesos productivos a fin del cumplimiento de los objetivos corporativos en entornos empresariales y organizacionales.

Fuente: Realizado por los autores a partir de información recabada en el programa AEC.

Tabla 6. Octavo semestre del programa de Administración de Empresas Comerciales

Componentes temáticos: octavo período académico	Competencias
Seminario básico profesional	Articular saberes administrativos y empresariales en diferentes procesos que se desarrollan en las áreas funcionales a fin de tener actualizada una organización en el marco global.
Seminario de investigación	Formular proyectos de investigación en diferentes áreas del conocimiento para proponer problemáticas y posibles soluciones en entornos académicos y organizacionales.
Gerencia de ventas	Dirigir el área comercial en función de direccionar las diferentes políticas y lineamientos del área comercial en una empresa.
Plan de negocios	Formular planes de negocios empresariales sin distinción de las actividades económicas para la gestión y aplicación de recursos de orden corporativo en entornos empresariales.
Sistemas de información gerencial	Administrar y renovar la infraestructura tecnológica de una empresa para optimizar procesos o resolver problemas en situaciones empresariales.

Fuente: Realizado por los autores a partir de información recabada en el programa AEC.

La organización curricular del programa como complemento para el trabajo interdisciplinario

El análisis al programa de AEC, que permitió tener conocimiento de la diferencia entre los objetivos existentes de la ciencia y los de la enseñanza-aprendizaje, llevaron a la presentación de una organización de contenidos que busca lograr un pensamiento complejo que permita a los estudiantes disponer de marcos explicativos para las diferentes problemáticas de la realidad.

La difusión creciente del pensamiento democrático está llevando a la sociedad a reflexionar cada vez más sobre la importancia de la educación para el desarrollo de la persona, independientemente del papel profesional que vaya a desarrollar en la sociedad, en este sentido Zabaleta (2005):

La generalización de la enseñanza a sectores de la sociedad hasta entonces desheredados de los bienes culturales promueve que en diferentes lugares aparezcan colectivos de enseñanza y pensadores que cada vez otorgan más importancia a una enseñanza dirigida a preparar no solamente a los más capacitados sino a todos y, por tanto, no solo dar respuesta a las necesidades académicas o estrictamente profesionales (p. 18).

Debido a este latente posicionamiento de las necesidades de la persona: como un ser global que necesita responder a los problemas que le ofrece su entorno real, y la sociedad en general como colectivo social que forma parte inercial del proceso globalizador, el currículo propuesto presenta unas directrices organizadoras, consideradas, respuestas a las necesidades de carácter global y holístico de la sociedad.

Dado que los que participan en la confección del currículo y los docentes están condicionados por su formación particular, trabajan en un equipo interdisciplinario, articulando disciplinas que no son del mismo campo:

La interdisciplinariedad busca reunir disciplinas con diferentes objetos y objetivos académicos, de un objeto de estudio diferente para reinterpretar un grupo de disciplinas que se ven integradas en relaciones de realidad a través del intercambio de conocimientos. En una segunda parte, se desarrolla el tema de solucionar los problemas de la sociedad. Las disciplinas de interdisciplinariedad parten de la descripción de que deciden participar en procesos interdisciplinarios, un enfoque tradicional de generación de conocimiento y reconocen que uno de sus fundamentos está comparándolo

con un enfoque renovado. El trabajo enmarcado en el reconocimiento de un saber con disciplinar, fragmentado e inflexible es atribuido a características distintivas y diferentes (López, 2008, p. 27).

Generan un dispositivo pedagógico que relaciona las diferentes asignaturas para mejorar el conocimiento y poner en claro la necesidad de organizar los contenidos en el currículo desde un enfoque globalizador con el fin de formar integralmente a las personas para que puedan comprender la sociedad intervinando con y en ella:

El espíritu emprendedor, la capacidad empresarial y gerencial, el fortalecimiento de los procesos comerciales de las organizaciones, la formación de líderes críticos, reflexivos, creativos y éticos para responder por el compromiso con Colombia, la sociedad y la profesión (AEC, año, p. 25).

Conclusiones

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, y más específicamente el programa de Administración de Empresas Comerciales, ha dado grandes pasos en esta búsqueda de la excelencia académica, buscando las competencias requeridas por el sector empresarial, que busca fortalecer a través de la aplicación de estrategias metodológicas.

En el modelo de enseñanza-aprendizaje, que permite el rápido logro de los objetivos de aprendizaje, presenta una oferta interdisciplinaria para el programa de Administración de Empresas Comerciales, recurso que constituye un insumo fundamental para la construcción de proyectos integradores, si tenemos en cuenta los aportes que se pueden dar desde las diferentes áreas del conocimiento en la solución de problemas del entorno empresarial. De otra parte, existe un equipo interdisciplinario de docentes que ayudan a fortalecer la propuesta para la formación de personas integrales y el desarrollo de la propuesta pedagógica del Proyecto Integrador.

El componente curricular permite desarrollar tipos de proyectos en el marco de la investigación formativa, por esto, la investigación se materializa desde las primeras etapas del proceso formativo del estudiante del programa de AEC, en el que se aprende a investigar investigando. Se introduce a los estudiantes en el componente investigativo con el curso de Metodología de la investigación y se les fortalece, durante el desarrollo de su carrera, con diferentes estrategias pedagógicas, tales como: cátedras problematizadoras, ABP, seminarios de investigación y profundización y seminario de grado, que

les permiten activar la investigación como una opción para el desarrollo del conocimiento. Los estudiantes son conscientes del trabajo interdisciplinario y los proyectos de investigación desde el aula. Como es el caso de la producción de la asignatura Práctica Empresarial en sus escenarios: consultorio empresarial, creación de empresa, gestión ambiental. Se puede iniciar este proceso a partir del tercer año tercero y no esperar a llegar al último año. Se trata de un ejercicio académico que le permitiría a los estudiantes y docentes llegar con productos resultantes de la integración de las disciplinas en la solución de una necesidad específica, buscando una estructura de saberes donde se cuente con una gran interacción, que permita al egresado del programa aprender a solucionar de manera progresiva las diferentes situaciones que se le puedan presentar en su campo laboral, desarrollando una serie de habilidades acordes a las competencias requeridas por el sector empresarial.

Referencias bibliográficas

Aguilar, J. (2019). Estimando la pertinencia de los programas educativos. *Ingenierías* (82), p.p.3-6.

Andrade, S. (2006). *Diccionario de economía*. Segunda edición. Editorial Andrade. Lima.

Arias, N. et al (2018). Retos a los programas de administración. Una mirada al saber. Recuperado de: <https://www.poli.edu.co/sites/default/files/soporte-retos.pdf>

ASCOLFA (2001). Los retos de la investigación en administración y estudios organizacionales. Encuentro nacional sobre la organización y la gestión. Ibagué. Memorias. Medellín: Ascolfa.

Ascolfa. (2019). Resultados saber pro-2018 por grupos de referencia. Recuperado de: <http://www.ascolfa.edu.co/observatorio/boletin9.pdf>

Asfadeco (2014). Competencias Saber Pro. Recuperado de: <https://www.asfadeco.org.co/Saber-PRO/Competencias-Saber-Pro>

Ballina, F. (2000). *Teoría de la administración: un enfoque alternativo* (1a. ed.). México: McGraw Hill.

Blas Padilla, D. et al. (2019). Uso de apps de realidad aumentada en las aulas universitarias. (Spanish). Sevilla, España.

C.N.A. (2017). Guía para la elaboración del documento maestro - trámites de registro calificado. Recuperado de: <https://www.mineduccion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/article-357283.html>

- Calderón H Gregorio y Otros. (2010). La Investigación En Administración en Colombia: Condiciones para la Generación de Conocimiento, Investigación, Institucionalización y Producción Científica. ASCOLFA Capitulo Antioquia. Primera Edición 2010. Colombia
- Carvajal Escobar, Y. (2008a). Interdisciplinariedad: desafío para la educación superior y la investigación. Revista Luna Azul ISSN 1909-2474. Manizales. Hallado en: <http://www.scielo.org.co/pdf/luaz/n31/n31a11.pdf>
- Chiavenato, I. (2013). Introducción a la teoría general de la Administración. México: Editorial Mc. Graw Hill. Octava edición.
- CNA. (2013). Lineamientos para la acreditación de programas de pregrado. Bogotá, Colombia.
- CNA. (2013). Lineamientos para la acreditación de programas de pregrado. Obtenido de Sitio web del Consejo Nacional de Acreditación: https://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_pregrado_2013.pdf
- Confecámaras. (2017). Informe de dinámica empresarial en Colombia. Informe enero de 2018.
- Congreso de la República (2009). Ley 1324/09: Sistema de evaluación de resultados de la calidad de la educación. Recuperado de: https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-210697_archivo_pdf_ley_1324.pdf
- Dávila, C. (2001). Teorías organizacionales y administración. Editorial Mc. Graw Hill. Interamericana S.A
- De Zubiría, J. y Ramírez, A. (2009). ¿Cómo investigar en educación? Ediciones Magisterio. ISBN: 978-958-20-0984-7. Bogotá.
- Del Pozo, F. (1988). La dirección por sistemas. Editorial Limusa. España

- Díaz Villa, M. (2002). Flexibilidad y educación superior en Colombia. Instituto colombiano para el Fomento y la Educación Superior. Bogotá, Colombia. Disponible en: http://hydra.icfes.gov.co/esp/fomento/gcfom/pub/p_publica.htm
- Drucker, P. (1987). Una nueva dimensión de la administración: decisiones actuales que afectarán el futuro. Editorial Norma.
- Drucker, P. (2002). La gerencia en la sociedad futura. Claremont, California.
- Dueñas, A. (2011). El proyecto integrador en el programa. Programa de Administración de Empresas Comerciales. Facultad de Administración y Economía. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Bogotá, Colombia.
- Echavarría, H. 1990. Cómo hacer la apertura económica. Fondo Editorial Legis. Colombia
- Fremont Kast y James Rosenzweig, Administración en las organizaciones, 4ª. Ed. México, McGraw Hill, 1988.
- Galeano, C., Zamudio W., Duro, V., y Martínez A. (2017), El potencial pedagógico del proyecto integrador como estrategia de aula; estudio de caso en el programa de tecnología industrial de la Universidad de Santander - Udes, Ingeniería Solidaria, vol. 13, n.º 22, mayo de 2017, pp. 153-169. Bucaramanga, Colombia.
- García, R. (2013). Investigación interdisciplinaria de sistemas complejos: lecciones del cambio climático, Interdisciplinar. EBESCOhost, (1),1 doi: 10.22201/ceiich.24485705e.2013.1.46545
- Hernández Y., Rodríguez, S. y Ballesteros, I. (2006). Administración, Teoría y Práctica. Editorial Interamericana. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/html/849/84911639026/>

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México D.F: México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hewitt, N. (2007). El proyecto integrador: una estrategia pedagógica para lograr la integración y la socialización del conocimiento. Bogotá: Universidad de San Buenaventura.
- Icfes (2017). Saber Pro Módulos de Competencias Genéricas. Recuperado de: <https://www.uninorte.edu.co/documents/1489987/0/Guia+de+orientacion+modulos-de-competencias-genericas-saber-pro-2017.pdf/e4da6442-d8b1-4163-a97a-9db8948bfee5>
- Icfes (2018). Guía de interpretación y uso de resultados del examen Saber Pro. <https://www.icfes.gov.co/documents/20143/177954/guia%20interpretacion%20y%20uso%20de%20resultados%20historicos%20%20sede%20saber%20pro%202018.pdf>
- Icfes (2019). Guía de orientación Saber Pro 2019. Recuperado de: <http://contratacion.icfes.gov.co/documents/20143/1518930/Guia+de+orientacion+modulos+de+competencias+genericas+saber+pro+2019.pdf/3fe99e8b-229a-c4e8-3aed-f4b719460c51>
- Integración y la socialización del conocimiento. *Psychologia*. Avances de la disciplina, vol. 1, núm. 1, enero-junio, 2007, pp. 235-240. Universidad de San Buenaventura. Bogotá, Colombia.
- Joyanes Aguilar, L. (2017). Industria 4.0: la cuarta revolución industrial. Alfa omega. Bogotá. Colombia.
- Koontz, H. y Wehrich, H. (2003). Administración, una perspectiva global. Editorial McGraw Hill. México. D.F. 12ª. ed. 2003
- Koontz, H. y Wehrich, H. (2012). Administración, una perspectiva global y empresarial. Editorial McGraw Hill. México. D.F. 14ª. ed. 2012

- López Jiménez, N. Reflexiones acerca de la flexibilidad en la Educación Superior, ICFES.
- López, L. (2008). Interdisciplinariedad: una nueva forma de generación de conocimiento. REVISTA MUNDO ECONOMICO Y EMPRESARIAL, pp.27-35. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/dc67/4c116462e4ef83a134ab799f9b70d4e15946.pdf>
- Mejía, A., Barajas, L. y Fajardo, H. (2018). Documento Metodológico MIDE Universitario 2018. Recuperado de: <http://www.colombiaaprende.edu.co/ckfinder/userfiles/files/Documento%20Metodo%C3%B3gico%20MIDE%20U%202018.pdf>
- Melgar, J. (2000). La mega administración de la empresa como nueva tendencia para el siglo XXI. Universidad Francisco Gavidia. San Salvador. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/116/11630107.pdf>
- MEN (2015). Decreto único reglamentario del sector Educación. Ministerio de Educación Nacional. Colombia.
- MEN (26 de mayo de 2015). Por cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Educación. [Decreto 1075 de 2015].
- Mendoza; J.M. (2002). Las funciones administrativas. Ediciones Uninorte. Barranquilla.
- MEN (2013). Competencias TIC para el desarrollo profesional docente. Recuperado de: <http://eduteka.icesi.edu.co/pdfdir/MEN-Competencias-TIC-desarrollo-profesional-docente-2013.pdf>
- MEN (2016). Documento metodológico del Modelo de Indicadores del Desempeño de la Educación (MIDE). (M. d. Colombia, Ed.) Recuperado el 06 de 11 de 2017, de Colombia Aprende: La red del conocimiento: <http://52.37.84.217/edu-mide/documents/Documento%20metodo%C3%B3gico%20MIDE%202.0%20%20VF.pdf>

- MEN (2003). Resolución No. 2767 de 2003. Por la cual se definen las características específicas de calidad para los programas de pregrado en Administración. Bogotá. Colombia.
- MEN (2018). Compendio Estadístico Educación Superior Colombiana. Recuperado de: https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-360739_recurso.pdf
- MEN (2009). Decreto 3963 de 2009. Por el cual se reglamenta el Examen de Estado de Calidad de la Educación Superior. Bogotá D.C. Recuperado de: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-205955_archivo_pdf_decreto3963.pdf
- Miyahira, J. (2009). La investigación formativa y la formación para la investigación en el pregrado. *Revista Medica Herediana*. (20), pp. 119-122. Perú.
- Mohn, E. (2019). Augmented Reality. Article, Salem Press Encyclopedia of Science. Millerton, NY.
- Moreno, M, 2005, *Revista Colombiana de Marketing*, La investigación Cualitativa en Marketing el Camino Hacia una Percepción Social del Mercado, Pp 70, ISSN 1657-4613). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/109/10900607.pdf>
- OCDE (2018). Por qué son importantes los mercados abiertos. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. Boletín.
- Pérez, T. (2009). Pertinencia de la educación: ¿pertinente con qué? Recuperado de <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-209857.html>
- Porter, M. E. & Kramer, Mark (2002) La Ventaja Competitiva de la Filantropía Corporativa. *Harvard Business Review*, Dec. 2002.
- Porter, M. E. & Kramer, Mark R. (2006) Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, Dec. 2006.

- Posner, G. (1998). *Análisis del currículo*. Editorial Mc Graw Hill. 1998. p. 130-133-134. Bogotá. Colombia.
- Quintero, J., Munévar, R., Munévar, F. (2008), *Semilleros de investigación: una estrategia para la formación de investigadores*. Educación y Educadores, (11), 1, pp. 31-42. Universidad de La Sabana Cundinamarca, Colombia
- Ramírez, C. (2014). Factores asociados al desempeño académico según nivel de formación pregrado y género de los estudiantes de educación superior Colombia. *Revista Colombiana de Educación*, (66), 203-224. Recuperado el 06 de 12 de 2017, de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcde/n66/n66a09.pdf>
- RedCOLSI, F. (2017). <http://redcolsi.org/web/index.php?lang=en>. Obtenido de <http://redcolsi.org/web/index.php?lang=en>: <http://redcolsi.org/web/index.php?lang=en>
- Reyes, Agustín. (2004). *Administración de empresas, teoría y práctica*. Primera parte. Limusa Noriega Editores. México
- Rivero, M., Murillo, G. y Ferrer, Y. (2017). *Proyecto integrador: herramienta metodológica en la educación superior*. Didáctica y Educación D&E. Vol. VIII. No. 1. Publicación cooperada entre CEDUT- Las Tunas y CEEdEG-Granma. Cuba.
- Rodríguez, A. (2014). *Aproximación a un modelo teórico de participación social que fortalezca la calidad de vida desde el contexto de la educación venezolana*. Tesis de doctorado no publicada. Universidad de Córdoba. Caracas, Venezuela. Recuperado de <https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/12022/2014000000897.pdf?sequence=1>
- Salinas O. ASCOLFA. Encuentro de decanos. Mayo de 2001
- Sastre, L (1995). *La desvinculación asistida, (outplacement) y la continuidad en el empleo: Volumen 6 Revista de Psicología*. Universidad de Chile. Chile.

- Sotolongo, P.L., Delgado, C. J. (2006). La complejidad y el diálogo transdisciplinario de saberes. Capítulo IV. En publicación: La revolución contemporánea del saber y la complejidad social. Recuperado de:<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/campus/soto/Capitulo%20IV.pdf>
- Stoner, J., Freeman, E., Gilbert, D. (1996). Administración. Ediciones Prentice Hall.
- Taylor, S. y Bogdan, R. (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. España: Paidós Ibérica, S.A.
- Taylor, F. W. (1981). Principios de la administración científica. El Ateneo. Buenos Aires.
- Terry, G. (1981). Principios de Administración, México, CECSA.
- Torres y Mejía (2006). Una visión contemporánea del concepto de administración: revisión del contexto colombiano. Cuadernos de administración Colombia. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v19n32/v19n32a05.pdf>
- UNESCO (1998). Declaración mundial sobre la educación superior en el siglo XXI: visión y acción. Marco de acción prioritaria para el cambio y el desarrollo de la educación superior. Artículo 1. La misión de educar, formar y realizar investigaciones. Paris. Francia.
- Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. (2019). Manual de Políticas y Procedimientos. Recuperado de: <http://www.unicolmayor.edu.co/portal/index.php?idcategoria=2510>
- Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. (2 de agosto de 2005). Por el cual se expide el Reglamento de Investigación en la UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA. [Acuerdo 030 de 2005].

- Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. (12 de mayo del 2003). Por el cual se establecen las normas y procesos para la reestructuración de los programas de formación en Pregrado y Especialización, que ofrece la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. [Acuerdo 013 de 2003].
- Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. (2009). Modelo Pedagógico Institucional. Recuperado de unicolmayor.edu.co
- Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. (22 de noviembre del 2016).
- Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca [Acuerdo 096 de 2016].
- Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. (28 de septiembre del 2004). [Acuerdo 043 de 2004].
- Universidad del Quindío. Oficina de Gestión y Aseguramiento de la Calidad (2015). ¿Qué son las pruebas SABER PRO?. Recuperado de: https://www.uniquindio.edu.co/publicaciones/que_son_las_pruebas_saber_pro_pub
- Universidad Javeriana (2014). Qué es Saber Pro? Recuperado de: <https://www.javerianacali.edu.co/admisiones/saberpro/que-es-saber-pro>
- Van del Linde, G. (2007). ¿Por qué es importante la interdisciplinariedad en la educación superior? Cuadernos de Pedagogía Universitaria, Año 4. No. 8. 11-13. Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, República Dominicana.
- Villalobos, L. (2006). Fundamentos de comercio internacional, Editorial Miguel Ángel Porrúa. ProQuest Ebook Central, recuperado de: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliopoligransp/detail.action?docID=3228921>. Created from bibliopoligransp on 2018-02-18 08:47:59
- Zabaleta, A. (2005). Enfoque globalizador y pensamiento complejo: una respuesta para la comprensión e intervención en la realidad. Ed. GRDÓ. Barcelona, España.

Anexo 1. Matriz competencias Tuning Vs asignaturas del programa. Que da cuenta de la integración de las áreas a partir de las asignaturas

Competencias específicas Tuning: en programas de administración	MATERIAS																			
	MICROECONOMIA	ECOLOGIA EMPRESARIAL	ECOLOGIA EMPRESARIAL II	ECOLOGIA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL II	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I	PRÁCTICA EMPRESARIAL I
1. Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2. Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3. Identificar y optimizar los procesos de negocio de las organizaciones.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4. Administrar un sistema logístico integral.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5. Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6. Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7. Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8. Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9. Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10. Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11. Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12. Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13. Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14. Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15. Mejorar e innovar los procesos administrativos.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16. Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17. Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18. Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19. Consultar y optimizar sistemas de información para la gestión.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20. Formular planes de marketing	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Matriz realizada a partir de la información de los docentes que orientan las asignaturas en el programa de Administración de Empresas Comerciales.

Anexo 2. Formato, con ejemplo, donde se formula la actividad para trabajo independiente en el programa de Administración de Empresas Comerciales

<p>ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES</p> <p>TALLER DE MONEDA Y BANCA</p> <p>PROPUESTA PARA TRABAJO INDEPENDIENTE</p>
<p>Tiempo de trabajo estimado a dedicar 8 horas</p>
<p>El modelo IS-LM</p>
<p>OBJETIVO</p>
<p>Interactuar con el modelo IS-LM y las variables que influyen en el mercado real y monetario: como el nivel de ingreso, la oferta y la demanda de bienes y servicios, para comprender el funcionamiento de una economía real en un marco de economía compleja.</p>
<p>CONSIGNA DEL TALLER</p>
<p>Contexto:</p> <p>El interactuar con el modelo IS-ML conduce a desarrollar habilidades fundamentadas en la teoría económica para situaciones como la influencia que tiene el uso de herramientas y mecanismos de parte del estado para el logro de objetivos comunes (Política económica) y como las organizaciones pueden adquirir información desde la observación del funcionamiento del modelo.</p> <p>De otra parte, el ahorro, la inversión, la demanda y oferta de bienes y dinero tiene fuerte interrelación en la economía. Es así que el movimiento de alguna de las variables citadas causa impacto en la estabilidad de los mercados llevando a los que desarrollan actividades propias de la administración desde el estado a la aplicación de políticas económicas que impactaran directa o indirectamente en las empresas. Entonces IS-LM es un modelo que permite observar el comportamiento de la economía frente a los cambios de variables y a las propuestas que se dan a causa de la política económica y monetaria del país.</p>
<p>Pregunta orientadora:</p> <p>¿Cómo funciona el modelo IS-ML y su importancia como herramienta para el apoyo en la toma de decisiones?</p>

Recursos de apoyo:

Video

Aguado J. C. (2014, feb. 14). El Mercado de dinero y la relación ML. [Archivo de video] Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=c6eiP0K_BaE

Lizarazu, E. (2016). La macroeconomía IS-LM. Una retrospectiva teórica estilizada. *Scielo*, (65), 256, pp.103-129. Recuperado de

<http://www.scielo.org.mx/scieloOrg/php/reference.php?pid=S01851667200600200103&caller=www.scielo.org.mx&lang=es>

INFOGRAFÍA DE LA SEMANA

Título	Análisis del modelo IS-ML
Paso 1	Revisión y reflexión de la materia de estudio sugerido y otros que estén en la web
Paso 2	Estudio y reflexión de la actividad propuesta por el docente titular
Paso 3	Elaborar borrador de conceptos claves
Paso 5	Entrega del taller clase del día solicitado, en la plataforma moodell
Paso 6	Reflexión sobre los aciertos y desaciertos del tema evaluado.

Fuente: Formato diseñado desde comité de currículo en función de estandarizar un piloto con direccionamientos para el trabajo independiente en el programa de AEC.

Anexo 4. Con nombre de áreas electivas ofertadas por la institución y el Programa de Administración de Empresas Comerciales.

Áreas	Contenidos de la oferta
ELECTIVAS DE COMPLEMETACIÓN INTEGRAL I	20 opciones
ELECTIVAS DE COMPLEMETACIÓN INTEGRAL II	20 opciones
ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN I	Psicología del consumidor Problemas globales Epistemología de la ciencia
ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN II	Gestión financiera: Finanzas en Excel Riesgo y control financiero evaluación y Valoración de empresas Moneda y banca
ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN III	Gestión ambiental: Sistemas de gestión ambiental Economía ambiente y sociedad Legislación ambiental Ecología
ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN IV	Gestión Solidaria: Legislación solidaria Administración de organizaciones solidarias Perspectiva de la economía solidaria Finanzas solidarias
ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN V	Mercadeo: Plan de mercadeo Ecommerce Mercadeo de servicios Publicidad

Fuente: La información de la tabla es extraída del plan de estudios del programa de AEC.



**UNIVERSIDAD COLEGIO
MAYOR DE CUNDINAMARCA**

SELLO EDITORIAL

Este libro presenta, a través de las experiencias de los docentes del programa Administración de empresas Comerciales, de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, una interpretación crítica en torno a los procesos de acreditación de programas de educación superior en Administración de empresas.

A través de diferentes reflexiones alrededor de la formulación de currículos pertinentes, la interdisciplinariedad y el uso de tecnología en la formación de profesionales, entre otros, este libro pretende convertirse en una herramienta útil en el ejercicio de proposición de currículos acertados en el campo de la Administración, así como poner a consideración de los lectores diferentes aspectos a tener en cuenta durante los procesos de acreditación.



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
SELLO EDITORIAL