



La transformación de la práctica docente: un enfoque basado en el modelo de competencias para el desarrollo del profesorado en la educación superior

Jenny Jiménez Cruz

Ana Lucía Paz Rueda

Directora del Programa en Innovación Educativa

Maestría en Educación Mediada por las TIC

Facultad de Ciencias Humanas

Universidad Icesi

Mayo 4 de 2025

Autor

Jenny Jiménez, vive en la ciudad de Bogotá, es especialista en Gerencia de Mercadeo, publicista profesional, competente en el diseño y desarrollo de planes estratégicos de mercadeo y publicidad a partir de la lectura de entornos y del consumidor, buscando contribuir al cumplimiento de metas organizacionales y grupales, recurriendo al análisis, síntesis e interpretación de datos como soporte para la toma de decisiones estratégicas y solución de problemas.

Ha sido docente para los programas académicos de pregrado de Mercado y Publicidad y Administración de Empresas; hace ocho años y desde hace cinco años desempeña el cargo como Coordinadora de Operación Virtual, en la Dirección de Educación Virtual de la Fundación Universitaria Compensar, garantizando la operación de la virtualidad a través de la gestión de los incidentes académicos-administrativos. Actualmente, es estudiante de la Maestría de Educación Mediada por las TIC en la Universidad Icesi.

Resumen

Esta investigación diseña, junto con los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria Compensar, un modelo de competencias orientado a mejorar la práctica docente. El estudio identifica las competencias actuales del profesorado y describe las estrategias pedagógicas empleadas en el proceso formativo. Para el desarrollo de este trabajo, se consultan bibliografías de autores reconocidos sobre formación del profesorado, modelos de competencias a nivel internacional, nacional y local, desarrollo profesional docente y estrategias pedagógicas. Se realizaron entrevistas a profundidad con docentes del programa y un panel de expertos en las áreas de Pedagogía, Psicología, Sociología y profesional de la Industria del Mercadeo y Publicidad.

Los resultados identifican que las competencias específicas que caracterizan a los docentes del programa incluyen: dominio disciplinar, contextualización pedagógica, habilidades comunicativas y creativas, capacidad de innovación, vinculación con el entorno profesional y bilingüismo. Se observará que las estrategias pedagógicas son diversas y cubren diferentes momentos del proceso educativo. El modelo de competencias propuesto integra seis dimensiones clave: competencias tecnológicas, conocimiento disciplinar, competencias pedagógicas, competencias sociohumanísticas, competencias comunicativas-multilingüismo y competencias investigativas.

Palabras clave: Competencias profesorado, Modelo de competencias y Estrategias pedagógicas.

Abstract

This research designs, together with the on-site teachers of the Marketing and Advertising program at Fundación Universitaria Compensar, a competency model aimed at improving teaching practice. The study identifies the current competencies of the teaching staff and describes the pedagogical strategies used in the training process. For the development of this work, bibliographies of recognized authors on teacher training, competency models at international, national and local levels, teacher professional development and pedagogical strategies were consulted. In-depth interviews were conducted with teachers of the program and a panel of experts in the areas of pedagogy, psychology, sociology and professionals of the marketing and advertising industry.

The results identify that the specific competencies that characterize the teachers of the program include disciplinary mastery, pedagogical contextualization, communication and creative skills, innovation capacity, linkage with the professional environment and bilingualism. It will be observed that the pedagogical strategies are diverse and cover different moments of the educational process. The proposed competency model integrates six key dimensions: technological competencies, disciplinary knowledge, pedagogical competencies, socio-humanistic competencies, communicative-multilingual competencies and research competencies.

Keywords: *Teacher competencies, Competency model and Pedagogical strategies.*

Tabla de Contenido

1. Introducción.....	9
2. Planteamiento del problema.....	11
2.1 Formulación de la pregunta de investigación.....	14
3. Formulación de los objetivos.....	15
3.1 Objetivo General.....	15
3.2 Objetivos específicos.....	15
4. Justificación.....	16
5. Marco conceptual.....	18
5.1 Generalidades.....	18
5.2 Internacional, nacional y local.....	19
5.3 Desarrollo profesional del profesorado.....	26
5.4 Competencias y habilidades para el desarrollo profesional del docente.....	31
5.5 Modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado.....	39
5.5.1 Modelos de referencia para el desarrollo de competencias docentes en educación superior de España.....	41
5.5.2 Modelo Estructural de Competencias del Profesorado Universitario, Mecpu.....	44
5.5.3 Competencias clave para el desarrollo profesional del profesorado en Estados Unidos.....	46
5.5.4 Modelos de competencias para el profesorado en Latinoamérica.....	49
5.6 Estrategias pedagógicas.....	55
5.6.1 La formación pedagógica de los docentes en la educación superior.....	55
5.6.2 Diseño y estructura de una estrategia pedagógica.....	58
5.7 Práctica docente, más allá de exponer una clase.....	59

5.7.1 Implicaciones de la práctica docente.....	61
5.8 Currículo.....	63
5.8.1 El currículo en la educación superior.....	63
5.8.2 Orientaciones curriculares de UCompensar.....	65
5.8.3 Proyecto Educativo Institucional, PEI, de UCompensar.....	66
5.8.3.1 Naturaleza e identidad institucional.....	66
5.8.3.2 Modelo educativo y pedagógico.....	66
5.8.3.3 Currículo y metodologías activas.....	67
5.8.4 Tendencias en el diseño curricular en educación superior.....	68
5.8.5 El rol del docente en la implementación del currículo.....	69
5.8.6 Desafíos y Desarrollo Profesional.....	70
5.9.7 Colaboración y enfoque innovador.....	71
6. Marco metodológico.....	72
6.1 Diseño de investigación.....	72
6.2 Recolección de información.....	72
6.3 Tipo de investigación.....	73
6.4 Los participantes o fuentes de información.....	73
6.5 Los instrumentos y técnicas para recolección de información.....	74
6.5.1 Panel de expertos.....	74
6.5.2 Entrevistas a profundidad.....	75
6.5.3 Consideraciones éticas.....	75
7. Resultados.....	76
7.1. Resultados entrevistas a profundidad.....	76
7.2 Resultados del panel de expertos.....	87
7.3 Modelo de competencias desde la perspectiva de los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad.....	95
7.3.1 Competencias tecnológicas:.....	95

7.3.2 Competencia de conocimiento disciplinar:.....	95
7.3.3 Competencias pedagógicas.....	95
7.3.4 Competencias sociohumanísticas.....	96
7.3.5 Competencias comunicativas – multilingüismo.....	96
7.3.6 Competencias investigativas.....	96
8. Conclusiones.....	99
9. Recomendaciones.....	103
10. Referencias bibliográficas.....	104
11. Anexos.....	117

Listado de Tablas

<i>Tabla 1. Autores que definen Desarrollo profesional del profesorado.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 2. Autores que definen Competencias.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 3. Autores que definen las Competencias del docente.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 4: Modelos de Competencia.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 5: Modelo Estructural de Competencias del Profesorado Universitario, Mecpu.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 6. Calidad de la formación del profesorado en California.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 7. Competencias específicas en las áreas de Mercadeo y Publicidad.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 8. Formación profesional del profesorado.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 9. Modelo de competencias desde la perspectiva de los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad.....</i>	<i>96</i>

Listado de Figuras

<i>Figura 1. Elementos considerados por el docente en acciones de formación. _____</i>	<i>28</i>
<i>Figura 2. Sesiones Microsoft Teams docentes programa Mercadeo y Publicidad _____</i>	<i>76</i>
<i>Figura 3. Análisis y la codificación de categorías entrevistas a profundidad con el software de Atlas Ti. _____</i>	<i>86</i>
<i>Figura 4. Sesión Microsoft Teams expertos temáticos _____</i>	<i>87</i>
<i>Figura 5. Análisis y la codificación se llevaron a cabo con el software de Atlas Ti. _____</i>	<i>94</i>

1. Introducción

Las Instituciones de Educación Superior, IES, y específicamente la Fundación Universitaria Compensar, ubicada en la ciudad de Bogotá, expresa un modelo pedagógico y didáctico que está centrado en la transformación del contexto sociocultural, donde el sujeto se construye y se desarrolla aprendiendo de otros y con otros.

Aunque, la institución cuenta con un modelo didáctico que intensifica el currículo bajo dieciocho metodologías activas, actualmente, el profesorado de pregrado del programa académico de Mercadeo y Publicidad tiene el reto de transformar la práctica docente a partir de la creación de experiencias, que permitan llevar la información hacia la generación de conocimiento y la atención personalizada. Es por ello, que cuando el docente imparte las asignaturas, muchas son asignadas por demanda, mas no por el conocimiento y la experticia; para otros, solo se trata de transmitir conocimientos aplicando solo la enseñanza y no el aprendizaje; para otros, hay carencia de tiempos coherentes para la producción del conocimiento; otros solo se acogen a impartir lo estipulado en el curso y, finalmente, la alta demanda de trabajo administrativo, que le resta la importancia y el papel que tiene el profesorado en el aprendizaje significativo.

La situación actual del profesorado vincula a docentes de tiempo completo y medio tiempo, con una contratación a término fijo —para la mayoría— y solo algunos a término indefinido; estos son profesionales, especialistas y magísteres, con conocimientos y habilidades, algunas valoradas y otras no tanto, situación que hace que el capital humano se convierta en un factor fundamental para el desarrollo y la generación de oportunidades.

Hoy en día se imparten cursos con lineamientos definidos y estructurados, bajo el modelo de formación —pedagógico, educativo, didáctico y curricular— que restringe la libertad de cátedra y se vincula de manera superficial a la gestión del conocimiento desde los contenidos. Así mismo, el desarrollo profesional de los docentes requiere generar espacios, que permitan conocer aquello que están haciendo los otros; fortalecer el trabajo con pares; reconocer la docencia como profesión, que se basa en el conocimiento y no en la reproducción de información y; centrar el

desarrollo de la persona, desafiando a los educandos a dar lo mejor de sí y acompañándolos de manera asertiva, para sacar el mejor provecho de las experiencias de vida y con ello alcanzar las metas.

En consecuencia, generar un modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado se hace necesario para potenciar el aprendizaje, la gestión del conocimiento, la atención diferenciada o personalizada, la valoración del capital intelectual, el desarrollo profesional y personal de los docentes, como actores clave al interior de la institución, en el impulso de una educación pensada en el Ser y la valoración del docente desde su saber, para proponer o innovar. Con ello, la institución reduciría el replicar modelos administrativos que dan respuesta a tareas que provienen de la inmediatez, daría paso a compartir saberes y a conocer lecciones aprendidas.

2. Planteamiento del problema

Las instituciones de educación superior en Colombia se caracterizan por una variedad de obstáculos y posibilidades que tienen un impacto directo en la enseñanza superior. Las universidades en Colombia deben adaptarse a un entorno cambiante en un mundo globalizado, donde la calidad educativa y la pertinencia de los programas académicos son fundamentales para su sostenibilidad y reconocimiento.

De ahí, que la actualización de los currículos es importante porque estos deben adaptarse a las demandas del mercado laboral y a las necesidades sociales del país, todo un desafío. Esto implica una revisión crítica de los métodos pedagógicos utilizados en la enseñanza, al promover metodologías activas que impulsen el aprendizaje significativo y el desarrollo de competencias en los educandos. Así mismo, dejar de ver al docente como un enemigo, por el contrario, este es el líder en el aula; se debe cuestionar sobre cómo se están formando a los docentes y si los contenidos son mediados con o sin el docente.

En este contexto es necesario un enfoque curricular, que permita a los docentes no solo transmitir información, sino también desarrollar y fomentar nuevas formas de pensar, de comportarse con los estudiantes, al promover un aprendizaje más revelador. Los docentes son los principales facilitadores del conocimiento; su preparación y competencias son cruciales para la formación integral de los futuros profesionales.

Frente a este escenario, las instituciones de educación superior cuentan con la oportunidad de aprovechar el aprendizaje a través de experiencias que agreguen valor porque, en algunas ocasiones, el ejercicio de la docencia se reduce solamente a la transmisión de información. Frente a este reto, uno de los caminos es valorar el capital intelectual y, con este, descubrir las capacidades de los docentes.

Otro de los caminos es el desarrollo de competencias y habilidades, que no solo deben dominar los contenidos disciplinares, sino también contar con una serie de competencias pedagógicas, tecnológicas y socioemocionales, que permita a los docentes adaptarse a las

cambiantes dinámicas educativas. En Colombia, este reto es aún mayor debido a la heterogeneidad de los contextos sociales y culturales donde se desenvuelven los programas de educación superior. Esta diversidad exige que los docentes tengan una formación continua y pertinente, para responder a las necesidades específicas de los estudiantes y las demandas del entorno educativo.

El objetivo de los docentes para desarrollar competencias profesionales consiste en mejorar la calidad de la educación y fortalecer su propia identidad profesional; la adquisición no solo de habilidades técnicas y tecnológicas, sino también el desarrollo de habilidades interpersonales, que fomenten un ambiente de aprendizaje colaborativo y participativo; esto es esencial para la formación de docentes competentes. Además, la investigación educativa ha señalado aquellos que se involucran activamente en su desarrollo profesional —a través de la formación continua, la investigación y la innovación— son más efectivos en su práctica pedagógica y logran mejores resultados en el aprendizaje de sus estudiantes.

Es importante señalar, que el desarrollo profesional de los docentes es otro enfoque fundamental para mejorar la práctica pedagógica y, por lo tanto, el aprendizaje de los estudiantes. Este proceso implica no solo actualizar y profundizar el conocimiento especializado, sino también reflexionar críticamente sobre la práctica educativa y aprender nuevas estrategias didácticas. No obstante, en muchas ocasiones, los programas de capacitación y actualización de los profesores en Colombia no cumplen con las demandas reales de los docentes, ni con las exigencias del entorno universitario. Esto induce a una desconexión entre la capacitación recibida y las competencias necesarias en el aula de clases, situación que tiene un impacto negativo en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Otro enfoque importante es la gestión del conocimiento que busca la creación, difusión y aplicación del conocimiento; esto es vital para mejorar la calidad educativa y la formación de los estudiantes. El acceso a Internet y la proliferación de información de nuestros tiempos ha generado un gran volumen de datos y, con ello, surge la necesidad de convertir la información en conocimiento, al servicio de las personas, en pro de propuestas y soluciones que surjan entre maestros y educandos.

Es por ello, que se hace necesaria la transformación de la práctica docente, a partir de generación de modelos de competencias que permitan crear conexiones de valor entre los individuos, para dar respuesta a necesidades universales y transformar la enseñanza y el aprendizaje, al crear nuevas formas de trabajar con los estudiantes y abandonar las formas tradicionales de enseñar.

Tradicionalmente, la clase magistral es la metodología más común utilizada por parte de los docentes a la hora de impartir las clases. Transmitir la información se ha reconocido como parte de las prácticas; sin embargo, ahora se trata de propiciar experiencias que permitan llevar la información hacia la generación de conocimiento, desarrollar habilidades críticas y creativas, al lograr que los estudiantes no solo sean receptores de información, sino también agentes en la construcción de su propio aprendizaje.

Por lo anterior, es esencial crear un modelo de competencias docente que se ajuste a las demandas actuales de la educación superior, para este contexto, especialmente en los programas de pregrado, como son la innovación, la personalización de aprendizaje, la gestión del conocimiento, el aprendizaje inmersivo enriquecido y contenidos que conecten con la vida del estudiante. Estos modelos deben tener en cuenta no solo las habilidades y conocimientos que todos los docentes deben tener, sino también la capacidad para crear, gestionar, enriquecer, ampliar y adaptar su propio Entorno Personal de Aprendizaje —*Personal Learning Environment*, PLE— (Castañeda & Adell, 2013). Otras de las habilidades que marcarán la diferencia son aquellas de avanzada, la innovación pedagógica y la investigación en el aula, que velan por la circulación del conocimiento y plantea los retos de la sociedad, identificando qué tiene que aprender el estudiante, aquello que les falta por vivir y cómo se aplica y se resuelve.

El uso de un enfoque curricular basado en competencias puede abrir la puerta a la creación de perfiles docentes más adaptados a las demandas actuales del sistema educativo, favoreciendo una formación integral de los estudiantes y bajo su realidad. Por esto, se considera, valorar y proponer un modelo de competencias para los docentes del programa académico de pregrado, Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria Compensar, que abarque el diseño curricular, la interacción y colaboración entre profesores y alumnos, el desarrollo personal y profesional docente, la actualización en pedagogía, nuevas tecnologías y enfoques educativos; no

solo como un espectador, sino además como el actor principal, la valoración real frente a las asignaturas que imparte el docente y la planificación del ejercicio de la docencia centrado en el desarrollo de habilidades y competencias, aprendizajes y el capital intelectual.

2.1 Formulación de la pregunta de investigación

Por lo anterior, se hace necesario cuestionarse sobre *¿cómo diseñar un modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado, orientado a la mejora de la práctica docente, en colaboración con los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria Compensar?*

3. Formulación de los objetivos

3.1 Objetivo General

Diseñar un modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado, orientado a la mejora de la práctica docente, en colaboración con los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria Compensar.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar las competencias para el desarrollo profesional de los docentes presenciales del programa académico de Mercado y Publicidad en el marco del PEI.
- Describir las estrategias pedagógicas que caracterizan las prácticas actuales de los docentes presenciales del programa académico de Mercado y Publicidad y su relación con la dinámica del proceso educativo.
- Validar el modelo de competencias desde la perspectiva de los docentes presenciales del programa académico de Mercadeo y Publicidad.

4. Justificación

El presente proyecto nace a partir de identificar que, aunque existe un modelo de formación — pedagógico, educativo, didáctico y curricular— y lineamientos de innovación pedagógica por parte de la Fundación Universitaria Compensar, estos, no están del todo articulados con la práctica docente actual en la modalidad virtual y presencial del programa de Mercadeo y Publicidad. La palabra “*competencia*” para el docente se asume como la trasmisión de información y la experticia y/o formación específica en las áreas de conocimiento, a esto se le llama la tradicional cátedra o clase magistral y la aplicación de una o varias metodologías activas en las actividades de aprendizaje para los estudiantes.

La importancia de diseñar un modelo de competencias para el desarrollo del profesorado radica en las falencias de articulación con los contenidos vs. las experiencias enriquecedoras; lo anterior, limita la construcción de la información en conocimiento y la promoción de acciones para aprender y conectar con la vida. Así mismo, se enfatiza en la enseñanza tradicionalista, en las técnicas, métodos, evaluaciones y estrategias que están predefinidas, estandarizadas y parametrizadas, a esto se le conoce como didáctica; pero con limitaciones de tiempo; número considerable de estudiantes por atender y por grupo; poca valoración del capital humano docente y su saber; insuficiente tiempo para el acompañamiento y asesoramiento a estudiantes de manera personalizada y grupal; junto con la escasa creación de conocimiento y baja atención a las habilidades socioemocionales y competencias de los docentes.

Sumado a lo anterior, se hace necesario mejorar la práctica docente y la gestión del conocimiento que permita la valoración real de las capacidades y habilidades del docente; para que este se prepare desde lo pedagógico, tecnológico y socioemocional; para que se abarque la generación de conocimiento interdisciplinario, la creación de redes y, de manera colaborativa entre estudiantes y docentes, se solucionen problemas en contextos reales; y para que la capacitación y actualización del docente sea fundamental en la personalización del aprendizaje, la

innovación educativa y la reducción administrativa, como son la sobrecarga de horas cátedra y la asignación de materias por demanda.

Con el despliegue del modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado se busca que estos sean valorados por sus capacidades, habilidades y conocimientos; sean capacitados y formados en el desarrollo personal, profesional y en conocimientos pedagógicos, la socialización y apropiación de buenas prácticas docente; más allá de un simple acceso a información. Adicionalmente, que se logre la creación de aprendizaje inmersivo y personalizado, al ser el docente acompañante imborrable en el proceso pedagógico, en el uso del tiempo y la reflexión para la construcción y aumento de habilidades de colaboración entre pares, estudiantes y docentes.

5. Marco conceptual

5.1 Generalidades

Actualmente, se está en uno de los momentos de mayor transformación en la historia debido a los acelerados cambios tecnológicos, económicos, políticos y sociales; dichos acontecimientos permean al sector educativo y en especial al docente universitario, alterando las funciones, roles y tareas asignadas a los profesores, al exigirles el desarrollo de nuevas competencias para el desenvolvimiento de sus funciones profesionales. Todo esto conlleva al planteamiento de necesidades y planes formativos, en los diferentes escenarios de actuación profesional, incluso cuando existe un cambio de paradigma educativo, al pasar de centrar la atención en la enseñanza y el docente a centrarse en el estudiante, como actor principal del proceso. Las universidades están inmersas en profundos procesos cambio, forjándose nuevas demandas para las instituciones y el profesorado. Al respecto Tomás (2001) refiere que,

(...) volver a pensar la Universidad significa reconceptualizar el papel del profesorado, de los estudiantes, de la enseñanza-aprendizaje, de la investigación, del gobierno y la gestión, significando este replanteamiento en la función docente “dejar el papel de reproductor de conocimiento e ir hacia un orientador de aprendizajes...” ya que, también, se reorienta el aprendizaje de los estudiantes que “debe permitir adquirir conocimientos, pero especialmente saberlos buscar, procesar y aplicar” (pág. 7).

En Colombia, la formación del profesorado universitario es decisivo para garantizar la calidad y oportunidad de la educación superior. El Ministerio de Educación Nacional, MEN, destaca la necesidad de que los docentes universitarios no solo posean un profundo conocimiento de su disciplina, sino también competencias pedagógicas y habilidades investigativas (MEN, 2012). La formación continua de los profesores universitarios es transcendental para prepararse a las nuevas demandas del entorno académico y profesional, así como para fomentar una cultura de investigación e innovación como plantean González et al (2015). Además, la Ley 1188 de 2008 establece la obligatoriedad de la formación pedagógica para los docentes universitarios, subrayando su rol en la mejora de los procesos de enseñanza-aprendizaje (Congreso de

Colombia, 2008). La ejecución de programas de formación docente favorece el desarrollo de competencias didácticas y tecnológicas, que son fundamentales para enfrentar los retos del siglo XXI en la educación superior como argumentan Pineda y Montenegro (2017). A manera de conclusión de este apartado, Shulman (2005) sostiene que son necesarios siete conocimientos básicos para cualquier profesor a saber:

- Conocimiento disciplinar
- Conocimiento pedagógico general, principios y estrategias docentes
- Conocimiento del currículo, programas y materiales
- Conocimiento didáctico del contenido
- Conocimiento de los estudiantes y sus características
- Conocimiento del contexto educativo, la comunidad y la cultura
- Conocimiento de los fundamentos de la educación, los fines y los propósitos

Es importante resaltar que cualquier proceso formación y capacitación para los docentes contempla estar dentro de su labor, pero debe ir más allá a ser un innovador y acompañante permanente, entendiendo que es una necesidad indispensable para los educandos.

5.2 Internacional, nacional y local

A partir de la década de los noventa, las políticas educativas se han venido transformando acorde con lo situado por los organismos internacionales, razón por la cual, las IES han comenzado a modificar el modelo educativo, esto impulsa a cambiar y actualizar los planes y programas de estudio, la evaluación, la definición del perfil, las competencias de académicos y estudiantes, la capacitación del personal académico y la vinculación de los programas de estudios con los contextos reales de los educandos y de los sectores productivos, que han impulsado a la obtención de recursos de diferentes fuentes.

El docente universitario tiene la exigencia de capacitarse y actualizarse para adquirir los conocimientos y competencias que lo convierten en el actor principal que utilizará en el desempeño de su labor; sobre esto se Delors refiere que “La educación durante toda la vida permite, sencillamente, ordenar las distintas etapas, preparar las transiciones, diversificar y valorizar las trayectorias” (1996, pág. 15). El maestro no solo imparte conocimientos a sus

estudiantes e indica las instrucciones de qué hacer y cómo hacer, él también desarrolla en sus alumnos habilidades y destrezas que deben utilizar y determina cómo llevar a la práctica el conocimiento. Es enseñarles a los estudiantes a desarrollar su capacidad crítica, reflexiva y creativa y que aprendan a utilizar los recursos tecnológicos y científicos. Para la Unesco (1998) la tarea del docente, en enseñar a los alumnos a aprender y a tomar iniciativas.

No obstante, aún existe mucho camino por recorrer para determinar el perfil y las competencias del docente, se tendría que definir la formación que se requiere hoy en día para formar los profesionales. Es importante definir el proceso de enseñanza, teniendo presente los contenidos, de esta forma se establece la formación que se debe adquirir. La modernización le facultará para el ejercicio profesional como docente, estará más apto para enfrentar los retos. La formación es vital, por tanto, el docente tiene la necesidad de invertir tiempo y dinero en capacitación (cursos, diplomados, maestría y doctorados, entre otros); es decir, requiere un proceso formativo para ejercer su disciplina, porque "los profesores que hayan impartido enseñanza durante más de diez años se ocupan de alumnos distintos a los que conocieron cuando ingresaron en la profesión" (Unesco, 1998, pág. 225). Por otro lado, en el ámbito internacional, desde la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura se declara que:

La educación superior debe ampliar la formación de docentes, tanto inicial como en el empleo, con planes y programas de estudios que den a los docentes la capacidad de dotar a sus alumnos de los conocimientos y las competencias que necesitan en el siglo XXI. Este objetivo exigirá nuevos enfoques, como por ejemplo el uso del aprendizaje abierto y a distancia y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC (Unesco, 2009, pág. 244)

La enseñanza por competencias ha cambiado el rol docente universitario, el cual ha pasado de ser un trasmisor de conocimientos a ser un facilitador y orientador del aprendizaje de los estudiantes, para lo cual aún falta preparación en los docentes. Según define Pine (1981), los docentes que se involucran en procesos de investigación acción colaborativa se transforman en impulsores de su propia transformación. Los docentes pueden emplear la investigación-acción

para su desarrollo personal y laboral, potenciando habilidades y competencias que potencian su habilidad para solucionar problemas y optimizar la práctica educativa.

El docente del siglo XXI requiere constante capacitación, para estar actualizado en su disciplina como en el ejercicio de la docencia. Se debe agregar que la capacitación docente permite el desarrollo de competencias propias del ejercicio profesional en el campo educativo en varios niveles y modalidades; adicionalmente, es crucial para el desarrollo profesional y el mejoramiento de la práctica educativa, considerando las funciones y tareas que debe realizar un docente en su lugar de trabajo, como mencionan Boéssio y Portella (2009).

Con lo expresado, se infiere que en el ámbito internacional es muy importante no solo el papel que cumple el maestro, sino también su formación para mejorar la práctica docente y la conexión con la realidad de los estudiantes. Según Silvia Schmelkes (1995), un maestro debe demostrar una calidad integral, esto requiere un alto nivel de desempeño no solo en los aspectos cognoscitivos y procedimentales, sino también en aspectos afectivos como actitudes hacia la docencia, sus alumnos y la comunidad en la que se trabaja.

En consecuencia, el modelo de competencia para el desarrollo profesional del profesorado se enfoca en un conjunto de estándares y competencias que los docentes deben alcanzar para perfeccionar la calidad educativa. Según la Unesco (2019), estos modelos incluyen competencias en áreas como la pedagogía, el conocimiento de la materia, la tecnología educativa y las habilidades interpersonales y de liderazgo. El enfoque en competencias específicas, como la disposición de integrar tecnología en el aula, es crucial para preparar a los docentes para los desafíos del siglo XXI (ISTE, 2017). Además, el modelo de competencia se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, de la Organización de las Naciones Unidas, ONU; particularmente, con el objetivo Cuatro, que busca garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad (ONU, 2015). Estos marcos son fundamentales para la formación continua y el desarrollo profesional de los docentes, al asegurar que pueden adaptarse a contextos educativos cambiantes y diversificados (Darling-Hammond, Hyler, & Gardner, 2017).

La globalización económica y educativa que viven todos los países latinoamericanos, los alinea con las reglas de los organismos financieros externos que reciben gran influencia y presión de organismos internacionales como el Banco Mundial, BM. El Banco Interamericano de

Desarrollo, BID y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE y, recientemente, la República de China brindan un fuerte apoyo financiero y crean nuevas condiciones para las relaciones políticas y económicas. Estas condiciones crean acuerdos para aumentar la competitividad de los mercados regionales, para incorporar a las economías de mercados emergentes al flujo global de bienes y servicios. El sistema educativo está tratando de adaptarse a los absurdos del mercado globalizado y convertirlo en un beneficio económico (IEESA, 2012).

Es innegable que el nuevo modelo productivo requiere poblaciones con mayores índices o niveles de competencias y habilidades, que los educandos actuales tienen diversos intereses y motivaciones; estos elementos y la ampliación de oferta académica de las universidades ha llevado a la masificación de los docentes y a la especialización del conocimiento. Por esto, en Suecia y Países Bajos se reconoce como obligatorio ser profesor de educación superior si se tiene educación especial acreditada.

La capacitación docente en el mundo es diversa debido a las múltiples tradiciones y circunstancias políticas, sociales y pedagógicas. Hay problemas comunes que dificultan la creación de programas educativos que cumplan con los estándares de calidad internacionales (Programa de Apoyo al Sector Educativo del Mercosur, 2014). En Iberoamérica y los países del Mercosur se están implementando medidas para reforzar la formación docente. Es innegable la relevancia estratégica de la formación inicial y permanente, porque es fundamental para garantizar una educación justa y de alta calidad.

Desde el ámbito nacional, el Ministerio de Educación Nacional se refiere al tema proponiendo que “la formación de docentes es, sin lugar a dudas, uno de los principales factores de la calidad educativa y en consecuencia se constituye en aspecto fundamental de las políticas y planes educativos en el contexto nacional e internacional” (MEN, 2012, pág. 111). Desde esta mirada la formación docente es determinante en el desarrollo de los individuos y la calidad académica, regida por políticas para garantizar sistemas de actualización y profesionalización permanentes, enmarcadas en la innovación pedagógica, evaluativas y didáctica; que vincula aspectos tecnológicos, económicos, sociales y culturales; cambios sustanciales que influyen en las prácticas desarrolladas en los diferentes países del mundo (MEN, 2012).

En Colombia, referente al modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado se encuentra articulado, principalmente, a través de los Lineamientos para la Formación de Docentes y Directivos, propuestos por el Ministerio de Educación Nacional (MEN, 2013). Este modelo resalta las competencias pedagógicas, investigativas, disciplinares y de gestión, con el objetivo de acrecentar la calidad educativa y contestar a las demandas del contexto educativo colombiano. Según el MEN (2013), el desarrollo profesional de los docentes debe ser constante y concentrado en el mejoramiento de sus prácticas pedagógicas y en el potencial de innovación educativa. Además, se destaca la trascendencia en la formación en competencias digitales, alineándose con el Plan Nacional de Tecnologías en la Educación (MEN, 2016), que persigue integrar las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Estas directrices son primordiales para llegar a una educación de calidad y más equitativa en el país (OECD, 2016).

Los documentos institucionales y las evaluaciones que se han venido desarrollando, han demostrado que las transformaciones educativas en los procesos de enseñanza-aprendizaje están vinculadas al paso de una educación enfocada en la impartición de contenidos, a una educación orientada al fortalecimiento de habilidades (MEN, 2010).

Si se tiene en cuenta que el conocimiento, el saber y la tecnología, se producen en la experiencia de la investigación y la innovación; puede entenderse la amplitud de las transformaciones actuales y el lugar que han ocupado los sistemas educativos, los educadores y los educandos, como sujetos de esos procesos.

Durante la década de los ochenta nació el movimiento pedagógico, como resultado del intercambio entre el gremio de los educadores, organizado en la Federación Nacional de Educadores, Fecode, y se sumaron miembros intelectuales de las universidades públicas. Este movimiento cuestionó las orientaciones de la tecnología educativa y veló por el reconocimiento del educador como un trabajador que reflexiona sobre su práctica educativa, de tal modo que la investigación debía incorporarse como uno de los elementos centrales en su formación. El movimiento pedagógico tuvo entre sus propósitos profesionalizar y elevar la formación del Magisterio (Calvo, 2007).

En Colombia, los Planes Nacionales Decenales de Educación 1996-2005 y 2006-2016 trazaron la urgencia de desarrollar estrategias de formación y evaluación docente. De igual

manera, en el Plan Decenal 2016-2026 “El camino hacia la calidad y la equidad” se propone dentro del primer desafío, regular y determinar el alcance del derecho a la educación, la creación de un sistema integral de formación y cualificación docente para el desarrollo de habilidades disciplinares, pedagógicas, didácticas y socioemocionales, que potencie las competencias para el siglo XXI (MEN, 2022).

De acuerdo con lo anterior, los procesos de formación docente están encaminados, no a la reproducción de saberes ya formulados, sino a ser orientadores para el cambio y donde la reflexión se intensifica sobre la práctica, como promotor de la calidad del sistema educativo; al respecto se menciona que “En este contexto, empieza a ser incontrovertible que la construcción de conocimiento del profesorado requiere dispositivos que valoren sus saberes pedagógicos como fuentes de sentido y de transformación de las prácticas” (Secretaría de Educación de Bogotá, 2018, pág. 12).

En cuanto a la Fundación Universitaria Compensar, cuenta con una trayectoria de más de 44 años manteniendo el compromiso de educar a las nuevas generaciones. Esta hace parte del conglomerado empresarial de Compensar y en conjunto comparte la visión de bienestar integral, mediante la articulación del conocimiento y el modelo Universidad-Empresa, reiterando así el propósito de ofrecer educación de calidad, a lo largo de la vida, garantizando pertinencia de programas, para dar respuestas al sector productivo (Fundación Universitaria Compensar, 2024).

Se debe agregar que, la institución busca transformar la vida de personas que persiguen incasablemente nuevas oportunidades en el mercado laboral y desarrollar el espíritu emprendedor para afrontar la incertidumbre y los desafíos de un contexto cada vez más retador. Para el 2023 se avanzó en el *Proyecto Universidad del Futuro* que afianza un nuevo posicionamiento estratégico de cara a enriquecer el relacionamiento entre la Caja de Compensación Compensar, la Agencia de Empleo y Emprendimiento Compensar. Adicionalmente, este incluye la transformación de la estructura organizacional, el fortalecimiento de la cultura organizacional y la puesta de un nuevo horizonte estratégico, desarrollado entre miembros de la comunidad académica (Fundación Universitaria Compensar, 2024).

La institución cuenta con una Reglamento Docente, aprobado por el Consejo de Gobierno según Resolución No. 211 del 01 de junio de 2015 y una Política Docente, que rige las relaciones

funcionales del cuerpo docente en todas sus sedes. Además, en este se señalan las funciones, derechos y deberes de los profesores, las estructuras y características de vinculación, evaluación y promoción (Fundación Universitaria Compensar, 2016).

Teniendo en cuenta el reglamento docente, en el artículo 3, menciona que la profesión del maestro es el ejercicio de la docencia entendida como el desarrollo permanente de la práctica pedagógica con carácter científico, en el campo de la ciencia, la técnica, la tecnología, el arte y las humanidades; así como las actividades de formación humana, investigación y proyección social (Fundación Universitaria Compensar, 2015).

Ahora bien, en cuanto al Modelo de Formación de la Fundación Universitaria Compensar, en línea con el Proyecto Educativo Institucional, PEI, se definen perspectivas interdependientes y escalonadas como: I) Modelo pedagógico. II) Modelo educativo. III) Enfoque curricular. IV) Modelo didáctico (Fundación Universitaria Compensar, 2022). Cada modelo establece unos elementos centrales que establecen su entendimiento. Este es un modelo pedagógico socioconstructivista, que centra su mirada en la transformación del contexto sociocultural y en la construcción colaborativa de conocimiento.

Por lo anterior, la Fundación Universitaria Compensar, desde su perspectiva pedagógica y en el marco de la Constitución Nacional (artículos 41 y 67), busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica y a los demás bienes y valores de la cultura; así mismo, promueve la práctica democrática para el aprendizaje de los principios y valores de la participación ciudadana.

En este orden de ideas, el docente —tutor y mediador fundamental dentro del proceso educativo— se define en la Fundación Universitaria Compensar como el facilitador y orientador en las rutas e itinerarios de aprendizaje de los estudiantes, constituyéndose en pieza clave para el fortalecimiento y desarrollo de competencias específicas, genéricas y transversales en el estudiante. Allí, el docente se caracteriza por ser líder inspirador que articula el saber teórico de las ciencias, las disciplinas y la legislación, con el saber práctico técnico y tecnológico propio del sector productivo (Fundación Universitaria Compensar, 2022).

El programa de Mercadeo y Publicidad tiene como prioridad formar profesionales éticos, críticos, creativos y competitivos; perceptibles ante los cambios para proponer ideas nuevas de acuerdo al entorno polivalente en el que se desarrolle, en donde la investigación siempre será un

elemento determinante en la toma de decisiones con el fin de generar habilidades emprendedoras que permitan alcanzar la excelencia profesional; lo anterior, les permite afrontar los nuevos retos que demandan sectores sociales y productivos; de acuerdo con las disposiciones establecidas por el Gobierno Nacional para el cumplimiento de las exigencias en relación con la calidad para la Educación Superior y en concordancia con la filosofía institucional explícita en el Proyecto Educativo Institucional, PEI.

5.3 Desarrollo profesional del profesorado

El desarrollo profesional de los docentes está relacionado con la formación continua de los docentes en ejercicio y es uno de los ejes centrales de las universidades. Este eje propone alternativas, donde se deben cambiar no sólo estándares y estructuras, sino también la voluntad de todos los docentes, para que esto se convierta en una verdadera estrategia que promueva la calidad de la educación superior. Para lograrlo, es necesario que el cambio afecte tanto al aspecto pedagógico y profesional, como al personal y social del profesorado de la universidad.

Así mismo, este desarrollo profesional es un proceso que permite a las educadoras, educadores, profesores, profesores y directivos, acceder a una variedad de experiencias de aprendizaje y reflexión tanto personales, como colectivas. El objetivo de este desarrollo consiste en mejorar la calidad del aprendizaje en lo profesional y el impacto en la organización educativa y el aula.

El trabajo docente es complejo y exige del profesorado universitario una comprensión e integración con las comunidades y la sociedad para resolver problemas en conjunto; por ello, la sociedad requiere que las universidades realicen cambios, en relación con la transformación que la sociedad ha venido revelando en los últimos tiempos. Así mismo, el sector educativo está obligado a responder a los desafíos actuales y a desarrollar nuevas formas de enseñanza y aprendizaje debido al rápido desarrollo del conocimiento, a la utilización de las TIC y el compromiso social de las universidades.

El concepto de desarrollo profesional también está ligado a la formación constante del docente; al respecto afirma Sánchez (2001), cuando se habla de la formación y de la carrera profesional del profesorado universitario, esta tiene varias acepciones: perfeccionamiento del

profesorado, formación permanente, entrenamiento o formación en servicio, entre otras. Sin embargo, la más general y la que con mayor frecuencia se utiliza es desarrollo profesional.

La formación permanente como plantean Devalle de Rendo y Vega “(...) requiere, entre otras características, apertura crítica a la innovación, fundamentación de las estrategias pedagógicas, capacidad de evaluación objetiva del contenido que se enseña, apertura al trabajo interdisciplinario, autoeducación, rigor de autocrítica” (1998, pág. 147). Esta es una formación que tiene en cuenta la acción educativa, la valoración de la investigación y el análisis sobre la propia práctica educativa para la resolución de problemas.

En la tarea del docente, la formación es indispensable porque le permite conseguir el mejoramiento profesional y humano, también, adecuarse a los cambios tecnológicos, pedagógicos, científicos y sociales. Sobre esto Sánchez expresa que “La formación permanente se convierte así en la línea de reflexión y de mejora de una docencia siempre en renovación, por lo que dicha formación es un componente constante del desarrollo profesional del docente universitario” (2001, pág. 288). Es así como, la formación docente va desde la formación inicial y se mantiene de manera constante en la labor docente; como dice Imbernón (1997), la formación del profesorado es:

(...) un subsistema específico, dirigido al perfeccionamiento del profesorado en su tarea docente, para que asuma un mejoramiento profesional y humano que le permita adecuarse a los cambios científicos y sociales de su entorno. La formación permanente del profesorado de cualquier nivel educativo supondrá entonces la actualización científica, psicopedagógica y cultural, complementaría y, a la vez, profundizadora de la formación inicial, con la finalidad de perfeccionar su actividad profesional (Imbernón, 1997, pág. 13).

El concepto de desarrollo profesional es más amplio y se entiende como un proceso planificado de desarrollo personal y conocimientos, con actitudes hacia el trabajo y la institución, donde se deben establecer interrelaciones entre las necesidades institucionales y de desarrollo personal. Por otra parte, el marco de acción para la educación 2030 establece pautas que definen los requisitos necesarios para garantizar condiciones docentes: como que tengan las competencias necesarias, contratación y remuneración de forma adecuada, reciban formación, estén calificados, se encuentren motivados, estén repartidos de manera equitativa en el sistema educativo y dotados

de recursos eficaces y bien administrados (Unesco, 2015). Por lo tanto, se trata de garantizar oportunidades de formación inicial y continua de calidad, condiciones de trabajo adecuadas, carrera de docente atractiva; de alta realización personal, profesional y retribuciones justas.

Se debe agregar que el crecimiento profesional del profesor surge de una serie de etapas, estas incluyen elementos familiares, políticos, sociales y culturales, que pueden ayudar o dificultar el proceso de formación; no obstante, el éxito de estas experiencias dependerá en gran parte del propio compromiso e interés del docente (Boéssio & Portella, 2009).

Los programas de crecimiento profesional se enfocan en la motivación intrínseca del profesorado. El modelo propuesto por Lipowsky (2011) y adaptado por Richter et al. (2019), ilustra la implicación de los docentes en actividades de formación apoyados en factores como: el entorno, la institución y la motivación personal (ver Figura 1); en consecuencia, no habría lugar a hablar de crecimiento, ni de desarrollo, si no se exterioriza el interés y la motivación de los individuos hacia la educación (Fernández March, 2009; Ruè, 2015).

Figura 1

Elementos considerados por el docente en acciones de formación.



Nota: Adaptado de Richter et al. (2019).

De la misma forma, Richter et al. (2019) determina que los factores más habituales que motivan a los docentes son el interés personal y la mejora en la práctica educativa; en cambio, los factores que producen una motivación más baja son la promoción profesional y el reconocimiento social; el contacto social produce una motivación moderada; además, señalan que la motivación de los docentes se reduce conforme se incrementan los años de experiencia.

Al mismo tiempo, en los elementos mencionados no se pueden desconocer los avances en tecnología, los conocimientos, la reducción del tiempo, los comportamientos cambiantes de los estudiantes y docentes, y los contextos de los diferentes actores, que van cambiando las necesidades de desarrollo profesional y van aumentando la demanda de personal más cualificado.

El perfeccionamiento permanente del profesorado tiene relación directa con la constante necesidad de aprender a lo largo de la vida y vincula, directamente, a las instituciones de educación superior y a la motivación para involucrarse y estar activo. En ese sentido, la autorreflexión del docente es muy importante, para distinguir lo que realiza y lo que le falta por mejorar o aprender.

Day & Sachs (2004) sintetizan tres criterios fundamentales a tener en cuenta durante el crecimiento profesional del docente: (1) armonizar la práctica educativa con las políticas de educación, (2) mejorar los resultados de los estudiantes mediante una optimización de la actividad docente, y (3) mejorar el estatus y el perfil de la profesión de docente.

En la formación del docente universitario se debe considerar el aprendizaje previo que tiene el profesorado; de allí, se desprenden los patrones mentales y las creencias de la enseñanza, a partir de las experiencias que experimentan con los estudiantes; esto origina el aprendizaje informal. Así, los docentes construyen su aprendizaje basado en modelos y experiencias con las que se sienten más identificados, sin cuestionar, ni tener presente el método.

Finalmente, con relación a la profesionalización de la enseñanza se deben considerar aspectos como: la elección de contenidos educativos, los resultados esperados de aprendizaje y el perfil de habilidades del docente; al considerar las dimensiones pedagógicas, institucionales y socio profesionales (Fernández March, 2008). A continuación, se detalla los autores más destacados que han definido el concepto de desarrollo profesional del profesorado:

Tabla 1*Autores que definen Desarrollo profesional del profesorado*

Day (2001)	Es el proceso mediante el cual los profesores, en la función de agentes de cambio, revisan, renuevan y amplían, individual o colectivamente, su compromiso con los propósitos morales de la enseñanza, adquieren y desarrollan, de forma crítica, juntamente con los niños, jóvenes y compañeros, el conocimiento, las destrezas y la inteligencia emocional, esenciales para una reflexión, planificación y prácticas profesionales eficaces, en cada una de las etapas de sus vidas profesionales.
Marcelo (2009)	El aprendizaje de la profesión docente exige la participación del docente en trabajos relacionados con su oficio, y sostiene que las experiencias más propicias para el crecimiento profesional de los docentes se fundamentan en la escuela, es decir, en entornos específicos y privilegiados.
Oldroyd y Hall (1991)	El crecimiento profesional también conlleva la evolución de la habilidad para manejar las condiciones laborales propias, lo que implica avances en el ámbito laboral y en la trayectoria docente.
Ponte (1998)	El crecimiento profesional docente se realiza de diversas maneras, tales como el intercambio de experiencias, lecturas, reflexiones, y es responsabilidad del docente tomar decisiones basadas en los aspectos que desea tener en cuenta.
Fullan, M. (2007)	Fullan propone que el desarrollo profesional del profesorado está intrínsecamente ligado al cambio educativo y a las reformas, destacando que los docentes deben ser agentes de cambio que constantemente mejoran sus prácticas en respuesta a nuevas demandas.
Hargreaves, A., & Fullan, M. (2012)	El desarrollo profesional se enfoca en el "capital profesional", que incluye la interacción entre capital humano (habilidades individuales), capital social (redes colaborativas) y capital decisional (juicio profesional), que empoderan al docente y mejoran su práctica.
Villegas-Reimers, E. (2003)	El desarrollo profesional del profesorado es un proceso de aprendizaje continuo que busca mejorar el rendimiento de los docentes, con un énfasis en la investigación, la reflexión crítica sobre la práctica y la adaptación a las demandas cambiantes de la educación.
Avalos, B. (2011)	El desarrollo profesional está centrado en la reflexión sobre la práctica, el aprendizaje entre pares y el apoyo institucional, y está orientado a mejorar tanto las competencias profesionales como las prácticas educativas en el aula.

Darling-Hammond, L., Hyler, M. E., & Gardner, M. (2017) El desarrollo profesional efectivo debe ser continuo, colaborativo y basado en la práctica, proporcionando a los docentes oportunidades de aprendizaje activo, retroalimentación y reflexión, con un impacto directo en la calidad de la enseñanza y el aprendizaje de los estudiantes.

Guskey, T. R. (2002) El desarrollo profesional del profesorado debe centrarse en los resultados de los estudiantes. Los docentes cambian sus prácticas cuando ven mejoras tangibles en el aprendizaje de sus alumnos, siendo el impacto en los estudiantes el motor del cambio en la enseñanza.

Nota: Elaboración propia.

5.4 Competencias y habilidades para el desarrollo profesional del docente

Los programas educativos pueden cambiar y las mallas de estudios pueden incorporar todas las necesidades tecnológicas del siglo XXI, pero lo que realmente importa es aquello que los docentes hacen con los estudiantes en el aula. Es la integración del conocimiento y la experiencia, que se desarrolla a través de aptitudes intelectuales y procedimentales, actitudes y contenidos, esto da como resultado las competencias. Se puede decir que estas son la combinación de conocimientos, habilidades, actitudes, valores, motivaciones y destrezas.

La educación por competencias implica el desarrollo personal y educativo. La capacidad para adquirir conocimientos y experiencias, aprender en equipo, interactuar de manera adecuada y enriquecedora con los demás y con el entorno social y ambiental, es más importante que desarrollar el espíritu competitivo.

Desde una perspectiva holística, el desarrollo de habilidades ocurre a lo largo de la vida, por esto, es esencial la colaboración entre los campos académico, laboral, personal y social. Los conocimientos, las habilidades y la comprensión de lo que se hace son las competencias; estas combinan el conocimiento en todas las áreas y permiten el desarrollo de habilidades. De acuerdo con lo que plantea Feito (2008) se revela que el enfoque educativo por competencias integra los conocimientos de manera holística; cuando se tiene una visión global del problema que se debe abordar, el aprendizaje se optimiza.

Otra consideración importante radica en que el docente universitario debe realizar un proceso de formación por iniciativa personal o institucional, esto ha pasado a ser un requisito más para la permanencia y la estabilidad laboral. Pero hay más allá, existe una necesidad de

formación que responda con acierto a los retos educativos que proponen las nuevas generaciones, los avances de la tecnología y la ciencia (Gros & Romaña, 2004).

Una descripción completa del docente universitario en Colombia —ya sea de la universidad pública o privada— revela que no ha obtenido formación pedagógica o didáctica, antes de su vinculación con la enseñanza universitaria. Esto ocurre porque, en su mayoría, las instituciones universitarias no incluyen este tipo de capacitación entre los requisitos para contratar docentes. Además, los datos oficiales del Ministerio de Educación Nacional de 2005 señalan que de todos los docentes universitarios: 782, poseen formación técnica profesional; 737, formación tecnológica; 30.006, formación profesional universitaria en educación; 30.094, poseen títulos de especialistas; 17.329, título de maestría y 2.704, poseen título de doctorado (Ministerio de Educación, 2005).

Con relación a las funciones del docente universitario, corresponde a las sustantivas, es decir la docencia, investigación y proyección social, siendo más relevante la docencia, más que las demás. La función del docente cada día es más compleja y exigente. Hasta hace pocas décadas era solo la transmisión de información, lo que se conoce como la clase magistral. La pedagogía era aislada o negada. Hoy la exigencia va más allá de la simple transmisión de conocimientos, ahora hay que generar conocimientos, hacer a los estudiantes más autónomos, al dejar de lado la impartición de conocimientos para ser facilitador entre el conocimiento y los estudiantes (Mondragón, 2005). El impacto de las TIC y el fenómeno de la globalización han afectado a la educación superior. Estas tendencias exigen del docente nuevos procesos de alfabetización, como son el manejo de tecnologías y el dominio de nuevos lenguajes, porque estas son desventajas ante los propios estudiantes (Rubio M., 2009).

En Colombia, la Comisión Nacional para el Desarrollo de la Educación Superior destaca la relevancia del profesorado universitario, porque en su excelencia académica, habilidad, dedicación y entusiasmo se fundamenta la calidad educativa (Giraldo, Abad, & Díaz, 2007). Gracias a los procesos de acreditación de calidad de los programas, las instituciones de educación superior han comenzado a reconocer la relevancia de tener profesores que, además de ser destacados expertos, promuevan el aprendizaje y fomenten habilidades en sus alumnos y, así

mismo, respalden iniciativas de proyección social en la comunidad educativa y su área de influencia (Sánchez J. , 2005).

Así es como la formación de los docentes, el desarrollo de habilidades y competencias, no puede estar ligada solamente a lo tecnológico o al dominio de una lengua adicional extranjera, ni del perfil de desempeño; la ruta de formación debe incorporar las necesidades del contexto sociocultural que enmarcan la institución; en otras palabras, un entendimiento detallado del alumno que se incorpora al sistema educativo, de sus expectativas respecto a la educación, de sus puntos fuertes y débiles en relación con los procesos de aprendizaje; en resumen, de su proyecto de vida laboral (Mondragón, 2005).

Actualmente, el docente universitario requiere formación y actualización para obtener los conocimientos y habilidades que se transformarán en el instrumento principal para la realización de su trabajo; sobre esto se refiere que "La educación permanente facilita, simplemente, la organización de las diferentes fases, la preparación de las transiciones, la diversificación y la valoración de las trayectorias" (Delors, 1996, pág. 15). Es difícil establecer el perfil y las habilidades del profesor, porque es necesario establecer la capacitación que se necesita, actualmente, para educar a los profesionales del futuro. Además, la enseñanza de hace diez años se ocupaba de estudiantes muy distintos a los actuales. La Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI de la Unesco establece los desafíos que tiene el docente:

- Creación y adaptación permanente de programas de formación de profesionales en respuesta a las necesidades presentes y futuras.
- Funcionamiento de un espacio o sistema para el aprendizaje permanente con flexibilidad en los tiempos y rutas de formación profesional y post profesional.
- Evaluación constante de la pertinencia social de los programas y actividades formativas.
- Funcionamiento de programas y oportunidades para el aprendizaje en el trabajo o compatibles con la actividad laboral, así como mecanismos de evaluación y reconocimiento de conocimientos adquiridos en el trabajo.
- Servicios de apoyo al estudiante, considerado como el centro de las actividades docentes.
- Renovación curricular, didáctica y de métodos y medios para el aprendizaje en base al desarrollo de la pedagogía.

- Elaboración de materiales didácticos consistentes con los nuevos enfoques didácticos.
- Funcionamiento de un sistema de evaluación de los aprendizajes.

Los informes de la OCDE han destacado una serie de atributos que reflejan la percepción de un buen docente en la sociedad contemporánea, globalizada y receptiva a las interrelaciones económicas, políticas, culturales y de cualquier otro tipo. Las siguientes son destacadas entre otras:

- *Compromiso con la profesión.* La implicación personal, emocional y moral en el quehacer es condición determinante, para la buena valoración por los alumnos y el éxito en la tarea del proceso educativo.
- *Afectividad con los alumnos.* Un comportamiento afectivo hacia los alumnos, con empatía, optimismo, estima y apoyo, son cualidades valoradas muy positivamente.
- *Conocimiento de la materia que enseña y empleo de las TIC adecuadas.*
- *Trabajo colaborativo en grupo de profesores.* El trabajo en grupo es altamente valorado, aunque no tan practicado. Analizar las experiencias y dificultades en sesiones formales y de claustro, pero también en conversaciones de pasillo y recreo, es requisito para mejorar las competencias del profesor.
- *Pensamiento reflexivo y crítico.* Reflexionar en la práctica y sobre su práctica, a efectos de poner en juego nuevas hipótesis, contextualizar y desarrollar teorías, adoptar nuevas metodologías y estrategias didácticas.

Las competencias del docente han de modificarse conforme los estándares internacionales. Estos organismos exigen calidad y competitividad profesional, porque la universidad del siglo XXI exige docentes actualizados y que desarrollen competencias y habilidades para el desempeño de su labor. En la era de la comunicación es imprescindible que el profesorado emplee la tecnología, tanto en el aula como fuera de ella, para simplificar al estudiante el proceso de aprendizaje y aprovechar eficazmente el tiempo de clase. De esta manera, los estudiantes "se encuentran en una mejor posición que ninguna otra para fomentar el avance del saber" (Delors, 1996, pág. 151).

La Unesco (Unesco, 2000) define la competencia como un grupo compuesto de saberes, habilidades, representaciones y conductas que se movilizan para solucionar problemas profesionales. Ser competente significa poder llevar a cabo una actividad profesional, solucionar

problemas o ejecutar proyectos en el momento adecuado, utilizando un saber realizado en su totalidad, junto con los conocimientos conceptuales relevantes y con habilidades variadas de acción y relación, con el objetivo de conseguir resultados de calidad. Significa esto entender lo que se lleva a cabo, tomar conciencia de sus repercusiones y tener la habilidad para valorar la acción. Representa la habilidad para aprender, innovar y producir nuevos saberes. El docente está invitado a actualizar sus conocimientos y desarrollar habilidades y destrezas de forma permanente para certificarse y ser considerado apto, para el desempeño de su labor. A continuación, se describen conceptos de competencias, según distintos autores:

Tabla 2

Autores que definen Competencias

Zabalza (2003)	Conjunto de conocimientos y habilidades que los sujetos necesitamos para desarrollar algún tipo de actividad.
Yániz Álvarez y Villardón Gallego (2006)	El conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para desempeñar una ocupación dada y la capacidad de movilizar y aplicar estos recursos en un entorno determinado, para producir un resultado definido.
Tejada, J. (2002a) y Navío (2005)	Conjunto de saberes combinados (conocimientos, habilidades y actitudes).
Rodríguez González y otros (2007)	La integración de conocimientos, destrezas y actitudes que permiten el desempeño profesional de calidad.

Nota: Elaboración propia.

A continuación, se presenta una síntesis de las competencias del docente desde la perspectiva de distintos autores reconocidos (ver Tabla 3).

Tabla 3

Autores que definen las Competencias del docente

Autor	Competencias del docente
Zabalza (2003)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Selección y preparación de los contenidos disciplinares ▪ Ofrecer informaciones, explicaciones comprensibles y bien organizadas

	<ul style="list-style-type: none"> (competencia comunicativa) ▪ Manejo de las TIC ▪ Diseño de la metodología y organizar las actividades (organización de los espacios, selección del método) ▪ Comunicación-relación con los alumnos (liderazgo, clima) ▪ Tutorías ▪ Evaluación ▪ Reflexión e investigación ▪ Trabajo en equipo / identificación con la institución
Perrenoud (2004)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organizar y animar situaciones de aprendizaje ▪ Gestionar la progresión de los aprendizajes ▪ Elaborar y hacer evolucionar dispositivos de diferenciación ▪ Implicar a los alumnos en sus aprendizajes y en su trabajo ▪ Trabajar en equipo ▪ Participar en la gestión de la escuela ▪ Informar e implicar a los padres ▪ Utilizar las nuevas tecnologías ▪ Afrontar los deberes y los dilemas éticos de la profesión ▪ Organizar la propia formación continua.
Valcárcel Cases (2003)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento del proceso de aprendizaje del estudiante en contextos académicos y naturales. ▪ Planificación de la enseñanza y de la interacción didáctica. ▪ Utilización de métodos y técnicas didácticas pertinentes. ▪ Gestión de interacción didáctica y de las relaciones con los alumnos. ▪ Evaluación, control y regulación de la propia docencia y del aprendizaje. ▪ Gestión de su propio desarrollo profesional como docente.
Marcelo (2004)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Un nuevo ordenamiento económico y social. ▪ La importancia de la innovación y el conocimiento. ▪ Auge de las nuevas tecnologías. ▪ Cambios en la organización y estructura del trabajo. ▪ Cambios en las demandas hacia los ciudadanos y trabajadores. ▪ Demanda de flexibilidad a los sistemas de formación: aprendizaje a lo largo de toda la vida.

Nota: Elaboración propia.

Cabe destacar que la formación y las competencias del docente deben adaptarse a la disponibilidad, la realidad de la institución y del docente actual, al ocasionar la mejora en la calidad de la docencia universitaria y del proceso de enseñanza-aprendizaje. Porque esto se refiere a las habilidades de los docentes, ya no basta con el conocimiento disciplinar y la experiencia laboral; sino por el contrario, urge abordar las habilidades que les permita conseguir el éxito. Es por esto, que al hablar de habilidades blandas, tal como lo describió Gardner

(Gardner, 2001) y refrendado por Goleman (Goleman, 1998), se define como un grupo de competencias socioemocionales e interpersonales que está fuertemente vinculado a la inteligencia emocional y que son el pilar fundamental, para que un individuo alcance el triunfo en el ámbito laboral y personal.

Dentro de las competencias blandas —que cada vez más contribuyen en la formación de un profesional— se incluyen la comunicación eficaz, el trabajo colaborativo, la solución de problemas, la creatividad, la habilidad para liderar, la inteligencia emocional y la capacidad de adaptación, como refiere Karaca-Atik et al. (2023).

Por otra parte, las habilidades de la metacognición —de acuerdo con lo planteado por Flavell (1979)— implican la conexión entre tres elementos fundamentales: el individuo, el trabajo y la estrategia; lo anterior, implica que la metacognición es un proceso mediante el cual un individuo puede establecer qué estrategias son apropiadas para realizar una tarea y, en el contexto educativo, alcanzar el aprendizaje. El progreso de las capacidades metacognitivas se vincula con el desarrollo intelectual, porque se basan en otros procesos cognitivos fundamentales (memoria, concentración, reflexión y autopercepción, entre otros) que también se evolucionan a lo largo de la vida (Alexander, Carr, & Schwanenflugel, 1995).

Teniendo en cuenta lo anterior, el docente apoya al estudiante a fortalecer el conocimiento sobre sus propios procesos mentales, con la realización de actividades de planificación, monitoreo y evaluación, para alcanzar los objetivos, bien sea guiado y/o por sus propios medios. Por lo tanto, el profesor tiene la responsabilidad inicial de su propio aprendizaje, para posteriormente identificar estos mismos aprendizajes en sus alumnos, con el objetivo de instruirles desde su experiencia para lograrlos de la forma más eficaz (Kaplan, 2008).

El siguiente punto trata sobre cómo responder a las necesidades del entorno como la transformación digital. Es importante el reto de la alfabetización digital que recae sobre las instituciones de educación superior y los docentes. Se trata de solucionar problemas, simular experiencias y acrecentar la toma de decisiones, de forma ordenada, lógica y secuencial para crear estrategias.

Como sostienen Wing (2011) y Valverde et al. (2015), el pensamiento computacional es una habilidad fundamental requerida para cualquier individuo que desee involucrarse en la sociedad

digital de manera inteligente e imaginativa. No se enfoca en la utilización de la tecnología como una respuesta, sino más bien, como un esquema mental para la solución de problemas.

El papel del profesor debe tener en cuenta nuevas formas de relación educativa con el educando, donde no se establecen patrones preestablecidos ni convencionales, sino en cambio, metodologías alternativas que fomentan el crecimiento autónomo, participativo y cooperativo. Las capacidades intrínsecas de un educador deben enfocarse en identificar problemas y estrategias para resolverlos, valorar soluciones, recopilar información y examinar datos, entre otros aspectos; no obstante, los programas y la capacitación de futuros maestros enfocan su atención en la alfabetización digital y son escasos los contextos, para cultivar estas competencias que requieren el contexto de la Cuarta Revolución Industrial, como argumentan Camargo Pérez & Munar Ladino (2021). Por otro lado, la educación se centrará en la administración de la información para transformarla en algo valioso desde diversas perspectivas. Los avances tecnológicos anticipados no solo demandarán conocimiento, sino también una serie de competencias que hasta ahora no se consideran de manera natural como parte de la capacitación profesional.

Habilidades humanas como la creatividad, originalidad, iniciativa, pensamiento crítico, persuasión, negociación, atención al detalle, resiliencia, flexibilidad, solución de problemas complicados, liderazgo e influencia social, incrementarán su valor en el futuro (WEF, 2018). Por otro lado, las competencias que surgen de los diversos estudios sobre el futuro laboral, tales como la habilidad de abstracción, la solución de problemas complejos y las socioemocionales, como la inteligencia emocional, el aprendizaje proactivo, la escucha activa, la adaptabilidad y la comunicación, estas son áreas estratégicas que enriquecerán ese futuro laboral, aunque algunas de sean complejas de inculcar (BID, ADB, & EBRD, 2018) y Deloitte (2018).

Los docentes se encuentran con el complicado reto de administrar clases con estudiantes de diversas personalidades, un reto que se agudiza con la creciente cantidad de estudiantes con discapacidades. Esta situación requiere el desarrollo de habilidades más extensas y efectivas para enfrentar la diversidad de estilos de aprendizaje. Aunque algunos alumnos adquieren conocimientos con rapidez, otros requieren más tiempo y concentración para entender el contenido. Además, los retos para aplicar una pedagogía inclusiva provienen de las diversas

tradiciones y normas existentes en naciones multiculturales (Namanyane & Shaoan, 2021). Es necesario pensar en estrategias de integración académica y acompañamiento para la adaptación y permanencia de los estudiantes, con pedagogía inclusiva y respetuosa.

5.5 Modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado

Un modelo de competencias profesionales para docentes en educación superior replantea la idea de formación y se propone como uno de los medios para alcanzarlo, porque enfatiza en la importancia del uso de los conocimientos y no la propiedad de estos. Las competencias profesionales —al igual que el concepto de calidad— tienen un excedente de definiciones. El término se utiliza como sinónimo de capacidad, aptitud, competitividad, destreza, talento, idoneidad y habilidad (Simone, 2001). La competencia profesional se considera integral en la educación superior, porque busca combinar la educación formal en las aulas con el aprendizaje en el trabajo y la investigación continua de problemas de la vida real.

La sociedad del saber plantea múltiples exigencias en todas las áreas del trabajo humano, la educación universitaria y los maestros, no son excepciones a esta realidad. Numerosas instituciones de educación superior están explorando nuevos rumbos desde el plan de estudios, la infraestructura y la adopción de tecnologías emergentes, entre otros. No obstante, los profesores continúan siendo los mismos y no se llevan a cabo muchas acciones sobre ellos, especialmente en la formación. Por esta razón, sigue siendo relevante considerar ¿cuáles son las habilidades que un profesor universitario debe poseer para el siglo XXI?

Adicionalmente, sobre el perfil del docente universitario, este es definido como el conjunto de habilidades y competencias que determinan la capacitación de un individuo para tomar en las mejores condiciones las obligaciones relacionadas con el desempeño de las funciones y tareas de una profesión. El papel del profesor se encuentra enmarcado por la enseñanza, la investigación, su conocimiento, su habilidad para actuar y su deseo de hacer, como la acción educativa. Por lo tanto, el profesor actual debe aspirar a un rendimiento eficaz, eficiente y gratificante. Por esta razón, se pueden describir las competencias profesionales del profesorado universitario como el conjunto de saberes, destrezas, actitudes y valores requeridos para llevar a cabo una enseñanza de

alta calidad. Esto es lo que los profesores deben conocer y realizar para tratar de manera satisfactoria los desafíos que la enseñanza les presenta.

De acuerdo con la formación y el desarrollo profesional, es importante clarificar las diferencias, porque muchas veces se emplea el concepto de formación a nivel general y el de formación permanente como sinónimo al concepto de desarrollo profesional.

De acuerdo con Imbernón (2002), El desarrollo profesional es un constructo complejo que abarca el sistema de remuneración, las exigencias del mercado laboral, el entorno laboral en el que se desempeña, el avance en la carrera, las estructuras de jerarquía, las estructuras de rango. Así mismo, plantea que la carrera docente y la formación continua que el individuo recibe a lo largo de su trayectoria profesional. El crecimiento profesional no se restringe al avance pedagógico o al avance teórico, sino que abarca toda una circunstancia de trabajo; se plantea que la formación es un elemento significativo del desarrollo profesional, pero no es el único y tal vez no el factor decisivo.

Dentro de la necesidad esencial de garantizar la calidad en la educación del profesorado universitario, sobresale el análisis de las características fundamentales que caracterizan a un buen maestro. En otras palabras, las habilidades requeridas para su trabajo, al crear de esta manera un perfil de profesor que se adecue a las características del educador del futuro, que "(...) debe fomentar el interés por aprender, cómo aprender y mantener actualizados estos saberes" (Galvis, 2007, pág. 49).

Las habilidades del profesorado de nivel universitario deben ser establecidas en función del entorno institucional y social; además, son prioridad en la agenda europea contemporánea como se plantea en el Consejo Europeo. Estas se pueden interpretar como el conjunto de saberes, destrezas, actitudes y valores que capacitan al maestro, para realizar una enseñanza verdaderamente dedicada a la mejora de la calidad; además, de proporcionar soluciones a problemas que puedan surgir de forma gradual (Bozu & Canto H., 2009). En resumen, ser competente profesionalmente implica obtener conocimientos, habilidades y actitudes requeridas en el trabajo profesional, solucionar problemas de manera autónoma y creativa, y estar preparado para cooperar en su campo de trabajo (Echeverría, 2001).

5.5.1 Modelos de referencia para el desarrollo de competencias docentes en educación superior de España

Estudios han resaltado cuáles son las prioridades en relación con el desarrollo de las habilidades docentes; a continuación, se mencionan algunos referentes:

Según Alqiawi y Ezzeldin (2015), las habilidades a desarrollar por parte del profesorado universitario deben ser académicas, profesionales (planificación, métodos y procedimientos para su implementación) y personales (salud física, inteligencia, conducta moral, destrezas en lenguaje y comunicación, y habilidades para innovar, gestionar y tomar decisiones).

En contraposición, Velasco y Tójar (2018) sugirieron tres categorías integrales de habilidades para los docentes de Educación Superior: *instrumentales* (capacidades cognitivas, metodológicas, digitales y lingüísticas), *interpersonales* (capacidades personales y sociales) y *sistémicas* (capacidades de administración e investigación, independencia y adaptabilidad).

Una reciente revisión metódica de 35 estudios teóricos y empíricos que analizan la habilidad de los docentes universitarios, en los últimos diez años a nivel global, determina que la competencia digital junto con la competencia pedagógica y la profesional son las que más se destacan en los contextos internacionales estudiados (Gumanová & Šukolová, 2002). Otras competencias están relacionadas con la educación inclusiva, la competencia investigadora, de personalidad del docente, organizacional, gerencial, metodológica, informacional y comunicativa.

En el territorio universitario español, Villa y García (2006) sugirieron un esquema de diecisiete habilidades, incorporadas en cinco dimensiones: 1) *planificación* (planificación y uso de las TIC), 2) *gestión del aprendizaje* (gestión del tiempo, liderazgo, relaciones interpersonales, gestión del aprendizaje y clima del aprendizaje), 3) *tutoría y evaluación* (evaluación del aprendizaje y apoyo al estudiante - coaching), 4) *revisión y mejora* (autoevaluación y orientación a la calidad), y 5) *colegialidad o coordinación entre el profesorado* (compromiso institucional y ético, trabajo en equipo, innovación pedagógica, orientación al desarrollo profesional y orientación a resultados). Se trata de un modelo de desarrollo profesional de la Universidad de Deusto.

Por otra parte, Zabalza (2010) propone diez competencias docentes basándose en un enfoque profesional en el conocimiento de la enseñanza, que representa la condición fundamental para alcanzar la meta de conseguir la educación. Mejora en la enseñanza: “únicamente en la medida en que los profesionales lleguemos a conocer más sobre el trabajo que hacemos y la función que desempeñamos, estaremos en condiciones de propiciar aquel tipo de reajustes que posibiliten su mejora.” (Zabalza M. , 2010, pág. 69). Finalmente, Gallent (2015), ofrece un modelo sólido teniendo en cuenta que los modelos cambian acorde con las necesidades sociales de los docentes.

Tabla 4*Modelos de Competencia*

Autor	Competencias
Villa y García (2006)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Planificación</i> (planificación y uso de las TIC). 2. <i>Gestión del aprendizaje</i> (gestión del tiempo, liderazgo, relaciones interpersonales, gestión del aprendizaje y clima del aprendizaje). 3. <i>Tutoría y evaluación</i> (evaluación del aprendizaje y apoyo al estudiante - coaching). 4. <i>Revisión y mejora</i> (autoevaluación y orientación a la calidad) 5. <i>Colegialidad o coordinación entre el profesorado</i> (compromiso institucional y ético, trabajo en equipo, innovación pedagógica, orientación al desarrollo profesional y orientación a resultados).
Zabalza (2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Planificar el proceso de enseñanza-aprendizaje.</i> 2. <i>Seleccionar y preparar los contenidos disciplinares</i> 3. <i>Ofrecer información y explicaciones comprensibles y bien organizadas (competencia comunicativa)</i> 4. <i>Manejo de las nuevas tecnologías.</i> 5. <i>Diseñar la metodología y organizar las actividades.</i> 6. <i>Comunicarse-relacionarse con los alumnos.</i> 7. <i>Tutorizar</i> 8. <i>Evaluar.</i> 9. <i>Reflexionar e investigar sobre la enseñanza.</i> 10. <i>Identificarse con la institución y trabajar en equipo.</i>
Gallent (2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Cognitivas</i> 2. <i>Metacognitivas</i>

-
3. *Tecnológicas*
 4. *Sociales*
 5. *Comunicativas*
 6. *Interpersonales*
 7. *Personales*
 8. *Metodológicas*
 9. *De planificación docente*
 10. *De desarrollo docente*
 11. *Tutoriales*
 12. *De evaluación*
 13. *De investigación*
 14. *De gestión*
 15. *Gerenciales*
 16. *Culturales y contextuales.*
-

Nota: Elaboración propia.

A partir de las contribuciones de los autores (Gallent, 2015; Villa y García, 2006; Zabalza, 2010), se identifican las siguientes doce competencias a nivel España:

1. **Competencia de planificación:** el profesorado debe esforzarse por lograr un equilibrio entre la predeterminación oficial de la disciplina (guía docente) y su propia iniciativa profesional, con el fin de construir, así, esa planificación de la enseñanza propia.
2. **Competencia de gestión del aprendizaje:** hace referencia a conocer cómo elegir, organizar y preparar. Modificar los contenidos, metas, habilidades y recursos.
3. **Competencia de conocimiento disciplinar:** la comprensión de la disciplina en relación con el currículo académico y su evolución. En conclusión, es la capacidad de elegir y desarrollar los contenidos que se utilizarán como recursos educativos, basándose en los saberes que cada individuo posee para el desempeño de su labor docente.
4. **Competencia comunicativa:** la habilidad para administrar de manera didáctica la información y habilidades que busca trabajar con los estudiantes. El mensaje que el docente transmite es característico del contexto, personalizado, que no solo tiene como objetivo impartir un conocimiento, sino que también debe provocar pensamientos, reflexiones y emociones.

5. **Competencia de liderazgo pedagógico:** grupo de competencias, actitudes, saberes y valores que se persiguen en profundidad en los estudiantes durante el proceso de enseñanza y aprendizaje.
6. **Competencia de evaluación de los aprendizajes:** interacción entre los estándares e instrumentos de evaluación y la metodología, los propósitos y el proceso educativo.
7. **Competencia digital transversal:** actualización con los avances en tecnología educativa y la incorporación de forma holística en la práctica docente.
8. **Competencia de tutorización:** la habilidad para acompañar al alumno, creando un vínculo íntimo y de respaldo emocional que promueva la comunicación durante el proceso educativo.
9. **Competencia psicopedagógica:** entender cómo aprende el estudiantado, ajustando su aprendizaje. La práctica pedagógica en situaciones que puedan surgir en un salón de clases.
10. **Competencia de colegialidad docente:** involucrarse de manera activa con otros profesores que participan en el proceso de enseñanza y aprendizaje.
11. **Competencia de desarrollo personal:** características, principios, motivaciones que caracterizan a cada individuo y que, simultáneamente, se establecen como profesionales.
12. **Competencia de revisión y mejora de la práctica docente:** la autoevaluación de la propia labor docente, o sea, el examen crítico de los componentes esenciales de la planificación y evolución de la enseñanza, además, de la reflexión pedagógica. Por otra parte, desde la perspectiva de la investigación y la constante actualización del profesorado.

5.5.2 Modelo Estructural de Competencias del Profesorado Universitario, Mecpu

A continuación, se detalla el modelo de competencias considerando el contexto normativo en España, Cataluña y el Mecpu, que junto a los docentes de las universidades públicas de Barcelona: la Universidad de Barcelona; la Universidad Pompeu Fabra y la Universidad Politécnica de Cataluña, han pensado de modo integral la profesión académica para el desempeño docente, investigador y de servicios. El modelo detalla las categorías según las cualidades

correspondientes a los tipos de competencias humanas. El modelo aporta la relación entre teoría y realidad.

El Modelo Estructural de Competencias del Profesorado Universitario, Mecpu, está compuesto por cuatro categorías que mencionan las cualidades inherentes a la profesión académica e ilustra el potencial profesional del profesorado; este contiene las siguientes dimensiones.

Tabla 5

Modelo Estructural de Competencias del Profesorado Universitario, Mecpu

Categoría	Dimensiones
Competencia científica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El saber del área de conocimiento. ✓ La investigación integrada como motor del aprendizaje. ✓ Contribución a la generación y difusión de nuevo conocimiento científico.
Competencia práctica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vinculación del saber con la realidad. ✓ Dinamización de procesos interactivos de investigación.
Competencia personal	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aprendizaje permanente. ✓ Desempeño profesional ético.
Competencia social	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comprensión de otras personas. ✓ Promoción del aprendizaje compartido. ✓ Liderazgo para desarrollar la investigación con los estudiantes.

Nota: Elaboración propia.

La competencia científica: vincula los conocimientos propios de la formación disciplinar del profesorado a partir de la formación básica y la experiencia durante el ejercicio profesional. En cuanto a las dimensiones, el saber del área del conocimiento enfatiza en el dominio de la disciplina. La investigación integrada como motor del aprendizaje, hace referencia a la aplicación sistemática del proceso de investigación como directriz, para ampliar el conocimiento de la disciplina, adelantos científicos y la contribución a la generación y difusión de nuevo conocimiento científico; también, plantea la organización y el avance constante de actividades de investigación científica, con el propósito de ampliar el aprendizaje, potenciar la educación y contribuir al avance de la ciencia en el área correspondiente.

La competencia práctica: es el conjunto de saberes y normas procedimentales e instrumentales que facilitan al docente el correcto desempeño de sus tareas académicas (enseñanza, investigación y servicios). En aquello que refiere a las dimensiones están: la vinculación del saber con la realidad, que relaciona el saber con su referente y la dinamización de procesos interactivos de investigación, que se enfoca en la organización y ejecución de tareas de asimilación y desarrollo del saber, fundamentadas en la investigación como instrumento de aprendizaje constante.

La competencia personal: es la postura personal del docente con relación al saber, dado que no se reconoce como dueño de la verdad absoluta en ningún área disciplinar. Al detallar las dimensiones, estas se ubican en: el aprendizaje permanente, que refiere la disposición mental hacia el saber con el propósito de alcanzar un crecimiento profesional palpable y el desempeño profesional ético, que significa el desempeño profesional adecuado traducido en el compromiso con la verdad y los valores universales.

La competencia social: es la que permite al profesorado establecer las relaciones interpersonales con colegas, estudiantes y compañeros. Las dimensiones de esta competencia son: comprensión de otras personas, que expone la evidencia de la disposición del docente hacia sus pares; la promoción del aprendizaje compartido que se asocia a la participación personal y directa en la creación de oportunidades para el diálogo y la reflexión colectiva, que fomenta la asimilación de nuevo saber y produce procesos innovadores y; finalmente, el liderazgo para desarrollar investigación con los estudiantes, esta corresponde a la percepción y seguridad de la capacidad de formación del proyecto de investigación.

5.5.3 Competencias clave para el desarrollo profesional del profesorado en Estados Unidos

En Estados Unidos, todos los programas de capacitación para profesores corresponden al nivel de educación postsecundaria; sus requisitos y duración son comparables o idénticos, sin importar el nivel —primario o secundario— que el profesor tenga interés en impartir.

Numerosos estudios en los Estados Unidos reconocen dos grandes desafíos con relación a la capacitación de los docentes en la actualidad. El primero, en términos cuantitativos, hace referencia al reto que supone el incremento de la cobertura en la educación básica, al considerar

que el país dispone de más de tres millones de profesores y en la década venidera deberá incorporar cerca de dos millones de nuevos empleados (Board, 2006). El segundo desafío, más cualitativo y más grande, implica reconocer la importancia de robustecer y perfeccionar la profesión docente como herramienta esencial para lograr los objetivos educativos de los años venideros, como refieren Boyd et al. (2009).

Teniendo en cuenta los estándares de acreditación de instituciones formadoras y lo que respecta a los Estados Unidos existen dos experiencias muy citadas: el sistema de aseguramiento de la calidad en la formación docente del Estado de California y la del Consejo Nacional para la Acreditación de la Formación Docente, NCATE.

Respecto al caso de California, allí se pueden encontrar varias modalidades como el Centro para el Futuro de la Enseñanza y el Aprendizaje, que desde 1999 publica un informe bianual sobre el estado de la profesión docente, supervisando y evaluando de manera constante a los aspirantes a la docencia.

En documento elaborado por Wechsler et al. (2007) se establecen las cuatro fases fundamentales del programa: 1) la admisión; 2) el período en que se realizan los cursos; 3) las prácticas y, antes de finalizar la formación; 4) la evaluación de desempeño docente.

Tabla 6

Calidad de la formación del profesorado en California

Admisión	Curso de formación	Práctica	Evaluación de desempeño docente
Test de capacidades básicas y generales	Evaluado en base a trabajos aplicados parciales	Observación de tutor académico	Diseño de las tareas de diseño de la docencia
Examen sobre contenido disciplinares	Exámenes (test)	Tutor profesional del centro de prácticas	Grabación en vídeo de sesiones reales.
Puntuación media en el grado	Trabajo final		
Entrevista personal			
Referencias			

Prueba de escritura

Fuente: elaboración propia a partir de Wechsler et al. (2007).

Sobre las competencias, se ponen a prueba los conocimientos sobre el área a enseñar, su disposición y actitud para la enseñanza, la suficiencia en la asignatura específica, la capacidad propositiva, las competencias comunicativas, el compromiso con la docencia, el diseño, desarrollo y evaluación en el área temática concreta, las prácticas pedagógicas y las habilidades educativas básicas, como plantean Denise V. y Manso A. (2013).

En el quehacer diario, los docentes deben tener en cuenta las diferentes formas en que puede producirse el aprendizaje estudiantil y que depende “del contexto, las diferencias en el aprendizaje, las influencias lingüísticas y culturales, y los temperamentos individuales, los intereses y formas de abordar el aprendizaje” como refieren Darling-Hammond y Bransford (2012, págs. 1-2). Al preparar a los docentes para un mundo cambiante, entienden la docencia como profesión y el aprendizaje como una democracia y han propuesto un modelo basado en:

1. *Conocimiento sobre los aprendices y su desarrollo en contextos sociales:* aprendizaje, desarrollo humano y lenguaje.
2. *Conocimiento de los contenidos y de las metas curriculares:* metas y propósitos educativos para habilidades, contenidos y materiales de estudio.
3. *Conocimiento de la docencia:* contenidos y pedagogía de contenidos, enseñar a una diversidad de aprendices, evaluación y manejo del aula.

Los profesores necesitan saberes y destrezas muy sofisticadas para valorar el aprendizaje de los estudiantes y un extenso abanico de prácticas; además, tener conocimiento de cuándo emplear diversas estrategias para distintos objetivos. Los docentes necesitan, más que nunca, disponer de una base extensa para poder instruir a diversos tipos de estudiantes y tener capacidades de diagnóstico avanzado para guiar sus decisiones.

Igualmente, los docentes deben tener la habilidad de abordar de forma constante los desafíos asociados a sus prácticas y atender las demandas inesperadas de aprendizaje de todos sus estudiantes; además, deben asumir la obligación de difundir todos los conocimientos obtenidos de sus prácticas a todos sus compañeros de trabajo. Esto implica que los programas deben contribuir

a que los docentes desarrollen la disposición de continuar explorando soluciones a los desafíos constantes de la enseñanza y los aprendizajes, y a continuar potenciando la capacidad de aprender de sus propias prácticas y las de sus compañeros.

La capacitación de los profesores en Estados Unidos se basa en aquello que cada quien puede destinar de manera individual y en lo que los programas están preparados o pueden proporcionar, en función de los recursos de sus respectivas instituciones. Darling-Hammond y Bransford (2012) destacan tres pilares para los programas de formación docente: la coherencia e integración entre cursos, el trabajo académico y el trabajo práctico. La universidad de Harvard destaca como competencias, la inclusión de la evaluación en la instrucción, orientación de la conducta de los estudiantes, inclusión de preguntas y discusión, creación de un ambiente de respeto, comunicación con los estudiantes y la promoción de un vínculo entre el estudiante con su aprendizaje.

Para concluir, docentes españoles de la UNED, y portugueses de la Universidad del Algarve, complementada por profesores de la Universidad de Latvia en Riga (Letonia) y de la Universidad de Cuyo en Mendoza (Argentina) involucrando expertos del Instituto Universitario Italiano de Rosario (Argentina), la Universidad Libre de Colombia, la Escuela Politécnica del Ejército de Ecuador, la Universidad de Sonora (México) y la UNED, acordaron un conjunto de competencias detectadas en la docencia universitaria, estas son: *planificación, comunicación, motivación, metodología, integración de medios, tutoría, evaluación, investigación, pertenencia institucional, innovación, intercultural, identidad profesional*. Estas competencias proponen transformación y mejora de la práctica docente con el fin de mejorar los procesos de enseñanza -aprendizaje y el valor para el docente universitario, como plantean Garrido, Orta, Rivilla & Méndez (2014).

5.5.4 Modelos de competencias para el profesorado en Latinoamérica

Los programas de capacitación para profesores han adoptado estructuras tradicionalistas, normativas, de transmisión y reproducción del saber, y están proporcionando a la sociedad docentes desconectados de las exigencias actuales de la educación. En el informe del Progreso Educativo en América Latina, Preal, se hace referencia al análisis de los éxitos alcanzados en la calificación de la educación docente en Latinoamérica, al concluir que "En general, los docentes

en Latinoamérica no se capacitan de manera apropiada para su trabajo", es decir, que "tienen menos horas de capacitación profesional que sus pares en los países desarrollados y la formación que obtienen a menudo es de baja calidad" (Vezub L. , 2007, pág. 5).

Las deficiencias en la formación docente, es la orientación normalista que aún persiste en algunos programas que forman a los maestros. Eso parte, desde el momento que algunas instituciones encargadas del proceso formativo de los futuros educadores continuaron como escuelas normales, donde se ostentaba al docente con relaciones de poder frente al conocimiento y en detrimento de la autonomía de los estudiantes y de sus habilidades investigativas y construcción del conocimiento, como refieren Vezub (2013); Galán y Castro (2016); y Granja y Cano (2017).

Con el paso del tiempo, el liderazgo institucional ejercido por las Normales en Colombia con la formación docente ha decaído al grado que, actualmente, la formación profesional de los profesores es llevada a cabo por las universidades. La formación docente tradicional ha estado vinculada a procesos de enseñanza repetitivos, reproduccioncitas y memorísticos, así como conductistas; estos modelos ya no responden a las necesidades sociales actuales porque se requiere una enseñanza que incentive la indagación, el desarrollo de competencias investigativas y la innovación como procesos vinculados a los aprendizajes; para lo anterior, se necesita que el conocimiento sea producto de una formación pertinente, donde los docentes sean los principales protagonistas para lograrlo.

Es pertinente revisar los programas de formación inicial que brindan a los futuros docentes, para vincular herramientas con el pensamiento pedagógico, se instruya para aprender a aprender, a reflexionar, a desarrollar posturas críticas y habilidades propositivas, ante cualquier situación en su vida profesional y que efectúen la investigación educativa como estrategia para atender e intervenir las problemáticas escolares, como exponen Cano y Ordoñez (2021).

Desde la mirada de algunos países latinoamericanos, la carrera docente se basa en mucho énfasis en la exposición oral y poca atención a técnicas pedagógicas, clases multigrado, clases multiculturales, aprendizaje de la lectoescritura y el cálculo, y resolución de conflictos. La acción docente va más allá de identificar factores que influyen en la enseñanza, hacer planificaciones

adecuadas y seleccionar recursos didácticos innovadores, se hacen necesarias, pero no son suficientes. La reflexión sobre la práctica también es importante.

De acuerdo con Ávalos (2006), la acreditación de las instituciones es un método imprescindible para garantizar la calidad de la educación, en particular, en los países donde la propuesta se encuentra distribuida entre diversas categorías de instituciones públicas y privadas, y en formatos, tanto presenciales como remotos.

En países como Argentina se exponen programas dirigidos al desarrollo de competencias asociadas a las estrategias de enseñanza aprendizaje, herramientas teórico-prácticas que facilitan aprendizajes propios de la disciplina, herramientas técnicas para la docencia y formación, y para la ejecución de las funciones sustantivas: docencia, investigación y extensión. Allí mismo, se ha impulsado que el docente esté en el sistema de acreditación que permite el control sobre las instituciones a través de los gobiernos provinciales. En la formación docente en Argentina se destacan tres tipos:

- 1) **Formación docente inicial**, proceso que posibilita el desarrollo de competencias propias del ejercicio profesional en distintos niveles y modalidades.
- 2) **Capacitación, perfeccionamiento y actualización docente**, acciones dirigidas a los docentes activos. El perfeccionamiento permite profundizar conocimientos y construir herramientas para generar innovaciones y procesos de transformación.
- 3) **Función de promoción e investigación y desarrollo**, la perspectiva y las herramientas de la investigación con situaciones cotidianas.

Para el caso del profesorado universitario, como refiere Álvarez (2011), se destacan entre competencias, capacidades y habilidades, lo siguiente:

- **Gestión**: organización y planificación eficaz de la enseñanza y sus recursos en distintos escenarios y contextos.
- **Función de tutor o tutora**: crear un entorno favorable para el aprendizaje, tanto individual como grupal.
- **Capacidades culturales y contextuales**: una cultura amplia, entender al alumnado y los productos culturales con los que se vincula.

- **Capacidades comunicativas:** la habilidad discursiva —la capacidad de aprovechar diversos recursos del lenguaje, tanto verbal como no verbal, que le permite al profesor transmitir experiencias y generar aprendizajes.
- **Capacidades sociales:** actividades de interacción social y cooperación con otros individuos, la colaboración grupal y el liderazgo.
- **Capacidades metacognitivas:** la habilidad crítica, autocrítica y reflexiva del profesor con el propósito de que pueda evaluar su trabajo educativo y perfeccionarla de manera sistemática, además, de la habilidad para reaccionar ante circunstancias conflictivas, novedosas o inesperadas, la creatividad y la innovación pedagógica, y la toma de decisiones.
- **Capacidades tecnológicas:** la educación, la investigación y la utilización de las oportunidades que las tecnologías de la información y la comunicación ofrecen a la labor docente profesional (Álvarez, 2011).

A su vez, en la Universidad del Valle de México, se encontró que las capacidades de los docentes están relacionadas con las relaciones socioafectivas motivacionales, el proceso de enseñanza aprendizaje y los aspectos específicos de la disciplina que se enseña; en conclusión, Guzmán, Moreno y Lima plantearon las siguientes competencias:

- **Educativas:** organizar situaciones de enseñanza aprendizaje, técnicas didácticas y planeación de clase.
- **Disciplinares:** capacidades del docente en torno a un campo de conocimiento o disciplina profesional, dominio de la asignatura, formación y experiencia profesional.
- **Socioafectivas -motivacionales:** relacionarse con sus estudiantes y promover relaciones positivas entre ellos, apoyándose en el diálogo que estimula la comunicación, valores y actitudes, la retroalimentación positiva, la empatía, la motivación, la calidad humana y la transmisión del entusiasmo por aprender (Guzmán C., Moreno A., & Lima V., 2015).

Por lo que refiere a Chile, la Universidad del Desarrollo presenta un modelo de competencias docentes, en el cual se destacan como **competencias generales** a las competencias cognitivas, sociales, comunicativas, tecnológicas y personales. Adicionalmente, como **competencias específicas**, las que comprenden habilidades de planificación y organización del

curso, es decir, de gestión pedagógica. Estas habilidades didácticas refieren al uso de métodos de enseñanza, que consideran a los estudiantes y habilidades de evaluación, que está asociado al uso de estrategias de evaluación, variadas, pertinentes y exigentes. Finalmente, considera **competencias transversales**, a aquellas donde se destaca el manejo del ambiente en la sala de clases y la reflexión pedagógica e investigación-acción.

En Colombia se han establecido diversas perspectivas que necesitan ser examinadas para entender el verdadero significado en el trabajo del profesor universitario. El Ministerio de Educación Nacional, MEN, define a las competencias como al conjunto de saberes, perspectivas, técnicas, actitudes, valores y convicciones obtenidas que permiten realizar relevantes en un entorno laboral (Ruiz R., 2007).

De igual manera, en la Universidad Católica de Colombia, dentro de las competencias para el docente de pregrado se tienen las siguientes:

1. *Competencia 1. Planificación curricular - el trabajo:* implica entender su labor educativa como la creación de un proyecto donde se elaborará un programa ajustado a las circunstancias, detallando, organizando y estructurando cada uno de los procedimientos que se implementarán para transmitir los contenidos y promover el aprendizaje de los estudiantes (Zabalza M. , 2003).
2. *Competencia 2. El uso correcto del diseño metodológico y la organización de las actividades de enseñanza - el hacer:* se refiere al conjunto de acciones que se implementan de manera organizada para lograr las metas de la materia (Tobón, 2004).
3. *Competencia 3. Competencia científica tecnológica - el conocimiento:* hace referencia a la elección, secuenciación y organización de los contenidos disciplinarios, así como al uso de medios virtuales relevantes como auxiliar al proceso de enseñanza (Zabalza M. , 2003).
4. *Competencia 4. Interacción apropiada con estudiantes:* alude a la actividad educativa como un vínculo humano donde los alumnos adquieren mucho más de los profesores que los temas de un curso (Zabalza M. , 2003).
5. *Competencia 5. Competencia para evaluar:* implica el procedimiento de evaluación que realiza el profesor sobre el proceso de aprendizaje del alumno, considerando el proceso de

instrucción (Tobón, 2004). Involucra cuatro etapas: recopilación de datos, análisis de la información, decisión tomada y retroalimentación (Zabalza M. , 2003).

6. *Competencia 6. Competencia para realizar tutorías*: se refiere a los diferentes tipos de orientación educativa y acompañamiento que hace el docente con el fin de atender las inquietudes y dificultades que se vayan presentando en los estudiantes que cursan la asignatura (Zabalza M. , 2003).
7. *Competencia 7. Autorreflexión sobre la práctica docente*: se refiere al análisis de las metodologías de enseñanza implementadas en relación con los objetivos alcanzados por los estudiantes a lo largo del curso (Zabalza M. , 2003).

En relación con el Ministerio de Educación Nacional, MEN, adoptó el *Manual funciones, requisitos y competencias*, para cada uno de los cargos del Sistema Especial de Carrera Docente, mediante el Decreto 490 de 2016 y el artículo 2.4.6.3.8 del Decreto 1075 de 2015; allí, se definieron los valores, conocimientos y competencias del educador en los siguientes cuatro componentes:

- 1) *Componente de fundamentos generales*: competencias comunicativas, manejo de lectura, escritura y argumentación, matemáticas y racionamiento cuantitativo, científicas ,ciudadanas, TIC e inglés.
- 2) *Componente de saberes específicos y disciplinares*: dominio de los saberes y conocimientos del área de desempeño.
- 3) *Componente de pedagogía y ciencias de la educación*: la capacidad de utilizar conocimientos pedagógicos y de las ciencias de la educación que permitan crear ambientes para la formación.
- 4) *Componente de didáctica de las disciplinas*: articulación entre la pedagogía y la didáctica como fundamentos del quehacer del educador.

En el contexto específico de la Universidad del Atlántico en Colombia, para 2021, se estableció para el desarrollo profesional del profesorado, promover las competencias tecnológicas, integrando las TIC —nuevos modos de enseñanza y aprendizaje—; competencias para el desarrollo pedagógico —pedagogía, didáctica, currículo, evaluación—; competencias multilingüismo, con énfasis en inglés —habilidades en una segunda lengua—; y competencias

comunicativas —*interacción humana*—; como se definió en la Resolución 000004 del 31 de marzo de 2009 en el Consejo Académico de la Universidad del Atlántico. Estas competencias han garantizado el impacto en la transformación de las actividades pedagógicas.

Por otro lado, la Universidad Católica de Manizales propone un desarrollo profesional del docente a partir experiencias de aprendizaje, que redunde en el desarrollo personal y colectivo. Así se consideran las competencias TIC, para la enseñanza y el aprendizaje; competencias genéricas, pedagógicas, de planificación y gestión, de acuerdo con la modalidad; competencias digitales, la capacidad de innovar y crear metodologías, rutas de formación y actividades académicas; competencias en lengua extranjera, que incentive la interacción académica; competencias tecnológicas, de investigación, innovación y/o creación artística; competencias del campo de la educación inclusiva, que reconocen la diversidad y la multiculturalidad; y competencias para la escritura académica (UCM, 2018).

Hay que mencionar además a la Universidad de Boyacá que, en el Acuerdo Consejo Directivo No. 837 del 26 de enero de 2016, expresa para el desarrollo profesional del profesorado las competencias asociadas a aspectos generales, pedagogía y didáctica, aspectos curriculares y flexibilidad, competencias específicas en el área de conocimiento, competencias investigativas y competencias tecnológicas; todas estas enfocadas en el mejoramiento de la formación.

Finalmente, la Universidad Pedagógica Nacional es la única institución dedicada exclusivamente a la formación docente en Colombia; en dicha institución se vinculan —dentro de su desarrollo profesional del profesorado— las competencias pedagógicas; las competencias investigativas, la reflexión de las prácticas en contextos educativos específicos; competencias tecnológicas con el uso de las TIC, estas para la orientación del uso de la tecnología hacia el logro de los objetivos de aprendizaje; y las competencias metacognitivas, en aras de poder monitorear, evaluar y adaptar su estilo de enseñanza a las necesidades de aprendizaje de los estudiantes (Sanabria R., López V., & Leal U., 2014).

5.6 Estrategias pedagógicas

5.6.1 La formación pedagógica de los docentes en la educación superior

La formación pedagógica hace referencia al desarrollo de habilidades para la conceptualización, implementación y experimentación de los saberes, técnicas y estrategias, para la instrucción en entornos institucionales. Según Zuluaga (Zuluaga, 1988), lo educativo enfatiza en la generación y reproducción de la cultura y la ciencia en el contexto social. La pedagogía se refiere al conocimiento pedagógico que otorga identidad al profesor en torno a las cuestiones de los objetivos, los métodos, las estrategias pedagógicas, la elección de contenidos, los métodos de evaluación, los objetivos y la relación con los alumnos, con el conocimiento, las instituciones y las prácticas.

No obstante, la propuesta de nuevas metodologías que estén alineadas a las necesidades de los estudiantes es una realidad y, con ello, surge la urgencia de los docentes tomar distancia de los métodos tradicionales e incorporar estrategias basadas en la construcción del conocimiento como son los Método de casos, Aprendizaje basado en investigación, Aprendizaje basado en problemas, Aprendizaje basado en proyectos, Aprendizaje cooperativo y el Aula invertida, entre otros; lo anterior, con el fin de insertar competencias conceptuales, procedimentales y para resolver problemas y actuar con responsabilidad.

Las estrategias pedagógicas se refieren a todas las medidas tomadas por el profesor, con el objetivo de promover la educación y el aprendizaje de los alumnos; al respecto Bravo plantea que estas "Conforman los contextos curriculares de estructuración de las actividades educativas y de la interacción entre el proceso de enseñanza y aprendizaje, donde se adquieren conocimientos, valores, prácticas, procedimientos y problemas característicos del área de formación" (Bravo, 2008, pág. 52).

En la educación actual continúan surgiendo numerosas interpretaciones o maneras de entender, organizar y utilizar el concepto de estrategia de forma incorrecta; por ejemplo, se mezcla estrategia con actividad, herramientas y metodologías. Es notable que en una estrategia no se permite la improvisación, la arbitrariedad o la casualidad. En cambio, para que una estrategia sea implementada es crucial la planificación, con una intención específica y unos resultados. Es importante mencionar que no es una acción, sino un conjunto de acciones las que están presentes en una estrategia pedagógica. En caso contrario, no se hablaría de una estrategia, sino de una actividad. Algunos investigadores definen a la estrategia pedagógica como

(...) un sistema de acciones que se realizan con un ordenamiento lógico y coherente en función del cumplimiento de objetivos educacionales; es decir, esto constituye cualquier método o actividad planificada que mejore el aprendizaje profesional y facilite el crecimiento personal del estudiante (Picardo J., Balmore P., & Escobar B., 2004, pág. 161).

En la Pedagogía de la humanización se entiende a la estrategia pedagógica como un proceso organizado con un objetivo educativo, un conjunto de medidas, la utilización de instrumentos y recursos que posibilitan obtener un resultado relevante. Las estrategias pedagógicas que se aplican a partir de la comprensión de la pedagogía de la humanización son las siguientes:

1. *Estrategias cognitivas*: facilitan la implementación de una serie de medidas orientadas al aprendizaje relevante de los temas en análisis.
2. *Estrategias metacognitivas*: impulsan al alumno a llevar a cabo actividades de concienciación del propio conocimiento, a interrogar lo que se adquiere, cómo se adquiere, con qué se adquiere y su papel social.
3. *Estrategias lúdicas*: promueven el proceso de aprendizaje a través de una interacción placentera, emotiva y la utilización del juego.
4. *Estrategias tecnológicas*: en la actualidad, en cualquier proceso educativo, el manejo y uso de las tecnologías, capacitan a cualquier tipo de estudiante.
5. *Estrategias socioemocionales*: fomentan un entorno favorable para el aprendizaje.

El propósito de estas estrategias es alcanzar un aprendizaje significativo a través de la experimentación, en un entorno atractivo de interacción social y académica, en donde el juego, el arte, la técnica, el método y la cognición conforman una experiencia de desarrollo multidimensional.

El rol del docente universitario en el siglo XXI es de interacción social, negociación, coordinación, evaluación y avance; por lo tanto, no es apropiado mantenerse en una actitud de presión sobre el estudiante, sino que debe convertirse en el núcleo de la educación, sin disminuir la exigencia ni propiciar el ocio intelectual y académico. Por consiguiente, al docente universitario le corresponde planificar, hacer, evaluar y ejecutar estrategias cognitivas para ser coherente y pertinente, para conseguir los objetivos trazados.

Como describe Romero (2012), las estrategias pedagógicas son un conjunto de procesos, acciones y reflexiones diseñadas para emplearse, con una organización lógica y consistente en las tareas escolares, con el objetivo de resolver o solucionar los problemas que surgen en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Además, se aplican para preservar o potenciar las tareas académicas.

Desde el punto de vista de Bravo (2008), las estrategias pedagógicas hacen parte de aspectos curriculares donde se estructuran las actividades educativas de enseñanza y aprendizaje para adquirir los conocimientos, valores, prácticas, procedimientos y problemas característicos del área de formación.

5.6.2 Diseño y estructura de una estrategia pedagógica

Las estrategias pueden ser modificadas y alteradas en función de los resultados obtenidos durante el proceso. Esto dependerá de la creatividad de los profesores y de su capacidad para percibir lo que se puede modificar para alcanzar las metas. La estrategia de enseñanza debe ser meticulosamente organizada y estructurada, manteniendo la habilidad de adaptarse de acuerdo con el contexto educativo. Además, debe incluir acciones repletas de innovación y creatividad, con el objetivo de desarrollar también habilidades y competencias. Es más, toda estrategia pedagógica necesita un orden y unas etapas, estas son diagnóstico, diseño, ejecución y evaluación.

A juicio de Romero (2012), las estrategias cognitivas son las que permiten hacer acciones para el aprendizaje significativo. Las metacognitivas buscan hacer ejercicios de consciencia del propio saber, lo que se aprende, cómo se aprende y con qué se aprende; es decir, transferir en otros contextos. Mientras que las lúdicas facilitan la interacción emocional y el juego. Así mismo, las estrategias tecnológicas, que impulsa las herramientas y el método, y finalmente, las socioafectivas para construir entornos agradables y crecimiento del ser humano.

En efecto, el documento destaca la relevancia de la adaptabilidad y la creatividad en la puesta en marcha de estrategias de enseñanza. Enfatiza que estas tácticas deben ser flexibles, ordenadas y estructuradas, al posibilitar cambios fundamentados en los resultados alcanzados durante el proceso de educación. Se subraya la importancia de un enfoque holístico que incluye las fases de diagnóstico, diseño, implementación y evaluación; estas resultan esenciales para alcanzar un aprendizaje relevante.

Por último, se hace referencia a la categorización de estrategias en cognitivas, metacognitivas, recreativas, tecnológicas y socioafectivas, todas con un objetivo particular en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Esto implica que una educación eficaz debe tener en cuenta no solo el contenido, sino también las emociones, la interacción y el entorno en el que se lleva a cabo el aprendizaje. En conclusión, el secreto para un éxito en la educación reside en la habilidad de los docentes para innovar y ajustarse a las demandas de sus alumnos, promoviendo, de esta manera, un ambiente de aprendizaje activo y enriquecedor.

5.7 Práctica docente, más allá de exponer una clase

La práctica docente se podría definir como "la labor que realiza un profesor en su salón de clases", la cual exige una formación específica y está constituida por elementos como son lo técnico, lo práctico, lo operativo y lo productivo; cuando se añade el enfoque por competencias al concepto de práctica pedagógica.

La práctica debe ser reflexionada y reconstruida de manera constante cuando surgen nuevos componentes que cambian el rumbo de su desarrollo, como sucede con la formación basada en competencias. Propone Vain (1998) que la práctica docente se edifica en función de dos pilares esenciales: la identidad profesional y el escenario —que le otorga el carácter social— y se pueden determinar cuatro dimensiones a partir de estos dos pilares:

1. Los actores (alumno, docente, conocimiento).
2. Los escenarios (la sociedad, la profesión, la universidad y el aula).
3. La trama (los grupos y las relaciones).
4. El curriculum.

De acuerdo con lo propuesto por Vain, entender los diversos factores amplían la visión, dado que no se restringe a la simple transmisión del saber. Acorde con lo planteado por Campo y Restrepo (1999), la práctica docente se relaciona con una variedad de posibles estilos y modelos donde el profesor se erige como tal, cuando satisface un objetivo educativo de su estudiante, al que valora como un ser humano y lo percibe como un ser en constante evolución y desarrollo. Crean que las prácticas docentes abarcan tres aspectos fundamentales: curricularizar, mostrar mostrándose y procesos de interrelación implicados.

Imbernón (2007) vincula la práctica educativa con sucesos de la posmodernidad que están modificando y redefiniendo el fenómeno educativo y que la definen como nuevos saberes e innovación, interacciones entre profesores, profesionalización del papel docente, transformaciones en las relaciones y poderes dentro de las instituciones, vinculación con las tecnologías de la información emergentes, nuevos sistemas de comunicación, vinculación con los discursos bioéticos y políticos, y en última instancia, competencias.

La práctica docente vista como profesión no es ajena a la realidad social. A Imbernón, para quien el valor social y sus implicaciones en la construcción de sociedad atados a la práctica se relacionan “(...) a la organización del trabajo dentro del sistema educativo y a la dinámica externa e interna del mercado del trabajo” (2007, pág. 15). Claramente, esto implica que el docente tenga diversas capacidades y habilidades, tanto en lo pedagógico como en lo disciplinar.

Es así como Zabalza (2009) sintetiza en diez competencias docente, que sirven para afinar la identidad y el desarrollo profesional de los docentes universitarios, y son las siguientes:

- 1) Planificar el proceso de enseñanza–aprendizaje.
- 2) Seleccionar y presentar contenidos disciplinares.
- 3) Ofrecer informaciones y explicaciones comprensibles.
- 4) Manejar didácticamente las nuevas tecnologías.
- 5) Gestionar las metodologías de trabajo didáctico y las tareas de aprendizaje.
- 6) Relacionarse constructivamente con los alumnos.
- 7) Tutorizar a los alumnos y, en su caso, a los colegas.
- 8) Evaluar los aprendizajes (y los procesos para adquirirlos).
- 9) Reflexionar e investigar sobre la enseñanza.
- 10) Implicarse institucionalmente el tema de competencias (pág. 78).

De igual modo, el profesionalismo en la práctica docente se reflejará en la constante búsqueda de perfección, en acciones acordes, tanto con los progresos en el conocimiento personal como en las cualidades humanas de quien lo lleva. Menciona Imbernón que la práctica docente debe otorgar espacios extra para la reflexión y crítica constante tanto individual como grupal, especialmente, en aquello que plantea la importancia del docente en cada institución, el plan de

estudios, la interacción con los alumnos y las repercusiones que tienen en toda la comunidad, derivadas de sus acciones pedagógicas.

Hay que mencionar, además, que la práctica docente la constituyen tres elementos clave en interacción: **alumnos-contenidos-docentes**, donde ocurre la organización de la actividad conjunta entre profesor y alumnos, a través del discurso y las acciones. La práctica docente, entonces, se realiza en “contextos de construcción y reconstrucción de saberes complejos, dinámicos y en constante transformación” (Suárez, 2006, pág. 8).

Así mismo, para Restrepo y Campo (1999) indican que la práctica docente está vinculada a una variedad de posibles estilos y modelos, donde el profesor se erige como tal cuando satisface un objetivo educativo de su estudiante, al que valora como un ser humano y lo percibe como un ser en constante evolución y desarrollo. Finalmente, se puede afirmar que la práctica docente hace referencia a la acción que realiza el docente hacia sus alumnos, en procesos de aprendizaje y orientados a la formación, considerando las circunstancias: profesionalización del profesorado, relación institucional, significado cultural, diversas perspectivas con las que se interpreta, y el discurso de las habilidades.

5.7.1 Implicaciones de la práctica docente

La práctica educativa muestra el empeño de los docentes por perfeccionar y avanzar hacia un aprendizaje más participativo de los alumnos y una responsabilidad crucial del docente para orientarlos. El estudiante desempeña un rol proactivo y el docente continúa siendo el encargado de planificar la enseñanza y guiar el proceso de aprendizaje, principalmente, se observan esfuerzos para que la práctica de enseñanza ocupe aspectos como los siguientes que plantea Cañedo y Figueroa (2013):

- Promover el aprendizaje significativo mediante el trabajo autónomo y grupal.
- Brindar asistencia a los problemas particulares de los alumnos a nivel personal y académico, mediante el acercamiento personal, solución de interrogantes, guía y explicación de procesos.
- Gestionar la disciplina y la supervisión de límites relacionados con el desarrollo del curso de manera oral y escrita.

- Valorar los progresos y éxitos de los alumnos de tal forma que el alumno optimice su proceso de aprendizaje.
- Aplicar de manera más apropiada el interrogatorio como método y responder a las señales de los alumnos para impulsar y estimular su proceso de aprendizaje.
- Gestionar métodos y herramientas más o menos convencionales que promuevan el aprendizaje (2013, pág. 14).

En definitiva, la práctica educativa requiere que los alumnos se involucren en su proceso de aprendizaje, esto también implica para los docentes la búsqueda e implementación de una estrategia diferente de enseñanza. Ahora vamos a tratar la práctica pedagógica desde la perspectiva de las competencias. Si se considera el discurso de competencias desde la práctica docente, Imbernón (2007) la define por:

- Existencia de un cuerpo de conocimientos proveniente de la investigación científica y de la elaboración teórica.
- La asunción de un compromiso ético de la profesión respecto a sus clientes.
- Regirse por una normativa interna de autocontrol por parte del colectivo profesional.

La profesionalización del docente está establecida bajo unos parámetros normativos y se perfila desde el cumplimiento de características, pero la autonomía y la libertad de la práctica no es lejana a los dilemas y riesgos en que se encuentran las universidades, respecto a la atención a grupos pequeños y cubrir la gran demanda, la calidad y la capacidad de cambio, mejoramiento de la gestión, la incorporación de nuevas tecnologías a nivel docencia e institución y los sistemas de acreditación.

Barnett (2001) rechaza las competencias como guía de los diseños curriculares toda vez que “las competencias, sean del orden que fueren, seguirán siendo comportamientos y capacidades para actuar de maneras definidas por otros. En este sentido, ellas reducen la autenticidad de la acción humana” (2001, pág. 122). De acuerdo con lo referido por Elton (2006), evaluando la aptitud del profesorado universitario refiere cinco habilidades para evaluación: organización, exposición, relaciones, tutoría y respaldo a los alumnos.

Sumado a lo anterior, se alcanza el nivel de excelencia al tener otras seis habilidades: reflexión, innovación, habilidad para el desarrollo del currículo, coordinación de cursos,

investigación pedagógica y liderazgo grupal. Para finalizar y resumir este apartado, se puede afirmar que la práctica docente hace referencia a la acción que realiza el docente hacia sobre los alumnos en procesos de aprendizaje y que está orientada a su educación.

5.8 Currículo

5.8.1 El currículo en la educación superior

El significado de currículo puede llegar a ser ambiguo, porque puede vincular un cúmulo de experiencias educativas de los estudiantes, el mismo plan de estudio, e ir más allá de los docentes y las instituciones. Por lo anterior, el currículo da una idea de los desafíos que enfrenta la educación superior en un mundo globalizado y de los roles emergentes de las universidades como actores esenciales en el desarrollo humano y social.

Por otro lado, Sánchez (2018) interpreta el currículo como un recurso. Este es crucial para orientar a los docentes en la aplicación de recursos e ideas pedagógicas, favoreciendo la obtención de conocimientos y la solución de problemas en el ámbito educativo. Desde la posición de Stabback (2011) se hace al currículo una descripción minuciosa que especifica qué, por qué, cómo y cuándo los alumnos deben obtener saberes. Mientras que Albarrán (2009) define el currículo como un proceso interactivo entre los objetivos educativos preliminares y la práctica subsiguiente, donde intervienen los alumnos, los profesores y varios componentes del entorno.

En la opinión de Ávila y Silva (2018) hacen referencia a la Ley de Educación 115 de 1994, donde el currículo incluye criterios, planos, programas y recursos que fomentan la educación integral y la identidad cultural, al aplicar políticas educativas y el Plan Educativo Institucional, PEI. Aportando a lo anterior, Arana (2017) indica que el currículo tiene una estrecha relación con los contenidos y metas de aprendizaje, que son configurados por el proceso de producción en respuesta a las exigencias del mercado o la sociedad.

A juicio de Delgado & Vera (2018) sostienen que el currículo educativo se transforma en un potente instrumento de planificación que simplifica la elaboración de propuestas educativas, planes y programas de estudio, orientados a cumplir con las expectativas sociales del país y al perfil del ciudadano requerido. Todas las posturas resumen un proceso interactivo entre la

práctica, participantes y el contexto, que conecta el aula con el mundo real, por consiguiente, la planificación educativa debe tener presente las necesidades de aprendizaje de los estudiantes y adaptarlas a su contexto en particular.

Si bien es cierto que cada institución elabora su propuesta curricular, ésta se ajusta a los lineamientos que se proponen desde la política pública. En este contexto, se considera esencial examinar el concepto de currículo, tal como se manifiesta en el Artículo 76.

Currículo es el conjunto de criterios, planes de estudio, programas, metodologías, y procesos que contribuyen a la formación integral y a la construcción de la identidad cultural nacional, regional y local, incluyendo también los recursos humanos, académicos y físicos para poner en práctica las políticas y llevar a cabo el proyecto educativo institucional (MEN, 2013a, pág. 17).

En definitiva, el currículo se desarrolla para guiar las actividades de formación y debe ser diseñado de forma adaptable para que se ajuste y satisfaga las necesidades del contexto. De acuerdo con lo mencionado, el currículo se percibe como una estructura social que se centra en las experiencias de una comunidad para cumplir con las demandas de aquellos que interactúan y dialogan entre ellos, mediatizados por un contexto.

En consecuencia, el diseño del currículo es un procedimiento que las instituciones de educación superior deben llevar a cabo con determinada regularidad, con el objetivo de expandir o renovar su propuesta educativa. El desenlace del diseño curricular es el documento que detalla la organización, funcionamiento y evaluación completa de la educación sugerida, es decir: el currículo.

Ahora, hablando de la educación superior, esta tiene grandes desafíos, gracias a la activa, cambiante y volátil sociedad; en la cual, el entorno y las situaciones hacen que exista la capacidad de transformar la educación y parte de esa evolución está alineada a las personas, la tecnología, la cultura, el ambiente, las normas, la comunicación y los escenarios, donde incorporar nuevas tendencias será necesario para atender las necesidades emergentes.

En ese orden de ideas, el currículo es un producto cambiante para la transformación de la sociedad que parte de la valoración, reflexión y evaluación, para que responda de manera oportuna a los desafíos y tendencias actuales. Para abordar el currículo es importante mencionar

los tres niveles: el macro, que hace referencia a la planificación general a nivel país, Estado y ministerio con ente regulador; el meso, que hace la planificación a nivel de la institución, universidad y; el micro, que detalla la práctica educativa en el aula, donde intervienen directores y docentes.

5.8.2 Orientaciones curriculares de la Fundación Universitaria Compensar, UCompensar

UCompensar, en su papel de institución universitaria de la plataforma integral de servicios de Compensar, en concordancia con los valores y principios de la empresa promueve las condiciones para una educación superior enfocada en el bienestar en constante evolución, desarrollo integral (personal, laboral y profesional) y la mejora de la calidad de vida de los miembros y la comunidad en su conjunto; en respuesta a las exigencias y requerimientos de capacitación para minimizar las desigualdades que dificultan su vinculación con el sector producción y contribuyente a la proyección nacional (UCompensar, 2021).

Para el desarrollo —acorde a lo establecido según la normatividad— el lineamiento curricular concreta las políticas y directrices establecidas por la institución con el fin de orientar y facilitar el logro de los objetivos y los propósitos formativos. El lineamiento aplica para la organización y programación de la acción educativa, vinculada a los programas académicos de educación no formal y formal, en las diversas técnicas empleadas, en los niveles académicos de pregrado y posgrados; vinculadas a la formación técnica profesional, tecnológica, profesional universitaria y de especialización, terminales, coterminales y por ciclos de propedéuticos en UCompensar.

El currículo en la UCompensar posee características y cualidades, estas se distinguen por ser: *Innovadoras*, porque favorece la transformación del individuo a lo largo de la vida y convertir sus talentos en proyectos de vida; *Futuristas*, porque está vinculado con las nuevas tecnologías y tendencias de la educación, para el desarrollo de líderes competentes. *Flexibles*, porque brinda rutas alternativas en el proceso formativo, que les permita a los estudiantes asumir retos y solucionar problemas. *Abiertas*, cuando se busca superar los límites del conocimiento, el acceso y la forma de la construcción, con mediación de las TIC. *Pertinentes*, por la relación con la empresa y el sector real. *Internacionalizadas*, porque involucra a los estudiantes con la

investigación e *integrado* a propuestas formativas organizadas con proyectos de aula y Proyectos Integradores de Competencias, PIC (UCompensar, 2021).

5.8.3 Proyecto Educativo Institucional, PEI, de la Fundación Universitaria Compensar

La Fundación Universitaria Compensar, como parte de su compromiso con la transformación de las personas y el sector productivo con pasión, ha actualizado su Proyecto Educativo Institucional, PEI. En este documento se definen los principios, valores y estrategias que guían la acción educativa, integrando un modelo pedagógico socioconstructivista, un enfoque curricular basado en competencias y metodologías activas de aprendizaje. Además, articula los procesos formativos con la investigación, la innovación y la proyección social, destacándose por su relación Universidad-Empresa y su apuesta por la calidad, la tecnología y la sostenibilidad, con el propósito de contribuir a la formación de ciudadanos capaces de afrontar los retos del contexto global y del sector productivo (UCompensar, 2020). Teniendo en cuenta el propósito superior se describe a continuación los componentes que conforman el PEI:

5.8.3.1 Naturaleza e identidad institucional

La Fundación Universitaria Compensar, creada en 1978, es una institución de carácter privado sin ánimo de lucro, cuyo objetivo principal es formar líderes con valores integrales y competencias que contribuyan al desarrollo productivo y social. Su misión está orientada hacia la articulación con el sector productivo y su visión busca posicionarla como referente en la transformación de este (UCompensar, 2020).

5.8.3.2 Modelo educativo y pedagógico

La propuesta educativa se fundamenta en el socio constructivismo y un enfoque basado en competencias, articulando la formación formal, no formal e informal. Este modelo integra aprendizajes situados, prácticos y activos que responden a las necesidades del sector productivo y promueven el desarrollo de líderes transformadores capaces de enfrentar desafíos globales (UCompensar, 2020).

5.8.3.3 Currículo y metodologías activas

El currículo de la institución sigue un enfoque socioformativo, flexible y pertinente, que permite la creación de rutas personalizadas de aprendizaje. Las metodologías activas, como el aprendizaje basado en problemas y proyectos, fomentan la resolución de problemas reales, el desarrollo de competencias clave y la creación de soluciones innovadoras (UCompensar, 2020).

5.9.3.4 Ejes estratégicos y diferenciadores

La institución se distingue por su énfasis en la calidad, la tecnología, la infraestructura y la plataforma Compensar. Sus ejes estratégicos incluyen la transformación digital, el aseguramiento de la calidad y la relación Universidad-Empresa, permitiendo un modelo de formación integral que conecta la academia con el entorno productivo (UCompensar, 2020).

5.8.3.5 Investigación e innovación

La investigación aplicada es un pilar clave, con énfasis en la resolución de problemas organizacionales y comunitarios mediante un modelo colaborativo. La institución impulsa la generación de conocimiento, la transferencia de resultados y la innovación, incluyendo procesos creativos en áreas culturales y artísticas (UCompensar, 2020).

5.8.3.6 Proyección social y extensión

El modelo de proyección institucional articula a la comunidad educativa con el sector externo a través de la educación a lo largo de la vida, la transferencia de resultados de investigación y proyectos sociales. Estas iniciativas buscan impactar positivamente en la productividad y la cohesión social (UCompensar, 2020).

5.8.3.7 Procesos institucionales y bienestar

Los procesos de bienestar, permanencia estudiantil e internacionalización fortalecen la experiencia educativa. La integración de perspectivas multiculturales y el desarrollo del inglés como lengua extranjera son aspectos fundamentales para preparar a los estudiantes en un mundo globalizado (UCompensar, 2020).

5.8.4 Tendencias en el diseño curricular en educación superior

Actualmente, en educación existen críticas con respecto a la aplicación de métodos pedagógicos y curriculares enfocados en la enseñanza que no disminuyan el rol del alumno, como agente activo en el proceso de aprendizaje, sino que generan relaciones de subordinación, que no promuevan la generación de conceptos, el desarrollo de habilidades características de las dimensiones humanas y el fomento de la autonomía. Ante estas situaciones y requerimientos educativos, en el sector social y educativo se ha consolidado un enfoque curricular enfocado en habilidades para el pensamiento, los valores y las actitudes; que debe impulsar al individuo en el marco de la educación integral, con el fin de su utilidad en el ámbito educativo, personal y laboral.

Ahora bien, existen implicaciones de orden curricular en la educación superior, como el conocimiento, el trabajo y la cultura. En primer lugar, las tendencias en el mundo laboral, perfiles y desempeños ocupacionales y la temida adecuación a las demandas del mercado laboral. Otro aspecto relevante son las implicaciones en la educación superior porque los programas curriculares no solo respaldan el aprendizaje y la adquisición de conocimientos y destrezas esenciales, sino que además propician condiciones y estímulos para un aprendizaje divertido, autodirigido y automotivado en todas las áreas. Esto va más allá del cúmulo de información que sufre obsolescencia. Se trata de llegar a aprendizajes tutorizados, independientes, viajes, experiencias laborales, proyectos de investigación y creatividad; acompañados de reflexión y evaluación.

Otro factor es el rol del profesorado en la implementación del currículo, su revaloración social y profesional frente la acción docente, la importancia y distinción otorgada al rol de profesor-docente o profesor-enseñante. Es hora de empezar a tomar medidas orientadas a una mayor valoración y distinción del docente en aras de contribuir significativamente en el mejoramiento de la calidad de la educación.

Al mismo tiempo, la flexibilización curricular que existe para fomentar y promover las oportunidades para los estudiantes está asociada a la movilidad entre las enseñanzas, los ciclos y niveles; en respuesta a las demandas sociales, la democracia y convivencia; sumado esto, a la formación para impulsar el desarrollo y las exigencias sociales de la inclusión. Este nuevo

contexto exige mayor cantidad de investigación y variedad en formación profesional para los estudiantes.

Para finalizar, la formación en ciclo cortos —porque existe la necesidad de organización de la oferta que tenga presente el tiempo— debido a bajos ingresos y escaso capital cultural, mayor adaptabilidad y pertinencia. Así, la educación universitaria debe comprender que la educación es "corta" y "larga": corta, debido a la exigencia de incorporar a los graduados al ámbito laboral y larga, debido a que todo es necesario para su desarrollo. El graduado continúa siendo cualitativo para mantenerse en la estructura de trabajo y de generación de conocimiento cada vez más flexible. Los estudiantes y docentes deben sentir la libertad para estudiar temas de interés; así, se aporta a la flexibilidad curricular.

5.8.5 El rol del docente en la implementación del currículo

El rol del docente en la implementación del currículo en la educación superior es fundamental y multifacético. Los docentes no solo actúan como implementadores del currículo, sino también como arquitectos del aprendizaje que influyen en las experiencias educativas de los estudiantes, como argumentan Gulo (2024), Beegum (2022) y Saifulloh (2016).

Desde su inicio, cualquier currículo debe aportar al objetivo de alcanzar el desarrollo integral de los estudiantes a los que está orientado, de forma tal, que puedan alcanzar el progreso previsto de acuerdo con las necesidades y requerimientos de la sociedad en la que residen; para ello, el sistema y contenidos establecidos deben ser accesibles para todos y con la suficiente adaptabilidad para adaptarse y ajustarlos, en función de su grado de rendimiento intelectual. A continuación, se detallan algunas funciones esenciales del docente:

- **Desarrollo y evaluación del currículo:** los docentes participan activamente en la formulación, desarrollo e implementación del currículo; su conocimiento y experiencia son cruciales para introducirlo en el aula de manera efectiva, como refieren Gulo (2024), Beegum (2022) y Saifulloh (2016).
- **Competencia y adaptación:** la competencia del docente es vital para ajustar el currículo a las necesidades sociales y del sistema institucional, especialmente en contextos de cambios como la revolución industrial 4.0, como plantean Ruaya et al. (2022).

- **Gestión del currículo:** los docentes enfrentan desafíos como la comprensión de currículos complejos, la adaptación a las necesidades de los estudiantes, y la gestión del tiempo y recursos. Las mejores prácticas incluyen la planificación estructurada de lecciones, el uso de métodos de enseñanza variados y la colaboración con otros educadores, como refieren Hadisaputra et al. (2024).

5.8.6 Desafíos y Desarrollo Profesional

La formación profesional de los docentes representa uno de los cimientos esenciales en los que toda la sociedad debe esforzarse para asegurar en las generaciones venideras, no solo el aprendizaje, sino también el fomento de emociones, posturas y valores.

Los profesionales son agentes de cambio, que desde el empleo de acciones concretas se conduce a la investigación, la innovación, la generación de conocimientos y la profesionalización, como argumentan Bernaza et al. (2020). Ahora bien, se destacan como desafíos y desarrollo profesional que los docentes deben superar obstáculos como la falta de recursos adecuados y la necesidad de este desarrollo continuo; y se recomienda la participación en programas de formación, talleres, y conferencias para mejorar sus habilidades y conocimientos en la gestión del currículo, plantean Hadisaputra et al. (2024).

La profesionalización del docente implica conocimientos pedagógicos, metodológicos y capacidades y destrezas para la organización del proceso pedagógico sumado a la reflexión crítica y la transformación de la práctica educativa. Según presentan Colunga, et al. (2012), la profesionalización del tutor universitario implica un proceso orientado y formalizado que ocurre mediante la formación y, también, mediante la implementación sistemática de las funciones de tutoría, esto ayuda a lograr los niveles de profesionalidad y rendimiento profesional que exigen el trabajo educativo completo y la guía educativa en la tarea de tutoría.

Ceniz, Colunga y Ortiz (2020) sostienen que la profesionalización del tutor es un proceso pedagógico profesional difícil y constante, que implica un cambio constante obligatorio en todos los niveles del profesor-tutor. Esto requiere el manejo de los conocimientos propios de una disciplina y carrera específica, capacidades para resolver problemas, gestión eficaz de estrategias

de enseñanza-aprendizaje y el rendimiento exitoso de la labor educativa, así como la orientación educativa integral de los educandos.

La vía es la personalización de la tutoría educativa como función orientadora para contribuir a la formación integral de los estudiantes, esto constituye un reto en el proceso de tutoría y, así mismo, conduce a la reflexión sobre los contenidos necesarios para la profesionalización del docente, como son los pedagógicos y los socioemocionales.

5.9.7 Colaboración y enfoque innovador

La colaboración con administradores del currículo, padres y la comunidad educativa es esencial para crear un currículo efectivo y receptivo a las necesidades de los estudiantes, como refieren Gulo (2024), Hamid y Purwanti (2020). Los docentes deben adoptar roles nuevos para implementar currículos basados en competencias y responder a las demandas del mundo laboral (Konst & Scheinin, 2018).

El rol del docente en la implementación del currículo en la educación superior es crucial para el éxito educativo. Su participación en el desarrollo, implementación y evaluación del currículo, junto con su capacidad para adaptarse a los cambios y colaborar con otros son esenciales para mejorar la calidad de la educación y responder a las necesidades contemporáneas.

Es inminente que entre los procesos de colaboración y enfoque innovador del currículo se involucra trascender las fronteras del aula, esto se traduce en hacer énfasis en la función orientadora, acompañamiento integral y personalizado, mantener la comunicación abierta, transparencia en su accionar y la empatía en la relación tutor-tutorado y con los agentes educativos.

6. Marco metodológico

6.1 Diseño de investigación

En relación con el camino a seguir para el logro de los objetivos propuestos en el proyecto, se encuentra este diseño de investigación no experimental, donde el investigador no manipula intencionalmente las variables independientes, sino que se limita a observar y analizar las relaciones entre las variables tal como se presentan naturalmente. La principal ventaja del diseño no experimental es su capacidad para estudiar variables en contextos naturales y su aplicabilidad en situaciones donde la manipulación experimental no es ética o factible.

No obstante, una limitación significativa es la imposibilidad de establecer causalidad directa debido a la falta de control sobre las variables y la posible presencia de variables confusoras (Hernández S., Fernández C., & Baptista L., 2014). Desde la posición de (Kerlinger & Lee, 2002) una ventaja del diseño no experimental es su aplicabilidad en contextos donde la manipulación de variables no es posible por razones éticas o prácticas. Sin embargo, su principal limitación es la imposibilidad de controlar variables externas, esto dificulta la inferencia de relaciones causales definitivas.

6.2 Recolección de información

Se emplea el enfoque cualitativo el cual “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández S., Fernández C., & Baptista L., 2014, pág. 7), con el objetivo de comprender los fenómenos sociales y humanos desde el punto de vista de los participantes. Según plantean Creswell y Poth (2018), este tipo de investigación busca explorar las experiencias, percepciones y significados que las personas atribuyen a sus vivencias, utilizando métodos como entrevistas en profundidad, grupos focales, observación participante y análisis de contenido.

Por lo tanto, la investigación cualitativa es inductiva, adaptable y sensible al contexto, lo que permite al investigador adaptarse a las dinámicas del campo de estudio. La profundidad y riqueza de los datos son importantes para la investigación. De ahí que, para comprender mejor las competencias relevantes para la formación y el desarrollo profesional, describir las estrategias pedagógicas para la elaboración del modelo de competencias y validar el modelo desde la perspectiva de los docentes, se espera interpretar los datos visuales y textuales y así comprender el fenómeno de estudio. Según lo argumentado por Denzin y Lincoln (2018), este tipo de investigación busca interpretar los significados y experiencias subjetivas de las personas mediante observaciones, análisis de documentos y entrevistas. La investigación cualitativa es flexible e inductiva, lo que permite a los investigadores adaptarse a los matices del contexto que estudian.

6.3 Tipo de investigación

La investigación descriptiva es un enfoque metodológico cuyo objetivo principal es describir de manera sistemática y precisa las características de un fenómeno, población o situación. No se buscan relaciones causales en este tipo de investigación; en cambio, se busca brindar un análisis detallado y basado en la evidencia de lo que se está estudiando.

6.4 Los participantes o fuentes de información

Los dieciséis docentes del programa académico, de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria Compensar, facilitan el proceso de aprendizaje, al emplear el aula de clase y las herramientas para impartir conocimientos y guiar a los estudiantes. Su rol incluye interactuar con estudiantes, evaluar el progreso académico, proporcionar retroalimentación continua y fomentar un ambiente de aprendizaje inclusivo y accesible. Adicionalmente, se contempla como participantes de la investigación:

- *Un experto (a) en el área de Pedagogía*, para integrar teoría y práctica, conectando el conocimiento académico con las habilidades prácticas necesarias en el aula.
- *Un experto(a) en Psicología*, que divise el crecimiento integral de los docentes, abarcando aspectos cognitivos, emocionales y sociales.

- *Un experto (a) en Sociología*, para destacar la importancia de las competencias interculturales y la capacidad de los docentes para gestionar la diversidad en el aula, que les permitan entender y valorar la diversidad cultural, promoviendo la inclusión y equidad educativa.
- *Un experto(a) en Mercadeo y Publicidad*, que, desde su enfoque creativo, estratégico y de orientación al cliente, enfatice en las competencias relevantes para el actual mercado laboral, pensamiento estratégico, medios digitales y tecnología, competencias blandas, autoevaluación y actualización.
- ***Participantes.***

Ocho docentes del programa de Mercadeo y Publicidad - Bogotá

- ***Participantes expertos***

Un psicólogo

Un sociólogo

Un pedagogo

Un mercadólogo y publicista.

6.5 Los instrumentos y técnicas para recolección de información

6.5.1 Panel de expertos

El panel de expertos es una herramienta valiosa en la investigación científica para recopilar y sintetizar conocimiento especializado, al brindar una base sólida para la toma de decisiones informadas. Según Canales (2006), esta metodología es especialmente útil en estudios que requieren la evaluación de temas complejos, la generación de consenso sobre cuestiones específicas o la identificación de tendencias futuras. Se espera recoger diversa información desde la mirada de un psicólogo, un sociólogo, un pedagogo y un mercadólogo y publicista, para identificar las competencias relevantes, describir las estrategias pedagógicas que caracterizan las prácticas actuales y para validar el modelo de competencias.

El panel de expertos también ayuda a la triangulación de datos, lo que mejora la validez y confiabilidad de los resultados al recopilar una variedad de opiniones expertas; sin embargo, gestionar los sesgos potenciales de los expertos y la interpretación subjetiva de sus opiniones es un desafío común, lo que requiere un manejo cuidadoso por parte del investigador (Canales C., 2006). Este panel será aplicado a los expertos seleccionados.

6.5.2 Entrevistas a profundidad

La entrevistas en profundidad se realizarán con el personal docente del programa presencial de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria Compensar, UCompensar. Esta técnica de recolección de datos cualitativa conocida como entrevista a profundidad permite obtener información detallada y comprensiva sobre las experiencias, percepciones y opiniones de los participantes sobre un tema en particular. Según Fontana y Frey (2005), este método implica una interacción directa y adaptable entre el investigador y el entrevistado, esto permite a los investigadores examinar en profundidad los aspectos más importantes del fenómeno estudiado.

Para fomentar una conversación rica y detallada durante una entrevista a profundidad, el investigador utiliza preguntas abiertas y semiestructuradas. Este método captura los puntos de vista directos del entrevistado, así como sus emociones, percepciones y contexto personal. En investigaciones que buscan comprender fenómenos complejos desde la perspectiva de los participantes, esta técnica es especialmente útil porque proporciona *insights* profundos que pueden no ser accesibles a través de métodos cuantitativos. Esta será aplicada a los docentes presenciales.

6.5.3 Consideraciones éticas

Se pedirá la autorización donde se indique que los entrevistados aceptan el desarrollo de las entrevistas, la grabación de las conversaciones y el posterior tratamiento de los datos proporcionados de los docentes del programa de Mercadeo y Publicidad y los cinco expertos (*pedagogo, psicólogo, sociólogo, coaching y profesional en Mercadeo y Publicidad*) para garantizar un manejo adecuado y responsable de la información proporcionada por los

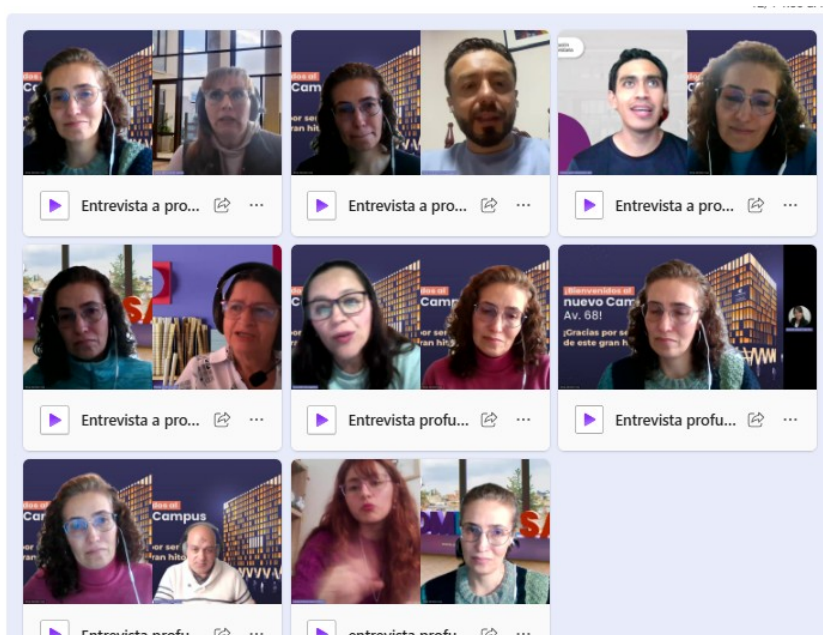
participantes de la investigación. La autorización quedará en las grabaciones de cada una de las sesiones.

7. Resultados

7.1. Resultados entrevistas a profundidad

Figura 2

Sesiones Microsoft Teams docentes programa Mercadeo y Publicidad



Nota: Elaboración Propia.

Con el objetivo de indagar sobre percepciones, conocimientos, competencias, experiencias y expectativas que tienen los docentes del programa de Mercadeo y Publicidad, modalidad presencial, hacia el diseño de un modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado orientado a mejorar la práctica docente. Se diseñó y realizó una entrevista a profundidad a ocho (8) docentes del programa que voluntariamente habían manifestado interés en participar de la construcción de modelo de competencias.

La entrevista se organizó en torno a cinco (5) ejes temáticos con el fin de recopilar información sobre las competencias de los docentes, la experiencia y el desarrollo profesional, las estrategias pedagógicas y metodológicas, las competencias específicas en Mercadeo y Publicidad,

la relación con el entorno profesional, la alineación con el PEI y el desarrollo institucional. Para cada eje en particular se planteó una serie de preguntas abiertas con el fin de permitir que los docentes expresaran sus opiniones de manera detallada, esto ayudó a completar la recopilación de datos cualitativos.

Las entrevistas se llevaron a cabo de manera virtual, mediante la herramienta de Microsoft Teams y duraron aproximadamente una hora y media, por cada participante. Todas fueron grabadas y transcritas con la autorización de los docentes. El análisis y la codificación se llevaron a cabo con el software de *Atlas Ti*. El proceso de análisis de las entrevistas siguió el esquema de codificación deductiva. Esto permitió descubrir las regularidades y entender los significados, a través de códigos y categorías. Se trató de comprender y ampliar la información. Así mismo, se identificaron los temas recurrentes en las respuestas de los docentes. Las categorías emergentes fueron analizadas en relación con los cinco ejes temáticos definidos en el guion de la entrevista.

El análisis de las respuestas de los docentes entrevistados muestra, en cuanto al eje temático de la ***Experiencia y desarrollo profesional***, que existe un bagaje profesional y académico del docente alto, esto debido a su trayectoria tanto en sector productivo como en su ejercicio docente, la experiencia acumulada en años, el conocimiento y madurez en términos académico y desempeño en varios sectores, su conocimiento según su experticia en las diversas temáticas que manejan y su crecimiento a lo largo de los años; esto medido por su vocación, formación profesional y complementaria con cursos y capacitaciones, su interés por compartir, transmitir y construir conocimiento. De igual forma, los docentes reconocen que la experiencia los ha llevado a tener conexiones con los estudiantes a medida que perfeccionaban su práctica docente pasando de la teoría a la práctica, al aplicar más herramientas metodológicas, tecnológicas y didácticas y ellos reconocen que el desarrollo profesional nunca termina, es más, este está siempre por rehacerse y acrecentarse.

En cuanto a la exploración de estrategias de actualización profesional, principalmente, los docentes utilizan los cursos, capacitaciones y el contacto con el sector productivo desde su trabajo actual combinado con la docencia, con ello se permite mantener un balance profesional entre ser docente y desarrollarse profesionalmente. Al explorar las motivaciones y su vocación

por la docencia se destacó la conexión con los estudiantes, el poder transmitir y generar conocimiento y la trayectoria adquirida en más de cinco años en distintos sectores productivos.

Por otra parte, a propósito de las necesidades de formación y preparación formal en docencia se identificó el imperativo de tener más capacitación en herramientas tecnológicas, metodologías activas, herramientas en diseño y publicidad; debido al gran enfoque que existe hacia el marketing, la investigación científica, herramientas de IA e idiomas. En cuanto a la preparación formal es escasa, solo se alcanzan niveles de conocimientos básicos de pedagogía, algunos solo competencias y otros solo la construcción leve del mesocurrículo, con lo cual se puede inferir que se debe trabajar mucho más en la formación pedagógica.

En conclusión, la experiencia y el desarrollo profesional de los docentes se centra en la trayectoria, capacidad de transformación y evolución, constante aprendizaje y vocación a la profesión de ser docente. Así mismo, se reconoce la falta de conocimientos en pedagogía y que el desarrollo profesional se realiza a lo largo del tiempo y de por vida.

El siguiente aspecto trata del eje temático de *Estrategias pedagógicas y metodológicas*, en donde se definen las estrategias que caracterizan las prácticas actuales de los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad. A continuación, se detallan las estrategias pedagógicas encontradas:

- ***Estrategias de diagnóstico y análisis:*** hace referencia al análisis del grupo de estudiantes, el análisis del material didáctico; que se utiliza para las asignaturas, las temáticas de los cursos vs. la coherencia con el syllabus, el sondeo y caracterización de los estudiantes de cada uno de los grupos. Esta estrategia hace parte de la metodología aplicada, cuando los docentes apoyan la enseñanza con casos reales, la solución de problemas y ejemplos concretos; esto con el fin de llevar a los educandos a mantener una relación con el entorno profesional. Así mismo, la estrategia está asociada con las directrices del PEI y el desarrollo institucional, al permitir la renovación de actividades, el diseño de cursos y la realización de concursos para los estudiantes, lo que se ha denominado infraestructura cognitiva.
- ***Estrategia de planificación docente:*** vincula el diseño detallado de cada encuentro formativo (planificación de las sesiones), la estructura lógica y secuencial de los

contenidos (organizar temáticas), el desarrollo previo de materiales, ejemplos, casos, ejercicios para la enseñanza (preparación de clase). Esta estrategia está asociada con la infraestructura cognitiva (renovación actividades, diseño de cursos, concursos) y hace parte de la metodología aplicada (solución de problemas, casos reales y ejemplos concretos).

- ***Estrategias metodológicas activas:*** hace énfasis en aplicar metodologías como el aula invertida, aplicar en los estudiantes ejercicios, talleres, proyectos orientados a la aplicación de conocimientos (actividades prácticas) y la colaboración entre docentes de distintas instituciones para enriquecer perspectivas y promover el intercambio cultural (clases espejo). Esta estrategia hace parte de la metodología aplicada (solución de problemas, casos reales y ejemplos concretos).
- ***Estrategia de socialización y clima de aula:*** siendo parte de la metodología aplicada (solución de problemas, casos reales y ejemplos concretos), se refiere a las dinámicas orientadas para generar confianza, facilitar la integración de los grupos y crear ambientes propicios para el aprendizaje, especialmente al inicio de las asignaturas.
- ***Estrategias de agrupación y trabajo conjunto:*** vincula la organización intencional de estudiantes, según criterios como: habilidades, estilos de aprendizaje e intereses, entre otros; aprendizaje entre pares o tutoría horizontal, donde se aprovecha el conocimiento diferenciado entre estudiantes para potencializar el aprendizaje mutuo y el trabajo colaborativo, para la construcción conjunta del conocimiento y la responsabilidad compartida. Esta estrategia hace parte de la metodología aplicada (solución de problemas, casos reales y ejemplos concretos).
- ***Estrategia acompañamiento y seguimiento:*** se enfoca en el proceso de guía, orientación y apoyo sistemático durante el recorrido formativo, al atender dificultades, resolver dudas y reforzar los logros. Esta estrategia hace parte de la metodología aplicada (solución de problemas, casos reales y ejemplos concretos).
- ***Estrategia de evaluación:*** describe los instrumentos para medir niveles de desempeño y evaluar trabajos, junto a los criterios de forma clara y objetiva. Esta estrategia hace parte de la metodología aplicada (solución de problemas, casos reales y ejemplos concretos).

- ***Estrategias de aprendizaje activo y dinámico:*** se enfoca principalmente en las actividades lúdicas, ejercicios prácticos, tareas realizadas en la sesión presencial, sesiones prácticas guiados y con reflexión, trabajos acotados (miniproyectos) y el Aprendizaje Basado en Proyectos, ABP. Esta estrategia hace parte del ecosistema de emprendimiento (*Shark Tank* académico, Proyectos sociales y Programa de radio).
- ***Estrategia de aprendizaje situado:*** describe situaciones reales y simuladas para análisis, discusión y resolución; al conectar la teoría con la práctica profesional y clientes reales. Así mismo, presentaciones y explicaciones de prototipos. Esta estrategia hace parte de la infraestructura cognitiva (renovación actividades, diseño de cursos y concursos).
- ***Estrategia de desarrollo cognitivo:*** al hacer parte de la infraestructura cognitiva (renovación actividades, diseño de cursos y concursos) esta estrategia se realiza mediante la retención y recuperación de información relevante a través de la repetición (memorización) y la realización de actividades que promuevan la construcción de razonamientos lógicos y desarrollo de pensamiento crítico (argumentación).
- ***Estrategias de comunicación educativa:*** describe las presentaciones orales donde los estudiantes presentan los resultados (exposiciones) y las técnicas para la atención, comprensión e interpretación de los mensajes. Esta estrategia hace parte de la metodología aplicada (solución de problemas, casos reales y ejemplos concretos).
- ***Estrategias mediadas por tecnología:*** uso de dispositivos móviles en el proceso educativo para actividades interactivas, acceso a recursos y software o plataformas para facilitar el aprendizaje. Esta estrategia hace parte de la metodología aplicada (solución de problemas, casos reales y ejemplos concretos) y la infraestructura cognitiva (renovación actividades, diseño de cursos y concursos).
- ***Estrategias metodológicas fundamentadas:*** se enfoca en los fundamentos conceptuales con aplicaciones prácticas, más la incorporación de procesos sistemáticos de investigación científica (construcción del conocimiento). Esta estrategia está asociada con proyectos transversales, que forman parte de la relación con el entorno profesional, contribuye a la alineación del PEI y al desarrollo institucional desde el ecosistema del emprendimiento (*Shark Tank* académico, Proyectos sociales y Programa de radio).

- **Estrategias de contextualización y aprendizaje experiencial:** sesiones desarrolladas en entornos alternativos (laboratorios, empresas, instituciones y naturaleza, entre otros) que conectan el aprendizaje con los contextos. Esta estrategia hace parte de la metodología aplicada (solución de problemas, casos reales y ejemplos concretos).

En consecuencia, las estrategias mencionadas cubren diversos momentos del proceso educativo, desde la preparación y planificación hasta la implementación de metodologías específicas y la gestión del ambiente de aprendizaje. Es así como las estrategias pedagógicas son fundamentales dentro de la práctica que realiza el docente y están en directa relación con la dinámica del proceso educativo, porque la variedad y especificidad de dichas estrategias facilitan el aprendizaje y el desarrollo integral de los estudiantes, implicando la metodología, la evaluación, la interacción, el contexto y la motivación. Dar dinámica al proceso formativo desde el uso de estrategias permite la personalización del aprendizaje, el desarrollo de competencias en los educandos y la promoción de autonomía, al crear ambientes de aprendizaje significativos y efectivos.

En lo concerniente al eje temático de **Competencias específicas en Mercadeo y Publicidad** se distinguieron como competencias en las áreas de Mercadeo y Publicidad las siguientes:

- **Competencia de dominio disciplinar:** vincula teorías, temas, modelos y prácticas de Mercadeo y Publicidad; experiencia práctica en la aplicación de conceptos teóricos a casos reales y la evolución histórica y tendencias emergentes de la industria.
- **Competencia de contextualización pedagógica:** refiere a la adaptación de contenidos según los conocimientos previos, intereses y aspiraciones de los estudiantes, sumado a la vinculación de conceptos abstractos con experiencias cercanas a la realidad del estudiante y según su perfil sociodemográfico.
- **Competencia comunicativa:** manejo de terminología especializada en mercadeo y publicidad, incorporación de casos y ejemplos de diversas culturas y mercados; coherencia entre el discurso teórico y las prácticas pedagógicas implementadas y la precisión entre conceptual al comunicar ideas complejas con claridad.

- **Competencia creativa:** hace referencia al desarrollo de ejercicios y proyectos que estimulan el pensamiento lateral; a diseñar experiencias de aprendizaje memorables y fomentar ambientes donde se valoren las ideas inusuales.
- **Competencia en innovación pedagógica:** está asociada a la experimentación constante de formatos y metodologías, la implementación de tecnologías emergentes y la adaptación a tendencias educativas innovadoras al contexto.
- **Competencia disruptiva metodológica:** enfocada en la capacidad para cuestionar y rediseñar paradigmas tradicionales de enseñanza, la habilidad para implementar metodologías como son la gamificación y el aprendizaje basado en retos, entre otros; y romper patrones establecidos y generar sorpresa.
- **Competencia de vinculación con el entorno profesional:** encaminada en diseñar proyectos conectados con las problemáticas reales de la industria, a establecer alianzas y organizaciones del sector y a entregar experiencias de aprendizaje situadas en contextos profesionales.
- **Competencia bilingüe:** orientada a impartir contenidos en una segunda lengua; analizar campañas, estudios, materiales en su idioma original y facilitar la comprensión de términos técnicos en diversos idiomas.
- **Competencia de retroalimentación formativa:** se enfoca en proporcionar retroalimentación constructiva desvinculando las calificaciones, en implementar evaluaciones cualitativas y guiar la autoevaluación y reflexión metacognitiva del estudiante.
- **Competencia de pensamiento visual:** se trata de traducir conceptos abstractos en representaciones visuales, aplicación de técnicas de visualización de datos e información y uso de herramientas de diseño para la comunicación de ideas complejas.
- **Competencia de cocreación pedagógica:** diseño de experiencias de aprendizaje colaborativas con los estudiantes para facilitar procesos de construcción colectiva del conocimiento y metodologías participativas donde el estudiante es codiseñador.

- **Competencia de narrativa persuasiva:** estructura de contenidos académicos en formatos narrativos atractivos, utilización de técnica de *storytelling* para transmitir conceptos complejos y ayudar a los estudiantes a desarrollar sus propias narrativas profesionales.

En este sentido, también se identificaron las **Competencias para el desarrollo profesional** por los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad en el marco del PEI; por cierto, este establece un modelo de formación —que apuesta por las experiencias de aprendizaje— situado, activo, práctico y colaborativo; fundamentado en los conocimientos técnicos, científicos y disciplinares suficientes, para posibilitar la identificación de necesidades y oportunidades del contexto. Asimismo, asume un modelo socioconstructivista en el cual se retoman las problemáticas del contexto para dinamizar las experiencias de aprendizaje, dentro de los espacios académicos. A partir del PEI y las preguntas realizadas a los docentes se identificaron competencias para el desarrollo profesional de los docentes, las cuales se detallan a continuación:

- **Competencias didácticas:** la forma de impartir el conocimiento. Estas están relacionadas con metodologías activas y participativas, estructurar secuencias didácticas, diseño de actividades significativas, estrategias de evaluación formativa y sumativa, gestión de ambiente de aprendizaje y la implementación de estrategias diferenciadas.
- **Competencias comunicacionales:** enfatizan en la efectiva transmisión de las ideas, la expresión oral y escrita, escucha activa y empática, formulación de preguntas para estimular el pensamiento, retroalimentación constructiva, comunicación en entornos multiculturales y lenguaje no verbal.
- **Competencias de transposición didáctica:** transformación de contenidos. Se trata de convertir el contenido enseñable y comprensible. Adaptar contenidos complejos a diferentes niveles de comprensión, identificar conocimientos clave, creación de recursos y materiales didácticos y contextualización de contenidos abstractos con ejemplos significativos.
- **Competencias adaptativas:** involucran la adaptación al cambio, esa capacidad para responder a contextos cambiantes y necesidades emergentes. Se trata de modificar estrategias según las necesidades del grupo, actualizar conocimientos disciplinares y

pedagógicos, incorporar innovaciones educativas, resiliencia ante las dificultades y la apertura a mejora continua.

- **Competencias tecnológicas:** permiten la integración de recursos digitales y tecnológicos en los procesos educativos, manejo de plataformas, creación y grabación de contenidos, herramientas de colaboración en línea y recursos para evaluación.

Por otra parte, en **Relación con el entorno profesional** los docentes manifestaron su accionar mediante cinco ejes estratégicos. El primero, *la inmersión experiencial*, que hace relación a la importancia sobre el aprendizaje vivencial en contextos reales. Allí están involucradas las visitas a las empresas /clientes, los procesos de observación en campo y los eventos sectoriales. El segundo, *la integración expertos*, donde el proceso formativo, vincula la interacción directa con profesionales, esto es, los empresarios en el aula, charlas con expertos y las conversaciones estratégicas. El tercero, *la metodología aplicada*, enfatiza la resolución de problemas reales, mediante la aplicación de casos reales, solución de problemas y ejemplos concretos. El cuarto, son los *proyectos transversales*, que son la vinculación de la teoría y la práctica, con los Proyectos Integradores de Competencia, PIC, proyectos de carácter social y los concursos y, finalmente, redes profesionales, que se asocian con la construcción de capital relacional, donde convergen las conversaciones informales, visitas a clientes reales y eventos de *networking*.

Para concluir con los ejes temáticos abordados en las entrevistas a profundidad realizadas con los docentes, estos manifestaron en cuanto al eje **Alineación con el PEI y desarrollo profesional** que la innovación curricular es fundamental para la actualización académica y en ella, está inmersa la fusión de asignaturas, la mejora del mesocurrículo, la inclusión de la IA aplicada y análisis predictivo, y la creación de cursos, con el propósito de garantizar la pertinencia educativa vs. la demanda del mercado actual.

Por otro lado, sobre la *vinculación de la puesta Universidad-Empresa*, se viene trabajando por parte de la institución con el apalancamiento de codiseñar planes de estudio con las empresas, las propias visitas a empresas, los simuladores de entornos corporativos y los Proyectos Integradores de Competencias, PIC. También, destacaron el *ecosistema de emprendimiento* como espacio para formación para creación de valor, donde se realzan las competencias *pitch*, los

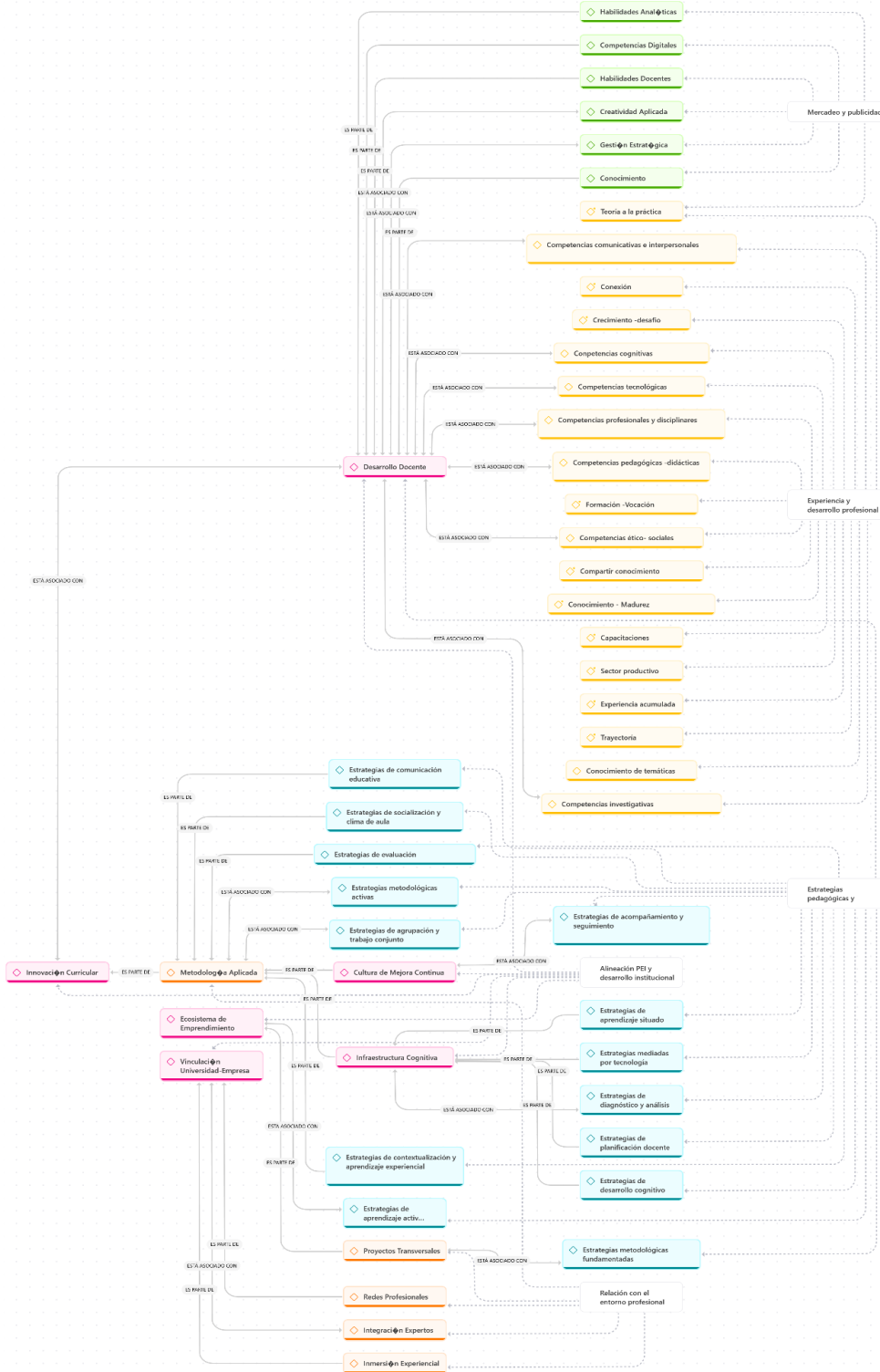
espacios culturales, los proyectos sociales y los espacios de radio propios del programa académico.

Otro aspecto por subrayar es el propio *desarrollo docente*, es decir, la capacitación para la enseñanza disruptiva, la creación de cursos para la cualificación docente, la participación de docentes en proceso de diseño curricular, la investigación aplicada y las capacitaciones.

De la misma manera, se ilustró la infraestructura cognitiva, al hacer énfasis en los recursos para el aprendizaje experiencial, es decir, renovación de actividades, diseño de cursos con IA, laboratorio de creatividad, concursos y estudio de grabación para las prácticas de medios y, finalmente, la cultura de la mejora continua como sistema de retroalimentación y calidad para evaluar la excelencia. Finalizando, estos ejes están alineados al PEI y contribuyen desde la relevancia académica, la aplicabilidad práctica, la cultura innovadora, la excelencia pedagógica, el soporte tecnológico y la garantía de la calidad.

Figura 3

Análisis y la codificación de categorías entrevistas a profundidad con el software de Atlas Ti.



Nota: Elaboración propia.

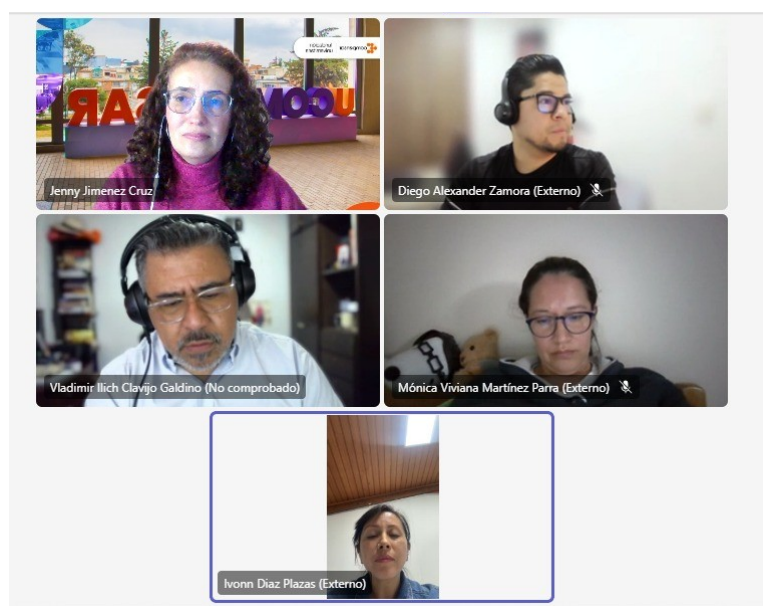
El análisis de las respuestas de los docentes muestra que la experiencia y desarrollo profesional que ha venido realizado y teniendo cada uno de los docentes está articulado con el PEI y el desarrollo institucional propuesto. Así mismo, se identifica que las estrategias pedagógicas utilizadas por los docentes del programa académico hacen parte del componente del PEI y el desarrollo institucional, esto significa que se siguen los lineamientos curriculares y las directrices establecidas por currículo.

Es evidente que cada estrategia está sincronizada en relación con el entorno profesional, lo que permite inferir que desde el programa académico se vela por contribuir al eje estratégico de la organización en la vinculación al proyecto Universidad-Empresa. Finalmente, se concluye que la experiencia y el desarrollo profesional de los docentes ha marcado la ruta, para la creación y aplicación de estrategias pedagógicas que están articuladas con las metodologías, la infraestructura cognitiva, la cultura de mejora continua y la innovación curricular.

7.2 Resultados del panel de expertos

Figura 4

Sesión Microsoft Teams expertos temáticos



Nota: Elaboración propia.

Con el fin de discutir, analizar y proporcionar recomendaciones —sobre el modelo de competencias para el desarrollo profesional de los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad— se reunieron en una misma sesión sincrónica expertos de diferentes disciplinas como fueron:

- Un pedagogo, licenciado en psicología y pedagogía de la Universidad Pedagógica Nacional y Magíster en tecnología educativa y competencias digitales, que labora actualmente con la Universidad de EAN como asesor pedagógico de mediaciones didácticas con profesores para la construcción de ambientes virtuales de aprendizaje.
- Una psicóloga del Politécnico Gran Colombiano, con experiencia en el sector educativo y quien ha trabajado en procesos de admisiones, conducción de estudiantes y docentes.
- Una socióloga, egresada de la Universidad Nacional, que ha trabajado en temas de participación ciudadana, la gestión en procesos comunitarios asociados a temas ambientales y especialista en responsabilidad social empresarial de la Universidad del Externado.
- Un publicista y mercadólogo, comunicador social, publicista y consultor, que tiene una empresa llamada *Creategia*, donde asesora a empresas en sus modelos de transformación, con los cuales se trabajó para llegar a las conclusiones y recomendaciones, y entonces, poder obtener una perspectiva más amplia del tema.

Se diseñaron y se organizaron cuatro (4) ejes temáticos en un guion, con el propósito de recopilar la información, estos ejes fueron: 1) fundamentos pedagógicos, 2) aspectos psicológicos, 3) dimensión social y 4) competencias específicas en mercadeo y publicidad. Para cada uno de estos, en particular, se planteó una serie de preguntas abiertas con el fin de permitir que los expertos expresaran sus opiniones de manera detallada, esto ayudó a completar la recopilación de datos cualitativos.

El panel de expertos se llevó a cabo de manera virtual, mediante la herramienta de Microsoft Teams y duró aproximadamente una hora y media. Este fue grabado y transcrito con la autorización de los docentes. El análisis y la codificación se llevaron a cabo con el software de *Atlas Ti*. Luego del proceso de análisis del panel siguió el esquema de codificación deductiva, igual como se manejó con las entrevistas a profundidad. Se trató de comprender y ampliar la

información, a través de códigos y categorías. Así mismo, se identificaron los temas recurrentes en las respuestas de los expertos. Las categorías emergentes fueron analizadas en relación con los cuatro ejes temáticos definidos en el guion del panel.

El primer eje temático de *fundamentos pedagógicos* —desde la mirada del pedagogo— hace relación a la identificación de las competencias para el desarrollo profesional de los docentes presenciales del programa académico de Mercadeo y Publicidad, al definir las como:

- **Competencias didácticas:** diseño, implementación y evaluación de los procesos de enseñanza-aprendizaje.
- **Competencias comunicacionales:** definidas como la transmisión de ideas y el establecimiento de interacciones pedagógicas significativas.
- **Competencias de transposición didáctica:** para convertir el conocimiento disciplinar en contenido enseñable y comprensible.
- **Competencias adaptativas:** que respondan a contextos cambiantes y necesidades emergente, como fue la pandemia y las...
- **Competencias tecnológicas:** integrar recursos digitales y tecnológicos en la educación.

Esta clasificación reflejó diversas dimensiones del quehacer docente universitario actual, que son necesarios para una práctica pedagógica efectiva en la educación superior. En cuanto a la actualización tecnológica en el desarrollo de competencias docente, el experto en pedagogía señaló la importancia en relación con la adaptación ante cambios o novedades, como fue la pandemia, cuando se necesita responder ágilmente ante crisis y transiciones, cuando se valora la posible implementación de modalidades flexibles y la oportunidad de reorganizar los entornos y experiencias de aprendizaje.

Así mismo, destacó el apoyo de la tecnología para la actualización de temáticas y los procesos de innovación educativa. Otros aspectos que mencionó el experto con relación a la tecnología fueron la diversificación de formatos y canales para la presentación de contenidos, el diseño de ecosistemas digitales y la automatización de procesos para ofrecer la retroalimentación de los estudiantes. Se concluyó que la actualización tecnológica es un componente transformador de todas las dimensiones de la docencia universitaria.

Por otro lado, el experto en pedagogía reveló que para estructurar una planificación didáctica efectiva, por parte de los docentes, se deben tener presente algunas competencias que se detallan a continuación: *competencias de diseño curricular y taxonomía educativa*, enfocadas en la formulación de objetivos de aprendizaje, habilidad para definir logros, alineación de actividades, sistemas de clasificación de objetivos (*Bloom*), contenidos y evaluaciones y el establecimiento de indicadores de desempeño.

En relación con soluciones tecnológicas se plantearon *competencias de selección tecnopedagógicas y de diseño tecnoeducativo*, con énfasis en evaluar la pertinencia de recursos tecnológicos, la identificación de herramientas digitales con propósitos digitales, creación de entornos virtuales y desarrollo de materiales y actividades digitales interactivas. Otra competencia relevante es *la diferenciación pedagógica*, que enfatiza en la personalización del ambiente de aprendizaje, adaptando rutas, recursos y actividades, según las características de los estudiantes y la creación de experiencias educativas y, finalmente, la *competencia de comunicación didáctica y retroalimentación efectiva* para explicar conceptos complejos, utilizar diversos canales comunicativos y la destreza para comunicar áreas de mejora sin desmotivar.

El experto en pedagogía clasificó las *estrategias pedagógicas* más relevantes para la enseñanza universitaria en: aprendizaje basado en problemas y casos, aprendizaje activo y experiencial, metodologías de investigación formativa, aprendizaje colaborativo y cooperativo, aula invertida, evaluación auténtica y formativa, integración de tecnologías digitales y aprendizaje servicio y vinculación con el entorno.

Con respecto al eje temático de *Dimensión social* —desde la mirada de la socióloga— se resaltan las competencias sociales que debe desarrollar un docente y mencionó las siguientes:

- *Adaptabilidad en nuevos contextos*, para modificar metodologías, para integrar nuevas tecnologías y para reaprender y actualizar conocimientos constantemente.
- *Gestión de la diversidad*, para reconocer y valorar diferentes perspectivas culturales y sociales, creación de entornos inclusivos y adaptación de materiales y ejemplos a diversas realidades de los estudiantes.

- *Adaptación rápida y capacidad de moldearse*, para responder eficazmente a situaciones imprevistas, cambios institucionales y mentalidad abierta para nuevos enfoques y abandonar prácticas obsoletas.
- *Capacidad para inspirar*, con autenticidad y congruencia entre el discurso y las acciones y para conectar el conocimiento académico con aspiraciones profesionales y personales.

Por otra parte, la experta en sociología propone adicionar a las competencias anteriormente mencionadas, que los docentes tengan presente las nuevas formas de vida, para reconocer y adaptar nuevos modelos familiares, laborales y sociales y mantener sensibilidad hacia distintas perspectivas sobre el bienestar, el éxito y el desarrollo personal de los estudiantes. De igual forma, destacó la importancia de romper la formalidad del aula, al generar ambientes más horizontales y participativos, dejar el rol autoritario y pasar a ser facilitador y colaborativo, romper la rigidez tradicional y gestionar dinámicas grupales más orgánicas y menos jerárquicas.

En lo concerniente al eje temático *Aspectos psicológicos* —desde la mirada de la psicóloga— se destacaron como competencias que el docente debe desarrollar la empatía, humanización, inclusión, sensibilización, conexión con el estudiante y espíritu vivo. Estas características resaltan la capacidad para percibir y comprender las experiencias emocionales; reconocer barreras personales; escucha activa que valida las vivencias, creación de espacios seguros, sensibilidad hacia diferentes estilos de aprendizaje y apertura para reconocer realidades distintas a la propia. Adicionalmente, mantener el entusiasmo contagioso y pasión por el conocimiento. Asimismo, indicó la experta que es importante formar a los docentes en humanismo y aumentar su capacidad para identificar puntos de conexión entre el conocimiento y los intereses de los estudiantes (saber llegar a los estudiantes).

En lo relativo al eje de *Competencias específicas en Mercadeo y Publicidad*, donde el experto expresa que dentro de las habilidades y destrezas de un docente universitario que imparta en las áreas de Mercadeo y Publicidad corresponden a las siguientes: adaptabilidad a las temáticas según el mercado laboral, la disrupción en las metodologías de enseñanza, usar la tecnología, mantener el acercamiento a los estudiantes y el dominio de una segunda lengua.

Respecto a las estrategias para mejorar la práctica docente, el experto propone el estudio de casos según intereses de los estudiantes y/o su contexto y la utilización de la narrativa pedagógica

(*storytelling*) para el conocimiento y, finalmente, en cuanto competencias específicas en las áreas de Mercadeo y Publicidad, que debe poseer el docente, el experto menciona las siguientes:

Tabla 7

Competencias específicas en las áreas de Mercadeo y Publicidad.

Competencia de dominio disciplinar
Competencia de contextualización pedagógica
Competencia de diseño micro curricular estratégico
Competencia de actualización contextualizada
Competencia comunicativa consistente
Competencia creativa aplicada
Competencia de innovación pedagógica
Competencia disruptiva metodológica
Competencia de vinculación con el entorno profesional
Competencia comunicativa global
Competencia bilingüe aplicada
Competencia de retroalimentación formativa
Competencia de pensamiento visual
Competencia de cocreación pedagógica
Competencia narrativa persuasiva

En lo que toca al desarrollo profesional de los docentes los expertos consideraron que se debería priorizar para la formación profesional del profesorado en los siguientes temas:

Tabla 8

Formación profesional del profesorado.

Formación en Inteligencia Artificial Aplicada a la Educación
Formación en Métodos Didácticos Innovadores
Formación Humanística Integral
Formación en Habilidades Blandas para Docentes
Formación en Competencias Digitales Avanzadas
Formación en Storytelling Educativo
Formación en Competencias Socioemocionales
Formación en Modelos Pedagógicos Contemporáneos
Formación en Metodologías Ágiles para la Educación
Formación en Herramientas Tecnológicas Educativas

Formación en Gestión del Cambio Educativo

Formación en Nuevos Modelos Educativos

Estos temas constituyen la necesidad de integrar la Inteligencia Artificial, IA, como herramienta pedagógica complementaria; tener programas de actualización en metodologías activas centradas en el estudiante, cursos sobre ética docente y responsabilidad social universitaria, programas de comunicación efectiva y asertiva en entornos académicos, certificaciones en herramientas digitales para la creación de contenidos educativos, programas sobre narrativa aplicada a la enseñanza de disciplinas específicas, programas de desarrollo de inteligencia emocional para docentes, programas de actualización en constructivismo social y conectivismo, programas de integración pedagógica de tecnologías emergentes, cursos sobre innovación disruptiva en educación superior y cursos sobre aprendizaje adaptativo personalizado.

humanización, donde el estudiante es el centro y quien realiza en sí, la transformación y el enriquecimiento del proceso educativo.

7.3 Modelo de competencias desde la perspectiva de los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad

En relación con el diseño y validación del modelo de competencias desde la perspectiva de los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad, y según el análisis de las respuestas de los docentes, el aporte realizado por los expertos y la articulación con el marco conceptual realizado, se propone el siguiente modelo de competencias:

7.3.1 Competencias tecnológicas:

En términos generales hace referencia al dominio de herramientas digitales, capacidad para integrar las herramientas TIC en los procesos educativos, creación y grabación de contenidos digitales y manejo de plataformas de gestión del aprendizaje.

7.3.2 Competencia de conocimiento disciplinar:

Vincula el conocimiento práctico del campo laboral relacionado con la disciplina que se enseña, incorporación de la experiencia e intereses del docente, conocimiento profundo y actualizado de los contenidos propios de mercadeo y publicidad, al incluir teorías, modelos, herramientas y prácticas, aunado al compromiso con el aprendizaje y la formación continua en avances del campo disciplinar.

7.3.3 Competencias pedagógicas

Están asociadas al diseño curricular alineado; planteamiento de logros, micrologros y resultados de aprendizaje; diseño de aprendizajes que abordan diferentes niveles cognitivos; adaptación de recursos y actividades, según las características de los estudiantes; implementación de estrategias centradas en el estudiante; orientación académica y profesional del educando; y diseño de programas, unidades y sesiones formativas.

7.3.4 Competencias sociohumanísticas

Incluyen bienestar emocional, social y cognitivo; ajustes de estrategias didácticas según diversos perfiles de aprendizaje; habilidad para reconocer y valorar diferentes perspectivas culturales y sociales; creación de entornos inclusivos, responder eficazmente a situaciones imprevistas; empatía para entender las realidades socioeconómicas de los estudiantes; capacidad para cultivar la resiliencia colectiva y personal ante la incertidumbre y comprensión de los cambios en estilos de vida, valores y prioridades de las nuevas generaciones.

7.3.5 Competencias comunicativas – multilingüismo

Hacen énfasis en la escucha activa y empática, en la capacidad de comunicarse en entornos multiculturales, manejo adecuado del lenguaje no verbal, formular preguntas que estimulen el pensamiento crítico, explicación de conceptos complejos de manera comprensible, capacidad para atender y comprender las necesidades, inquietudes y apoyos de los estudiantes creando confianza y respeto mutuo, apertura para reconocer las realidades, creación de espacios donde emerja la autenticidad, inteligencia interpersonal para establecer vínculos significativos, desarrollo de la inteligencia emocional, dominio de una segunda lengua, participación en comunidades profesionales internacionales y preparar estudiantes para un entorno globalizado.

7.3.6 Competencias investigativas

Estas enlazan el dominio de métodos y técnicas de investigación, capacidad para generar conocimiento mediante métodos científicos, desarrollar proyectos e integrar la investigación a la docencia. A continuación, se detalla el *modelo de competencias* desde la perspectiva de los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad:

Tabla 9

Modelo de competencias desde la perspectiva de los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad

Competencias	Elementos
Competencias Tecnológicas	- Dominio de herramientas digitales - Integración de TIC en procesos educativos

	<ul style="list-style-type: none"> - Creación y grabación de contenidos digitales - Manejo de plataformas de gestión del aprendizaje -Incorporación de la inteligencia artificial aplicada la educación. -Herramientas digitales para creación de contenidos educativos. -Reorganización de entornos y experiencias de aprendizaje.
Competencia de Conocimiento Disciplinar	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento práctico del campo laboral. - Incorporación de experiencia e intereses. - Conocimiento profundo y actualizado en M&P. - Compromiso con el aprendizaje continuo.
Competencias Pedagógicas	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño curricular alineado. -Metodologías activas y participativas. - Planteamiento de logros y resultados de aprendizaje. - Estrategias centradas y diferenciadas en el estudiante. -Diseño de actividades significativas. -Articulación de contenidos disciplinares a través de narrativas. - Orientación académica y profesional. -Diseño y adaptación del currículo considerando necesidades actuales del mercado laboral como las competencias futuras.
Competencias Sociohumanísticas	<ul style="list-style-type: none"> - Bienestar emocional, social y cognitivo. - Creación de entornos inclusivos. - Empatía y comprensión de realidades socioeconómicas. - Capacidad para cultivar resiliencia. -Apertura para reconocer realidades distintas a la propia. -Comprensión de contextos diversos. -Gestión de la diversidad. -Inteligencia interpersonal.
Competencias Comunicativas - Multilingüismo	<ul style="list-style-type: none"> - Escucha activa y empática. - Manejo del lenguaje no verbal. - Desarrollo de la inteligencia emocional. -Narrativa persuasiva. - Dominio de una segunda lengua. -Preparación de estudiantes para un entorno globalizado del M&P. -Expresión oral y escrita clara y efectiva. -Utilización de diversos canales y recursos comunicativos.

**Competencias
Investigativas**

- Dominio de métodos y técnicas de investigación.
 - Generación de conocimiento mediante métodos científicos.
 - Desarrollo de proyectos de investigación.
 - Integración de la investigación a la docencia.
-

Nota: Elaboración propia.

8. Conclusiones

Respecto del objetivo 1. Las competencias específicas que caracterizan a los docentes del programa de Mercadeo y Publicidad incluyen el dominio disciplinar, la contextualización pedagógica, las habilidades comunicativas y creativas, la capacidad de innovación y la vinculación con el entorno profesional y bilingüismo, entre otras. Estas competencias están estrechamente relacionadas con las competencias para el desarrollo profesional que se identificaron, entre las que se hallan las didácticas, comunicacionales, adaptativas, tecnológicas y de transposición didáctica —transformación de contenidos—; al evidenciar coherencia entre el perfil especializado del docente en las áreas de Mercadeo y Publicidad y las competencias pedagógicas necesarias para el ejercicio docente efectivo.

Con relación al objetivo 2. Las estrategias pedagógicas identificadas en los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad son variadas y cubren diversos momentos del proceso educativo. Estas estrategias abarcan desde el diagnóstico y planificación hasta las metodologías activas, el aprendizaje situado y la contextualización experiencial. La articulación de estas estrategias con las directrices del PEI demuestra un alineamiento coherente, esto facilita la creación de ambientes de aprendizaje significativos y efectivos, al promover el desarrollo integral de los estudiantes y la personalización del aprendizaje.

En cuanto al objetivo 3. El modelo de competencias propuesto para el desarrollo profesional de los docentes presenciales del programa de Mercadeo y Publicidad integra seis dimensiones clave: 1) competencias tecnológicas, 2) conocimiento disciplinar, 3) competencias pedagógicas, 4) competencias sociohumanísticas, 5) competencias comunicativas - multilingüismo y 6) competencias investigativas. Este modelo, de igual manera, responde a las necesidades identificadas por docentes y expertos, al articular aspectos pedagógicos, psicológicos y sociológicos con las competencias específicas del área disciplinar, con esto se coloca al estudiante como centro del proceso educativo y al docente como facilitador de la transformación y enriquecimiento del proceso formativo.

El crecimiento profesional de los docentes del programa de Mercadeo y Publicidad se distingue por una amplia formación académica y profesional, donde la experiencia en el sector productivo enriquece la labor pedagógica. Esta dualidad profesional posibilita mantener un equilibrio entre la enseñanza y la práctica, favoreciendo la vinculación con los alumnos y la impartición eficaz del saber. No obstante, se percibe la necesidad clara de robustecer la educación pedagógica formal, dado que la mayoría de los profesores solo cuentan con conocimientos elementales en pedagogía y esto constituye un campo de oportunidad para el crecimiento profesional constante.

Los docentes han reconocido la necesidad de obtener más capacitación en instrumentos tecnológicos, metodologías activas y diseño del currículo. Aunque poseen un sólido saber en sus campos, hay necesidad de formación adicional que facilite el ajuste a las tendencias en auge en marketing, investigación científica y en la aplicación de Inteligencia Artificial, IA. Esto implica que la universidad debe establecer programas de capacitación continua que satisfagan estas demandas.

La relación con el entorno profesional constituye un elemento fundamental en la práctica docente del programa, manifestándose a través de cinco ejes estratégicos: 1) inmersión experiencial, 2) integración de expertos, 3) metodología aplicada, 4) proyectos transversales y 5) redes profesionales. Esta vinculación Universidad-Empresa enriquece el proceso formativo mediante experiencias de aprendizaje situado y refleja el compromiso institucional con la pertinencia educativa frente a las demandas del mercado actual, consolidando un ecosistema de emprendimiento que fomenta la creación de valor y el desarrollo de competencias prácticas en los estudiantes.

Este trabajo de investigación ha permitido desarrollar un modelo de competencias docentes fundamentado en las necesidades reales del programa de Mercadeo y Publicidad, al establecer un marco de referencia integral que articula dimensiones tecnológicas, disciplinares, pedagógicas, sociohumanísticas, comunicativas e investigativas.

Desde el rol de coordinadora de Operación Virtual, identifiqué que este modelo representa una herramienta fundamental para gestionar los procesos formativos híbridos, porque permite

anticipar y resolver incidentes académico-administrativos que surgen cuando las competencias docentes no están alineadas con las demandas educativas contemporáneas.

El estudio demuestra que la conexión entre la experiencia profesional en el sector productivo y la capacitación pedagógica es un elemento crucial en la calidad de la educación, al presentar una posibilidad para elaborar programas de formación para docentes que potencien particularmente las habilidades pedagógicas y tecnológicas.

Como gestora de entornos virtuales y presenciales se reconoce que, de llegarse a implementar este modelo, permitiría optimizar los procesos de selección, formación y acompañamiento docente, reduciendo significativamente las incidencias relacionadas con dificultades metodológicas, pedagógicas y tecnológicas, que se vienen presentando en ambas modalidades.

Las estrategias pedagógicas identificadas representan un repertorio valioso que puede ser normalizado e institucionalizado para garantizar experiencias de aprendizaje significativas, independientemente de la modalidad de estudio. Particularmente, resulta relevante la necesidad de fortalecer las competencias en inteligencia artificial aplicadas a la educación y las metodologías activas, aspectos fundamentales para la operación efectiva en el contexto educativo actual.

Uno de los principales aportes fue reconocer la necesidad de integrar la gestión de la operación a los procesos formativos, no solo como un soporte técnico académico, sino también como eje articulador de la calidad educativa. Asimismo, se reafirmó el valor de los entornos de aprendizaje como escenarios dinámicos que requieren una coordinación proactiva, sensible al contexto institucional y centrada en el estudiante.

Este proyecto evidenció cómo la resolución eficiente de incidentes académicos-administrativos influye directamente en la permanencia, el desempeño y la satisfacción de la comunidad educativa. Así mismo, quedó demostrado que el desarrollo profesional docente no es un proceso aislado, sino un componente estratégico vital para asegurar la calidad de la operación académica.

Como coordinadora visualizo, con la implementación de este modelo, la oportunidad para transformar la gestión de incidentes en un proceso proactivo de mejora continua, donde cada desafío se convierte en una oportunidad para fortalecer competencias específicas del profesorado y, en consecuencia, optimizar la experiencia educativa de los estudiantes en cualquiera de las modalidades de formación.

9. Recomendaciones

Es recomendable establecer un programa oficial de capacitación pedagógica para los profesores del programa de Mercadeo y Publicidad, que trate las deficiencias detectadas en saberes pedagógicos. Este programa debería incorporar formación en metodologías activas, diseño curricular, evaluación formativa y estrategias pedagógicas innovadoras, teniendo en cuenta que numerosos profesores tienen experiencia en el sector productivo, pero necesitan potenciar sus habilidades pedagógicas para mejorar la transmisión de conocimiento práctico al salón de clases.

Es importante desarrollar un *Plan de actualización tecnológica para los docentes*, enfocado en herramientas específicas para la enseñanza del mercadeo y la publicidad, como *software* de diseño, plataformas de analítica, herramientas de Inteligencia Artificial y tecnologías emergentes del sector. Esta actualización debería contemplar no solo el manejo técnico, sino también la integración pedagógica de estas herramientas, aprovechando el potencial para diversificar formatos, automatizar procesos de retroalimentación y crear experiencias de aprendizaje innovadoras.

Es crucial establecer espacios de cocreación educativa entre los profesores del programa, en donde puedan intercambiar experiencias exitosas, compartir tácticas metodológicas y cooperar en la creación de actividades de aprendizaje novedosas. Estos lugares deben tener la presencia de especialistas en pedagogía, sociología y psicología, que brinden visiones complementarias para el avance de las habilidades sociohumanísticas reconocidas como pertinentes para una práctica pedagógica eficaz.

Igualmente, se recomienda aplicar el modelo e implementar un modelo de evaluación y desarrollo profesional docente basado en las seis dimensiones de competencias identificadas [tecnológicas, conocimiento disciplinar, pedagógicas, sociohumanísticas, comunicativas-multilingüismo e investigativas], que permita diagnosticar fortalezas y áreas de mejora individuales y, adicionalmente, diseñar rutas personalizadas de desarrollo profesional. Este modelo debería incluir procesos de mentoría, observación de pares y reflexión sobre la práctica.

10. Referencias bibliográficas

..

- Albarrán-Gómez, J. M. (2009). Análisis del término currículum. *Revista Digital: Reflexiones y Experiencias Innovadoras en el Aula*, 6(9).
- Alexander, J. M., Carr, M., & Schwanenflugel, P. J. (1995). Development of metacognition in gifted children: Directions for future research. *Developmental review*, 15(1), 1-37.
- Alqiawi, D., & Ezzeldin, S. (2015). A suggested Model for Developing and Assessing Competence of Prospective Teachers in Faculties of Education. *World Journal of Education*, 5(6). doi:<http://dx.doi.org/10.5430/wje.v5n6p65>
- Álvarez, M. M. (2011). Perfil del docente en el enfoque basado en competencias. *Revista Electrónica Educare*, 15(1), 99-107. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804008.pdf>
- Arana P, W. (2017). Hacia una definición de currículo en una institución superior de educación adventista: Una revisión crítica de diferentes posturas curriculares. *Enfoques*, 29(1), 1-24.
- Ávalos, B. (2006). El nuevo profesionalismo: formación docente inicial y continua. *El oficio de docente. Vocación, trabajo y profesión en el siglo XXI*, 209-237.
- Ávila, C., & Silva, M. (2018). *Componentes de una propuesta de gestión curricular enfocada a la formación en emprendimiento [Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Gerencia y Proyección Social de la Educación]*. Bogotá: Instituto de Posgrados, Universidad Libre de Colombia.
- Barnett, R. (2001). *Los límites de la competencia*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Beegum, A. (2022). *El papel del docente en el desarrollo curricula*.
- Bernaza, G. J., Aparicio, J. L., De la Paz, E., Torres, A. M., & Alfonso, J. E. (2020). La educación de posgrado ante el nuevo escenario generado por la COVID-19. *Revista Educ Med Super*, 34(4). Obtenido de <http://www.ems.sld.cu/index.php/ems/art>

- BID, ADB, & EBRD. (2018). *El futuro del trabajo: Perspectivas regionales*. Washington, USA: African Development Bank, Asian Development Bank, European Bank for Reconstruction and Development y Banco Interamericano de Desarrollo.
doi:<https://doi.org/10.18235/0001059>
- Board, C. (2006). *Teachers and the uncertain American future*. New York: College Board.
- Boéssio, A., & Portella, M. (2009). Docencia universitaria: formación y aprendizaje en el posgrado. *Revista de La Educación Superior*, 38(151), 163–170. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60416811009>
- Boyd, D., Grossman, P., Lankford, H., Loeb, S., & Wyckoff, J. (2009). Teacher preparation and student achievement. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 31(4), 416–440.
- Bozu, Z., & Canto H., P. J. (2009). El profesorado universitario en la sociedad del conocimiento: competencias profesionales docentes. *Revista de Formación e Innovación Educativa Universitaria*, 2(2), 87-97.
- Bravo, H. (2008). *Estrategias pedagógicas*. Montería, Colombia: Universidad del Sinú.
- Calvo, G. (. (2007). *La formación de los docentes en Colombia - Estudio Diagnóstico*. Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina, UNESCO y Universidad Pedagógica Nacional.
- Camargo Pérez, A. J., & Munar Ladino, J. A. (2021). Habilidades del pensamiento computacional en docentes en formación de la universidad La Gran Colombia. *Revista Científica UISRAEL*, 8(2), 135-149.
- Campo, R., & Restrepo, M. (1999). *Formación integral. Modalidad de educación posibilitadora de lo humano*. Bogotá, Colombia: Facultad de Educación, Universidad Javeriana.
- Canales C., M. (2006). *Metodologías de Investigación Social*. Santiago de Chile: Lom Ediciones. Obtenido de <https://imaginariosyrepresentaciones.com/wp-content/uploads/2015/08/canales-ceron-manuel-metodologias-de-la-investigacion-social.pdf>
- Cano, M. C., & Ordoñez, E. J. (2021). Formación del profesorado en Latinoamérica. *Revista de Ciencias Sociales (Ve, XXVII (2))*, 284- 295.

- Cañedo, T., & Figueroa, I. E. (2013). La práctica docente en educación superior: una mirada hacia su complejidad. *Sinéctica. Revista Electrónica de Educación*, 41, 1-18. Obtenido de <https://sinectica.iteso.mx/index.php/SINECTICA/article/view/30/23>
- Castañeda, L., & Adell, J. (2013). *Entornos personales de aprendizaje: claves para el ecosistema educativo en red*. Alcoy, España: Marfil.
- Ceniz S., L., Colunga S., S., González D., E., Álvarez G., Y., & López R., B. (2020). Propuesta metodológica para los tutores como orientadores en condiciones de universalización en el Centro Universitario Municipal de Esmeralda. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 2(71), 1-27. <https://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2027>, 2(71), 1-27. Obtenido de <https://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2027>
- Colunga S., S., & García R., J. Á. (2012). La profesionalización del personal docente que ejerce la función tutorial en la educación superior. *Transformación* 14, 8(1), 20-30.
- Congreso de Colombia. (2008). *Ley 1188 de 2008. Por la cual se regula el registro calificado de programas de educación superior*. Recuperado el 12 de febrero de 2025, de www.funcionpublica.gov.co: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=30009
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4.ª ed.)*. New York, USA: SAGE Publications.
- Darling-Hammond, L. (2012). Más allá de la burocracia: reestructurar las escuelas para lograr "un alto desempeño". *Educación con Calidad y Equidad, los Dilemas del siglo XXI*, 67-111.
- Darling-Hammond, L., Hyler, M. E., & Gardner, M. (2017). *Effective teacher professional development*.
- Day, C., & Sachs, J. (2004). Professionalism, performativity and empowerment: discourses in the politics, policies and purposes of continuing professional development. *International Handbook on the Continuing Professional Deve*. En C. Day, & J. (. Sachs, *International*

- Handbook on the Continuing Professional Development of Teachers* (págs. 3-32). Open University Press: McGraw Hill.
- Deloitte. (2018). *Preparing tomorrow's workforce for the Fourth Industrial Revolution. For business: A framework for action*. Obtenido de www.deloitte.com:
<https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/gx-preparing-tomorrow-workforce-for-the-fourth-industrial-revolution.html>
- Delors, J. (1996). *La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI*. Madrid, España: Santillana y Ediciones Unesco.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2018). *Handbook of Qualitative Research (5th ed.)*. Los Ángeles, California, USA: Sage.
- Desine V., D., & Manso A., J. (2013). La formación del profesorado en Estados Unidos. Iniciativas orientadas a la mejora educativa. *Foro de Educación*, 11(15), 125-148.
doi:<http://dx.doi.org/10.14516/fde.2013.011.015.006>
- Devalle de Rendo, A., & Vega, V. (1998). *Una Escuela en y para la Diversidad*. Buenos Aires: Aique.
- Echeverría, B. (2001). Configuración actual de la profesionalidad. . *Letras de Deusto*, 31, 35-55.
- Feito, R. (2008). ¿Qué pasa en la secundaria? *Claves de razón práctica*(188), 72-77.
- Fernández March, A. (2008). La formación inicial del profesorado universitario: el título de Especialista Universitario en Pedagogía Universitaria de la Universidad Politécnica de Valencia. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 63(22), 161-187.
- Flavell, J. (1979). Metacognition and cognitive monitoring- A new area of cognitive developmental inquiry. *American Psychology*(34), 906-911.
- Fontana, A., & Frey, J. (2005). *The Interview, from neutral stance to political involvement*. London, UK: Sage.
- Fundación Universitaria Compensar. (2015). *Reglamento docente*. Obtenido de ucompensar.edu.co: <https://ucompensar.edu.co/secretaria-general/>

- Fundación Universitaria Compensar. (2016). *Documento maestro con fines de renovación de registro calificado profesional en Mercadeo y Publicidad*. Bogotá, Colombia: No publicado.
- Fundación Universitaria Compensar. (2022). *Proyecto Educativo Institucional-PEI*. Obtenido de www.ucompensar.edu.co:
https://ucompensar.edu.co/wp-content/uploads/2021/06/PEI_Proyecto_Educativo_Institucional.pdf
- Fundación Universitaria Compensar. (2024). *Modelo de Formación de la Fundación Universitaria Compensar*. Obtenido de <https://ucompensar.edu.co/>:
<https://ucompensar.edu.co/universidad-empresa-de-ucompensar/>
- Galán-Briseño, L. M., & Castro-Sánchez, M. (2016). Aprendizaje basado en la investigación científica (ABIC), en los estudiantes de L.C.P. del Cuciénega de la Universidad de Guadalajara. *Opción*, 32(E13), 514- 539.
- Gallent Torres, M. (2015). *Anàlisi dels qüestionaris d'avaluació docent de les universitats públiques espanyoles sota el marc de l'espai europeu d'educació superior. què avalua, en realitat, l'estudiantat? [Tesis doctoral, Universitat de València]*. Valencia, España: Universitat de València - Roderic. Obtenido de <https://www.proquest.com/docview/1768254781?pqorigsite=gscholar&fromopenview=true>
- Galvis, R. V. (2007). De un perfil docente tradicional a un perfil docente basado en competencias. *Acción pedagógica*, 16, 48-57.
- Gardner, H. (2001). *Estructuras de la mente: La Teoría de las Inteligencias Múltiples*. Bogotá, Colombia: Fondo de Cultural Económica.
- Garrido, C., Orta, G., Rivilla, A., & Méndez, E. R. (2014). Las competencias docentes: diagnóstico y actividades innovadoras para su desarrollo en un modelo de educación a distancia. *Revista de Docencia Universitaria*, 12(1), 239-267.
- Giraldo, U., Abad, D., & Díaz, E. (2007). *Bases para una política de calidad de la educación superior en Colombia*. Recuperado el 15 de octubre de 2010, de www.cna.gov.co:

- http://www.cna.gov.co/1741/articles-186502_doc_academico10.pdf.
- Goleman, D. (1998). *Working with emocional intelligence (1era. edición ed.)*. Kairos S.A.
- González, M., Bernal, J., & Bonilla, L. (2015). Formación docente en la universidad colombiana: retos y perspectivas. *Revista Colombiana de Educación*(69), 215-237.
- Granja, L. C., & Cano, M. C. (2017). La investigación formativa como estrategia pedagógica para la construcción del conocimiento. Una mirada desde las políticas, los actores, las prácticas y los discursos. En M. C. Cano, *El prisma de la Formación Docente en Colombia. Teoría pedagógica y experiencias didácticas* (págs. 53-67). Cali, Colombia: Universidad Santiago de Cali.
- Gros, B., & Romaña, T. (2004). *Ser profesor. Palabras sobre la docencia universitaria*. Barcelona: Ediciones Octaedro-ICE Universitat de Barcelona.
- Gulo, F. (2024). Teachers' Role and the Development of Curriculum. *Sintaksis: Publikasi Para ahli Bahasa dan Sastra Inggris*, 2(1), 226-230. Obtenido de <https://journal.aspirasi.or.id/index.php/sintaksis/article/view/373/398>
- Gumanová, N., & Šukolová, D. (2002). Competences of University Teachers: Systematic Literature Review. *Journal of Educational and Social Research*, 12(2), 15-27. doi:<https://doi.org/10.36941/jesr2022-0031>
- Guzmán C., Y. I., Moreno A., S. I., & Lima V., N. (2015). Las competencias disciplinares, educativas y socioafectivas en el perfil docente universitario. *ReidoCrea*(4), 228-244. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10481/37268>
- Hadisaputra, P., Haryadi, L., Zuhri, M., Thohri, M., & Zulkifli, M. (2024). El papel de los docentes en la implementación de la gestión curricular: una revisión narrativa de la literatura sobre desafíos, mejores prácticas y desarrollo profesional. *Revista asiática de educación y estudios sociales*, 50(5), 18-27. doi:<https://doi.org/10.9734/ajess/2024/v50i51338>
- Hamid, S., & Purwanti, O. (2020). Teachers Roles and Parental Involement :Implementation of 2013 Curriculum. *Exposure Journal*, 107-117.

- Hernández S., R., Fernández C., C., & Baptista L., P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). Buenos Aires: McGraw-Hill Education.
- IEESA. (2012). *¿De dónde vienen y a dónde van los maestros mexicanos? La formación docente en México*. México: SNTE. Obtenido de <http://www.snte.org.mx/assets/LaFormaciondocenteenMexico18222012.pdf>
- Imberón, F. (1997). La realidad de la reforma: instituciones y titulaciones de formación del profesorado. *RIFOP: Revista interuniversitaria de formación del profesorado: continuación de la antigua Revista de Escuelas Normales*(29), 59-66. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/117944.pdf>
- Imberón, F. (2002). *Un nuevo desarrollo profesional para una nueva educación*. Universitat de Barcelona. Documento policopiado interno.
- Imberón, F. (2007). *Formación y Desarrollo Profesional del Profesorado*. Barcelona: Editorial Grao.
- Imberón, F. (2007). *La formación permanente del profesorado. Nuevas ideas para formar en la innovación y el cambio*. Barcelona: Editorial GRAO.
- ISTE. (2017). Standards for Educators. International Society for Technology in Education.
- Kaplan, A. (2008). Clarifying Metacognition, Self-Regulation and Self-Regulated Learning: What's the Purpose? *Educational Psychology Review*, 20(4), 477-484.
- Karaca-Atik, A., Meeuwisse, M., Gorgievski, M., & Smeets, G. (2023). Uncovering important 21st-century skills for sustainable career development of social sciences graduates: A systematic review. *Educational Research Review*(39). doi:<https://doi.org/10>
- Kerlinger, F., & Lee, H. (2002). *Investigación*. México: Mc Graw-Hill.
- Konst, T., & Scheinin, M. (2018). El mundo cambiante tiene implicaciones para la educación superior y la profesión docente. *The Horizon*(26), 1-8. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/OTH-02-2017-0008>
- Lipowsky, F. (2011). Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Wirksamkeit von Lehrerfort-und-weiterbildung. En E. Terhart, H. Bennewitz & M. Rothland (Red.),

- Waxmann. Handbuch der Forschung zum Lehrerberuf*, 398-417.
- MEN. (2010). Política y Sistema Colombiano de Formación y Desarrollo Profesional de Educadores. En M. d. Educación. Bogotá, Colombia. Obtenido de www.mineduccion.gov.co.
- MEN. (2012). *Aspectos laborales de los docentes tutores*. Obtenido de www.mineduccion.gov.co:
https://www.mineduccion.gov.co/1621/articles280058_archivo_pdf_guia_laboral_tutores.pdf
- MEN. (2013). *Lineamientos para la Formación de Docentes y Directivos*. Obtenido de www.mineduccion.gov.co.
- MEN. (2013a). *Lineamientos para la Formación de Docentes y Directivos*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Educación Nacional.
- MEN. (2016). *Plan Nacional de Tecnologías en la Educación*. Obtenido de www.mineduccion.gov.co.
- MEN. (2022). *La formación docente en Colombia*. Obtenido de www.mineduccion.gov.co.
- Ministerio de Educación. (2005). *Sistema Nacional de Información de la Educación Superior*. Obtenido de <https://snies.mineduccion.gov.co/portal/>.
- Mondragón, H. (2005). *Los profesores universitarios en escena: un estudio sobre la cultura profesional académica de los “buenos profesores”*. Cali: Universidad Javeriana.
- Namanyane, T., & Shaoan, M. R. (2021). Inclusive education: A literature review on definitions, attitudes and pedagogical challenges. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 5(3), 358-365. doi:<https://doi.org/10.1080/02619768>.
- OECD. (2016). *Education in Colombia*. OECD Publishing. Obtenido de www.oecd.org:
<https://www.oecd.org/en/countries/colombia.html>
- ONU. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/agenda-2030/>

- Picardo J., O., Balmore P., R., & Escobar B., J. C. (2004). *Diccionario enciclopédico de ciencias de la educación*. San Salvador: El Salvador.
- Pine, G. (1981). Colaborative action research. The integration of research And Service. *Paper presented at the annual meeting of American Asociation of Colleges for teaching education*.
- Pineda-Báez, C., & Montenegro-Bautista, M. (2017). Desarrollo profesional docente en Colombia: una revisión sistemática de la literatura. *Revista Educación y Desarrollo Social, 11(2)*, 12-25.
- Programa de Apoyo al Sector Educativo del Mercosur. (2014). *Estudio sobre criterios de calidad y mejora de la formación docente del Mercosur*. Obtenido de www.pasem.org: <http://www.pasem.org/IMG/pdf/-2.pdf>
- Richter, D., Kleinknecht, M., & Gr, A. (. (2019). What motivates teachers to participate in professional development? An empirical investigation of motivational orientations and the uptake of formal learning opportunities. . *Teaching and Teacher Education(86)*, 1-10.
- Romero, P. (2012). *Estrategias pedagógicas en el ámbito educativo*. Bogotá, Colombia: Universidad San Buenaventura.
- Ruaya, P., Kang, H., Reader, S., & Hidayat, T. (2022). El papel de la competencia docente en la implementación del currículo independiente. *Revista internacional de educación científica y estudios culturales, 1(2)*, 914-108. doi:<https://doi.org/10.58291/ijsecs.v1i2.48>
- Rubio M., M. (2009). El desarrollo de la competencia comunicativa intercultural en la formación inicial docente. *Estudios Pedagógicos, 35(1)*, 273-286.
- Ruiz R., N. (2007). *Propuesta para desplegar un cambio académico*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Saifulloh, A. (2016). *El papel del docente en el desarrollo curricular*. At-Ta'dib. doi:<https://doi.org/10.21111/AT-TADIB.V9I1.314>
- Sanabria R., L., López V., O., & Leal U., L. A. (2014). Desarrollo de competencias metacognitivas e investigativas en docentes en formación mediante la incorporación de

- tecnologías digitales: aportes a la excelencia docente. *Revista Colombiana de educación*, 67, 147-170.
- Sánchez, J. (2005). La atención a la diversidad en ciencias a través de materiales curriculares adaptados. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 2(3), 416-429.
- Sánchez, N. (2001). *Necesidades de Formación Psicopedagógica para la Docencia Universitaria [Memoria para optar al Grado de Doctor]*. Obtenido de www.eprints.ucm.es: <http://www.eprints.ucm.es/tesis/edu/ucm-t25447.pdf>
- Schmelkes, S. (1995). La calidad educativa y la formación docente. *Sinéctica*(7). Obtenido de http://sinectica.iteso.mx/assets/files/articulos/07_la_calidad_educativa_y_la_formacion_de_docentes.pdf
- Secretaría de Educación de Bogotá. (2018). *Política pública para la formación de docentes y directivos docentes en el Distrito Capital*. Obtenido de <https://repositoriosed.educacionbogota.edu.co>:
<https://repositoriosed.educacionbogota.edu.co/handle/001/835>
- Shulman, L. S. (2005). Conocimiento y enseñanza: fundamentos de la nueva reforma. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación Del Profesorado*, 9(2), 1-30. Obtenido de <http://digibug.ugr.es/handle/10481/15244>
- Simone, D. (2001). *Key competencias*. EUA: Hogrefe y Huber Publisher.
- Stabback, P. (2011). Qué hace a un currículo de calidad. Reflexiones en progreso N°2 sobre Cuestiones fundamentales y actuales del currículo y el aprendizaje. *En Cuestiones fundamentales y actuales del currículo y el aprendizaje*(2), 1-40. Obtenido de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000243975_spa?posInSet=1&queryId=5851ab61-bd57-4594-9898-9d20fd96536e
- Suárez, M. E. (2006). Teoría pedagógica, necesidades e impacto en el quehacer docente. (Una aproximación a la formación docente en Venezuela, desde el espacio universitario). *Quaderns digitals: Revista de Nuevas Tecnologías y Sociedad*(43).
- Tobón, S. (2004). *Formación basada en competencias*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

- Tomàs, M. (2001). Presentación. *Educar*, 6-9.
- UCM. (2018). *Plan de Desarrollo Institucional, PDI 2018-2025*. Manizales, Colombia: Universidad Católica de Manizales. Obtenido de <https://www.ucm.edu.co/pdi/>
- UCompensar. (2020). *Proyecto Educativo Institucional, PEI*. Obtenido de ucompensar.edu.co: https://ucompensar.edu.co/wp-content/uploads/2021/06/PEI_Proyecto_Educativo_Institucional.pdf
- UCompensar. (2021). *Lineamiento curricular*. Obtenido de <https://ucompensar.edu.co>: <https://ucompensar.edu.co/curriculo-institucional/>
- UCompensar. (2021). *Proyecto Educativo Institucional, PEI*. Obtenido de ucompensar.edu.co: https://ucompensar.edu.co/wp-content/uploads/2021/06/PEI_Proyecto_Educativo_Institucional.pdf
- Unesco. (1998). *Declaración Mundial Sobre La Educación Superior En El Siglo XXI: Visión y Acción*. Obtenido de http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm
- Unesco. (2000). Desafíos de la educación. En I. I. Unesco, & M. d. Oficina Regional para América Latina y el Caribe, *Competencias para la profesionalización de la gestión educativa: diez módulos destinados a los responsables de los procesos de transformación educativa*. Buenos Aires.
- Unesco. (2009). Conferencia mundial sobre la educación superior 2009. La nueva dinámica de la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrollo. *Revista Da Avaliação Da Educação Superior (Campinas)*, 14(3), 755–766.
- Unesco. (2015). *Informe de resultados Terce. Tercer estudio regional comparativo. Logros de Aprendizaje*. Santiago: Laboratorio Latinoamericano de Evaluación de la Calidad de la educación. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000243532>
- Unesco. (2019). Teaching and Learning with Technology: Technological Tools and Resources for the Professional Development of Teachers. *United Nations Educational, Scientific*

and Cultural Organization.

- Vain, P. (1998). *La Evaluación de la docencia universitaria un problema complejo [trabajo elaborado en el marco de la Convocatoria organizada para la realización de trabajos Teórico-Methodológicos sobre evaluación institucional universitaria]*. Buenos Aires, Argentina: Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria, CONEAU.
- Valverde B, J., Fernández, M. R., & Garrido A, M. d. (2015). El pensamiento computacional y las nuevas ecologías del aprendizaje. *Revista De Educación a Distancia (RED)*(46). doi:<https://doi.org/10.6018/red/46/3>
- Velasco, L., & Tójar, J. (2018). Competency-Based Evaluation in Higher Education—Design and Use of Competence Rubrics by University Educators. *Int. Educ. Stud.*, *11*(2), 118-132. doi:<https://doi.org/10.5539/ies.v11n2p118>
- Vezub, L. (2007). La formación y el desarrollo profesional docente frente a los nuevos desafíos de la escolaridad. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación del Profesorado*(11), 1-23.
- Vezub, L. F. (2013). Hacia una pedagogía del desarrollo profesional docente: modelos de formación continua y necesidades formativas de los profesores. *Páginas de Educación*, *6*(1), 97-124.
- Villa, A., & García O., A. (2006). Garantía Interna de Calidad Docente: Propuesta de un modelo de desarrollo profesional de la Universidad de Deusto. En A. E., & y. o. (Coord.), *Políticas de Gestión de las Organizaciones Educativas. Implicaciones para el currículum universitario en el marco europeo*. Oviedo, España: Universidad de Oviedo.
- WEF. (2018). *The Future Jobs Report [Insight Report]*. (W. E. Forum, Ed.) Recuperado el 5 de junio de 2018, de www3.weforum.org:
https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf
- Wing, J. M. (2011). Computational Thinking. *2011 IEEE Symposium on Visual Languages and Human-Centric Computing: Keynotes and Panels*, (págs. 1-3). doi:<https://doi.org/10.1109/VLHCC.2011.6070404>

Zabalza, M. (2003). *Competencias docentes del profesor universitario*. Madrid, España: Narcea.

Zabalza, M. (2009). Ser profesor universitario hoy. La Cuestión Universitaria. . *Boletín electrónico de la cátedra UNESCO de gestión y política universitaria*(5), 69-81. Obtenido de <http://polired.upm.es/index.php/lacuestionuniversitaria/article/view/3338/3403>

Zabalza, M. (2010). *Competencias docentes del profesorado universitario. Calidad y desarrollo profesional*. Madrid: Narcea.

Zuluaga, O. L. (1988). Educación y pedagogía. Una diferencia necesaria. *Educación y Cultura*(14).

12. Anexos



La transformación de la práctica docente: un enfoque basado en el modelo de competencias para el desarrollo del profesorado en la educación superior

[ANEXOS]

Jenny Jiménez Cruz

Ana Lucía Paz Rueda

Directora del Programa en Innovación Educativa

Maestría en Educación Mediada por las TIC

Facultad de Ciencias Humanas

Universidad Icesi

Mayo 4 de 2025

Listado de Anexos

<i>Anexo A. Cuestionario de entrevistas en profundidad</i>	3
<i>Anexo B. Cuestionario utilizado en el panel de expertos</i>	6
<i>Anexo C. Transcripción de entrevistas</i>	8
Entrevista 1.	8
Entrevista 2.	23
Entrevista 3.	37
Entrevista 4.	60
Entrevista 5.	75
Entrevista 6.	88
Entrevista 7.	102
Entrevista 8.	118
<i>Anexo D. Panel de expertos</i>	138
<i>Anexo E. Análisis y codificación de categorías entrevistas a profundidad con software Atlas TI</i>	163
<i>Anexo F. Análisis y codificación de categorías entrevistas a profundidad con software Atlas TI</i>	164
<i>Anexo G. Modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado del programa de Mercadeo y Publicidad</i>	165

Anexo A. Cuestionario de entrevistas en profundidad

Cuestionario entrevistas a profundidad docentes del programa académico Mercadeo y Publicidad referente a experiencia y desarrollo profesional, estrategias pedagógicas y metodológicas, competencias en mercadeo y publicidad, relación con el entorno profesional y la alineación con el PEI y desarrollo institucional [la elaboración del anexo es propia del autor].

Eje Temático 3: Estrategias Pedagógicas y Metodológicas

Eje Temático 4: Relación con el Entorno Profesional

1. ¿Cómo incorporas experiencias profesionales reales en tus clases? *Busca analizar integración teoría-práctica*
 2. ¿Qué actividades extracurriculares organizas para tus estudiantes? *Para identificar experiencias de aprendizaje adicionales*
 3. ¿Qué tipo de proyectos desarrollas con empresas reales? *Busca explorar otras metodologías activas*
 4. ¿Cómo preparas a tus estudiantes para el mundo laboral? *Para analiza estrategias de preparación profesional*
 5. ¿Cómo fomentas el desarrollo de redes profesionales en tus estudiantes? *Busca Identifica desarrollo de redes profesionales*
 6. ¿Qué papel juega la innovación en tu práctica docente? *Busca explora integración de nuevas tendencias*
 7. ¿Qué tipo de colaboraciones mantienes con otros profesionales? *Para identifica redes de colaboración*
 8. ¿Cómo mantienes actualizados tus conocimientos del mercado laboral? *Busca explora estrategias de actualización*
 9. ¿Cómo mantienes conexiones con la industria del mercadeo y/o publicidad? *Buscar explora vínculos profesionales activos*
- integración de TIC en la enseñanza*

Eje Temático 5: Alineación con el PEI y Desarrollo Institucional

1. ¿Qué valores institucionales promueves en tu enseñanza? *Para explorar integración de valores*
2. ¿Cómo contribuyes al desarrollo del programa académico? *Para analizar los aportes al programa*
3. ¿Cómo participas en la mejora continua del programa académico? *Busca explorar compromiso con calidad*
4. ¿Qué sugerencias tienes para mejorar el programa de mercadeo y publicidad? *Buscar analiza oportunidades de mejora*
5. ¿Qué iniciativas has propuesto para el desarrollo del programa? *Busca explorar contribuciones innovadoras*
6. ¿Cómo colaboras con otros docentes del programa? *Para identifica trabajo colaborativo*
7. ¿Cómo evalúas la efectividad de tus estrategias docentes? *Busca analizar la autoevaluación*
8. ¿Cómo se alinea tu práctica docente con los objetivos del PEI? *Para identifica coherencia con el marco institucional*
9. ¿Qué apoyo institucional recibes para tu desarrollo profesional? *Para identifica recursos disponibles*

Anexo B. Cuestionario utilizado en el panel de expertos

Cuestionario panel de expertos (pedagogo, psicólogo, sociólogo, profesional en Mercadeo y Publicidad) sobre fundamentos pedagógicos, aspectos psicológicos, dimensión social, competencias en mercadeo y publicidad [la elaboración del anexo es propia del autor].

Eje temático: Fundamentos Pedagógicos (Experto en Pedagogía)

1. ¿Cuáles son las competencias pedagógicas esenciales que deberían poseer los docentes universitarios? **busca identificar las habilidades clave necesarias para la enseñanza efectiva.**
2. ¿Qué papel juega la actualización tecnológica en el desarrollo de competencias docentes? **Para evalúa la importancia de la alfabetización digital para el profesorado.**
3. ¿Qué competencias deben desarrollar los docentes universitarios en modalidad presencial para estructurar una planificación didáctica? ¿Qué metodologías de diseño instruccional pueden facilitar este proceso? **Para explora metodologías de diseño instruccional efectivas.**
4. ¿Cuáles son las estrategias pedagógicas más efectivas que ha observado en la enseñanza universitaria? ¿Podría detallar alguna para el área de Mercadeo y Publicidad? **Para identificar prácticas pedagógicas exitosas.**
5. ¿Qué tipo de formación continua debería priorizarse para los docentes universitarios presenciales? **Busca identifica áreas de desarrollo profesional clave.**
6. ¿Qué elementos se deberían tener en cuenta desde la perspectiva pedagógica para la construcción de un modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado? **Busca establece componentes fundamentales para el modelo**

Eje Temático 2: Aspectos Psicológicos (Experto en Psicología)

1. ¿Qué competencias psicológicas debe desarrollar un docente? **Busca identifica habilidades para el manejo emocional y mental**
2. ¿Cómo pueden los docentes desarrollar inteligencia emocional para mejorar su práctica? **Busca explora competencias socioemocionales**
3. ¿Qué papel juegan las relaciones profesor-estudiante en la motivación y el rendimiento académico? **Para explorar la dinámica relacional en el aprendizaje**
4. ¿Qué estrategias recomienda para que el docente mantenga la motivación en el aula? **Para definir métodos para el engagement estudiantil**
5. ¿Qué estrategias sugiere para desarrollar resiliencia en los docentes? **Busca definir métodos para fortalecer la capacidad de adaptación**
6. ¿Qué elementos se deberían tener en cuenta desde la perspectiva psicológica para la construcción de un modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado? **Busca establece componentes fundamentales para el modelo**

Eje Temático 3: Dimensión Social (Experto en Sociología)

1. ¿Qué competencias sociales debe desarrollar un docente universitario? *Busca definir habilidades para la interacción social efectiva*
2. ¿Cómo afectan las competencias sociales de los profesores la dinámica del aula? *Para explorar la influencia de las habilidades interpersonales en el ambiente educativo.*
3. ¿Qué papel juega la diversidad en el desarrollo de competencias? *Busca definir la importancia de la pluralidad*
4. ¿Qué estrategias sugiere para fortalecer la comunidad académica? *Busca explora métodos para la cohesión institucional*
5. ¿Qué elementos se deberían tener en cuenta desde la perspectiva sociológica para la construcción de un modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado? *Busca establece componentes fundamentales para el modelo*

Eje Temático 4: Competencias Específicas en Mercadeo y Publicidad (Expertos en Mercadeo)

1. ¿Qué competencias específicas de mercadeo y publicidad son esenciales para los docentes de este programa? *Para identificar habilidades clave para la docencia en este campo.*
2. ¿Qué competencias técnicas debe dominar un docente presencial de mercadeo y publicidad? *Para identifica conocimientos específicos necesarios*
3. ¿Cuáles son las habilidades y destrezas de un docente universitario que enseña mercadeo y publicidad? *Para explorar como se caracteriza el docente de mercadeo y publicidad*
4. ¿Qué elementos se deberían tener en cuenta desde la perspectiva del mercadeo y la publicidad para la construcción de un modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado del programa académico de mercadeo y publicidad? *Busca establece componentes fundamentales para el modelo*

Anexo C. Transcripción de entrevistas**Entrevista 1.**

Docente de género femenino, Universidad UCompensar, programa Mercadeo y Publicidad (entrevistada el 26 de febrero del 2025).

Bueno, profe Yara, entonces, esta entrevista, tiene como propósito que tú me puedas expresar en varios ejes temáticos que está distribuida como tal la entrevista, tus opiniones frente a lo que tú realizas en el

ejercicio como docente del programa de Mercado y Publicidad, sabiendo que tienes carga presencial y virtual, pero lo vamos a hacer más con el enfoque a la presencialidad.

Perfecto. Entonces, vamos a iniciar con el apartado de experiencia y desarrollo profesional. Entonces, cuéntame...

¿Cómo describirías tu trayectoria profesional y académica en ese campo que te estás desempeñando ahorita y en la docencia para el mercadeo y la publicidad en la UCompensar?

—Bueno, mira, Jenny, yo he tenido la oportunidad de trabajar en fundaciones, desde que yo salí de la universidad, no sé por qué, pero llegué a fundaciones y me y mi rol fue trabajar en proyectos sociales. Creo que eso ha abierto un poco el abanico de oportunidades en cuanto a ver siempre más allá, ¿sí? No mirar solamente del objetivo de la organización, sino ver que también hay una población a la cual estamos interviniendo.

¿Y eso cómo influye en clases?

—Que nosotros les enseñamos a los estudiantes o desde mi rol. Yo lo que les digo a ellos es nosotros tenemos que ponernos en la que tenemos tener la capacidad de estar en los zapatos de la otra persona, ¿por qué? Porque es cuando toman decisiones, pueden tomar decisiones asertivas o malas decisiones o no están viendo un rasgo característico de la población o el perfil al que se está dirigiendo no es el más adecuado porque estamos de pronto cayendo en algún error al momento de perfilar. Entonces, creo que eso ha permitido que desde el rol donde yo he trabajado que es un sector social por lo enfoca también en la academia y eso ha permitido poder aterrizar mucho más el ejercicio a ser más conscientes a los estudiantes.

Y teniendo en cuenta eso que me dices entonces, ¿cómo has hecho para mantener actualizado tu conocimiento en estos dos campos del mercadeo y la publicidad?

—A mí me gusta batearme mucho. De hecho, nosotros tenemos una directora que nos ha apoyado muchísimo y que siento que ella también ha sido el capitán del barco en el buen sentido de la palabra, porque cualquier cosa que proponemos, ella lo analiza y si ve la viabilidad nos dice de una, "Háganle". Por ejemplo, en este instante acabamos de salir de un curso sobre inteligencia artificial, el poder del samurái y el poder mirar la cantidad de ideas que existen en el mercado que sirven para todo y para hacer muchas cosas.

Eh, yo les decía a ellos siento que nos están entregando una cajita de Pandora, pero que depende de nosotros poder aplicarlas, y siento que también la inteligencia artificial ha llegado para hacer un apoyo, no para dejarnos sin empleo, que esa es la percepción errada que se tiene. Entonces, siento que eso ha podido ayudar el estar en continuo capacitación, porque la universidad también nos ayuda con temas de capacitación, de cursos, poder estar haciendo cursos independientes, he hecho cursos con Google también con Telefónica Ahorita estamos con IAB, Colombia, estamos en este taller y siento que eso, todos los días tenemos que estar aprendiendo. El día que nosotros, hum, digamos que ya las sabemos todas, creo que ese día ya es el día que tenemos que partir de este mundo. Porque todos los días te vas a la cama con algo nuevo aprendido.

¿Cómo equilibras tu desarrollo profesional en eso que me estás expresando? Porque finalmente están haciendo desarrollo profesional como tal con tu labor docente. El tener vinculada a la siempre al empresario.

—Que no nos liguemos de la empresa porque siento que es importante que también los estudiantes vean qué está pasando afuera. Sí, una cosa es la teoría y que el docente les cuente a través de diapositivas sobre el cuento muy bonito y especializado, pero qué chévere que traigamos empresarios al aula, que les pongamos un reto, que les pongamos un pick, que hagamos, que si bien son ejercicios que se hacen a nivel institucional desde el programa, creo que lo hemos institucionalizado y eso ha permitido por lo menos, desde mi área que es mercadeo, poder aterrizar al estudiante y que desde primer semestre vean la importancia del programa, la importancia del mercado y la publicidad, la importancia de la vinculación con la empresa, la importancia de desarrollar necesidades desde primer semestre con las empresas, que si bien es cierto, no van a desarrollar un plan de marketing, pero sí por lo menos empezar con un ejercicio diagnóstico y poder entender cuál es la necesidad de la empresa.

Ok. ¿Qué te motivó a dedicarte a la docencia universitaria en esa área en la que te encuentras, ¿qué es más hacia el mercadeo?

—Mira que yo siempre me lo preguntaba porque fue muy bonito error, en el sentido de que yo decía, "Me le quito el sombrero a los profes porque tener no solamente que preparar la clase, que impartirla, que después hacer el tema en la revisión, hay muchas más cosas que hace un docente que a veces los estudiantes y mucha gente el común desconoce.

Hoy la verdad siento que es una labor tan bonita, tan gratificante y que todo lo que yo hecho en las organizaciones lo estoy retribuyendo como docente. ¿Por qué? Porque estoy compartiendo el conocimiento. Y siento que esa es uno de los regalos más importantes que podemos dar a la sociedad, compartir el conocimiento. Hay gente que dice, "Ay, no, yo no digo esto, porque es que esto es mío, esto yo lo desarrollé. Oiga, qué chévere que lo podamos compartir, que lo podamos socializar y que la gente se dé cuenta de que hay muchas cosas más interesantes por hacer"

Principales fortalezas como docente. Yara, ¿cuáles son tus fortalezas como docente?

—La escucha activa, la creatividad, el diálogo, me gusta siempre explorar cosas nuevas, no me gusta quedarme quieta, el siempre vincular al empresario al aula, el poder compartir con mis compañeros, aunque a veces hay gente que no le gusta porque creen que son más tareas adicionales, ¿sí? Pero siento que ahí es donde está el plus, el poderle dar al estudiante ese valor agregado y que seamos diferentes frente a otros programas, que creo que eso ha sido significativo. Otra creo que tengo el liderazgo, me considero líder. Básicamente esas, liderazgo, creatividad, innovación y trabajo en equipo, trabajo bajo presión.

¿Qué tipo de formación pedagógica? En términos de pedagogía, ¿no? , ¿has recibido para tu labor docente en la U Compensar?

—Aquí hemos recibido varios cursos, sobre el uso de las metodologías basadas en proyectos, bueno, las diferentes metodologías ágiles y las metodologías activas, que eso de alguna manera complementan el perfil del docente, el poder tú manejar una metodología activa donde trabajes la gamificación, trabajes por retos, por proyectos, por aula invertida, que eso ha permitido que nosotros de verdad revisemos que lo que estamos haciendo, lo estamos haciendo bien.

¿Cómo evolucionado tu Ah, bueno, ya me habías dicho que, como tú vienes del sector productivo y vienes de un tema social, ¿cierto? Entonces, **¿cómo ha evolucionado esa práctica docente teniendo en cuenta eso que hiciste en el sector productivo?** Pero tu práctica docente desde que iniciaste, no solamente en la UCompensar, seguramente en otra institución también. Desde que empezaste esa labor docente tu primera vez a hoy, **¿cómo ha evolucionado esa docente?**

—*Mucho. Y mira que yo me acuerdo el primer día de clase me temblaba la voz, les tenía miedo a los estudiantes. Que yo decía, ¿por qué? Pero y es eso cómo cuando uno está enamorado, que le da unas un hormigueo en el estómago y que uno dice: —"No sé qué hacer, qué decir, cómo lo voy a decir, será". Como que están las dudas de que tú puedes llegar a ser buena y no te la crees hasta que a medida que va pasando el tiempo y te vas creyendo el cuento de que verdad estás haciendo un buen ejercicio, de que también las otras personas te están viendo, están viendo tu trabajo hoy dicen, "Oiga, que chévere, lo que usted hace, es cuando uno empieza a decir, sí, creo que lo estoy haciendo bien".*

¿Qué área de tu práctica docente, ya como en el con esa experiencia y ese bagaje que ya llevas a la fecha, qué área de tu práctica consideras que necesitas mayor desarrollo?

—*Necesito fortalecerme o ser mejor en esto, una habilidad que tengo es el tema de la publicidad, porque me considero muy buena mercadóloga, te vendo hasta un hueco si quieres. Pero siento que le falta el complemento de la publicidad, aunque si bien es cierto, yo estudié Ingeniería comercial con énfasis en mercadotecnia, vi algo de publicidad, por la publicidad, yo decía es un complemento, pero siento que hoy en día y por el programa en el que estoy, que es Mercadeo y Publicidad sería el complemento perfecto y eso haría que el perfil, como docente tuviera la relevancia y el peso de meritar lo que he venido haciendo. Sí siento que debo yo y soy consciente de fortalecer esa habilidad en cuanto al diseño, al mercadeo, a la publicidad, porque siento que eso sería el complemento perfecto, como dice Caro, ese es el complemento perfecto para las personas que quieren estudiar.*

¿Qué papel juega la investigación en tu desarrollo profesional?

—*Mira, que es tan importante y algo que hago desde el primer semestre también es motivar a los estudiantes a investigar. Porque todo el tiempo estamos investigando desde que estamos buscando pareja. ¿Cómo se llama? ¿Dónde vive? Qué hace, con quién vive, es casado, soltero, divorciado. Estamos investigando todo el tiempo. Y en el libro de "Véndele a la mente a la gente" que escribió Jürgen , que es el primer libro que le pongo a leer a los estudiantes, él hace ese tipo de análisis.*

Nosotros estamos haciendo investigación todo el tiempo. Estaban mirando si a la persona le gustó el helado, por qué le gustó el helado, si a mi mamá le gustó el regalo que le di, porque no le gustó. , todo el tiempo estamos haciendo investigación, solamente que estamos haciendo una especie de sondeo. Y siento que es vital en mercado y publicidad porque ese es el punto de partida para tomar decisiones, para generar estrategias, para diseñar campañas. Entonces, la investigación hoy tiene un rol importante y siento que le cogí un cariño impresionante, que nunca pensé que llegara a ser investigadora. Y hoy creo que es el complemento también perfecto para el programa de Mercado y Publicidad.

Ok, sí, tienes toda la razón, es sumamente importante. Bueno, y esta última pregunta de esta parte es súper importante. **¿Cuáles consideras que son las competencias que debe tener un docente que dicta para el programa de Mercado y Publicidad para poder construir un modelo de competencias para el**

programa? si pensamos en construir un modelo de competencias hoy del programa de Mercado y Publicidad para que el docente se profesionalice mucho más. **¿Cuáles consideras tú que son esas competencias que debe tener ese docente, independientemente que sea hombre o mujer, pero que forme parte del programa de mercadeo? ¿Cuáles son esas fundamentales para ti que no pueden faltar en sus competencias?**

—*La competencia de comunicación, la competencia de trabajo en equipo, la competencia también del inglés. Creo que el inglés es un segundo idioma porque hoy en día estamos, a pesar de que puede ser una tendencia, el mundo se está moviendo de una manera tan rápida que siento que nosotros necesitamos empezar a generar la vinculación de una segunda lengua en todas las clases. Que no tenemos la fortaleza o de pronto no la fortaleza, yo creo que no tenemos es como la seguridad, no nos sentimos, yo por lo menos no me siento tan segura de impartir clases en inglés. Creo que lo podría hacer, pero siento que necesito ese respaldo para poderlo hacer. El trabajo en equipo me parece vital. Si nosotros no tenemos gente con la que podamos trabajar, creo que no podríamos hacer un muy buen ejercicio y creo que eso es lo que tiene hoy el programa. , un muy buen equipo para poder trabajar todo lo que se viene, porque hay muchas cosas que se vienen para el programa.*

Ahora vamos con el eje de estrategias pedagógicas y metodológicas, algo habías mencionado al respecto. **¿Actualmente, tú qué estrategias utilizas para planificar tus clases?**

—*Bueno, yo siempre, me gusta primero el primer día analizar el grupo. , primero para saber en qué rango de edad están, qué conocimiento tienen. Por ejemplo, en este grupo yo tengo gente, tengo dos personas que ya tienen su segunda carrera y están estudiando en el día. Y los otros están recién saliditos del colegio. Entonces, eso me permite poder revisar, poderme apoyar en estas dos personas, para poder apalancar algunas actividades y que ellos sean como los voceros. Una metodología porque algo que nos pasaba es que los chicos en primero, no se les da miedo hablar. Entonces, yo les tengo la pelotica del conocimiento, que es una pelota antiestrés y les digo, "Si quieren pasar al frente a hablar algo, tomen la pelota, siéntanse con la tranquilidad de tocarla como quieran para canalizar esa angustia en la pelota. O cuando quiero que participen empiezo a jugar tingo, tingo, tingo, tango, para que hagan su aporte sobre una actividad específica.*

Me gusta también muchas actividades prácticas porque siento que la teoría hoy en día está mandada recoger, ¿sí? para eso ellos leen. Hoy en día sabemos que ellos realmente no les gusta leer. Pero trato de que sea un ejercicio muy corto, donde se les haga hacer la textualización del tema y la otra es parte aplicada. ¿Para qué? ¿Para que entiendan mejor el concepto? ¿Qué es mercadeo? Entonces, vamos a hacer un ejercicio. En la semana pasada hicimos un ejercicio sobre una feria y es primer semestre en la tercera semana. Les dije, "Traigan lo que ustedes quieran, lo que más les gusté y lo van a vender". Y lo vendieron, ¿por qué? Porque les gusta. Entonces, ahí es donde les decía yo a ellos, si ustedes venden lo que les gusta, investigan sobre lo que les gusta, esto de verdad es un paseo, es una delicia. Y es empezar como a decirles, a ellos, hay cosas interesantes en la academia.

También hacemos aulas invertidas, traigo empresarios al aula. Unimos, por ejemplo, ahorita tuvimos la fortuna de tener grupo A y grupo B de fundamentos, entonces, a veces nos unimos con la profe para hacer clases conjuntas. Sí. Clases espejo. Entonces, hay muchas cosas que se pueden hacer y que he tenido la fortuna de también poderlas hacer dentro del programa.

¿Qué estrategias utilizas para evaluar el aprendizaje de tus estudiantes?

—Bueno, ¿cierto? La rúbrica es importante. Porque la rúbrica es la que me permite a mí medir competencias, habilidades, destrezas. También, yo les digo a ellos que para mí todo es evaluable. Todo lo que ellos hacen en clase es evaluable y eso y eso ha permitido que los chicos, por ejemplo, no me falten tanto a clase. Porque yo les digo, "Ya que ustedes no vengán a clase, ese día yo hay alguna actividad, algo hacemos o algo les dejo".

Y siempre algo en clase. ¿Por qué?

—Porque el simple hecho de ustedes venir acá para mí ya es satisfactorio porque a ustedes les interesa. Entonces también es motivarlos a que vayan presencial. Está el tema de la rúbrica. , por ejemplo, vamos a hacer voluntariado, vamos al banco alimentos para qué. Para que entiendan el tema de contexto. Ahí que les evaluó un tema de asistencia y que ellos entiendan el tema del sector social con la academia. Porque es tan importante nosotros entender cómo funciona este tipo de empresas, entonces, hay como muchas formas de poder evaluar a los estudiantes, no solamente con una rúbrica.

¿Cómo adaptas tus estrategias de enseñanza a esos diferentes tipos de contenido? Si bien tienes grupos diversos, entonces, los diferentes tipos de contenidos, ¿cómo haces para adaptar las estrategias a esos contenidos o mantienes una misma línea para todo?

—No, no, por lo mismo, porque como son diferentes actividades, entonces, se evalúan de manera diferente. , hay una que es superfácil, por ejemplo, curso de Telefónica. Tienen que hacer un curso telefónico, el que lo entreguen en la fecha que yo les pido, tienen cinco. Si lo empiezan a entregar después porque se pasan de la fecha, empiezo a bajarles. Ahí les estoy enseñando el tema del compromiso de las entregas a tiempo y de que esto es para ellos y es una certificación adicional que la universidad les está dando y gratis, está por ejemplo, nosotros al final hacemos un Shark Tank en donde vamos a hacer un call con la universidad, Ay, se me olvidó; con una universidad en Perú, la San Martín de Porras, donde los estudiantes de noveno van a actuar como consultores de los estudiantes de primero.

¿Y ellos qué van a hacer?

—Ellos a partir de un una rúbrica, que yo les voy a entregar donde les digo el tema de la viabilidad del producto, el tema del estudio de mercado, el tema del perfil de cliente, unos criterios que ellos tienen que tener en cuenta para poder definir y poder hacer el asesoramiento, para que cuando ellos sustenten, tengan todas esas competencias listas y poder pasar de la mejor manera.

Siguiendo con el tema de estrategias, ¿cómo adaptas esas estrategias que haces según el feedback? Si bien me dices que tú les haces feedback, ¿cierto? En ese en esos métodos que utilizas de evaluación ¿Cómo adaptar la estrategia a ese feedback que les das a los estudiantes?

—Eh, hay veces cuando veo que las actividades están muy flojas, les digo, voy a hacer un feedback general. Sí. Porque si lo hago personal, se rajan. Y vuelvo y les digo, a mí no me interesa que ellos se aprendan las cosas de memoria, ni que reciten el autor. A mí me interesa es que entiendan el concepto. Entonces, digo, en términos generales estuvo regular, ¿por qué? Porque faltó análisis, porque no hicieron investigación, porque no leyeron mucho, por X, Y y Z. Pero cuando veo que el ejercicio está muy bien hecho, entonces, ahí si hago la retroalimentación por cada equipo y les digo, "Miren, ustedes sobresalieron en eso, sin embargo, deben mejorar en este criterio". Y eso ha permitido que los equipos también entre ellos fluyan.

Otra, de hecho, estaba revisando otras estrategias y hay mucha inteligencia artificial que nos permite poder generar actividades interactivas. Está el tablero. El tablero interactivo en donde ellos pueden conectarse y participar y dar sus aportes. Esta es una que me ha funcionado, que me ha gustado mucho y que no le tenía mucha fe, era la del tingo, tingo, tingo, tingo, la pelotica del conocimiento. Yo le digo, voy a poner a rodar la pelotica del conocimiento y ellos ya saben, es el tingo, tingo, tingo y se preparan. Entonces, eso ha permitido de que ellos también se vayan soltando en clase, de que no se queden callados. Y yo les digo, es que no hay preguntas tontas, sino tontos que no preguntan. Pregunten todo lo que quieran. Aquí podemos equivocarnos. Afuera no, no la cobran. Acá no. Aquí ustedes están en el proceso de aprendizaje.

¿Y cómo fomenta en ellos el pensamiento crítico y creativo?

—Con el tipo de estrategias que te cuento, con una feria empresarial, donde ellos tienen que hacer el análisis de cómo van a mostrar el producto, cómo lo van a vender sin tener siquiera un estudio de mercados, pero que hagan un stand. Que miren cómo lo van a mostrar, que miren cómo van a exhibir el producto, que miren cómo lo van a ofrecer. Y les presento a los participantes una rúbrica o una encuesta donde evaluo, unos criterios, la presentación, el conocimiento del producto, la actividad porque también es importante saber si para ellos es importante ese tipo de ejercicios o realmente dirán, "Eso es una pérdida de tiempo". Y ha sido interesante, ¿sabes que ayer me dio por revisar el formulario y ver que les pareció chévere, que era dinámico, que era una forma diferente de poder mostrar cosas, tan sencillas como el tema de vender, el tema mostrar un producto, entonces, creo que ese tipo de cosas ayudan también a que los estudiantes se salgan de su zona de confort.

¿Y qué recursos tecnológicos estás incorporando en esa práctica educativa?

—Tecnológicos, bueno, lo que te decía, hay muchas aplicaciones entre ellas Kahoot. Entre ellas, es que ahora que no me acuerdo, hemos usado varias. , Kahoot, es una de ellas, es la más común, el tablero interactivo. Está Ay, espérate que ahorita se me olvidaron y hemos usado varias. Hay una que es como una especie de evaluación y que tú vas respondiendo a medida que vayas respondiendo bien, él te va dando como las felicitaciones que no ¿Cómo se llama esa aplicación? El mismo Teams. , bueno, es que ahorita se me escapan. Es que si me hubiera dado tiempo de pronto me hubiera puesto a anotar, pero me cogiste así en la mansalva y yo no me acuerdo, no me acuerdo. Hay varias, hay varias. Bueno. De la caja es de la que más me acuerdo.

Ahora vamos a pasar al eje de competencias específicas en el área de mercado y publicidad. Obviamente, tu experticia está más hacia el mercadeo, porque, va a depender de qué imparte el docente. **¿Qué competencias técnicas consideras que son esenciales para impartir mercadeo en tu contexto?**

—Que el docente tenga por lo menos una preparación en mercadeo y o publicidad o áreas afines. Porque así va a entender cómo funciona el programa, cómo está estructurado en los ciclos propedéuticos y por qué del contenido, que se encuentra en cada uno de los ciclos. , algo que es importante entender es que aquí no solamente es mercado de publicidad, también se ve comunicación, se ve diseño, se ve investigación. Entonces, son muchas materias, también hay materias transversales como matemáticas, estadística, que si bien las provee en otras áreas, es importante que el docente también entienda cómo poder engranar, por ejemplo, yo mercadeo como en grano con comunicación o como en grano con publicidad, y algo que yo les digo a los chicos es,

miren, ustedes cuando vayan a entrar en publicidad, ustedes van a ver sobre marca, van a escuchar algo sobre branding.

Cuando ustedes vayan a ver cosas para mercadeo, que, si bien es cierto que vamos a tocar algo sobre precio, es importante que ustedes determinen cómo determinar el precio de venta o cómo determinar el costo del precio de producción, ¿para qué? Para que ellos vayan también haciendo una asociación y no solamente sea la materia mercadeo que me la dan aparte y después voy a ver otra que no tiene relación. Yo trato, yo, no sé si los demás lo hacen, pero yo trato como de articular mi asignatura con las de la malla.

¿Cómo integras todas?, ambas sabemos que el mercado de la publicidad todo el tiempo está fluyendo tendencias, aquí nos pega mucho el tema de tendencias, **¿cierto?** de lo que hacen otros y cómo lo podemos extrapolar acá. En ese mismo sentido, entonces, tú **¿cómo integras esas tendencias que van surgiendo año a año a tus clases?**

—Mira que eso ha sido interesante. Por ejemplo, Sandra Rache, ella utiliza muchas herramientas tecnológicas y por ella es que yo he implementado varias de ellas. , porque yo soy más práctica en clase. Sandra le gusta aplicar mucho en aplicaciones, que siento que es como la fortaleza que necesito fortalecer. Ella la tiene, yo la estoy aprendiendo a fortalecer. Entonces, ese tipo de cosas ayudan a fortalecer el perfil del docente y también a mejorar el ejercicio en clase. , otra cosa que sé que hemos visto que ha generado mayor impacto es el tema aula invertida.

Eh, el tema de empresario en el aula. , ¿por qué?

—Porque es traer a un empresario real, no es a un amigo, ni tú que eres docente hazte pasar, no, es un empresario real que dice, "Venga, yo tengo esta necesidad de ustedes con qué salen". Y al final dicen, "Oiga, me interesa el ejercicio, hay varias cositas que puedo tomar de todos, pero más me llamó la atención esto y eso ha sido como para nosotros un tema de las licitaciones en las empresas. Estamos licitando y van a escoger la mejor propuesta y la mejor saca cinco. Entonces, ese tema de poder prepararnos, nosotros para para saber el empresario quién escoge donde no interviene el docente, porque es que el docente no tiene voz ni voto, es realmente la necesidad que tiene el empresario y eso creo que ha que ha funcionado, dentro de la misma, del mismo programa. Otras cosas que hemos visto que hemos integrado el tema del Covid que lo han hecho otros programas, nosotros empezamos el semestre pasado y nos fue muy bien.

Vamos a seguir con ese mismo ejercicio porque creemos que hay que sacarle el provecho y más que, en este caso, el programa, soy la única que está preparada. Entonces, es un poco desgastante cuando se tiene una sola persona, sería chévere para poder turnar y no que sea solo una persona la que haga este tipo de ejercicios, pero siento que es enriquecedor, es enriquecedor todo ese tipo de cosas que sé que se ven que suceden afuera. El llevarlos a las empresas a que vean cómo funciona también es permitir que el estudiante explore en el vivencialmente lo que pasa. Entonces, creo que hay muchas cosas que se pueden aplicar, que podemos hacer más prácticas, que posible mucho muchos dirán "Ay, no, pero es que ellos ya no le están dando teoría", es que, si estamos llevando de la teoría del concepto a la práctica, creo que esto va a ser más más gratificante para el estudiante.

¿Cómo desarrollas habilidades analíticas? Desde la parte del análisis, **¿cómo desarrollas en tus estudiantes esa habilidad de análisis?**

—Con estudios de caso. , los estudios de caso nos permiten a nosotros poder entregar una problemática y que ellos empiecen a generar la posible solución y entre todos hacemos la solución. O también el tema de analítica con el tema de traer un empresario, tengo esta este problema, ustedes cómo me ayudarían a solucionarlo. Entonces, creo que esas alternativas han sido interesantes y se han aplicado también dentro de dentro de la academia.

Y específicamente para para tu área de mercadeo, **¿utilizas alguna herramienta digital específica?** No estoy hablando de cajón ni nada, sino una herramienta en marketing que te permita , no sé, ayudarte a preparar las clases o que el estudiante pueda hacer algún tipo de práctica

—Pues mira en alguna herramienta digital. Nosotros yo me apoyo mucho en chat GPT, en Gemini, en Copilot. Ahoritica, de hecho, bueno, en Canva no mucho, pero siento que Canva también puede apoyar en temas de presencia presentaciones. , está también Lucía que es una aplicación que permite generar imágenes. , y que mira que para un curso que yo dicté para una fundación afuera por medio del programa para personas con discapacidad ellos estaban fascinados y Lucía, ellos me decían, "Esto porque nunca nos lo enseñaron". Porque con esto podemos nosotros, ellos decían, "Podemos hacer un brochure sin tener que contratar a un diseñador porque no tenemos plata para eso, diseñar un logo, con una extracción muy sencilla.

Entonces, siento que, mira que no solo la permea en los estudiantes, sino también en los microempresarios, en las personas hasta ahora, en los emprendedores, en los que hasta ahora también quieren formar empresa. Entonces, hay muchas herramientas. ¿Tú vieras la cantidad que nos dieron en este curso? Que voy a ver si le puedo sacar el provecho. Está es que es que en serio, me cogiste corta Jenicita. Porque hay muchas está, Ay, claro. Está Napkin que sirve para generar mapas conceptuales, que cuando yo la vi, yo dije, "Wow, de verdad que inteligencia artificial es un apoyo para el docente, no un reemplazo. Exactamente, así es, tienes toda la razón"

Ahora vamos a hablar entonces, de la relación con el entorno profesional, bueno, tú prácticamente ya me has contestado esto de cómo incorporas experiencias profesionales reales a tus clases, que bien me lo decías, que trayendo todo aquello que hiciste trayendo los empresarios y con tu experiencia en el sector productivo real hacia el aula, **¿cierto?** Ok y lo mismo, tus actividades extracurriculares están es asociadas a eso, a que tú traes expertos para que puedan compartir, socializar, generar ideas en los estudiantes, hacer los partícipes a través de concursos, en fin, donde ellos, se sientan motivados.

—De hecho, mira que un ejercicio que hicimos la semana antepasada fue traer a una empresa psicología del consumidor. Ellos manejan, ellos hacen todo el análisis de consumidor en las organizaciones y él nos trajo una pantalla para medir sentimientos. Nos trajo la diadema para mirar las percepciones sobre algún producto o alguna cosa. Nos trajo las gafas, nos trajo algunas herramientas que desde psicología del consumidor se utiliza y que ellos puedan vivenciar y experimentar, lo que está en el libro de Jürgen de véndele a la mente y cómo se puede ver en un aparato real de cómo se hace la medición y por qué hacen el testeo y si traen una marca, si ponen una canción, es traerlo a la realidad y no que solamente se quede en un libro o en el cuento de Yara. Esto es también de que una empresa que se dedica a hacer eso les cuenta cómo es que yo, él viene realizando ese tipo de ejercicios. Entonces, eso creo que ha sido enriquecedor. Sí, bastante.

Realmente en todo lo que me has dicho, ese relacionamiento con el entorno profesional lo has hecho toda tu mente. Y sumado a eso, entonces, tú, **¿cómo fomenta el desarrollo de redes profesionales en tus estudiantes?**

—Eh, con el tema del coaching. Mira que con el coaching, aunque también de hecho me pasó con los del grupo A y el grupo B, ellos me decían, "Ay, profe, vamos a tener clase con del B, ay, no, esa gente no me da buenas vibras. Y yo les decía, "Chicos, ustedes porque generalizan, ustedes no conocen muchas veces el contexto y a veces por una imagen empiezan a estigmatizar a una persona". Ustedes no saben si tiene algún tipo de discapacidad, si tiene algún problema emocional, familiar y ustedes ya están haciéndole el feo a una persona. Y eso siento que yo lo he aprendido es gracias al trayecto que he venido teniendo con ese tipo de organizaciones que, si a nosotros nos llegaba alguien con el pelo largo y nos hablaba de hola, ¿cómo estás?, uno decía, "Juepucha, este niño que le va a dar algún ataque".

Pero si nosotros ya entendemos que es una persona que sufre de pánico, que tiene problemas en su casa, vamos a ser más asertivos en la comunicación con él. Entonces, ese tipo de ejercicios hay que empezar. Siento que es importante hacerlo en todo en todos los estudiantes, no solamente en los de primero. Porque cuando llegan a noveno, a veces hasta ellos mismos se tratan mal, la forma en cómo se relacionan que yo digo, "miércoles", esta no es, esto no es el ejercicio para tratarnos así. Y cuando te decía que la red de estudiantes es con el COD, ellos mismos generan grupos en WhatsApp y empiezan a compartir información y empiezan a recibir la asesoría y hoy, por ejemplo, con el grupo del semestre pasado, varios quedaron con el contacto y se charlan y se saludan y se mandan mensajes, entonces, digo, "Bueno, no fue permanente con todos". Pero los que quedaron con un contacto importante en Perú que cuando quieran ir de pronto dicen, "Venga, oiga, estoy aquí en Perú, veámonos". Y uno dice, "Ay, sí, llegaron de Colombia". O venga, están aquí en Colombia. Oiga, sí, que echaron un estudiante de Perú.

Entonces, siento que eso también es importante para generar esas redes profesionales en los estudiantes. Y con nosotros desde el programa, nosotros participamos, hicimos parte de la creación de la Red Latinoamericana de Investigadores, que se llama, WANA, que hasta ahora estamos fortaleciendo la red. Si bien es cierto, ellos ya llevan tres años, nosotros vamos a cumplir apenas dos con ellos. He aquí un escenario perfecto para poder darle visibilidad, no solo al programa, sino también a la universidad.

Y de esa manera, me imagino que también, mantienes esa colaboración con otros profesionales, es decir, no solo la colaboración que me has dicho que de pronto, bueno, en este caso, es más con Sandrita, pero y con algunos docentes del programa con unos más, con otros menos, porque eso puede pasar, no con todos, pero asimismo, **¿también lo estás haciendo allá?**

—Sí, sí, de hecho, con los de Perú empezamos con una conversación, ellos les gustó mucho el ejercicio que hicimos y ellos fueron los que nos propusieron seguir haciéndolo. Entonces, yo dije, "Bien, ya tenemos un ejercicio de colaboración". Estamos haciendo otro donde Santa Rita consiguió el contacto con la Fundación Unir de La Rioja, y el de la red latinoamericana, que es un espacio donde participan muchas, bueno, como once instituciones, entre colombianas, creo que hay una española y una de México. Entonces, uno dice, "Wow, ese tipo de ejercicio realmente es importante", porque permite visibilizar La red, las instituciones que hacen parte y, las personas, porque sin las personas la red no funciona.

Y de este apartado la última pregunta sería, **¿qué estás haciendo hoy para mantenerte actualizada en conocimientos?**

—Lectura, participación en cursos, estar mirando qué pasa en el entorno académico, porque nosotros sabemos que la academia es muy pequeña, ¿no? nosotros nos movemos y nos encontramos con gente que puede estarnos diciendo, "Oigan, miren qué es tendencia esto". A mí me gusta seguir, por ejemplo, mucho la red social de LinkedIn y reviso como las nuevas ideas que están en actualización', que nosotros sí o sí, tenemos que entrar en el tema de la idea.

De hecho, hubo una que, espérate te muestro rápidamente. Si bien es cierto, Yo te conté que yo uso mucho ChatGPT porque siento que es una de las primeras ideas que yo entendí, cómo funcionan. Pero también entendí que hay muchas más y que eso ha permitido que facilitar el trabajo en un montón de cosas, ¿sí? Entonces, mira, aquí hay una donde dice que ChatGPT, como tu asistente pedagógico está Gemini que piensa en contexto, está Ideogram, es para crear imágenes educativas, el Google Notebook LM, que es un tema enfocado a la investigación, el Napkin para conectar ideas y potenciar la creatividad, y esto apenas son algunas de las inteligencias que hay en el mercado, hay otro montón. El Free Pick, que si bien es cierto en una institución, se maneja para las imágenes ya tiene asistencia de inteligencia artificial, ya genera imágenes, ya hace videos.

Entonces, yo digo, "Wow, esto de verdad está generando un asistente para todo y para todos en investigación, en la academia, en el tema de creación de imágenes, en creación de videos, hasta para ¿Cómo se llama el este programa que utilizan los publicistas? El Adobe la suite de Adobe, ya tiene instalada la inteligencia artificial. Entonces, siento que todas estas herramientas que se van incorporando a través de la IA nos va a permitir, a nosotros de alguna manera, si nosotros la seguimos explorando y como digo vulgarmente cacharreando, que realmente el cacharrear es explorar la herramienta para conocerla mejor, vamos a mejorar nuestras fortalezas y nuestras competencias, no solamente en lo profesional, en lo laboral, en lo educativo, sino en cualquier ámbito.

Y por último, vamos a ir a un tema un poco más institucional, pero, obviamente está alineado a tu labor con como docente, ¿sí? Y vamos a hablar un poquito de esa alineación del proyecto educativo del PEI y ese desarrollo institucional. Entonces, **¿qué valores hoy en día institucionales que tiene la universidad estás promoviendo de una u otra manera cuando impartes tus clases, cuando enseñas?**

—¿Qué valores? Uy, el respeto. Yo creo que el respeto es uno de los principales. Porque si tú no respetas a ti no te van a respetar nunca. , otro, bueno, uno de los valores que no sé si son valores esos les llamarían, bueno, el tema de la excelencia. Nosotros debemos hacer las cosas bien y mejor. Porque son los profesionales que estamos formando para el mercado. Y lo que ellos sean afuera, es el proyecto que nosotros estamos proyectando, valga la redundancia, a través de esos estudiantes.

El tema de la pasión por el logro. Siento que nosotros, yo les digo a ellos que yo me apasiono tanto por las cosas que hablo más que un perdido cuando aparece. ¿Por qué? Porque es que es poderles transmitir todo lo que tengo. Y a veces una sola clase no da para eso. Entonces, me dicen, "Profe, entonces", cuando ellos empiezan a ponerse la chaqueta digo, "Ay, chicos, ya me están diciendo que estoy hablando más que un perdido. Ok, listo, ya entendí". Pero ¿por qué? Porque siento que esto me apasiona. Si esto no me apasionara, mi Jenny, yo creo que no estaría acá. Total. Yo no estaría acá, estaría en otro lado haciendo no sé. Pero creo que si decidí ser docente por esa pasión y por esa gratitud y retribución a lo que la sociedad, a lo que la institución, a lo que mi alma mater también dio por mí. El tema de la inclusión. Siento que nosotros debemos hablar de temas inclusivos.

Eh, tenemos la fortuna con Sandra, con gente con docentes de la escuela, con Vanessa, con Luis Fernando, con Tatiana Bueno, con Faizully, estamos en el proyecto de investigación y estamos trabajando en un estudio de caso que se llama Pacto de Productividad, porque ellos no son rentables para los socios. Entonces, no son autosostenibles, entonces, nosotros, yo decidí, yo les dije a ellos, "Vengan, empecemos a mirar qué está haciendo mal, Pacto, porque Pacto es un modelo que empezó por cinco años". Lleva quince en el mercado. Imagínate, quince. Y eso decía Luis Fernando, si llevan quince es porque algo están haciendo bien. Lo que pasa es que los socios ya no quieren invertir en algo que ya se sigue haciendo y que para ellos no les está generando rentabilidad.

Entonces, y pacto de productividad, ¿qué es?

—Es un programa de inclusión laboral para personas con discapacidad, es para poderlos ubicar laboralmente. Cualquier tipo de discapacidad. , el tema de la inclusión. El tema del voluntariado también nos permite generar el tema inclusión, de saber por qué gente pobre va y recoge la comida en los contenedores de Corabastos, qué hace el banco de alimentos para que esa comida que ellos tienen llegue a manos de personas que más lo necesitan. , el tema de la innovación. Siento que si bien es cierto la innovación no es solamente la inteligencia artificial, sino también lo que tú haces diferente en tus clases es lo que sé que los estudiantes te van a recordar. Y yo sé que van a decir, "Ya haré su pelotica, la pelotica del conocimiento con el tingo, tingo, tango". Pero sé que se van a dar por mí porque yo los hice hablar. ¿Cómo? Usando esa estrategia que bien o mal funciona y el tema de servicio.

Yo creo que nosotros todos nacimos para servir y servir a una comunidad como lo es la educación. Entonces, creo que el servicio es uno de los mejores. ¿Cómo se podría decir eso? Valores que tiene la institución. Porque, si bien es cierto, el servicio es intangible, no se puede valorar porque también es perceptible, es dependiendo de lo que la gente le quiera dar valor a eso, pero siento que nosotros estamos aportando un granito de arena a ese servicio.

¿Cómo participas en la mejora continua del programa del programa de mercado de publicidad?

—Bueno, tengo la fortuna de ser la coordinadora, entonces creo que la participación es activa, sí o sí. Entonces, estamos en los planes de mejoramiento, estamos en actividades de socialización, en donde se están mirando los cambios que tiene la institución y cómo podemos permear nosotros desde el programa, participación en diferentes actividades ajenas al programa, pero que permean al programa. Entonces, creo que la participación de nosotros dentro del mismo mes,

¿Qué iniciativas y, creo que ya también me las has mencionado en medio de la conversación, has propuesto para el desarrollo del programa o algo que haya quedado por ahí suelto que no que no lo hayas mencionado entre Ah, mira que estoy intentando convencer a Caro de que me deje retomar el programa, ya sea "le tengo el tema"? Pero entiendo también que lo que me justifica Caro, me dice Ya ahora, ¿a qué horas? Porque estamos en la renovación de Registro Calificado, estamos en la visita de París, para la para la renovación de virtual porque pasamos derecho a la cita. Esa es una noticia.

Entonces, ella me dice, "Listo, yo sé que usted quiere hacer muchas cosas, pero a qué horas". Entonces, como lo único que me ha dejado en standby porque siento que a través de la radio local universitaria también se puede visibilizar el programa, la institución los proyectos, los proyectos de investigación, los mismos estudiantes, los profesores, poder vincular a todos los actores que

intervienen entre la institución, pero que siento que ahí me ha faltado más poder de convencimiento para que me digan que sí.

Porque propuestas y mira, que eso sí eso sí se lo valora, Carito. El tema de que me dejara hacer el call, el que me dejé hacer las visitas empresariales a las empresas que yo quiero, que podamos hacer, que podamos retomar el tema de charlas con tu programa porque lo habíamos dejado caer. Volvimos otra vez con charlas con tu programa este semestre. Vamos a empezar, con dos, esperamos a ver cómo nos va. Pero creo que hay muchas cosas, hay muchas cosas, sé que hay otras, otro montón de cosas que nos van a ir llegando. Pero vuelvo y repito, si a mí esto no me gustara, yo no estaría aquí. Sí, total, no lo dudo. No, no lo dudo.

¿Cómo haces para evaluar esa efectividad de tus estrategias como docente?

—Como dices, yo me siento y me evaluó, a ver si voy bien, si no voy bien, ¿qué haces? Para hablar. Mira que yo a veces me doy mucho palo. Ya mejorada, ya he mejorado porque cuando hacía lo de Shark Tank porque yo empecé haciendo Shark Tank, llevo como tres años de los cuatro que llevo aquí. Al comienzo me daba muy duro, yo decía, "No, ¿por qué ese chino no hizo esto?". yo me involucraba tanto porque yo decía, "Yo también me contaminaba en el buen sentido de la palabra", porque yo conocía el proceso de los chicos, todo le dije que ellos se habían hecho, mientras que el jurado en cinco minutos o quince, no era suficiente para valorar todo el trabajo que ellos venían haciendo. Pero algo que he entendido e interiorizado es que ese trabajo es de ellos.

Si bien es cierto, yo lo guío, pero depende de ellos el que lo defiendan, en el buen sentido de la palabra, no que se pongan a pelear con el jurado, para que el jurado realmente sienta que lo que ellos están ofreciendo vale la pena y si no vale la pena, vale la pena para otro mercado, pero que ellos digan, "Yo no soy su cliente, pero la lástima porque si yo fuera su cliente se lo compraría". Ya con eso yo digo, hicieron bien el ejercicio. Entonces, creo que el dejar de darme tanto palo para poder validar que lo que estoy proponiendo está bien hecho.

¿Y cómo también lo valido cuando mis compañeros a los que invito me dicen, "Oiga, ¿qué ejercicio tan chévere?". El semestre pasado lo hicimos y Julián, el director de Logística, le contó al decano dijo que ya hizo un ejercicio tan bacano, estoy por llevarlo hasta emprendimiento, poner y yo decía, "No, tampoco es apenas un primer ejercicio". No, ya es que es muy bacano, en serio. Están en primero y la forman como foguean, como presentan, como hacen, entonces, yo digo, "Bueno, eso quiere decir que estamos generando impacto y estamos haciendo las cosas bien". Por ese tipo de cosas es que sé que estoy haciendo algo bien. Ok. Súper. Y súper que lo tienes super claro. ¿Sí? Porque el contexto normal de los docentes es, no, oiga, yo nunca me he evaluado, yo no sé si estoy Yo hago ahí, pero no sé si hago bien, no hago mal o qué lo que sé. No, pero mira que eso es importante.

Si tú no evalúas lo que tú haces, eres una maquineta que se dedica a ser a ser y a ser, pero no a reevaluarte para cambiar de estrategia. Y eso me ha permitido poder mantener el Shark Tank, porque si fuera malo, yo ya lo habría cambiado, porque ya esa estrategia no sirve, no funciona. No funciona.

¿Cómo se alinea esa práctica docente que vienes desarrollando y en toda esta conversación? ¿Cómo sientes tú? o de pronto me dices, "No, definitivamente Jenny no está alineado o estoy desfasada, ¿pero

puede pasar?, ¿cómo alineas esa práctica que vienes haciendo con el PAI con el PEI que está establecido?

—No, yo creo que pasa es que, si tú le preguntas a los profesores que, si conocen el país, yo te digo, yo te aseguro que te van a decir que no. No, ay, no, creo que no estamos en línea. ¿Por qué? Porque es que nosotros hacemos ejercicios prácticos, metodologías activas, tenemos habla así, en el Proyecto Educativo Institucional nos da, nos están dando esa carta de navegación para que nosotros, como institución y como programas, porque también está el Proyecto Educativo de Programa y está el Proyecto Educativo de Facultad ¿Para qué? Para que partamos de esa sombrilla grande que es el Proyecto Educativo Institucional, se pasa al Proyecto Educativo de Facultad y luego al Proyecto Educativo de Programa para que esta sombrilla nos dé línea, para que desde el programa trabajemos.

¿Trabajemos en qué?

—En investigación, trabajemos en emprendimiento, trabajemos con la universidad, con los diferentes ejes estratégicos que tienen la institución, pero yo sé que si le preguntas varios posiblemente nos puede corchar. ¿Sí? ¿Por qué? Porque no tenemos claridad sobre qué es el Proyecto Educativo Institucional. Entonces, yo creo que estoy en línea. Me falta sí, me puede faltar algunas cosas porque he hecho algunas cosas, he hecho unos aportes significativos, sí. Pero que cumpla con todo, no.

¿Y qué te hace pensar que la mayoría del cuerpo docente actual? El que está como tal, los profesores todos que están en el programa presencial, modalidad presencial. ¿No están alineados ni al PEI institucional ni a la ni al de facultad de programa?

—Yo te aseguro que si tú les preguntas. Yo creo que si tú les preguntas ellos van a decir, "O no me acuerdo o no lo conozco. Yo te digo que yo lo conozco Yo digo que lo conozco por lo que te estaba diciendo, nosotros participamos en la renovación de programa, entonces, esos documentos los tenemos claros. Pero si tú le dices a un profesor que es de tiempo completo que viene y parte su clase, tiene sus funciones sustantivas y le hablas de algo tan específico como el PEI, van a decirte, "Uy, Jenny, no me acuerdo". ¿Qué te acuerdas? No me acuerdo. Posiblemente, me puedo estar equivocando y ojalá sea así. Y ojalá tú me digas, "Ya ahora estabas equivocada".

¿Y qué hace que sientas que no, que realmente no se está apropiando ese aspecto?

—No, que no se estén apropiando, sino que ellos no estén convencidos de que lo estén haciendo. Ok. Pregunta a ellos. Ay, tú, ¿sabes cuál es el Proyecto Educativo Institucional? ¿Cuál es el proyecto educativo de facultad? ¿Cuál es el proyecto educativo de programa? o no, yo lo leí hace mucho tiempo y no me acuerdo.

¿Qué apoyo institucional, ya como institución, como universidad? ¿Qué apoyo has recibido para tu desarrollo profesional? Si has recibido algo de apoyo para desarrollarte profesionalmente o no has recibido nada o solo recibí una vez., apoyo profesional el tema del escalafón.

—Creo que el tema del escalafón se ha recibido porque tiene un incentivo tanto económico como como de categoría, que para mí realmente me parece importante, es una forma también de que tú trabajes por eso, porque si no entonces, para que eres docente, si no solo vienes imparte su clase hasta luego, si es lo único que me interesa. Pero la verdad es que la institución ha hecho un esfuerzo

significativo por capacitar a sus docentes, lo que pasa es que sabes que siento que, a veces nosotros, como docentes no entendemos, no agradecemos eso, ¿por qué? Porque es que hay veces muchas cosas están al mismo tiempo. Entonces, que la clase, que el curso, que la capacitación, que talento humano, que esto, que lo otro, entonces, no vemos ese valor agregado que nos está dando la institución, sino como una obligación. Pero, para mí, es algo gratificante porque muy pocas. Mira, yo estaba en otras universidades donde, te soy sincera, a mí nunca, con temor a equivocarme, nunca me dieron un curso de capacitación.

Ya hace poco salí de una donde eso sí me decían, "Haz este curso, te vale tanto. , ¿quieres aprender lengua de señas, te vale tanto. Haz el curso de inglés, te vale tanto. , ¿quieres aprender metodologías activas, vale tanto". Pero siempre enfocado al valor de que si usted quiere aprender pague, mientras que aquí en la institución no lo están dando gratis y nosotros a veces no valoramos eso.

¿Y faltaría algo más que te diera la institución o que te dieras tú misma?

—Porque no siempre depende de la institución, ¿no? Entonces, puede ser que me falta que me dé la institución para mi práctica docente o que me falta a mí también dar y que no necesariamente me lo dé la institución. No sé, mira que esa pregunta me parece compleja, ¿sabes? Me pones a pensar. Porque la institución sé que ha dado mucho el tema de los incentivos, el tema de que tú puedas ir a piscina a gimnasio. La gente no lo aprovecha, yo de verdad hablo por todos porque yo me pongo en el papel de otros, yo lo estaba aprovechando porque a mí sí me gusta ir a nadar. Aprovecho los cursos. No soy de las que pone aquí la grabación a o el curso y aquí sigo trabajando porque siento que es un valor, de verdad, la universidad está destinando o el programa está destinando una plata importante para que tú te capacites.

Mira, el tema de los reconocimientos, eso que hace Caro, no sé si lo hacen los demás programas, no sé si ella no lo hace a nivel institucional, pero lo hace ella como directora del programa y vincula al decano, donde hace reconocimientos por mejor docente en currículum, mejor docente en la investigación. Y eso hace que tú te sientas importante para el programa. ¿Por qué? Porque te están reconociendo. ¿Cómo es la forma de que yo retribuyo haciendo todo lo que hago? Y lo hago y creo que lo hago bien, porque te digo que mi forma de medirme que estoy haciendo las cosas bien o mal es eso. Oiga, usted hizo una cosa muy bacana, podemos replicarla. Oiga, digámosle hasta el profe que también lo haga. Entonces, siento que esa es como la compensación también y porque lo hago, porque vuelvo y te repito, porque me gusta.

Yo creo que hay muchas cosas que nos da también la institución, por ejemplo, el curso de inglés. No lo tengo que pagar. Y al final me van a hacer un certificado. Que a veces uno dice, "Ay, por Dios, se me cruza con más reuniones". Ahora que ayer, por ejemplo, no puedo asistir, pero son cosas que yo digo miércoles. De verdad depende de mí poder aprovechar todo eso que nos da la institución. Sea en términos monetarios, sea en términos de bienestar, sea en términos de conocimiento, sea lo que sea. La universidad de verdad que está haciendo un ejercicio significativo, pienso yo, para mejorar la calidad docente.

¿Qué faltaría? De pronto, ¿sabes qué?

—Hablándolo como coordinación y no sé si eso aplique acá. Pero hay coordinadores que tienen rol de docentes y hay docentes que tienen rol de coordinadores. ¿O son o no son? Porque eso ha sido la

eterna pelea. Digo yo pelea porque eso ha llegado, eso hubo por allá un tema y decían, es que a nosotros nos pagan como coordinadores, pero somos docentes. Pero nos pagan como docentes, pero somos coordinadores. Es como que no hay una diferenciación, hay una desigualdad salarial que también desmotiva, desmotiva a quienes a quienes no han aprovechado todo lo que la universidad da. Sí, es importante, ¿no? Eso y se nota mucho, es super visible ese tema. Y se nota el malestar de la gente. Mira, yo soy de las que les digo, "Oigan, está el escalafón docente, pero a qué me voy a presentar si a mí no y yo, "Venga, usted ha hecho investigación". No, porque no me gusta y yo, bueno. Me gusta de hecho curriculum. No, ¿por qué? Porque tengo un docente que lo hace.

Entonces, yo digo, "Ve, ¿por qué no es escalafón?" Y mira que a veces se percibe que es un tema de la institución, es un tema del área de desarrollo profesional, Que no está haciendo nada por profesionalizar a sus docentes, por venga los capacito en esto, está saliendo esto, venga, vengan, tengan más herramientas con que ha de mejorar su práctica docente. Eso es lo que se percibe es que la universidad no está dando las herramientas y aquí el tema es como que el docente no está aprovechando, Y siempre pone de excusa, no hay tiempo, porque aquí la palabra no hay tiempo lidera todos los espacios ya ahorita. No hay tiempo. A mí me dice Carolina, "Ya ahora ¿a qué horas?" Le digo, "La saco". Así ya ¿Cómo decía ¿Qué hace usted de 8 a 3 de la mañana?

Pues sacarle tiempo a lo que no alcanza en el resto, pero si yo quiero hacerlo lo hago. Sí, total. Total, así es, así es. Ok. Y mira y mira que hay cosas que nos llega mucha información y no la leemos. Yo sí, yo soy de las que leen hasta las noticias de que envían desde comunicación porque yo voy a ir de algo importante. Como el tema de los cumpleaños, para felicitar a las personas que están de cumpleaños que uno conoce, eso tan sencillo. Yo digo, "Juepucha, yo, por ejemplo, me enteré que Eva tuvo cumpleaños y no la llamé". Cosas tan sencillas como eso, es decir, hombre, para eso está la información y el correo institucional, es una forma de podernos comunicar".

Yo te agradezco el tiempo realmente es que sé que el tiempo es oro, pero bueno, lo que tenía que preguntarte ya está resuelto.

—Bien, yo te agradezco enormemente como siempre porque tú siempre he contado con ese apoyo tuyo en este en este proceso [SIC].

Entrevista 2.

Docente de género femenino, Universidad UCompensar, programa Mercadeo y Publicidad (entrevistada el 28 de febrero del 2025).

Estos ejes temáticos, entonces, el primero que vamos a trabajar y que, unos son un poco más grandes, otros son más pequeñitos, dependiendo de lo que vayamos conversando, si yo veo que ya me contestaste a otra pregunta, no te la voy a hacer porque si veo que ya está, para qué. Entonces, el primer eje que vamos a abordar es el la experiencia y el desarrollo profesional tuyo. ¿Sí? La primera pregunta entonces es **¿Cómo describes tu trayectoria profesional y académica en el campo del mercado de hoy la publicidad?**

—Bueno, aquí en el tema de la trayectoria, debo decirte que yo estoy en el rol docente hace, estamos 2025, hace once años. Y yo entré en mi rol docente no, ¿cómo es que cómo suele decir uno? Por cosas de la vida. Por cosas de la vida, yo no me preparé para ser docente o no estudié para ser docente, por decirlo así. Pues yo soy de profesión administradora de negocios con énfasis en Negocios Internacionales. Y tú dirás, "Uy, pero estás en el área de mercado y publicidad". Son dos profesiones diferentes, pero tienen a así su parte que lo enlaza ¿cierto? Entonces, mi rol en el programa de Mercado y Publicidad, mi experiencia la baso en lo que trabajé desde la parte laboral. Y todo lo que traigo allí en la parte laboral, lo traigo aquí al programa académico Mercado y Publicidad.

Digamos que esa es la experiencia que uno no trae aquí y considero que es como la más fructífera con los chicos, porque no está basada en la teoría, en lo que dicen los libros, en lo que dijeron otros autores, sino de las vivencias que uno tiene en su día a día y creo que eso es mucho más enriquecedor para los chicos. Contarles cómo es en ese ámbito y en ese sector real, ¿sí? Entonces, la experiencia como tal, a su vez, también me lleva a mí a generar aprendizajes nuevos, porque, en el día a día también hay avances, hay tendencias, hay nuevos ideales, los chicos también vienen con cosas, trabajan en contextos diferentes, trata te traen a ti casos también de la vida real, estoy haciendo esto, he escuchado que estoy haciendo esto y te lleva a pensar también en actualizarte.

Dice, "Ok, yo en mi momento hice esto, hacía esto, pero con la tecnología e incluso con todo este tema que ahorita está en el boom de las guías, uno tiene que entrar también a actualizarse para dar a conocer todos esos conocimientos que tú obtuviste en la práctica y acoplarlos a lo que se está vivenciando el día de hoy. Entonces, es un ejercicio como de parte y parte en el desarrollo como como profesional en mi carrera, como profesional en lo que hice en mi labor, en mi área laboral antes de ser docente y con lo que uno que está con los chicos, que amerita seguirse actualizando, para orientarlos a ellos también porque nosotros no somos poseedores del saber, ¿cierto? Entonces, no sé si respondo tu pregunta.

Ok, listo, Sandrita. **¿Cómo te mantienes actual, ¿cómo mantienes actualizado tu conocimiento?**

—Como dices tú, Sandra se mantiene actualizada en sus conocimientos, en esa diversidad que tienes, ¿no? Tanto en lo de mercadeo, en lo de publicidad como en lo que tienes de administración. Bueno, como persona me gusta y llevo mucho en mí capacitarme, a mí me gusta capacitarme

muchísimo, a veces me hace falta es tiempo, ¿sí? suelo inscribirme muchísimo a cursos de Cámara de Comercio, estando acá en la universidad también aprovecho los cursos que le solicitamos a los chicos a través de las certificaciones internacionales de la Fundación Telefónica, capacitaciones que nos hacen externas y nos dicen, "Mira, hay este curso, hay esta, hay esto". En la medida que yo pueda, a veces digo, "Uy, quiero hacerlo, pero no me da el tiempo". Entonces, es estar en constante capacitación con lo que hay actual, y a través de las diferentes plataformas, cursos que existan sobre todo.

Entonces, me gusta explorar herramientas tecnológicas también. Me gusta mucho el tema de la gamificación. Entonces, le cacharreo por allí, qué puedo para innovar con mis chicos en las clases y no sé y no ser la clase catedrática magistral allí, de tablero, borrador, sino poder implementar otras estrategias. Entonces, busco la forma a través de internet y todas las opciones de capacitación que existan y que me dé el tiempo, allí estoy estudiando.

¿Cómo equilibras tu desarrollo profesional en la industria?, hablo precisamente en la industria de esa área de mercadeo de publicidad, de todo lo que tú tienes en conocimientos, entonces, **¿cómo equilibras tu desarrollo profesional en tu con tu labor docente? ¿Cómo lo equilibrio?**

—Pues poniendo o dando a conocer las experiencias, dando a conocer lo que sé, dando a conocer ese conocimiento que adquiero a través de esas otras capacitaciones de los cursos que hago, entonces, como los transfiero, lo transmito, los comparto, invito a los estudiantes, mire, hay esto, si tienen el tiempo, el espacio, hagan lo que eso sí repara y todo lo que uno aprende, eso es lo que nunca se lleva, le digo yo a los chicos. Esto es lo único que uno se lleva, es todo lo que uno aprende. Entonces, es apropiarme de ello, compartirlo, darlo a conocer, invitar a otros a que también se empoderen de esos conocimientos que existen y que los pongan en práctica.

Listo, Sandrita. **¿Qué te motivó a dedicarte a la docencia?**

—Cuando esa persona me dijo, "Hay una vacante para ser docente, yo ni hice mi docencia en el Sena". Ok. Y yo trabajaba en una empresa privada, yo decía, "Yo como docente". ¿Será que yo sí puedo ser docente?" Me quedó, así como soy una persona de retos y yo dije, "Bueno, de chiquita cuando le preguntaban a uno que quiere ser cuando grande, yo decía, —Quiero ser docente". Pero nunca me preparé para ser docente". Entonces, yo dije, "Pues, si me estás proponiendo es porque seguramente tú ves capacidades en mí y bueno, yo me le mido a este reto a ver cómo me va, me dio temor porque, es estar frente a otras personas, ¿cierto? Que confían en ti y que te dicen que se supone que tú sabes y vas a darles a conocer a esas personas lo que ellos esperan, ¿cierto? Que van por un aprendizaje. Entonces, de manera inicial me dio miedo y más cuando decidí aceptar y me entregaron ese primer grupo y eran personas de la noche, y eran personas bastante grandecitas, adultas y yo decía, "Oh, por Dios", "Oh, por Dios, ¿en qué me he metido?".

Pero siento que cuando uno quiere hacer las cosas le mete la ficha, entonces, nada, busqué herramientas, metodologías, también me preparé para ya como aspecto adicional dije, "Bueno, listo, no estudié para ser docente, pero no lo considero difícil, tengo todas las ganas y demás". Y busqué de esas metodologías docentes para aplicar y, me fue super bien tan bien que ya llevo once años. Ok, en este rol, entonces, es un tema que sé es bueno, son cosas que uno lleva y que de pronto no exploraba y lo hace porque le gusta, porque quiere con esa pasión y termina no, haciendo las cosas con ese amor.

Así es, así es. **¿Cuáles consideras con eso que me dices que son tus principales fortalezas como docente?**

—Hum, fortalezas como docente, la perseverancia, las ganas de aprender, las ganas de afrontarme a retos. Las ganas de decirle a los demás, "Es importante estudiar, te genera ventajas frente a quienes de pronto no los no quieren o no pueden", el sector afuera laboral es difícil y el estudio es necesario. Entonces, ser perseverante, uy, ser perfeccionista. Yo lo veo como una fortaleza porque digo, quiero hacer las cosas bien, lo mejor posible que esté a mi alcance. Creo que esas son la disciplina, la organización.

¿Qué tipo de formación pedagógica? se habla de pedagogía, ¿eh? Un tema ya solo de pedagogía. **¿Qué tipo de formación pedagógica tú has recibido para tu labor docente?,**

—Sí, recibimos capacitaciones, ya estando en el contexto, el mismo entorno educativo te lleva a que también refuerces con capacitaciones en términos de pedagogía. En el Sena sobre todo, allí año a año nos llevan a generar certificaciones de normas por competencias y en términos de pedagogía. Entonces, Ok. no sé si con a eso haces referencia.

Sí, sí, exactamente. **¿Has tenido más o las tuviste más en el Sena?**

—Sí. Temas pedagógicos, sí. Asesorías pedagógicas, acompañamiento pedagógico, metodologías pedagógicas.

¿Cómo ha evolucionado tu práctica docente desde que comenzaste a enseñar? Desde ese primer día que me cuentas que fue el de romper el hielo y demás. Desde ese día que iniciaste como docente a hoy, Alexandra qué es hoy como docente, **¿cómo ha sido esa evolución?**

—Bueno, ha sido gratificante, satisfactoria positiva porque año tras año en la medida que tú demuestras poder hacer este trabajo, te generaban la asignación de grupos más grandecitos. Entonces, parte Ok, de allí desde esa experiencia de escena, está la formación técnica, tecnológica, ¿cierto? Entonces, tú inicias con los técnicos, pasas a un tecnólogo aquí en la universidad, pregrado estar coordinando temas de especialización, entonces, uno dice, "Siento que he mostrado mis capacidades para poder estar en donde estoy en este momento y atravesando todos esos niveles educativos, donde requiere que si tú estás ahí es porque tienes para soportar y atender esa población con esos niveles educativos".

Entonces, ha sido creciente esa evolución, no me he estancado. Y en cada uno de los entornos en los que he estado allí en la universidad, he tenido aprendizajes diferentes. En algún momento en el Sena sentí que ya estaba como en un estado de conformidad, de que ya aquí no hay nada más que hacer, como que bueno, ¿y qué más? Y acá en la universidad he tenido oportunidad de hacer muchísimas cosas en diferentes en otros contextos, en investigación, en la virtualidad, en la coordinación, de estar docente, pasar a coordinación. He tenido temas de registros calificados, entonces, un mundo de aprendizajes que me dice, "Uy, eso hace que también me enriquezca y, siga creciendo en mi profesión".

Hablando de investigación, **¿qué papel juega la investigación en tu desarrollo como profesional?**

—Bueno, esto me lleva a sacar unos espacios para indagar en propuestas, en el contexto real y comenzar a evaluar cosas problemáticas y poder generar soluciones. Entonces, no quedan allí solamente en el papel, ¿sí? La investigación que estamos haciendo me ha llevado a involucrarme en

grupos de investigación, donde generamos esa propuesta de proyecto y desde un contexto por allá, no sé, del académico y demás que me dice, "Bueno, aquí supongamos que tal cosa, aquí es más a lo práctico, a lo real, no es solo dejarlo en el papel, es entrar en ese contexto de bueno, si vamos a analizar esta empresa, generemos contacto con la empresa, busquemos información con la empresa, busquemos de dónde es la problemática para poder dar solución. Entonces, es entrar a generar allí actividades en un contexto de verdad, de la realidad, no de supuestos. Y, eso le abre uno más la mente en el sentido de que hay cosas por hacer y hay cosas que uno puede hacer y puede aportar desde un proyecto de investigación a la sociedad.

Listo, Sandrita. Y para cerrar este eje, **¿qué competencias consideras que son fundamentales en el desarrollo de los profesores que están o que forman parte del programa de mercado de publicidad?** Independientemente, de los que están ahorita, los que tengan a futuro, sino **¿cuáles son esas competencias que debe tener un docente que imparta en mercado de publicidad?**, que tú digas, las competencias que debe tener un docente son estas y no pueden faltar de ninguna manera.

—Bueno, trabajo en equipo. Es el primero, creo que uno de los éxitos de lo que hacemos en el programa es lograr ese trabajo en equipo porque por sí solos no damos resultados. Entonces, tener esa disposición de trabajo en equipo de cumplimiento en los tiempos que se necesita, porque hay cosas que hacer en ciertos tiempos, entonces, cumplimiento, organización, también para que los resultados sean los mejores y, ya hay competencias específicas de las asignaturas que van a impartir, obviamente, que se logre identificar que tienen esas competencias para esas materias. En el programa por ser de mercado y publicidad, hay esas dos líneas y cuando se hace la contratación docente, una práctica que tiene la directora muy interesante es cómo lograr perfilarnos, por mercadeo, por publicidad y que no estemos como que aquí y allá, que si mi fuerte no es la publicidad, ¿qué voy a estar haciendo aquí con materias de publicidad. Entonces, tratamos de identificar esas competencias específicas en esas áreas y si el fuerte es la publicidad, entonces, que los profes estén en las materias de la línea de la publicidad, si el fuerte es desde el mercadeo, que estemos en la línea de mercadeo. Entonces, eso también permite que haya allí una interdisciplinariedad de docentes y compartamos saberes y garanticemos, la apropiación de conocimiento con los chicos.

¿Qué otras competencias?

—Bueno, el liderazgo también es importante que dentro de los dos, que en este grupo, se genere ese liderazgo dentro del grupo y cada uno con sus diferentes grupos de estudiantes que se muestre ese liderazgo.

Creo que ahí. Listo, perfecto. Ahora vamos para el temático dos que son las estrategias pedagógicas y metodológicas. Entonces, **¿qué estrategias utilizas para planificar tus clases presenciales?**

—Estrategias metodológicas. Bueno, la primera es plan de sesión. Genero un plan de sesión donde partiendo de la temática que tenemos en el syllabus, como ya sabemos que son nuestras dieciséis semanas allí, entonces, es hacer una distribución, de temáticas y un plan de sesión, para optimizar las dos horas que tengo con los chicos, porque son dos horas que se van así, entonces, suelo organizar planes de sesión. Temas metodológicos me dijiste ¿verdad?

Sí, **¿qué estrategias utilizas para planificar tus clases?**

—Ahí estaría como estrategia, el plan es de sesión y la organización.

Ok. Listo. ¿Qué estrategias empleas para manejar grupos diversos?

—Cuando tienes grupos diversos, me refiero a grupos, por ejemplo, son chicos de administración, sobre todo en las materias aquellas que son transversales, ¿no? Que de pronto, entonces, tenemos de administración, pero también tenemos de mercadeo, pero también podemos tener por allá algún estudiante también en de negocios, en fin y diversidad en cuanto a edades.

Puede ser que haya en grupos donde hay chicos de veinte, estando con compañeros casi de cuarenta ¿no? Donde la diferencia de edad marca, también fuerte en el manejo del grupo. Entonces, **¿qué estrategias tú empleas para manejar toda esa diversidad de grupos?**

—Bueno, esa diversidad la noto más en virtualidad. En virtualidad, suelo hacer un sondeo, una encuesta al inicio de la sesión donde suelo preguntarles ese tipo de cosas y hacer como una especie de caracterización y qué esperan y qué les gustaría que se hiciera en la asignatura. Entonces, quiénes revisan el correo porque lo hago a través de correo envío el formulario, me sirve mucho de insumo porque uno dice, "Ok, estos chicos son de esto y esperan esto, esto y esto". Entonces, aquí puedo hacer una caracterización, esa estrategia la hago cuando inicio un curso. La he implementado, de hecho, de manera simultánea en materias diferentes y mira que los resultados son diferentes.

Eh, aplicando la misma estrategia, entonces, hago la identificación y cuando ya voy a hacer las clases, entonces, acorde a esos comentarios, a esas sugerencias que los mismos chicos me hicieron, me gustaría que fuera esto, que la sesión no sea solo para leer las actividades, sino que me gustaría esto y esto, entonces, aplico como esas cositas allí; y las apliqué en los dos cursos que tenían su momento simultáneo y los resultados fueron totalmente diferentes. Entonces, en efecto porque, lo no sé si era la materia, yo me dejó como la duda si era la materia, la importancia de la materia que ellos le daban, ¿sí? Porque implementen las estrategias igual. Entonces, es como hacer esa caracterización y buscar.

¿Qué estrategias utilizas para evaluar el aprendizaje de tus estudiantes?

—Bueno, me gusta hacer juegos interactivos, suelo utilizar para que yo no se sientan presionados de que es una evaluación que es un parcial y demás, entonces, herramientas como el Kahoot, herramientas como Genially. Y allí a través de cuestionarios, interactuamos y ahí, yo les llamo jugando y aprendiendo, jugando y aprendiendo porque, no se tensionan y a través de esas actividades que les gusta mucho, uno dice, "hum, están flojitos acá porque, ahí acorde a lo que respondan, uno puede identificar y hacer la validación en qué respuesta fue que más se equivocaron y se oye, aquí están como flojitos en esa temática". Entonces, es una de las formas para no llamarlo, yo no solo decirle es parcial ni eso, sino que utilizo como esas herramientas para evaluar y mirar cómo vamos.

¿Cómo adaptas tus estrategias de enseñanza a los diferentes tipos de contenidos que impartes?

—Bueno, sí, dependiendo de las temáticas, no en todas uno puede hacer un Kahoot ¿cierto? Entonces, como te mencionaba al inicio, soy de explorar herramientas allí diferentes que me lleven a, hace poco, por ejemplo, implementé una actividad con los chicos de fundamentos a través del Padlet. Si lo conoces, Ok. Padlet Sí. Y la temática que estábamos utilizando era o que estábamos viendo era de Bayer Persona. Entonces, Ok, a través de esa herramienta elaboré ahí como el esquema de lo que llevaba el Bayer Persona, les coloqué un caso y ellos ingresan allí y, comienzan a

interactuar, a diligenciar los espacios. Entonces, dependiendo de la temática uno busca como esa herramienta que permita también la interacción con ellos. Entonces, hay varias herramientas tecnológicas que puedes ir empleando para que ellos interactúen, como tableros allí, por decir así, ¿cierto? Y que te permitan esa interacción con ellos y no seas tú el que siempre estás ahí hable, hable y hable. Y eso hace que ellos también digan, "Ah, bueno, si yo tengo participación y que se conecten en un espacio que realmente les permita acceder". Porque, puede que se conecten desde el celular.

Yo les digo, "Si están desde el celular y son super duchos, hágale, pero yo no soy". Yo no funciono con el celular. Si no es con el computador, no. Pero, a chicos que son muy hábiles con el celular, entonces, si lo pueden hacer, bienvenido. Si no, estar en lo posible lo más cómodos para acceder a la herramienta y poder participar de la mejor manera. Entonces, también es identificarte todas esas múltiples herramientas que existen allí, yo las categorizo dentro de esa gamificación. Sí. Qué poder implementar acorde a la temática que estemos viendo. Si no se puede aplicar, hacemos el ejercicio no llamarlo básico con la presentación, pero la idea es buscar o trato de buscar como esas herramientas para poder interactuar con ellos. Y en temáticas que me lo permitan. Si no, esta vez no, porque lo convencional, exacto. Porque no todas las temáticas se prestan para esto. ¿sí? Entonces, hay chicos que también le dicen a uno, "Ay, pero es que el profe, con el profe hicimos tal cosa", sí, pero es que la materia no se presta para". ¿Sí? Entonces, es también de revisión o el docente también, que tenga como esas ganas de querer hacer ese tipo de actividades, ¿cierto? Porque también hay veces de decir, "No, yo con eso no me meto". Yo no me esfuerzo en ello, yo lo convencional, como dijiste tú y hasta ahí. Entonces, también es que el docente quiera hacer cosas diferentes con los chicos.

¿Cómo adaptas tus estrategias según el feedback que recibes de los estudiantes?

—Según el feedback, decir, que las cambie pronto si no funciona. Sí, si tú recibes el feedback y por alguna razón ves que hay cosas que de pronto sí. No, veo que no, esto, que no le gustó o que tú te das cuenta, que uno a veces se da cuenta, no, de pronto en esto no fui tan buena en esa oportunidad, yo puedo mejorar esto, ¿sí? Es en ese sentido. A veces nos llega con una idea, voy a hacer la clase así con esto y no ve en los chicos esa reacción que uno esperaría con esa actividad. Entonces, si entra a evaluar, a preguntar si les gustó, si no les gustó y, entró como a reevaluar acorde a lo que me digan, ¿cierto? La semana pasada alguna chica me dijo en presencial, "Ay, profe, ¿por qué no hacemos la clase en la biblioteca?" Y yo, "Ah, bueno". Y en la clase dije, "Bueno, hoy nos vamos para la biblioteca, hacer un taller en la biblioteca". Entonces, ellos también sienten que si les gusta algo y uno lo tiene presente, es válido. Y si te están diciendo por qué no vamos allá, es porque, quieren como cambiar de ambiente, de salón, de contexto.

Dice, "Bueno, hagamos y preparé el taller para que hicieran consultas en la biblioteca", validé que si tenían acceso a computadores porque, eso en el campus y como estamos con ese tema de, todavía, si ya hay acceso o no, del internet y demás, entonces, dije, "Bueno, primero valido y apenas confirmen el CRAI si los chicos tenían acceso a computador o, sino plan B". Plan B es con hojitas y que hicieran la consulta e hicieran el taller manual". Entonces, trato de buscar plan A, B y C y prever para que la actividad funcione de la mejor manera y si no funcionó, entonces, entrar a evaluar en qué se falló y ajustarla para una próxima.

Por más que normalmente uno maneja la misma asignatura, semestre a semestre, yo suelo cambiar las actividades, suelo darle un contexto porque precisamente vi que aquí, como que me faltó, o no vi el mejor resultado, le va a meter esto o lo voy a poner de esta manera. Y trato como de hacer ajustes normalmente.

¿Cómo promueves la participación de tus estudiantes en clase?

—Bueno, si son de presencial, va a sonar como un poquito obligado. Entonces, les digo, bueno, en cada actividad genero un entregable, solicito un entregable. Entonces, en presencial funciona para el tema de la asistencia porque dicen, "Uy, la profe de pronto va a sacar nota con ese entregable". Que desde el comienzo ya les he en la primera sesión les he informado las reglas de juego. En virtual, como no es obligatoria la asistencia, entonces, una forma de que ellos se animen a asistir es a través de esas estrategias diferentes a la magistralidad para que ellos digan, "Bueno, aquí voy a encontrar una clase diferente". No es solamente leer diapositivas y ya, sino buscar esa interacción y creo que eso es la manera que funciona para que los chicos digan, "Voy a ir porque sé o voy a ingresar porque sé que la profe va a hacer algo diferente". Es la percepción que yo encuentro en los chicos que asisten.

Yo sé muy bien cuántos asistieron. Tengo un grupo de 45 y han asistido 30 chicos a la sesión virtual. Entonces, yo digo, "Me parece superbueno". Que así están 30. Claro, un número y eso hace que yo también me esfuerce, como que venga, con qué les llego hoy a ese encuentro sincrónico, con qué les llego para que ellos se sigan sin motivando, así con las estrategias que uno utilice. Y en presencial, sí, ellos son como como la actividad, la asistencia y lo mismo, la temática que se preste para hacer diferentes actividades que vamos a hacer, la ruleta, soy como de utilizar esas cositas. Bueno, vamos a hacer una actividad en grupo, pero no el grupo de siempre, no con el compinche de siempre, los voy a rifar y ellos se ríen, como así que los voy a rifar con la ruleta y saco la ruleta y los asigno así, entonces, eso como que genera allí una activación diferente entre ellos.

¿Cómo vinculas la teoría con la práctica profesional en tus clases? La teoría con la práctica.

—Bueno, se hace como esa clasecita magistral chiquita, explicando esos conceptos básicos y luego se pasa a la aplicación con talleres. Con casos de estudio, sobre todo para poderlos aplicar casos de estudios. Ya vimos esto, ahora lo vamos a aplicar. En presencial, como también hacemos de la mano el tema de los pick pack retos. Entonces, asociamos mucho la temática a la aplicación, al pick pack o reto que estemos proyectando hacer, también dentro del semestre. Entonces, lo aplicamos a contextos reales y a esos PIC. En este semestre tenemos un pico en los chicos. Entonces, tratamos que esa teoría también de una vez la vayamos apropiando a ese PIC que es en un contexto y estamos trabajando con una empresa real y que lo apliquen a la empresa real.

¿Qué recursos tecnológicos incorporas en tu práctica docente? Has nombrado muchísimos en lo que hemos conversado.

—Pero veo que sí, slide que es muy parecido a Mentimeter. Utilizo este uy yo hasta tengo por aquí anotado para todo eso toca crear contraseñas. Contraseña para mapas mentales, para Tagulco, el Patler, que ya te mencioné, el World Walnut; ahí en ese World Walnut hay una actividad superchévere que es de laberinto. A los chicos les ha gustado y es porque ellos se divierten ahí. Eh, la suelo hacer y terminamos todos felices riendonos y nos distrae un momento de esa tensión, allí, se sale de lo convencional. Entonces, se explica la teoría y para reforzar ese aprendizaje con esa

actividad y es una un laberinto. Entonces, está la preguntica y ellos mueven con el mouse un monachito, así que te va cogiendo el laberinto que ve por aquí, eso hasta que direccionen y lleguen a la respuesta correcta. Entonces, si no se apuran, no lo cogen ahí los monachitos y los chicos se divierten mucho y ahí van apropiando el aprendizaje, porque refuerzo con que lo utilicé mucho en investigación de mercados con conceptos de muestreo, que se les dificultaba a los chicos asimilar y ahí vuelve y digo, "Jugando y aprendiendo". Les digo yo. Entonces, si utilizo hartas herramientas y de momento gratis, hasta donde me permita gratis.

Claro, claro, hay que hay que aprovechar esos recursos, imagínate. Ok. y por último, **¿cómo fomenta el pensamiento crítico y creativo en tus estudiantes?**

—Para cerrar este tema. Pensamiento creativo. Bueno, en grupos de trabajo con los mismos con casos Sí, el de la vida real. Con casos de la vida real se traen a colación y, los invito a que expongan sus ideas y argumenten y den sus perspectivas con respecto a los casos que cada grupo va proponiendo. Entonces, es saber qué están pensando y qué harían con respecto a X cosa. Por ejemplo, una temática que hubo con ellos es los tipos de clientes. Y que en los tipos de clientes, bueno, hagamos un juego de roles. Hagamos un juego de roles, participan en el juego de roles y el otro va, el grupo que no está haciendo el juego de rol del tipo de cuenta que le correspondió, está de espectador y evalúa qué hizo y qué no hizo ese grupo en el juego de roles con el tipo de cliente que le había tocado, tipo de cliente los básicos que se enoja, que es amistoso, que no sé qué y bueno, y qué harías tú, reaccionó bien frente a ese juego de rol que hizo, que ese rol que tenía de ser cliente enojado y entonces, ellos se llevan a evaluar y a contar contexto de sí, yo soy así o sí, yo he visto o alguna vez me comporté así. Y está bien, no está bien y entrar como en ese debate allí de la acción que se está haciendo, de la temática que se está trabajando, entonces, como es de esa manera abordarlos.

Vamos a pasar al eje tres, que es el de competencias específicas en mercadeo y publicidad. Entonces, **¿qué competencias técnicas consideras esenciales para enseñar mercado y publicidad?**

—Que tú digas, "Estas competencias técnicas son fundamentales en cualquier docente que nos llegue aquí a impartir sea mercado o sea publicidad No pueden faltar. Bueno, competencias técnicas. Uy, yo me monto aquí como esas las competencias. Que decimos comunicación, investigación, mercadeo y, publicidad, obviamente. Porque están en las dos líneas. Sí. Y desde ahí, desde esas cuatro grandes competencias que son el mercadeo, ya se desglosan a saber de temas de ventas, de distribución, saber de estudios de mercado, desde la publicidad, saber de marca, de branding, de creatividad, de diseño, desde la comunicación, saber tanto la comunicación oral y escrita, comunicación en medios y en la investigación de mercados metodología de proyectos.

¿Cómo integras sabiendo que el mercado de la publicidad siempre tiene tendencias?, ¿no? Son dos profesiones que todo el tiempo están asumiendo ese y recibiendo las tendencias que hacen otros. ¿Cómo integras tú las tendencias actuales del mercado de la publicidad en tus clases?

—Soy de aliarme aquí con este tema la revista PIM. Estamos adscritos a la revista PIM, entonces, tenemos acceso allí a esta fuente de información y, nos mantiene como actualizados en cositas. Entonces, una de las propuestas es generar como esa lectura de qué está pasando, en el día a día, en nuestro contexto de que había publicidad. Y es generando la invitación a los chicos de ven, consultemos aquí la Revista PYM, es como una fuente confiable, ¿no? Que los chicos no ingresan al internet y ahí lo primero que les aparezca y ya. Entonces, en esta revista, nos aparece mucha

información, de fuente superconfiables en el área y ahí, como que lo lleva uno a mantenerse también como al detalle de cosas. Esa es una de las que yo utilizo. Aunque los chicos, hoy en día, están todo con el chatGPT, entonces, soy el amigo chatGPT. Antes era el amigo del Rincón del Vago, ahora es Exacto. Entonces, sí, no es lo que les aparezca en el Rincón del Vago. Ahora es no solo lo que les arroje ChatGPT. Tómame el trabajo de leerlo y consultarlo, asimilarlo y decir, sí, tiene relación con lo que estamos haciendo. Entonces, creo que es una de las herramientas que yo digo, bueno, es una información una fuente confiable de mantenerte al día.

Perfecto. ¿Cómo desarrollas habilidades analíticas en tus estudiantes?

—En virtual, desde el planteamiento de los foros. Desde allí, uno logra identificar, aunque, ahí uno nota mucho que ellos ya lo que hacen es consultar en Chat GPT. Entonces, afortunadamente, uno no logra identificar ese que no diga que lo lleve a pensar y decir, "Es esto y es esto por cuenta propia". No, ya uno nota. Es una lástima. Y ya solamente es cuando uno los tiene en contacto, que tú hagas esas reflexiones así, de una que te la presentes en el momento y que de ahí te logren como responder y contar. Al igual que en presencial, como esa confrontación durante el ejercicio, durante la clase, durante el desarrollo y que ellos se animen a decir lo que piensa, con respecto a lo que se está haciendo y al contexto real. Siempre me baso con él, con el contexto real. Porque, si los chicos se van a enfrentar en el día, tengo chicos que son los pequeños, digo pequeñitos porque son los de primer semestre y, están en eso de que acaban de salir del colegio y que, más adelantados se van a enfrentar a su vida laboral y demás, entonces, es como hablarles con que de la vida real, del contexto real, desde esa perspectiva.

¿Utilizas alguna herramienta digital específica, pero en temas de mercado y publicidad?

—Parte de todas aquellas que utilizas para para dinamizar, así como cuento tus clases, pero hay alguna que indicas, esta específica, para mercadeo o esta herramienta específica para publicidad, yo la uso en mis clases ¿O no? Por las materias que imparto no. Pero a nivel de programa sí, en otras materias, los docentes utilizan herramientas muy específicas para su desarrollo. En las que yo imparto, no requiere como de una plataforma específica. Una herramienta específica. No, no requiere. Pero sí utilizan, los que sí tienen en algunas asignaturas, sí utilizan plataformas o herramientas. Sí, específicas de ejemplo como Illustrator, que necesitan allí para temas de diseño y creatividad; si ellos requieren utilizar allí plataformas específicas, sí. Pero de mi parte no las requiero en las asignaturas. No la requiero. Que imparto no.

Ahora vamos con la temática de relación con el entorno profesional. Entonces, **¿cómo incorporas que ya, lo has mencionado creo también en otro momento esas experiencias profesionales en tus clases?** toda esa experiencia y ese bagaje que tú traes en el sector real, en el sector productivo, **¿cómo lo incorporas en las clases?**

—Exponiéndolo en la temática que uno va abordando y uno está hablando de X tema y sé. Bueno, mira, en esta en alguna oportunidad tuve acceso a esto, trabajé en esto y se desarrolló en esto y con los chicos, por ejemplo, en virtual se presta mucho porque la mayoría trabaja. Entonces, también les invito a que ellos cuenten sus experiencias de su área de trabajo y qué si son youtubers, qué tienen con la temática que estamos viendo y cómo lo hacen. Entonces, yo desde la teoría les digo, bueno, acá textualmente el autor X dice que es así y así, pero ¿Alguien trabaja en esta área? ¿Cómo lo hacen ustedes en su área o en su momento de lo que yo conocí? Cuando trabajé en mi empresa

privada se hacía así y así. Se sigue haciendo alguien y se genera esa interacción allí de experiencias y vivencias en el contexto real.

¿Qué actividades extracurriculares organizas para tus estudiantes?

—Salías a visita, de visitas empresariales. Sí. De las que hacemos en el programa con frecuencia y que tenemos un aliado superimportante que nos abre las puertas siempre. Banco de Alimentos, Ramo, Alpina. Por estos días estoy haciendo un ejercicio nuevo para ir a la Embajada de Indonesia con los chicos. Y tanto para presencial como para virtual. Soy de las que con mis chicos de virtual yo hago esa encuesta de que bueno, quiénes están en Bogotá, a quiénes se les facilita y quieren participar y les extiendo la invitación; por esos días, casualmente, estoy coordinando la visita al Banco de Alimentos y con chicos de virtual. Te cuento, conforme un grupo de WhatsApp con los chicos que tengo de la materia. De los 45, 40 están en el WhatsApp. Entonces, por ahí también genero comunicación y les digo, "Chicos, estoy programando la visita, me quedo para el 29 de marzo. ¿Quiénes quieren ir? ¿Quiénes pueden ir?" Y veinte me respondieron que quieren ir y pueden ir.

Entonces, yo digo, por más soy de las que y les insisto también a los docentes, desde mi rol de la coordinación, no nos olvidemos de los chicos. Preguntémosle si pueden y si quieren e invitándolos y salen cosas. Entonces, estoy haciendo ese ejercicio y estoy supermotivada y digo, "Ojalá los veinte que me dijeron que sí, finalmente al 29 de marzo, porque estamos hablando de un mes, lo logremos y que puedan y no se presenten cosas. Entonces, esas visitas empresariales con los chicos, hago la invitación a los de virtual con presencial, es fácil porque ellos están, lo hacemos dentro de la franja de estudio, entonces, es como una clase más. Sí, sí, van. Mientras que en virtual, no dice juez, hagamos el intento. El semestre pasado hice el ejercicio y fueron siete chicos de virtual al Banco de Alimentos. Bueno, algo es algo, pero se hizo el ejercicio.

Entonces, visitas empresariales, empresarios en el aula. Buscamos personas que trabajan en empresas y los invitamos para que nos apoyen con alguna temática que estemos viendo o temáticas que pronto les aporten a ellos. Vuelvo y digo del contexto real de cómo se está haciendo. tanto para presencial como para virtual.

¿Cómo fomentas el desarrollo de redes profesionales en tus estudiantes? ¿De redes profesionales?

—Uy, entre ellos has podido, has logrado eso, has podido de pronto generar eso de que entre ustedes creen redes Y puedan, socializar y ya tratarse como profesionales, en fin. No. Mira que hasta allá sí no ha llegado. No, hasta allá no ha llegado, solamente como en el momento del ejercicio del semestre de la clase y durante ese periodo y ya, y como que queda hasta ahí. Ah, está bien. Pero desde la coordinación si tenemos como un punto muy bajo de seguimiento y son los egresados. Entonces, allí siempre como que está ese talón de Aquiles con los egresados, en algún momento yo pregunté, bueno, ¿y cómo hacemos para contactar los egresados? A los egresados me dijeron, "Hay que solicitar una lista, creo que esa está". Bueno, hice la gestión, pero hasta el momento no me han respondido.

Entonces creo que al depender de otra área para tener información de ellos y comenzar a hacer esa gestión es un poquito difícil, pero mira que el hecho de o uno de mis propósitos con esos grupos de WhatsApp es, precisamente, irlos manteniendo y llegar a un punto en decir, "Bueno, aquí estamos todos los de mercadeo, virtual, presencial y comenzar a generar como esas redes de

comunicación a partir de ahí". Pero de momento no tengo uno ya aquí y sí, mire que ya hicimos y hemos mantenido en contacto, ¿no? Pero sí está como en mente poder hacer ese ejercicio.

¿Qué tipo de colaboración mantienes tú con otros profesionales, con otros pares tuyos? Contacto para realizar clases espejo, por ejemplo, sobre todo para participar en proyectos de investigación también como ponentes.

—Por allí tenemos una red de investigación y estamos haciendo parte de organizadores de la décima segunda ¿Cómo le llaman? Conferencia. Estamos por allí organizando con la cooperativa y otros docentes que están en esa red y desde mis clases, para clases estamos fortaleciendo ese tema de interrelacionarnos. Por ahí establecimos contacto con Unir, por ejemplo, estamos en conversaciones para hacer ahorita clases, pero no lo hemos hecho. La coordinadora viene visitando la siguiente semana al campus y para hacer como eso ella decía, "Nos hemos contactado con universidades, pero nunca hemos concretado nada". Y nosotros dijimos, "Nosotros tenemos la intención, tenemos ya fechas, tenemos analizadas ciertas materias, entonces, digo, "Visto, de una". Y es como acelerar, ser concreto, es como con esas no dilatarlo y más en virtualidad que manejamos por momentos. Entonces, es o se hace ya o se hace ya. Entonces, es como como desde esa perspectiva docentes de otras universidades con los que uno se conoce, ven si hacemos una clase espejo, si vienes aquí a la universidad o si hacemos con los chicos, como ese tipo de actividad.

Y vamos con lo último ya para cerrar que es el eje de alineación con el PEI y el desarrollo institucional, es decir, ese gran elemento, ¿no? De lo que hablamos del Proyecto Educativo Institucional y el desarrollo como tal de la universidad. Y entonces, en eso ahí quisiera saber **¿qué valores institucionales tú estás promoviendo en tu enseñanza?** De esos valores de la universidad, en este caso, de la UCompensar, ¿sí? **¿Cuáles de esos valores tú consideras que has promovido en la enseñanza con tus estudiantes?**

—Bueno, la honestidad. La honestidad es uno de los de los principales, porque uno percibe que los chicos vienen como con la intención, muchas veces, de porque les tocó o porque quiero pasar de chévere o porque como sea, entonces, no hay esa percepción, yo con los grupos suelo estar predispuesta a esa percepción, entonces, inculco mucho el tema de la honestidad, las cosas porque quieren, porque les gusta, porque a futuro esto es lo que con lo que ustedes se van a desempeñar ¿sí? Los molesto mucho a veces cuando les doy las notas, cuando socializo notas y les digo, "Bueno, si me llego a equivocar, sí acepto reclamos de notas, si de pronto sabes que tu nota era cuatro y te puse cinco, me avisas, ¿bueno? Entonces, ellos como que, y dicen, "Sí, claro, la honestidad ante todo. Si yo me equivoco, si tú te equivocas, sí.

No siempre es que ay, que me pusiste tres, que yo te puse tres y era cinco, ¿no? ¿Qué tal que yo te estoy colocando aquí? Entonces, les hago esa analogía allí, digo, la honestidad, en virtual hay actividades que no se califican. Entonces, el chico no las hace, digo, hazlas, no porque tenga una valoración numérica allí, sino porque estás aprendiendo, no viniste por una calificación. Entonces, inculcar ese tema de la honestidad, aquí con los valores yo me vengo a confundir con esos atributos, con pensar que nos memorizamos. La pasión por el logro, la innovación, la inclusión. La innovación y la inclusión. Entonces, uno habla de todos allí entre los atributos y los valores de la universidad y los trae a colación con los chicos para que se empoderen también y se digan, tengan ese sentido de pertenencia con la universidad. Digo, si ustedes están aquí es porque yo les gustó, les llamó la atención, ustedes pararon con otras universidades, llegan y si quedan acá es porque algo los atrajo.

Entonces tengan ese sentido de pertenencia en todo sentido. Sí, hay errores, hay, pero, aquí estamos. Entonces, busquemos lo mejor, identifiquemos áreas de mejora, démoslas a conocer porque no somos perfectos. Y si un área se equivoca, ustedes como estudiantes hablan es de la UCompensar, pero, en la otra área ni enterada estaba que aquí hubo una falla, entonces, es generar ese conducto de comunicación, también de respeto, de saber decir las cosas, de comunicarlas de la mejor manera en busca de una solución. Entonces, de mejora continua. En ese Estamos en ese proceso de aprendizaje de mejora continua siempre y en todo contexto.

¿Cómo contribuyes tú al desarrollo del programa del programa de mercado de publicidad actualmente? ¿Cómo estás contribuyendo al desarrollo del programa?

—Bueno, desde mi perspectiva como docente a mí me gusta hacer las clases, pido clase, la clase presencial y la clase virtual porque son dos contextos diferentes. Y estando allí, entonces, uno puede identificar cosas los chicos. O en procesos., entonces, eso me permite decir, "Mire que aquí hay un común denominador de cierta situación, entremos a analizarla para mejorar". Entonces, es desde esa experiencia de lo que yo puedo identificar en ese rol que estoy ejerciendo de docente, poder transmitir al área y decir, "Hay fallas, busquemos cómo mejorarlo". ¿Sí? Y desde ese rol de la coordinación he identificado cosas de procesos anteriores que nos estaban haciendo y, generando nuevas propuestas y generando pruebas piloto, y si hacemos esto y si hacemos aquello, todo en pro de mejora, de mejorar los procesos de que las cosas que tenemos que hacer salgan de la mejor manera, los mejores resultados, entonces, es picando esos puntos bajos y generando propuestas para fortalecer los resultados del programa.

Entonces, mi forma de participar, de apoyar aquí en el programa, no solo de que si ahí vamos mal, bueno, dejemos ahí, ¿no? Hagamos algo para para mejorar, qué hacemos, aunque eso signifique que de pronto al grupo de docentes no les guste o que les cueste acoplarse o que mientras que se hace la prueba piloto, evaluar si valió la pena o no valió la pena porque, son ideas que uno puede proponer, pero, del otro lado, el cuerpo no está dispuesto a hacer. Entonces, es entrar a generar esas sinergias, pruebas y demás y ver si da o no da resultados. Entonces, todo en miras de mejora.

¿Cuáles son tus sugerencias? ¿Qué sugiere Sandra para mejorar cada vez más el programa de mercado de publicidad?

¿Qué sugiero? Uy, hay diferentes áreas, puntualmente, pues es que nosotros tenemos aquí varios procesos que en la medida que uno los va realizando, va identificando cosas. Entonces, te reitero, no sé si hablarte de algún específico, alguna actividad específica a nivel de docente, a nivel de, por qué tú consideres hemos ido mejorando en cositas y hay cositas, más, en las que hay que seguir mejorando. Tú, qué día y a qué hora, para por lo menos entre tres de las materias específicas, no cruzarnos en el mismo semestre. ¿Sí? Entonces, cosas como esas es que las que uno dice partiendo de experiencias negativas que tuvimos, hicimos esa programación y ahí estamos y hemos recibido menos información de que profe se me cruza el horario, por lo menos entre las de nosotros no se nos cruza. Ya entrar chévere, lograr entrar a generar esos acuerdos con las transversales. Mira, primer semestre, estamos aquí, ya nos organizamos, tú cuándo vas a hacer la clase y garantizar más o menos en el semestre los chicos no se van a cruzar con encuentros. Pero, ya en toda esas transversales es un poquito, un terreno un poquito más grande, ¿cierto? Entonces, es una propuesta a decir, de pronto en algún momento establecer ese contacto y decir, "Ven, nos ponemos de acuerdo

para qué es el programa de Mercadeo., tú que estás dictando el programa de mercadeo categoría de la paz, no se cruce con nosotros en estos días, por ejemplo”. Entonces, ese tipo de propuesta, en presencial, siento que fluyen las cosas un poco más más fácil, siento que fluyen. Allí es más cuestión, al inicio espacios, aulas que quedan asignadas así, al cierre y cuando ya llega uno al aula, se encuentra con que es muy pequeña para el grupo de estudiantes que tengo y, ahí viene todo ese proceso de cambio de aulas ¿sí? y es un poco más administrativo ¿no?

Va más hasta el administrativo, más que al propio programa, qué le falta al programa en este momento. Ustedes han hecho muchísimas cosas y creo que son los programas más fuertes que hay dentro de la facultad y que dentro de la universidad, ¿sí? Pero dentro del programa como tal que tú digas al programa le falta esto, todavía nos falta mucho para lograr tal cosa, que tú digas, "No, realmente a al programa le falta algo”.

La debilidad que más he encontrado hasta el momento es poder generar un contacto con estudiantes egresados. Esa es una gran debilidad. Nos falta trabajar en ese tema, de cómo lograr tener ese contacto con los egresados. Entonces, pero a nivel interno es un tema que yo digo, tanto para presencial como virtual hace falta esa gestión y ese contacto, es decir, mira, yo tengo aquí el control, por decirlo de alguna manera, esos son los egresados, estas son las necesidades de los egresados, eso están manifestando los egresados o hacemos esto con los egresados.

¿Cómo colaboras con otros docentes del programa?

—Uy, con los demás compañeros. Presenciales. Sí, yo Sandra Rache dispuesta siempre a colaborar en lo que mis compañeros requieran y se da mucho sobre todo cuando llegan nuevos. Los nuevos para acoplarse, a nuestra dinámica de la universidad lo que necesiten mis historias, de mis estrategias, me preguntan, ¿y qué hago aquí? Yo, yo he hecho esto y esto. He hecho, he actuado de esta manera, les comparto a veces mis plantillas.

Mira, yo llevo esta plantilla para hacer esto, si te funciona, ¿la quieres aplicar? Hazlo, entonces, no, ¿cómo hay compartir? ¿Compartir? No soy de guardarme las cosas, esto lo hice para mí que nadie más sepa, ¿no? Si a mí me funciona y si le funciona y lo quiere aplicar, superválido, porque te decía al inicio, una de las de las cosas más importantes es el trabajo en equipo para poder lograr esos resultados, pero si yo tengo algo que me funcione y me lo guardo para mí, no.

Si eso va a ayudar para que a los demás les funcione, yo lo comparto. Entonces, en lo que necesiten en colaborar con la clase, ahorita, por ejemplo, que tenemos dos grupos que no se nos había dado en presencial. Entonces, con la otra profe que bueno, si yo tengo esta actividad que te contaba de la visita, yo tengo el contacto, pero le dije a la profe, "Ven, estoy concertando esta, ¿te molestas y los involucro?" Y dijo, "No, no, dale”. Entonces, no pensar solo en mí, sino están los dos grupos, si lo estoy programando para el mismo día, ¿te unes? Listo, de una. Ese es eso.

Las dos últimas, **¿cómo se alinea tu práctica docente con los objetivos del Proyecto Educativo Institucional?** Es decir, ese proyecto grande de la universidad, yo sé que existe uno por facultad y uno por programa. Entonces, **¿cómo se alinea esa práctica docente tuya con ese Proyecto Educativo Institucional?**

—Apuntándole a todo a esa razón de ser, la de modelo Empresa-Universidad, apuntándole a esos resultados con las diferentes actividades que hacemos nosotros, pensando en ese modelo Universidad-Empresa. Te mencionaba de las visitas empresariales, te mencionaba de los

empresarios en el aula. Entonces, buscando esas actividades, para ah alinear esa razón de ser de modelo Universidad-Empresa. Siempre pensando en ello.

Y la última, ¿qué apoyo de la universidad tú has recibido para tu desarrollo profesional.

—Uy, apoyo. Bueno, yo aquí es tu desarrollo profesional, ¿no? Para mi desarrollo profesional, no, profesional. Apoyo, uy, uy, uy. Por ejemplo, querer estudiar o algo así.

Sí, está enfocado a si tú quieres hacer algo, si tú quisieras generar mayor conocimiento, no sé, en más herramientas tecnológicas, en algo que tú hayas pensado...

—No, yo quiero aprender más de esto, pero, la universidad ni siquiera nos ha mencionado hacer un cursito básico, ¿sí? Entonces, ese desarrollarte profesionalmente hasta dónde la universidad te está apoyando en eso. O el apoyo es nulo, es mínimo., bueno, yo no he solicitado apoyo empezando por ahí de pronto que no lo he solicitado, desconozco si hubiese algún apoyo, ¿cierto? Para alguna actividad en ese sentido desconozco si lo hubiese, pero desde el programa sí se implementan esas capacitaciones donde nos tienen en cuenta a nosotros. Entonces, yo digo, bueno, sin estarla buscando hay una capacitación, recientemente, se hizo un convenio con IAB Colombia y con recursos del programa se pagó ese ese curso para nosotros, fue gratuito, ¿cierto? Porque el programa lo pagó.

Y se seleccionaron, de hecho nos preguntaron, ¿te interesaría participar? Porque eran ocho encuentros, requería una disponibilidad bastante grandecita en tales y tales horarios. Entonces, ya si yo no tenía la disponibilidad, rechazaba la posibilidad que hicieron algunos docentes. Entonces, del programa y esas actividades nivel de universidad en general Si desconoces si lo hay y no lo he solicitado, la verdad para decirte, "Sí, mira que solicité quería hacer, no sé, la maestría, se me ocurre y una beca o un descuento por ser colaboradora, algo así, de pronto no sé, no, no lo he solicitado, entonces, no y desconozco si exista, si lo hay, a veces también uno desconoce muchas cosas que ofrece la universidad y no las aprovecha.

Entonces, desconozco, diría yo en este momento. Okay. Sí, sí, cierto, eso es y mira que eso es superimportante, ¿no? Porque normalmente uno no Sí, lo que tú dices, ¿qué tanto soy yo el que está buscando la oportunidad de desarrollarme mejor profesionalmente? ¿O es que estoy esperando que la institución siempre me diga, "Oye, ¿quieres hacer esto? ¿Quieres estudiar? ¿Quieres mejorar?

Eso era todo, Sandrita. La verdad, es muy muy chévere. Todo esto que me cuentas, todo esto, va a aportar a ese a ese ejercicio super chévere. Ya en este espacio estuve con Yarita. Esta mañana estuve con la profe Leo Cruz. Y ahorita contigo. Entonces bueno, cada una tiene su propio mundo, ¿no? Porque esto es un tema muy personal, date cuenta que es lo mío con mi práctica docente qué estoy haciendo y cómo lo estoy haciendo y qué tengo y qué me falta, pero, ha sido super chévere. Y muy seguramente se me pasó contarte cosas. Después yo, ah, yo también hago esto. De tanto lo que no haces yo, "Ay, yo también hago esto".

Entrevista 3.

Docente de género femenino, Universidad UCompensar, programa Mercadeo y Publicidad (entrevistada el 28 de febrero del 2025).

Listo, bueno. Entonces, bueno, gracias por aceptar esta invitación, profe. Vamos, entonces, a comenzar, te decía, esto tiene una estructura de cinco ejes donde te voy a ir haciendo preguntas. Tú las vas expresando de acuerdo a lo que tú pienses, a lo que has venido haciendo en tu práctica docente. Entonces, vamos a hablar primero sobre el eje de experiencia y desarrollo profesional. Entonces, te voy a preguntar primero, **¿cómo puedes describir tu trayectoria profesional y académica específicamente en este campo del mercadeo y la publicidad que es donde tú actualmente, te estás desempeñando en el programa?** Es tuya, tuya como profesional, exacto, toda tu trayectoria profesional, entonces, **¿cómo describes esa trayectoria que tú has hecho a nivel profesional, pero personal tuya y académica tuya?**

—Digamos que yo tuve la fortuna de iniciar digamos que desde el área publicitario en medios, empecé con en una agencia de publicidad, pero que venía y hacía parte de una de un noticiero, de un noticiero deportivo que tenía un manejo regional y, en Bogotá. Inicé en ese campo de la producción audiovisual y de todo el contenido de una parrilla de entretenimiento y deportiva, para luego caer ya en una planeamiento y distribución de espacios comerciales, organización de eventos y también hasta participación en algunos congresos y capacitaciones para agentes culturales, deportivos en unas ciudades y ahí fue cuando comencé a experimentar, el digamos que, un proceso de capacitación y de ser también speaker.

Digamos con mi poca experiencia en ese momento, pero avalando mi formación profesional ahí abrí ese escenario. Y también la relación que siempre les digo a los chicos que es supremamente importante en el contexto donde uno esté, abrir esa relación personal de poder contactar con nuevas formas de pensar y también entrar en otros escenarios; digamos que en el campo profesional con personas que estaban vinculadas a grandes empresas, que eran directores de producto o que trabajaban comunicación, entonces, ahí entrando en esa red y en esa relación, comencé a abrir un poco más mis espacios ya en un desarrollo personal. Y luego comencé también a centrarme en producción audiovisual para una programación, digamos que infantil, y se tenía una autoría y un desarrollo un poco en su tiempo, lo digo a nivel tecnológico, que estaba hasta ahora creciendo.

Esa experiencia fue superbonita porque ahí decidí crear una empresa de producción audiovisual, pero ya mi campo mercadológico me llevaba también a abrirme dentro de las empresas, entonces, tuvimos algunos clientes que le manejábamos la comunicación interna y manejábamos digamos que todo el producto audiovisual que salía, después de trabajar dentro de la compañía, comenzamos a producir comerciales para emitirlos en algunos canales nacionales y bueno, ahí se amplió a también a algunas empresas de televisión por cable, para participar en algunas convocatorias y bueno, fue creciendo el conocimiento en la producción audiovisual, que me gustó muchísimo; no es mi énfasis, pero ahí aprendí demasiado, para fortalecer la parte de comunicación.

Ya luego paralelo a este desarrollo profesional fue cuando me invitaron a dictar algunas clases en la universidad, debido a la experiencia que tenía y, sí, a digamos que fue un poco circunstancial porque primero fue una presión así, no lo vas a poder lograr. Ah, bueno, no, entonces, ni modo, está

bien, no, la oferta no está. Y yo no, sí, yo lo puedo lograr, yo no me he formado, pero no es fácil porque uno no es pedagógico, es catedrático y finalmente, le falta mucha experiencia en ese manejo docente con estudiantes en la parte humana, sabes, es lo más difícil para mí es la parte de convivir, entenderlos, esa parte psicológica que hay que manejar, entonces, no, era muy pequeña todavía y fue un reto muy grande porque generalmente, los grupos que tenían las personas eran mayores que yo. Entonces, la percepción y de pronto la experiencia te lleva a decir, "Bueno, uy, ¿qué estoy haciendo?" o si lo vamos a lograr y sí. Igual, es la confianza que te puedes tener en lo que sabes hacer y ya pare de contar. Y la formación que se ha venido desarrollando que creo que, eso sí, fortalece muy bien el quehacer profesional y, en este caso prácticamente yo me formé como profe en UCompensar en la institución, porque ahí fue donde tuve casi todo ese proceso de acompañamiento y siempre de formación paralela para, seguir creciendo y fortaleciendo mi labor como profe.

Y, bueno, ya digamos que para para apalancar con lo que hoy estoy haciendo, después pasé a trabajar también con una agencia una productora, pero que hacía también investigación, desarrollamos ahí algunos ejercicios de cliente y con de producto, que fue muy interesante y en su momento en la universidad, ya llevaba cierta trayectoria, conocía a varios profes muy buenos en sus áreas en el tema de investigación, en el tema de venta, de servicio al cliente, a en el tema de creatividad, de medios y decidimos montar una empresa, una agencia de comunicación estratégica trabajando, diferentes áreas teníamos siete líneas pero, los tiempos a veces no son los mismos, había muy buena gente, pero éramos bastantes, éramos siete socios, cada uno digamos que desde su especialidad hicimos proyectos muy interesantes, trabajamos con Discovery, con Harley Davidson, algunos con People Arts, bueno, todo lo que era del canal de Discovery, chévere, fueron digamos que unas cosas interesantes también que nos aportó muchísimo a nosotros como profesionales.

Sin embargo, es difícil a veces llevar los mismos ritmos. Entonces, decidimos abrir una agencia de comunicación nuevamente estratégica, enfocado más ya a la parte de branding y es, donde hoy estoy trabajando y afortunadamente, y gracias también al es que es eso, ¿no? A los tiempos que tú le dedicas a tus proyectos es cuando comienzan a crecer. Vides y divides, pero no le dedicas lo necesario, el esfuerzo necesario para poder hacerlo, es que no despega. Y hay que hacerlo y bueno, entonces, en este momento no quiero dejar la cátedra, es algo que me gusta, me mueve muchísimo el tema de la cátedra y la investigación, ya la investigación hace rato que no estoy de lleno porque sé que me toma mucho más tiempo.

Pero, las clases te nutren, te abren también nuevas perspectivas de lo que está pasando con estas nuevas generaciones; por tener una hija, ya ese es un gran interés para mí, también estar actualizada, no estar solamente metida en una sola cosa, sino tener esa habilidad de permear todo lo que hago y llevárselo a mi hija, porque digamos que ya es más una mentalidad y una filosofía de vida, poder darle todas las herramientas necesarias para que ella más adelante, sea una muy buena persona y se desarrolle profesionalmente en lo que quiera ser. Entonces, digamos que todo eso viene acompañado de un trabajo con más compromiso. Las clases para mí por eso son importantes y te digo, una horita estoy más en virtual porque sé que me puedo comprometer más con virtual que presencial y de la mano del de la empresa trabajando con marcas que también nos llevan a hacer cosas muy choles e interesantes. Es así, en términos generales.

¿Y cómo haces o cómo te manda mantienes actualizada en el campo del mercadeo y la publicidad?

—Okay, mira que el hecho de impartir ciertas clases siempre te lleva a estar actualizándote así no estés en un proceso formal. Hablo de una especialización. Ya pasé por la maestría y creo que es ahí donde le dejan a uno esa gran semilla de la investigación. Y para mí la investigación es un eje fundamental desde cualquier, digamos labor. El hecho de estar también en constante comunicación e interacción con estudiantes que están ávidos de conocimiento, te lleva a actualizarte porque es que estarías manteniendo la misma información y no funciona y ellos pueden en otras dinámicas y ya, claramente, yo lo estoy viendo las brechas que tenemos ahora sí con mis estudiantes a lo que he hecho, ya lo veo. Hasta hablan de muchas cosas que yo digo.

Pero me toca estar en este momento muy pendiente, por lo que te digo, que tengo una hija y ya a su edad. Bueno, ya comienza a exigirme muchas más cosas, pero está muy bien, porque te exige a estar actualizada y a mantener que es lo que está pasando y más en el campo publicitario, más en el parte en la parte estratégica. Igual, digamos que hay plataformas ahorita muy buenas que seguramente te llevan a estar manteniendo una actualización, así no estés de lleno en esa área particular, porque el mercadeo de la publicidad, obviamente, tiene unos campos tan amplios y muchas áreas de gestión que ser experto en todo, es imposible y pasó aquí en la en la agencia.

Nosotros podríamos hacer cosas, pero nos enfocamos en lo que hacemos bien y en lo que los clientes al final nos buscan para hacer, porque es un ejercicio de crecimiento y de fortalecer lo que hacemos y comenzar a generar muy buena calidad para que, se sientan cómodos y prácticamente terminamos siendo su in-house en comunicación. Deberían o tienen departamentos, pero al final se soportan en nosotros y eso es garantía y aval de que estamos haciendo las cosas bien y al final, también esa actualización que debemos estar en continuo digamos estar haciéndolo día a día. Participamos o yo, bueno, hablo también en plural, porque desde la agencia buscamos también participar en eventos, en ferias, no solamente nacionales, sino nos gusta a fuera también, ver esas perspectivas de lo que está pasando. Entonces, los viajes que hago, yo aprovecho para mirar en qué actividades del área profesional nos podemos sumar.

También entonces, trato de vincularme con empresas y golpeo y venga, es que yo soy profe en una universidad en Colombia y hago esto y también trabajo en esto y bueno, cómo podemos hacer un vínculo, que es lo que ha pasado últimamente y, que de alguna manera le he dejado esos datos a Caro para que los chicos al final se puedan beneficiar, digamos que de esas conexiones o esas relaciones. Entonces, el mismo día del mundo y todo lo que haces te alimenta. Y en este campo particularmente es un insumo, que es lo que también le digo a los chicos, el hecho de vivir en una ciudad capital, ahí hay muchos insumos que no necesariamente tiene que ser de precio, de costo, si no puedes ir a visitar un museo, un teatro, cualquier evento, cualquier digamos que estas muestras empresariales y comerciales que se abren y, por ejemplo, en Corferias me parece que es un escenario magnífico para estar en constante actualización.

Y sí, asistir a estos eventos que nos dejan y nos abren las puertas a nuevas propuestas, no seguir siendo lo mismo, porque igual nos vamos a llegar en algún momento donde vamos a quedar bueno, ya la tecnología está avanzando y lo que hacemos nosotros va a quedar obsoleto. Entonces, tenemos que mirar cómo migrar a nuevas oportunidades de negocio que si queremos seguir estando en el mercado. Okay.

Y tienes esa sinergia entre tu ese desempeño como docente y lo que estás haciendo con tu empresa, ¿cómo equilibras tu desarrollo profesional en la industria, qué es lo que estás haciendo desde la empresa con tu labor docente?

—Pues, es básicamente llevar esa experiencia, ¿sabes? Lo que se vive en el día a día con los clientes y traspolárselo a los chicos. Digamos que el hecho de las actividades que se hacen, digamos con articulándolo con la empresa en la universidad con los proyectos integradores, con los PIC, con bueno, lo que se trabaja desde virtual, ayuda muy bien también para ver ese que hacer diario en las empresas y cómo los chicos, de alguna manera, con poca información, sí hablo de los de primer semestre, los de segundo, tercero, sabes que hasta ahora se están formando, pero en virtual no el perfil, bueno, tú lo debes conocer mucho más que yo, muchos chicos o muchas personas trabajan, ¿no?

Y necesitan el título, yo lo que estoy viendo es que hay muy buenos perfiles porque no están solamente acá, están afuera. Entonces, eso nos lleva a exigirnos un poco más para poder vincular ejercicios interesantes y que a ellos les pueda aportar dentro de su crecimiento y formación profesional. Entonces, diría que es una forma de hacer esa sinergia y de articular lo que se vive o lo que nosotros vivimos, actualmente en la compañía, en la empresa y cómo se lo podríamos compartir a los chicos, es lo que al final busco hacer con mis actividades, yo lo que les digo, la teoría siempre está ahí, la pueden buscar en los libros. Ahora con las sillas es mucho más fácil porque ustedes piensan que Google y Santa Ilia nos va a dar toda la información, pero pues no, ese no es el sentido, ¿no? No y ahí no nos debemos quedar solamente con eso.

Ahora tenemos que ser mucho más analítico, mucho más estratégicos, y ese pensamiento, prácticamente nace también con el relacionamiento con las empresas, con los clientes y es ahí donde nos sentamos, hacemos los meetings, miramos qué es lo que tenemos que hacer, qué es lo que nosotros vamos a proponer, cómo lo vamos a hacer, qué necesidades tienen ellos, cómo nos ven también a nosotros ejecutando y, es prácticamente que llevar esas acciones a los procesos de formación y complementarlo con esa base teórica que ellos deben reconocer, pero que, paralelamente, lo pueden ir llevando también y seguramente en las necesidades de construir sus proyectos, tienen que sentirse de alguna manera que hay conocimiento frente a lo que van a presentar.

Entonces, sí que hacer una investigación, tienen que entender qué es investigación y cómo hacer ese proceso, pero, la información está. Ahora es cómo se ejecuta, ¿cómo lo hago en la realidad? ¿Cómo me siento y le presento un proyecto del cliente? Ahí es donde dentro de mi experiencia y mi parecer es donde debemos fortalecer a la gente, entonces, donde debemos fortalecer a los estudiantes, esas competencias transversales que a veces quedan en el papel y nos marcan en las clases, considero que, digamos que desde mi perspectiva y desde lo que yo hago, les doy un porcentaje o una participación bastante amplia.

Ahora cuéntame, ¿qué te motivó a dedicarte a la docencia universitaria?

—Primero fue un reto. Y partiendo de ese reto aprendí a quererla porque no es fácil. Es una labor que te exige día a día. Que tienes que tener paciencia, tienes que ser muy organizado. Eh, tienes que tener un conocimiento previo y unas habilidades para saber que por eso estás ahí. Que no es simplemente ir a hablar por hablar, sino que realmente has desarrollado una habilidad y con la experiencia que tienes, sabes que podrías llegar a compartir ese conocimiento y que le va a aportar.

Que realmente es ahí, yo diría, el ADN de esa motivación. Saber que de alguna manera durante estos años y lo he visto, afortunadamente he tenido la posibilidad de verlo y de escucharlo.

Impactando a los 30, 50 estudiantes que uno tuvo en un semestre, en una asignatura, sino que bueno, al menos fueron 5 días que impactaste, pero que han crecido y que ¡wow! te superaron y están en grandes empresas o están haciendo sus proyectos o están viviendo lo que en algún momento no imaginaron poder vivir y que cambiaron un vida de esas personas. Yo creo que ahí está mi mayor motivación, poder aportarle socialmente y darle, devolverle algo también a lo que, finalmente yo tuve, que fue también poder capacitarme, pasar por la universidad, pero que lo que hablamos, lo que hacemos en las clases, seguramente dejaron en muchos estudiantes esa semillita y ellos solitos comenzaron también a regarla y chévere, lo lograron porque para mí ha sido algo muy gratificante, te digo, no son muchos, pero cuando me llega esos mensajes yo, ay, qué bonito.

Como que sí valió la pena todo ese esfuerzo. Profe, muchas gracias. Estoy haciendo la Especialización en Psicología, gracias a no sé qué vainas o terminé de hacer mi maestría por esto. Eh, la hice en la misma universidad donde Summer se pasó y yo muy bien y después verlos afuera y decir, "No, gracias a ese proyecto que se hizo de internacionalización y que fuimos y viajamos". No, yo ya nunca más volví a ver el mundo diferente, no lo volví a ver de la misma manera, sino lo vi diferente y ahora estoy haciendo esto, me fui para Australia, estoy en Japón, estoy yo, oh, por Dios, en serio, qué bonito y que sea para mejorar ¿no? Que sea también apoyar ese crecimiento no solamente en esa persona, sino en su familia, en su entorno.

Entonces, ahí está mi mayor motivación, saber que de alguna manera con un mínimo porcentaje, porque, obviamente con el esfuerzo de los chicos contribuiste a ese logro, a ese éxito profesional, que pueden tener. Casualmente, ahorita que el año pasado que hicimos un viaje a Madrid, contacté a una chica, que todavía seguimos ahí conectadas. Ella se fue para para Madrid porque la empresa se la llevó, hizo toda la gestión y se la se la llevó para la sede de allá y nos vimos. No tenerla tan cerca, hablar de lo que ha pasado, de cómo ella ha venido creciendo, que ha hecho también es muy bonito, es gratificante y claro, saber que las limitaciones a veces que nos ponemos mentales, porque no tenemos plata, que porque mi familia, no tiene la capacidad para poder solventar lo que quisiéramos. No, no, no se puede lograr.

Se puede lograr y busco también cómo sumarlos a las haces para que compartan ese conocimiento que ellos también vean y de alguna manera valoren todo ese esfuerzo, que mire que pueden volver a la universidad y seguramente, hay muchos que tienen esa posibilidad de conocimiento valiosísimo y qué chévere que lo compartan con los chicos y digan, yo fui uno de ustedes, estuve ahí sentadito. Y hoy estoy haciendo esto y sí se puede.

¿Fortalezas como docente? Tú digas, yo soy fuerte, mis fortalezas son estas.

—Bueno, digamos que Oye, a mí nunca me lo había puesto a pensar, ¿sabes? a ver, tales fortalezas. Digamos que esa capacidad que puedo llegar a tener de primero empatía y segundo poder compartir y transmitir, tal cual como soy yo el conocimiento, las experiencias que para mí eso es un gran valor a los chicos, para que primero, le bajen el porcentaje al error porque yo ya lo cometí y chévere que puedan aprender de eso y que puedan adaptarse fácilmente a los cambios.

Entonces, esa habilidad o esa fortaleza para poder transmitirlo siendo como soy yo y que ellos lo reciban y que lo entiendan, que es lo más importante, que ellos al final puedan tener ese

conocimiento y que esa información sepan utilizarla. Entonces, estar en ese continuo monitoreo y yo digo que ahí es bueno, sí soy docente. No enseño cosas, no enseño información y teoría y les dejo ahí que me lo repitan como lora. No. Yo creo que es más cómo podemos usar ese conocimiento y adaptarlo entenderlo y aplicarlo a lo que ellos quieran hacer. Y es algo que me dejó la maestría, un tema un poco también de lo comportamental, de lo conductual, de lo psicológico.

Tratar de hacer o llevar ese conocimiento casi para uno, a veces, es una labor maratónica, no se puede por la cantidad de estudiantes. Pero cuando en los grupos son pequeños y están muy bien motivados, tienen una muy buena actitud y disposición. En presencial, por ejemplo, a mí me gusta hacerlo. Al final me gusta decirles, "Chicos, mire, yo considero que se hizo esto, lo hizo bien, pero podrías mejorar en esto, en esto y en esto". Trato de hacer, pero no siempre lo puedo hacer, por número grupos, pero sí entenderlos a cada uno, porque cada uno es un mundo y uno no puede esperar que la metodología o la forma como aborda ciertos temas, al final todos lo van a comprender y no, todos se conectan porque no todos tienen el mismo gusto por eso.

Entonces, tratar de entenderlos, eso a mí me ha ayudado un poco a mejorar también la comunicación y que no todos tienen la misma disposición, a veces es complicado tratar de dejar a los estudiantes cierto conocimiento o ciertas posturas, cuando, ellos no tienen ni la capacidad, ni la disposición, ni la actitud para recibirlo. Hay que ser empáticos también, no espero que a todos les guste. Bueno, desde mi experiencia, desde mi conocimiento, desde lo que he hecho que al final, es bueno, que les pueda aportar y espero que se lleven algo de eso.

¿Qué tipo de formación?

—No sé, yo creería que tengo más. Pero veamos qué es lo que más más parecería y bueno, sí, hay otra que es la organización y la planeación. Si tú no planeas acá, en esta labor de trabajo, pero bueno. Sí, total.

¿Qué tipo de formación pedagógica? Si habláramos en términos pedagógicos, ¿qué tipo de formación pedagógica tú has recibido para tu labor docente?

—Lo que te decía, esa formación pedagógica la he recibido desde la universidad y más he estado en otras universidades, en universidades mucho más grandes y es el mismo tamaño y enfoque de que tiene UCompensar, pero la mayor capacitación ha sido siempre acá, desde lo metodológico digamos que ya entrando a ver qué es y cómo lo vamos a hacer, qué vamos a hacer nuestro quehacer docente, pero también en áreas que complementan nuestro proceso. La investigación, como te lo decía, es transversal y pienso que se han esmerado mucho en hacer esos procesos de capacitación, en articular todo el plan curricular y de educación que tiene la institución con cada una de las áreas, en los instrumentos que nos enseñan, nos facilitan y orientan, a hacer una labor mucho más juiciosa, con más calidad.

En el tema tecnológico también, ¿cómo estar?, con esas herramientas que aparecen a la vanguardia o al menos ser disruptivos un poco en los procesos de cada una de nuestras clases, de nuestras asignaturas y a y qué más te podría decir en esos procesos de formación docente, el hecho de, bueno, también ver las posturas de otros métodos, de otras prácticas digamos a nivel internacional, eso me gustó mucho cuando lo tuvimos con Mondragón. Y hasta los mismos casos de éxito que manejan los otros profes, nuestros compañeros, hay gente muy buena, muy talentosa y que en serio, se dedican a hacer una labor muy valiosa y juiciosa para los estudiantes que al final es el

propósito, en mi caso, el mayor compromiso que tengo en este momento como profe, es con el estudiante, mi compromiso es llegar temprano a clase por el estudiante no, porque que me van a decir que venga, su merced está llegando tarde, no está cumpliendo con el horario. No, la verdad eso para mí pasa un segundo plano. El compromiso realmente es con el estudiante. Entonces, la formación que deberíamos tener parte también de ese compromiso. Entonces, es algo que estaría innato semestre a semestre, ¿no? Como en qué podría ir fortaleciendo lo que lo que estoy haciendo, lo que sé para contárselo de una mejor manera.

¿Cómo evolucionó tu práctica docente desde que comenzaste a enseñar?

—Muchísimo, porque yo al inicio era un proceso un poco teórico ¿no? Como pensaba que ser profe y bueno, lo vi de pronto también cuando me formé y estuve pasando por cada uno de sus semestres de mi carrera profesional, sí era importante dejarles esa validez teórica y ese conocimiento; entonces, come libro y ratón del biblioteca, mucho tiempo allá sacando y buscando, aprendí mucho más de lo que aprendí en la universidad, entendí muchos más temas que, posiblemente, antes no había entendido de la manera como debería ser para poder explicarlos. Entonces, digamos que sí era muy metódica en ese proceso de compartir la información teórica. Luego, entendí que era un 50, 50, que no podías quedarte solamente con todo lo que sabes teóricamente, en toda esa información y autores que manejas, sino cómo eso lo aplicas.

Entonces, ahí fue cuando comencé a utilizar mucho la casuística y los talleres que a veces nacen esporádicamente, que no son tan bien organizados y planeados, sino que nacen en el momento, uy, sí, eso creo que me dan mejores resultados. Las dinámicas de juegos, todo ese trabajo, por ejemplo, a mí particularmente me parece que los trabajos de las salidas del campo ayudan muchísimo, construyen, no solamente, bueno, pero ya te digo que es un poco también por la formación, construyen no solamente lo intelectual, lo teórico, sino lo que viene transversal, lo comportamental, lo antropológico, lo cultural, lo social, lo económico, la situación y en el momento en que estamos, cuando pasó lo de la pandemia, tocaba reinventarnos y comenzar a pensar diferentes para poder hacer esta labor y si no, la gente se aburría.

Exacto. Básicamente pensaría que es comienza a hacer esa evolución, Entonces, de lo teórico, a ser más práctico y ahora es un juego tecnológico. Es un bastante reto porque las generaciones de hoy son muy visuales, quieren mucho gaming; entonces, hay que divertirnos, hay que ser muy sociales, hay que ser delicados, porque a veces son muy frágiles. Entonces ahí tienes que comenzar a reinventarte un poco. Tienes también muchas herramientas tecnológicas para poder pensar que, bueno, la gente se va a llevar un buen contenido porque si no funciona mucho, es básicamente lo que hay.

¿Qué área de tu práctica docente a hoy en día después de todo esta evolución, después de todo lo que has crecido como docente?, ¿qué área de esa práctica docente consideras que necesita mayor desarrollo?

—Uy, espérate. Nuevamente, perdóname, nuevamente, nuevamente me perdí. Hazme la pregunta nuevamente, por favor.

¿Qué área de tu práctica docente con todo lo que has venido desarrollando con toda esa evolución desde tu primer día de que has impartido una clase a hoy, a lo que eres hoy como docente? ¿Qué área de tu práctica docente tú necesitas desarrollar más?

—*Que tú digas, "Yo necesito desarrollarme mejor en esto". Yo creo que con lo que te estaba diciendo al final en cómo a ver, en cómo seguir conectando, generando atención de los estudiantes en muchos de las temáticas, pero que sean mucho más dinámicas, tenemos que seguir pensando en hacer en buscar un dinamismo dentro de nuestras sesiones. Porque a veces siempre los chicos algunos bueno, que me dan información está bien, pero ¿y qué? ¿Qué más? ¿Qué más hay después de eso? Cuando comenzamos a ser interdisciplinarios también sumamos con otros programas a veces que no tienen la misma línea del mismo enfoque con nosotros, no sé, por ejemplo, un ingeniero alguien deportólogo, un educador, hasta un mismo educador.*

Es interesante cómo podemos construir mejor nuestra labor y cómo ellos también mejor sus habilidades. Yo pensaría que ahí estaría un poco el ejercicio porque al final tú ya tienes una información, un conocimiento previo que has fortalecido muy bien desde el sector empresarial, pero también desde la academia. Es bueno, pero y cómo sigo haciendo que los chicos sigan interesándose y profundizando en estas temáticas, en estas áreas, para que lo hagan bien, para que sean competitivos y para que se diferencien, porque es ahí donde somos buenos, pienso yo y lo pienso como mamá. ¿Cómo hacer que mi hija entienda que la formación es importante? que lo que ve en el colegio es importante, pero y cómo lo va a utilizar en su día a día y cómo se le va a ayudar y que va a decir, "No, ¿pues esta información yo la doy y no me va a servir?". No, seguramente, más adelante, pero que tengan esa capacidad de abrir su perspectiva de la vida y de lo que van a hacer más adelante y como tengo chicos pequeños, al principio no quiero, no quiero porque, ya llevaba mucho tiempo en la universidad en su momento.

Yo le decía en el no, no quiero más, primero, yo siento que le hablo a la pared. Chao, ya hasta aquí llegué yo. Un nuevo profe. Una perdón, a lo que voy a decir, la forma coloquial como lo voy a decir, pero una escoba nueva barre mejor, va a revivir, ¿cierto? Que va perfecto. Entonces, seguramente, un nuevo profe va a venir y va a hacer una labor extraordinaria, yo lo podría hacer, pero siento que me desmotivo y yo también tengo que estar motivada, porque cosas bien. Entonces, No, mejor me voy con los de arriba, con los de último, que ya la tienen superclara, ya digamos que la comunicación, los códigos y las formas van a ser diferentes, pero no, yo en pandemia cuando me llegan los chiquitos yo, "Ah, otra vez, por Dios, ¿qué es esto? Y en pandemia". No, pero ahí. Okay me abrieron la puerta y agradezco muchísimo porque me ha gustado y me he conectado en serio de una manera diferente con ellos y, bueno, me ha servido mucho por el tema de mi hija. Entonces, yo pensaría que hacia allá estaríamos buscando dinamizar clases, hacerlas más únicas y que marquen ese proceso de formación de los chicos, que la recuerden. Recuerdo esta actividad, recuerdo lo que hicimos, recuerdo cómo lo analizamos, recuerdo los a qué conclusiones llegamos o los resultados que tuvimos.

Ahora, entonces, con todo esto que hemos hablado hasta esta parte, **¿cuáles son las competencias que debería tener un docente independientemente que sea hombre o mujer?, ¿qué competencias debería tener un docente para su desarrollo profesional y que pueda pertenecer al programa de mercado de publicidad de la UCompensar. ¿Cuáles son esas competencias? Si tú dijeras, tengo que mapearlas, ¿cuáles son las competencias de desarrollo de un docente de mercado y publicidad sé que debería tener hoy en día?**

—*Cuando tú hablas de competencias ¿estás hablando digamos que desde el área técnica o desde el área humana? Okay, no necesariamente No solamente lo técnico, ¿cuáles son esas competencias que tú dices? Leonor dice que las competencias que debe tener hoy en día un docente que imparta*

en mercado de publicidad son estas. Pues yo caería en lo que les digo a todos mis estudiantes, también por las asignaturas que tengo, que una de las principales habilidades, entonces, diría competencia de un profe es esa buena. Sí, yo les digo, bueno, estamos viendo publicidad, al final somos comunicadores.

Vemos algo, al final somos comunicadores porque vamos a generar una estrategia para poder ejecutarla, pero eso va a comunicar algo y va a adquirir, va a esperar o esperamos que cumpla un resultado, que alcance el resultado. Entonces, yo diría que una de las principales competencias de un profe en nuestra área es el tema de la comunicación, de que puede llegar a desarrollar ciertas habilidades para que así yo lo tenga, mis estudiantes lo tengan. Esa ese ese ese pensamiento que va más allá de lo evidente, de lo de lo que vemos, ¿sí? Si no tenemos que en lo que hacemos, en lo que enseñamos. Y ya, vendría cosas un poco más tácticas, más metodológicas, instrumentales, que la organización el trabajo en equipo, la planeación

¿Qué más? Ah, bueno, los manejos de tiempos, por ejemplo, sí, fundamental, que es algo que tapa en las manos, porque tengo tres horas y llegaron las tres horas y no hemos acabado. Entonces, digo, "No, no, no, eso es, hay que manejar el tiempo y eso es algo que siempre creo que me ha pasado. Yo me conecto y si no me paran, sigo, sigo, sigo y sigo. Entonces, sí, también, manejos de tiempo, por ejemplo, en el tema que me pasa a mí. Estoy hablando desde lo que debería mejorar también de las calificaciones. Oye, a veces son tantas, pero Entonces, yo lo hago ahí con el detalle y lo comienzo a revisar con lupa y, no, a veces no se puede porque son muchos, son demasiados. Entonces, claro, uno se extiende en esos procesos de evaluación, que más te podría decir.

Bueno, no sé si sería también la empatía, ¿no? A veces uno no tiene la verdad absoluta, hay que entender de los estudiantes y llegar a mediaciones poder tratar de solucionar y conversar sobre lo que a veces no están de acuerdo o tiene una posición totalmente diferente, yo diría que sí, que tenemos que ser también mediadores. dentro del proceso. Uy, la paciencia. Ay, qué pacientes, muy pacientes, y el trabajo es el tema de investigación. Por ejemplo, es una habilidad fundamental en nuestra carrera, la investigación. Ya sea desde un tema muy específico, teórico y también muy práctico, muy social. Tenemos que tener habilidades investigativas y saber manejar, estructurar instrumentos que puedan recolectar para analizar y en entregar toda esa información.

Eh, bueno, la creatividad, ¿no? Es fundamental. Es un pensamiento que no solamente está dado a nosotros, a los publicistas. La creatividad es prácticamente para cualquier persona, para los niños, adultos, para los adultos mayores, para todos deberíamos ser muy creativos para poder solucionar problemas. Entonces, sí, la creatividad, creo, podrían ser más menos Okay, ¿y esto? sí, claro, yo sé que pueden ser muchísimas cosas más porque, uno le pregunta y uno y uno espero, espero y yo que deme tiempo y lo pienso. Y seguramente algunos pueden ser mucho más metódicos. Yo lo estoy viendo más holístico, desde de la persona, del profesional y bueno y del ¿no? De lo que va a hacer. Al final, todos estamos haciendo alguna labor y tenemos que hacerla muy bien.

Vamos a pasar al segundo eje que es el de estrategias pedagógicas y metodológicas. Entonces, cuéntame, **¿qué estrategias utilizas para planificar tus clases?** Estrategias para para planear mis clases. A ver, **¿por dónde digamos que tengo que ser muy descriptiva o no?**

—No, tú puedes decirme, yo utilizo la mayoría de mis clases a estas, dos, tres, las que más me han funcionado, ¿no? Yo pensaría que una parte digamos que la planeación, ¿no? Una estrategia que tiene que ver mucho con la planeación en la organización de actividades y de tiempos. Eh, para

poder entender cómo abordar digamos que el curso que se viene y que tengas claro qué quieres hacer, pero también depende, a mí me ha funcionado conocer el grupo. Primero, bueno, cuando te dicen es de segundo, es de tercero, es de quinto. Ya, tengo un panorama más claro, ¿cierto? Ya me lo medio explicaron. Pero quiénes están ahí. Eso a mí me parece fundamental.

Bueno, también por mí que hacer profesional el saber a quién le estoy hablando. Sí. Por eso los foros a mí me parecen chéveres. Insisto en que haya participación porque algunos cuentan qué hacen, eso es fundamental. No es solamente que el profe llegue y bueno, yo aquí es la persona que esto, les enseño y les digo cómo se hace y ya, chao. No. Primero saber quiénes están ahí. Eso a mí me ha funcionado para tener una mejor comunicación con ellos o al menos entender cada una de sus situaciones particulares, desde virtual porque no trabaja en grupo y porque quiere hacer todo individual. Y hay algunos que es porque si hay razones válidas y hay otros que no porque no son perezosos y no organizan bien el tiempo.

Otra estrategia para ver sería, entrando en las actividades, ¿no? Como los instrumentos determinar, claramente, esos instrumentos o las formas como van a entregar sus actividades, poder tener bueno y eso sí, ahí lo dejo, como una observación de qué no estamos haciendo algo para la universidad, pero te lo dejo que sea un poco más flexible, que uno pueda meterle mano a la actividad. Yo sé que algunos, yo no sé qué hacen y desbaratan eso, pero es como venga, es que lo que me presentan y me lo están presentando, ya no funciona hoy, porque esto lo va a hacer, lo va a copiar y lo va a pegar, eso no va a funcionar. Y estratégicamente para planear el curso y que al final haya buenos resultados, es importante determinar las formas como entregan los chicos las actividades.

Entonces, tener primero claro ese reconocimiento del de digamos que de la asignatura No solamente de los estudiantes, sino de la de la asignatura, ¿qué es lo que se trabaja? ¿Cómo plantearon trabajarla y cuáles son los entregables? Y que uno de alguna manera le pudiera meter la mano o al menos manejarlo y que sea flexible para presentárselo a los estudiantes y diga, "No, mira, así se va a hacer". Ya no sé. No sé.

Y cuando tú manejas grupos diversos, porque a veces pasa, **¿no?** que los grupos son muy diversos, **¿cierto?** No solamente psicográfico, demográfico, sino que empieza a encontrar uno en esa identificación que haces de estudiantes, que, claramente es superimportante hacerla. **¿Qué estrategias utilizas para manejar esos grupos cuando son muy diversos?**

—Diversos, pero espérate, diversos en el caso de las personas que si hablamos de diferentes edades, que si hablamos de diferentes semestres o diversos que tenga uno de administración otro de diseño visual. En las dos cosas que estás mencionando, tanto de diferentes programas académicos porque a veces tenemos estudiantes que son de 18 o 20 años que tiene que trabajar con uno que ya tiene 45 o 50, ahí empezamos a tener ciertas dificultades. Sí, se ha pasado. Mira, te lo voy a decir con casos. Te lo va a contar y te lo va a describir desde la práctica que me que fui con presencial, con chicos de Gestión de la publicidad de primer semestre, pero tenía estudiantes de Diseño Visual, de último. Entonces, cuando en ese primer acercamiento, como te digo, en presencial no hay un foro, pero sí me tomo la tarea de conocerlos y que hablemos de lo que está pasando, de lo que están haciendo y de lo que quieren hacer.

Entonces, cuando me encuentro que tengo unos chicos de diseño de último semestre y otros de primero yo digo, "Wow, aquí, uno de dos, alguien se va a cansar", ¿no? Es decir, "No, cómo me

ponen con primero". Pero entonces, la idea no es aumentar o hacer esa percepción que se podría llegar llevar a, se podría llevar ¿cierto? Uy, pero porque tratemos más bien de cambiarle la perspectiva y su emoción, su sentir de estar en esa materia y que diga, "Ah, no, qué chévere, me tocó con esto sí, aprendí". Entonces, yo qué he hecho. Yo Aprovecho a esos chicos que tienen conocimiento en una de las actividades como eran preciso, me daba casi el número de grupos que teníamos, los puse de líderes. De su merced va a ser era el líder de este grupo. Y me va a llevar y acompañar al equipo de trabajo y el equipo de trabajo son ellos, también tienen mucho que aportar porque, digamos que no tienen algunos vicios que tienen los estudiantes ya antiguos, pero también tienen muchas cosas que podrían aportarlo desde esa parte novata que tienen en la carrera porque en las lluvias de ideas, en los brain storming, que se pueden hacer vemos que eso funciona.

El desconocimiento de algo frente a lo que se está trabajando, eso también funciona porque es una mirada diferente cuando uno ya está un poco sesgado por el conocimiento que se tiene. Entonces, me funcionó muy bien porque ellos primero sintieron empoderamiento de lo que sabían, de lo que conocían, pero también tenían la digamos ese peso y esa carga, un poco de llevar a que su grupo al final respondiera y diera buenos resultados. Y bien, con un solo grupo, también porque el chico no, yo no sé qué pasó y él enfoqué lo perdió, fue el líder el que perdió el enfoque y propuso un proyecto que no respondía a la necesidad del ejercicio. Entonces, no les fue bien, lo traje, pero yo les dije, no, si fuera un ejercicio real, no, uno. Pero bueno, hay elementos que no sé qué, hay que tratar de salvar algunas cosas para decir, "No, no, todo lo que hicieron está mal, no, tampoco".

También estar en continua comunicación diciéndoles, "Chicos, ustedes ya tienen experiencia, entonces, sabía que cuando ellos sabían que cuando yo estaba evaluando un ejercicio caía un poco más en exigencia en ellos". ¿Sí? Porque dice, "Pero cómo me van a cometer, cómo me van a llegar tarde, cómo me van a decir que no entregar y que no tiene todo. Mire, todos los chiquiticos, todos estos de primero o al menos el resto del grupo ya lo entregó y sus mercedes, ¿no? No, profé, que es que tenemos mucho trabajo, no sé. Entonces, que entiendan, que esas situaciones a veces que son tan reales que para nosotros que pasan como un paisaje, no, eso afecta dentro del desempeño y dentro del trabajo.

Entonces, yo creo que es poder conectar a esa a esa diferencia, esa heterogeneidad de las personas de su conocimiento de sus áreas disciplinares para que todos al final entiendan que pueden aportar desde lo que saben, desde lo que conocen. Entonces, a mí me ha funcionado y sí me pasó también con un grupo de comunicación, la diferencia era grandísima con esas chicas, además que las chicas eran superbuenas. Entonces, su energía, su actitud hacía que la gente se moviera o sencillamente se aislara y dijera, "No, acá no tengo mucho que hacer". Pero su actitud, porque no es que no lo pudieran hacer no, ellos se resignan, no somos buenos o no, no, ahí si se exigen mucho y qué pereza.

Entonces, ya esa es la posición que tú tienes como persona y futuro profesional, ya eso, es difícil de cambiar, ahí deja unos reflexiones, pero a veces la cosa, tampoco por el tiempo nuevamente no se presta para que uno estuviera ahí, venga, pero mire, mire lo desde esta forma, no sé qué, usted puede hacer esto, cambie esto. No, que ya sería muy difícil porque, estaríamos siendo el trabajo que te digo, que buscaría uno a hacer uno a uno, pero con mucho más tiempo. Lo que podría decirte que he hecho.

¿Y qué estrategia estás utilizando para evaluar el aprendizaje de tus estudiantes?

—No, definitivamente la parte instrumental sí funciona mucho, las rúbricas, todo lo que los instrumentos que de alguna manera tenemos para poder medir los resultados funciona. Es de la parte digamos del conocimiento, Sí, ese proceso de reconocer y responder a ciertas temáticas. Pero también hay que valorar mucho el trabajo complementario. Entonces, yo caigo nuevamente que no sé, espero no ser tan repetitiva, pero en el tema de la comunicación, en el tema de la presentación, cómo organizan y estructuran sus productos finales, cómo los presentan. Yo ahí sí voy a hacerte confesión y algunas actividades dicen, "No, entreguen Word, interlineado de tanto tamaño, letra, no, eso me parece demasiado cuadrícula en mis asignaturas". Entonces, yo le digo, "No, no, no, no, no, yo no le voy a decir la forma". Usted me la va a presentar. Yo le estoy diciendo que necesito ver, qué debe trabajar, hacia dónde debe enfocarse, pero usted me lo presenta como quiera. Yo necesito ver acá una lluvia y explosiones de creatividad y también de herramientas y de formas nuevas de cómo presentamos y cómo nos vendemos.

Entonces, ahí me parece fundamental el poder tener esa flexibilidad y esa esa innovación, ese dinamismo en, bueno, que es lo que nos están mostrando hoy las herramientas tecnológicas y todo lo que aparece con las guías y cómo lo podemos ir sumando, para que los chicos también se vayan exigiendo y vayan a la par, porque es que hay algunos que sí están un poco desconectados y a veces eso no lo entiende porque, también es digamos por su círculo donde están, donde viven, de donde vienen, entonces, a veces es difícil, pero hay que ir acompañándolos y ayudándoles, mostrándoles puertas que se le van a abrir y que ellos deciden si entran o no, pero al menos mostrarles la posibilidad que existen nuevas formas, nuevos caminos.

¿Cómo adaptas tus estrategias de enseñanza a los diferentes tipos de contenidos? ¿O manejas lo mismo para cualquier tipo de contenido?

—No, no, no, cambian. Unas son muy analíticas, otras son muy de investigación, otras tienen que ver mucho con el tema de la creatividad de la comunicación. Bueno, aunque la comunicación está en todas, pero digamos hay que hacer más énfasis. Entonces, yo lo pensaría desde ese tema un razonamiento, un pensamiento muy crítico que acompañe la investigación, asimismo, que ese pensamiento y ese razonamiento acompañe el tema del análisis y de la puesta en marcha de algo, de las de las acciones, de los de las propuestas que ellos pueden hacer con una campaña, con una estrategia, con un tema de, no sé, de que estén enfocadas, no sé, un BTL, bueno, que cada una de esas propuestas tengan ese proceso también de discernir, de poder discutir, trabajar en equipo.

Algunas se necesitan muy muy constante, otras que nuevamente por la cantidad a veces es difícil, pero sí se deberían hacer ejercicios individuales donde el estudiante sienta también ese compromiso y esa responsabilidad que tiene que mostrar su desempeño, su conocimiento de forma individual, que no estar siempre acompañado de otros, que el que más sabe, que mejor presenta, ese es quien salva la patria, no, que me muestre que realmente ha ido evolucionando y que si está en quinto, me demuestre que está en quinto y porque está en quinto. Entonces, más que me repita como lora que esa parte discursiva y de interpretación y de al final de argumento, evidencia. Hay unas que pueden ir más a la parte investigativa, otra más a la parte de análisis, de estrategia, otra más a la acción, al tema de la creatividad., te diría Okay.

¿Cómo adaptas tus estrategias según el feedback que le das a los estudiantes cuando a veces uno da las observaciones?

—Es que eso depende también de los estudiantes, ¿no? Pero grupos que son muy proactivos, muy propositivos. Entonces, bueno, no, dígame aquí, usted me está diciendo, pero es muy general, cómo lo debo hacer o cómo lo podría proponer o cómo lo podría cambiar. No son muchos, pero hay, a pesar de que tengan buenas notas, ¿no? Porque hay algunos que están esperando el cinco. Y, el cinco no así no es tan fácil a menos de que hayas hecho un ejercicio completo y que responda a cada uno de los ítems, por ejemplo, de la rúbrica. Pero no solamente que lo responda, sino que haya hecho muy buen ejercicio acompañado de lo que te estaba diciendo ahorita, de investigación, de análisis, de puesta en marcha.

Pero a veces sí esos resultados te llevan a pensar o a mí me ha pasado que no es la forma, por ejemplo, de entrega. No, no, no, la forma de entrega no me evidencia claramente lo que yo estoy esperando al final. Entonces, que esa infografía que le hizo no, podríamos hacer algo más, algo que genere mayores, por eso el estudiante, para que pueda construir y contribuir a un mejor resultado. Sí, podría evaluar. Pensaría que a veces el analizar todos esos resultados te puede llevar a pensar a cambiar un poco o a modificar. No digo que actualizar porque eso depende también de la situación y el, pero, sí a modificar algo de lo que estás viendo en los resultados, en las observaciones. Porque a veces son muy planas las entregas y que no te das cuenta que fue copy page. No al final todos están. Tengo 12 grupos y en un punto todos me están diciendo lo mismo, me cambian algunas palabras, pero al final todos tienen el mismo enfoque. Ah, qué casualidad. Todos piensan igual, pero ¿por qué? Porque fuente, siempre se van a las fuentes más grises, más gaseosas para poder hacerlo.

¿Cómo promueves la participación de tus estudiantes en clase? Igual lo has mencionado en algunos esos aspectos.

—Digamos que es de virtual. Yo lo hago que prenda la cámara. No lo estoy haciendo hoy acá en esta entrevista. Pero si invito a los chicos a que abran su cámara porque en virtual, particularmente, cuando tú ves a la otra persona, cuando tú tienes una comunicación visual con ella, tú y yo nos conocemos, hemos estado en otros escenarios, sabemos quién es Jenny, tú sabes, de alguna manera me puedes reconocer quién soy yo. Pero a mí sí me parece que es una gran limitante cuando uno no tiene, ni idea quién está al otro lado y son 45. Yo entiendo que a veces los 45 es difícil identificarlos y más cuando rotan por módulos y a veces uno no sabe, "Ay, sí, que este me suena" y algún apellido que es muy particular, no lo recuerdo. Pero no, yo sí pienso que a veces cuando nos que debería haber una obligatoriedad. Así como existe para el profesor, debería existir para el estudiante.

¿Por qué?

—Porque sí, definitivamente uno se da cuenta porque yo hago mucha lectura, mucha observación y a mí me gusta hacer ese ejercicio porque no, solamente, me interesa ir a dictar mi clase y chao, a mí me gusta hacer una lectura de la gente, porque también digamos que mi tema de profesión y también la maestría a mí me cambió muchísimo, a mí me interesa conocer mi entorno, conocer la gente con la que estoy, ir un poco más allá de lo a saludar, chao. No, me gusta hacer un reconocimiento un poco más a fondo. Pasa también con los grupos, Entonces, cuando me abren cámara y yo, "Ay, fulano, esa cara se me hace familiar". Y bueno, sí, tengo algo de memoria fotográfica, entonces, recuerdo caras y a veces se conectan en el mismo lugar y entonces, "Ay, fulano, no sé qué". Ay, sí, profe, Entonces, para ellos es una gran sorpresa que alguien los reconozca, ¿sí? Porque no pasa. Y en otras veces ni nunca que aprenden en la cámara, Entonces, para mí es importante y ahí hay participación.

El hecho de acercarnos, no solamente llegar como muy robot a las clases estaban no, chao, no, oiga, venga, ¿cómo están? ¿Qué tal el clima? Llegaron, están algunos van en moto, otros me dicen, "Profesor, aquí en el Transmilenio prenden la cámara". Y bueno, cuidado que lo llevan. Ponle un cantadito, el eso rompe un poco también ese bloque y ese y él es la comunicación. Y el hecho de nada que ser en virtual que puedan hacer el ejercicio grupal. Porque eso si es individual, allá se queda cada uno en su mundo y nada, no son muy participativos. Y busco también cómo tratar de acercarme a los equipos. Entonces, algún momento los tiempos nuevamente son tiempos mitades. Que por eso a veces digo que hay que replantear.

Ya un tema más administrativo desde la universidad da en la fórmula, ni en todo lo que ocurre en la planeación, en el costo, muchas cosas porque a veces los tiempos son mayores de los que se planean. Entonces, si no podemos hacer unos encuentros, a pesar de que a veces agendo un espacio, una sesión para vernos por grupo y los planillo, no, primer grupo tal y 5 o 10 minutos, así sea poquito, pero quiero verlos. Y se los digo con siete semanas antes para que se preparen y les digo son cinco minutos, son diez minutos. De su tiempo es imposible que no lo pueda sacar. Yo me rehúso a decir que no puede conectarse 10 minutos a las 8 a las 7 a las 9 de la noche, o sea. Entonces, lo logro, a veces lo logro, no siempre 100%, pero sí en algunos grupos he llegado a mis cifras del 90, 95% que llegó, uy, bien, bien. Los conocí, los escuché.

Cuando yo los escucho es que me estrello y digo, "Pero cómo me están hablando, diciendo, argumentando esto y entregan otras cosas y yo, uy, no, acá. Este, la calidad no es la mía. Entonces, ahí uno se estrella un poco, pero también se encuentra con otras situaciones de este grupo es supercomprometido con ni siquiera conmigo, ni siquiera con mi materia, con su proceso y eso es un gana para ellos. Porque, si realmente tienen esa conciencia de hacer las cosas bien de hacerlas ellos, no, proceso, obviamente, en formación al final eso lo va a haber reflejado y va a recoger grandes frutos. Entonces, él vuelve a lo mismo; continuo comunicación, el tratar de estar golpeando y diciendo, "Oiga, no se le olvide que yo soy su profe de esto, venga, escríbame, dígame, al menos que me le dé la mano, póngame una carita feliz, póngame un dedito arriba, alguna cosa que sepa que le estoy hablando a él, no al grupo en general, a usted. A Jenny le estoy hablando que oiga, al menos dígame que sí recibió la invitación al encuentro de mañana. Sí, alguna cosa así.

Eso es real, de alguna manera sí invita a participar y otras cosas que ya digamos que son más estructurales de la asignatura, poder invitar a una empresa llevar a un experto de cierto tema. A veces hacer las actividades un poco más dinámica en los juegos, algunos no les gusta, otros sí, otros ya están muy cansados, no quieren. Veamos, aparecer con alguien diferente en cada sesión, porque si no se vuelve muy monótono. Entonces, algo que diga, algo "Ay, sí, este fue diferente". Entonces, ay, bueno, vamos a esperar a ver qué pasa en el otro. Entonces, eso te ayuda de alguna manera en virtual, ¿no? A que puedan posiblemente de participar un poco más. Y en presencial, en presencial sí, pero, ahí ya si tú tienes que ser más, digo yo, poco más porque te están viendo, nos estamos viendo, entonces, sí toca acá actividad, nada que hacer, no puede quedarse solo con sus tentaciones, hay que mirar cómo estar digamos que trayendo y generando diferentes alternativas en el manejo de las clases, yo tengo tres horas de largo siempre alguien diría, "Uy, mucho, pero si hace un ejercicio bastante mixto, digo en actividades, contemplando diferentes didácticas, sí, puedes conectar la gente y ni la gente te dice, "Oiga, profe, vamos a descansar, no". Uy, profe, se fue la hora, ya son las dos.

Exacto. Pero eso también un poco la práctica, como todo, ¿no? La experiencia que va a hacer ese tema de improvisaciones que para mí, yo cuando hablo de improvisaciones es que tú puedas

conectarte con tu sesión, con tu clase en ese momento y que tú puedes decir, "Ah, yo iba a hacer esto, pero no, lo voy a cambiar porque por el resultado y por el tipo de grupo y las personas o los tipos de personas me va a funcionar mejor esto". Ya has planeado algo, pero cámbiate es la forma, entonces, a mí me funciona y yo lo he podido hacer también todo el camino recorrido, correcto, funciona.

¿Qué recursos tecnológicos estás incorporando en tu práctica docente?

—Pues ahorita lo que siempre he utilizado el tema de los de las herramientas que nos da y nos proporciona la universidad, ¿no? televisor, computador, video, esos siempre han estado. Pero, entonces, ya es entrar a jugar con Apps, con plataformas que también inviten a todos a participar, a veces la construcción de sus mapas en línea, el tema de los juegos, a veces el uso de sus propios dispositivos en las clase. Eh, ahora con el nuevo campus es una maravilla porque, ya vamos a tener la cámara G-Cell, la Sala de Creatividad, digamos que hay ya ahí, cosas tecnológicas o herramientas que de alguna manera pueden mostrar el aprendizaje ya un poco más vivencial y eso, funciona muy bien, ¿qué más te puedo decir? Ay, yo quería comenzar a trabajar fortísimo el tema de realidad aumentada, pero es que eso te demanda un poco más y, no lo he podido hacer, pero sí quiero hacer, sí quiero capacitarme mucho más fuerte en ese tema, pero es que son tiempos.

La universidad a veces tiene un tiempo estimado, pero no, eso le demanda más, que es ahí donde me pongo a pensar, "Dios mío, no, quisiera hacer muchas cosas más, pero no lo alcanzo a hacer, porque necesito hacer las urgentes las que me piden, entonces, no puedo dedicarle a ese tiempo que me están pidiendo de algo que, no está en el radar y me toca hacerlo, entonces, me toca comenzar a hacerlo en, digamos que en esos procesos, normales de lo que viene a ausencia, básicamente, eso y no sé si el hecho de las salidas, de buscar cómo ellos también pueden ver esos avances tecnológicos para que impacten su proceso y su posición, porque es ahí donde, oiga, entiendan lo que tienen ustedes, nacieron en una era digital, nativos digitales, pero a veces están mal acostumbrados porque piensan que ay, no todo es tan fácil, todo está ahí puesto a un clic, pero cuando necesitan hacer, no lo hacen porque están acostumbrados a que todo está ya hecho para ellos, si no, su merced también tiene que hacer, tiene que producir.

Entonces, digamos que bueno, a veces funciona y a ver, ¿qué más que te puedo decir? ¿Qué más te puedo decir, no?, eso. Sí, pensaría que eso a veces cuando de salir encontrar algunas digamos que innovaciones tecnológicas en nuestro en nuestro campo, yo trato de compartírselo, dársele. En su momento cuando estuve ahí en un escenario totalmente diferente al nuestro a nivel cultural, como estaban las posiciones de digamos que de los mensajes de los letreros, de las marcas, que eran al contrario y la lectura, que le puede dar a uno desde la parte de interpretación conductual o psicológica, es diferente, pero es porque es un proceso cultural de ellos.

Digamos que a veces mostrárselo les rompe un poco la dinámica de tradicional que ellos tienen, pero, bueno, en el momento en tiempo real, entonces, poder conectarse, pero eso quiere de alguna manera que no necesariamente todas las personas o los profes que estén en la universidad, estén acá, ¿no? Pueden estar afuera, a mí me parece un insumo valiosísimo que alguien que esté, no sé, en Atlanta, otro que esté en Dubai, otro que esté en Buenos Aires, nos puedan hacer, que nos puedan mostrar o les puedan mostrar los chicos ese escenario, digamos nuestro, muy publicitario, muy estratégico de lo que está pasando allá en su sociedad, en su mercado y que puedan comparar y al final entender y ya lo entienden que, no hay tantos límites fronterizos, las distancias se acortan

con el tema tecnológico. Pero a veces a veces nosotros hacemos cosas que nos muestran que no. Total. Exactamente. Estar en Madrid haciendo más cosas y, seguir haciendo docencia, pero, no.

Vamos a pasar al de competencias. Entonces, vamos a hablar de las competencias de las competencias específicas en mercado, **¿qué competencias técnicas tú consideras que son indispensables para que un docente enseñe mercado de publicidad?**

—Ay, el tema, a ver, ya técnicas específicas tendría que hablar mucho de planeación, tendría que hablar mucho de comunicación. Eh, tendría que hablar del tema presupuestal, un tema financiero, económico. Ah, solución de problemas., el tema de la analítica de datos, ¿no? Como de todo. Sí, toda la analítica web o bueno, la analítica de datos ah qué más, qué más. Creatividad tema de liderazgo, que trabajo en equipo, resolución de problemas, identificación de nuevas oportunidades, es decir, análisis de tendencias, eso es fundamental.

¿Cómo integras las tendencias actuales? Como esta profesión de mercado de publicidad es está muy apalancada en las tendencias, ¿no? Entonces, **¿cómo integras esas tendencias que van surgiendo a tus clases?**

—Pues mira, todo el tema, por ejemplo, tecnológico y lo que se da de redes sociales, eso funciona muy bien porque ahí también valoramos, que esa calidad de propuestas estratégicas que nosotros hacemos, por ejemplo, con los influencers y analizamos el de los influencers, ¿quiénes de dónde? Epistemológicamente, ¿qué se define como influencers y cómo de alguna manera los mal llamados algunos influencers, no aportan y la idea que ellos también lo puedan evidenciar teniendo la edad que tienen, porque es que ellos nacieron con ellos. Ellos nacieron finalmente dentro de esa dinámica de comunicación a nivel digital. El hecho también de voy a retomar algo que te decía de ese y esa practicidad de tener la información en tiempo real ya, o sea algo que me decían ayer casualmente en clase, ¿no?, que es eso de biblioteca, ¿cómo se quiere ir a buscar un libro? A ver, hemos evolucionado.

Eso se consigue. ¿Cierto? Pregúntale a la IA y ya no responde, entonces, ¿cómo de alguna manera eso ha cambiado el comportamiento? Las respuestas de la gente y eso ayuda y se beneficia positivamente la sociedad y de alguna manera también no nos está ayudando en otros aspectos. En nuestro campo el tema ambiental, nada que hacer. Eso impacta y es algo que nos marca muchísimo, lo que estamos haciendo y bueno, es de algo también que hablo con el tema del consumo responsable, que está asociado a todas, a todas las asignaturas, independientemente en la que tenga, siempre les hago esa reflexión y les dejó abierta la puerta para poder pensar a futuro, porque hoy estamos viviendo lo que estamos viviendo pero más adelante y posiblemente, los que vienen detrás de nosotros y los que vendrán, no van a tener las mismas posibilidades, se va a complicar aún más. De ser conscientes de la realidad en que vivimos, pensaría que también ahí conectamos muy bien ese tema de tendencia para para los chicos.

Es importante validar los contextos y las situaciones que se viven a nivel político, a nivel legislativo porque no estamos, no somos un mundo aparte, al contrario, tenemos que estar inmersos dentro de esos escenarios y ellos deben tener ya hoy la capacidad de entender, de discernir y de concluir, para poder entrar en esos debates que se generan y, no, podríamos decir, somos apolíticos, por ser personas, ser eso, finalmente humanos, somos sociales. Entonces, eso hace parte del tenemos que discutirlo, yo te diría, es que todo, pero mira a nosotros, realmente toda la respuesta están Okay.

¿Qué herramientas digitales? Si habláramos de herramienta digital estás utilizando en tus clases, hablando, por ejemplo, ya de *Apps* o de plataformas.

—Bueno, a ver, empecemos a ver. Utilizo algunas que tienen que ver con juegos, sí, otro que es Rubik que hace rúbricas. Eh, chat GPT también lo utilizo de vez en cuando ahí se convierten en esos asistentes. Y posiblemente hay otras, pero bueno, no recuerdo, digamos que muy buen ejercicio y los chicos lo utilizan mucho, casi la gran mayoría y no aparecen más, digamos que no las puedo recordar porque no siempre trabajo con ellas, porque a veces los mismos estudiantes me presentan ejercicios y comienzo a conocer otras y me gustan como se ven, me gusta lo que pueden ofrecer, entonces, me parecen chéveres y, las utilizo en el momento después para otra actividad, hasta en otra materia y me va muy bien, pero es que van saliendo tantas, tantas que yo voy rotando, yo la verdad no me caso con ninguna.

Pero las tecnológicas que te da la universidad con el paquete de Office. Por ejemplo, él lo utilizó mucho, pero también utilizaba Quiz, hay otro que es el Meter, creo, que es el medidor y que te da resultados en tiempo real. Ay, no sé. Estaba intentando utilizar algunos de la universidad, pero no sé, me bloqueé o no avancé y entonces, no la seguí porque yo decía, "No, si están ahí, seguramente nos pueden funcionar". Entonces, ahí ya es un poco de mi parte desconocimiento que se tendría que mirar a ver, bueno, cómo seguir avanzando porque, si están ahí, eso seguramente funciona muy bien. Básicamente, todo lo que tiene que ver con la construcción de mapas, con el tema de los juegos, para que los chicos también puedan divertirse un poco con el conocimiento. ¿Qué más he utilizado así que yo te diga, "Uy, esta, no, los de juegos".

Vamos a pasar al relacionamiento, al eje temático, nos quedan dos, el relacionamiento con el entorno profesional que ya varias cosas las has mencionado anteriormente. Entonces, voy a ir a las que puntualmente de pronto no la no las manifestado **¿qué actividad?** Bueno, tú ya me has hablado de cositas, **¿pero qué actividades concretas extracurriculares tú has organizado con tus estudiantes presenciales?**

—Eh, extracurriculares es que aparecen Ah, sí, ok, sí. Sí, fue espera del aula. Generalmente, yo busco actividades que tienen que ver con nuestro campo. Entonces, a veces aparecen, no siempre están en calendario, pero aparecen. Tema de visita a Atrio en algún momento que estaba cerca de la sede de Teusaquillo. Entonces, nos fuimos que estaban haciendo una exposición de arte, pero apalancaba muy bien porque en el segundo piso, había una puesta de ejercicios artísticos, pero con producto con algunas marcas, como los volvieron unas obras. Entonces, digamos que ahí comenzamos a sumar aspectos que a veces ellos no consideran dentro de la publicidad y dentro de las dentro de la comunicación.

El hecho de ir a los eventos y al calendario que tiene Corferias me parece muy bueno, la Feria del Libro, por ejemplo. Yo siempre, eso ya es sagrado, eso creo que está dentro de la asignatura ir al Sofa, por todo ese encuentro y que conecta la generación con la que trabajo visita en el caso algunos lugares, unos puntos turísticos en Bogotá, porque hice algún alguna actividad en el centro de la ciudad para hacerle una campaña de comunicación a Bogotá como eje turístico, es el principal, pero que podríamos hacer diferente y disruptivo, entonces, tuvieron que hacer unas visitas ahí en algunos puntos de Bogotá, particularmente, en el centro y en algunos sitios, bueno, sí, alguna vez hice un ejercicio, pero eso fue con el IBRD.

Nos presentamos a una convocatoria, nos la ganamos y ejecutamos nuestra propuesta en cinco parques de la ciudad. Sí, nos dieron presupuesto y todo, entonces, tenían plática para hacer las cosas y cuando ya entramos a ver las realidades, ah, ni usted en papel puso esto y mire cuánto realmente le va y todo lo adicional. Porque entonces, su merced usted ponga lo del transporte, ponga lo de no sé, qué y cómo así. ¿Así es? Es que a veces no planeamos, no presupuestamos de la manera que es, las visitas empresariales también cuando se tiene la posibilidad de ir a las plantas. Ah, bueno, alguna vez también fuimos a ya un tema un poco más ambiental, a la quebrada La Vieja, algunos decían, "Pero que tiene que ver eso". Yo no muchísimo, el solo hecho de salir algunos escenarios y a veces que se nos olvidan que eso también hace parte del conocimiento, conecta y nos dispone a nosotros de una de una mejor manera al aprendizaje. ¿Qué más? ¿Qué más? ¿Qué más?

Alguna vez, bueno, pero eso sí fue una vez asistieron a un concierto, un evento, pero para hacer un análisis etnográfico. Entonces, por allá se fue en el tema del costo, porque por ejemplo, es más me parece buenísimo, pero, el costo es alto. A veces algunas charlas quedan gratuitas, no sé, la Anda, a veces uno los vincula o también actividades en otras universidades, poder asistir a algunas charlas y conferencias que hacen otras instituciones que son abiertas y que uno los puede llevar. Pero eso es un calendario que a veces uno tiene que estar muy atento, para que le coincida a uno con actividades, programa, semestre a semestre.

¿Cómo fomenta el desarrollo de redes profesionales entre tus estudiantes?

—Sí, sí, sí, mira que si lo hago, lo hablo, pero digamos que no lo hay, que no lo desarrollo en su totalidad, ni le hago seguimiento, por ejemplo. Sí, les digo que uno de los grandes propósitos que ellos deberían tener al ingresar a la universidad es ampliar su red. Su red de social de contactos, que no solamente, con los de su semestre, sino realmente abrirse a toda la comunidad, no solamente a los estudiantes, a los profesores, administrativos, a las empresas con las que puedan vincularse, eso es una red que eso es lo que realmente aporta y apoya a ese proceso de formación. Pero, no, hasta ahí llego.

No, no pensaría que, si hacemos, que los grupos de los cursos. Entonces, todos los chicos están ahí, así sean de afuera, entonces, o que si son de comunicación no dicen no están ahí. Yo no los manejo, los maneja el monitor. Porque yo sí trato de separar muchísimo el tema de la comunicación de canales institucionales con mis personales. No, no soy la profesora que da mi número celular, que comparte el WhatsApp, el correo personal. No, no, no, una cosa es el tema académico y otra cosa es el tema laboral y personal. Entonces, no lo manejo yo, pero, estoy ahí al tanto. Okay. dentro a hacerles la diferenciación de sus redes sociales y cómo pueden pensar en otras abren la oportunidad, por ejemplo, LinkedIn, realmente son muy pocos los que pueden llegar a tener una cuenta y otros que ni siquiera le conocen y eso que es, ¿no? Conocen las suyas, pero y piensan que, las están manejando, ya les puede afectar su perfil profesional. Entonces, entrar también un poco en conciencia de que para a cada una existe un código, una comunicación y una forma de transmitir o de compartir esa información. Entonces, es eso, pero realmente que yo entre ya a hacer una no lo he hecho. No.

¿Y tú cómo mantienes cómo mantienes esa colaboración con otros profesionales?, ¿cómo mantengo esa colaboración? ¿En qué sentido colaboración? En sentido de por ejemplo, otro mercadólogo, otro publicista o con los mismos docentes de tu programa, ¿sí? **¿Cómo mantienes esa colaboración o definitivamente, el tiempo tampoco te da, puede ser otro?**

—No, sí, sí, generalmente siempre uno termina coincidiendo en espacios cuando, están las actividades que están programadas, ¿no? planeadas. El PIC va, entonces, hay que sacar tiempos para poder reunirse, a veces podría encontrarnos en algunas sesiones. A mí las clases colegiadas me parecen buenísimas, pero, digamos que aquí en esta universidad, no digamos que no se han contemplado, pero me parece buenísimo reunir a ciertos profes o perfiles y hacer clases colegiadas, eso construye y genera un análisis diferente de lo que se está trabajando. Eh, el contacto digamos que el relacionamiento que se tiene, que yo tengo, con otros profesionales en otras universidades.

Eh, cuando me han invitado a participar en algunos foros, en algunos paneles, en la universidad, nada, ya es con las actividades específicas o cuando hay que analizar los sílabus, entonces, que se hacen en equipos, pares, ahí se abren esas colaboraciones, cuando compartimos cliente. Entonces, se vinculan también. Pues casualmente este semestre, estuve en una sesión de un profe, para conocer a la cliente porque no tenía ni idea que cuál era el core del negocio y bueno, qué era, cuáles eran sus expectativas y necesidades para sumarse a la actividad., básicamente eso.

Y vamos con el último para ya liberarte. Eh, vamos a hablar un poco, ya lo último, lo último es de ya aterrizándolo a la voz UCompensar esa alineación con el Proyecto Educativo Institucional, el famoso PEI y el desarrollo institucional. Entonces, **¿qué valores institucionales promueves tú en la enseñanza?** esos valores que están establecidos en la institución, en este caso, en la UCompensar, **¿cómo los promueves en tu enseñanza?**

—Listo, recordemos los valores. No es que no me los sepa, pero la innovación, la pasión por el logro. Así, para tenerlos en el dar pasión por el logro, ¿cuál es tu innovación? innovación, innovación, pasión por el logro. Cuáles estás pensando, cuando ingresa las clases, obviamente uno no piensa en eso. Pero sí tú recordando, bueno, yo realmente en mis clases hasta dónde llego yo con los valores institucionales, ¿sí? Sin estar pensando en eso porque, Obviamente que no. Sí, sí. No, no, no, no, no está inmerso ya por lo que haces y has venido construyendo Correcto. Entonces, digamos que está innato, no quiero responderte de una manera muy cliché, pero eso ya está en el ADN, porque te lo han recordado tanto o has hablado y has venido manejando esa filosofía durante tanto tiempo que, está, es un sello finalmente.

Entonces, sería que sí, la innovación considero que está que está semestre a semestre, pues, porque tenemos que seguir reinventándonos y más por cómo estamos viviendo, todo este cambio y toda esta apertura de nuevas tecnologías, nos lleva a que hay que hacerlo. No, totalmente diferente, pero sí tenemos que cambiarlo, tenemos que ir innovando. Algunos a unas velocidades mucho más altas y otros posiblemente con unas velocidades promedio y más bajas, pero al final debemos estar ahí pensando en eso.

La excelencia, yo digo que es parte de cada profesión cuando uno está comprometido con lo que está haciendo y le gusta, lo que sería también la pasión por el logro, creo que es así por qué comencé, porque yo todo lo que hago, lo hago con pasión porque me gusta. Si ya no me gusta, yo mejor me doy un paso al costado y me voy, porque ya no, ya no estoy tan motivada y, ya los resultados no van a ser los mismos. Entonces, la pasión por el logro y la excelencia están ahí de humano. Y la inclusión. Mire que últimamente, yo pienso que el tema de inclusión se ha visto más porque, por darte algún ejemplo, yo no tengo experiencia con personas que tienen procesos diferentes de aprendizaje, ¿sí? Por su situación.

Hablo desde lo desde lo psicológico, desde lo físico. No, no, yo la verdad no me he relacionado mucho con digamos que con este grupo de personas, entonces, cuando llegan, han llegado, para uno es, "Oh, por Dios, me movieron la butaca, me movieron el piso, tengo que pensar porque hay que incluirlos y claro que se puede, no es fácil, te toma más esfuerzo, sí, pero si tú tienes esa vocación también de acompañar un proceso, de considerarte un profesor, un orientador, un tutor, un mentor, como quieras llamarte, seguramente lo vas a hacer. Nuevamente es innato, está dentro de tu ADN de maestro. Pero ahorita yo creo que después de pandemia, ahí estamos hablando de inclusión y se evidencia más dentro de mí, sí, lo he vivido, lo he vivido al interior de mis clases.

¿Cómo contribuyes al desarrollo del programa académico de mercado y publicidad?

—Uy, de muchas formas. Con mi conocimiento, con mi talento, con mi labor, con mi compromiso, con la pasión que hago porque llevo puesta la camiseta, nada que ser. He pasado por muchas transiciones, considero que he estado en situaciones a veces complicadas, difíciles pero ahí sigo. Algunas que me han tocado personalmente, pero, nada, sigo. Aunque ha sido polémico digamos al interior de mi familia, de hablarlo, discutirlo, porque, sí, a veces hay buenas formas en algunas cosas, pero, no, es que se llevan el corazón. Entonces, yo pienso que cuando una marca se te ha metido y ha crecido contigo en algún aspecto de tu vida, nada, tú te pones la camiseta y te comprometes al 100% con eso. Eh, con su labor, con su propósito y, la universidad tiene un muy buen propósito y es algo que me mueve.

No, yo digo que desde todas las aristas le apoyo, contribuyo al crecimiento de la institución en esos procesos también de certificación, de demostrar resultados, de cumplir con la gestión, cómo y vuelvo a lo mismo, pero que ha sido una constante de cuando he tenido que ausentarme, busco cómo llevar nuevas posibilidades, oportunidades para los estudiantes, para que se ocupen y complementen su proceso de capacitación, hasta miradas laborales. A veces pienso que siempre tengo mi cabeza en dos grandes perspectivas. Si lo hablamos desde lo laboral y lo académico. Entonces, ¿cómo trabajo? ¿cómo hago mi vida profesional? Pero ¿cómo eso impacta también a los estudiantes desde esa formación? y cómo ayudarlos para que sigan creciendo y, al final forjamos una mejor sociedad.

¿Qué sugerencias en términos de sugerir, ¿sí? ¿Tienes para mejorar el programa de Mercado y Publicidad como está actualmente el programa?

—Yo considero que pueden sumar profesores que estén afuera. Y no hablo de lo de lo internacional, también de lo local, sí, perfectamente se puede hacer una vinculación con profes en la región Pacífica, Caribe, desde el Trapecio Amazónico, bueno, no sé, de muchas partes. Y que se rompa un poco esa tradicionalidad de tener a los profes ahí. Eso sí es un sentir. Y bueno, y tú que lo conoces, digamos que en virtual tenga que ir a una sede de dictar la clase virtual, por Dios, ya se pierde la esencia de lo que es el tema de la formación virtual, tendríamos que decirle a los estudiantes que en algún momento vengan a hacer sus presentaciones acá, no, y es la confianza que se debe tener, bueno, asumo que habrá casos que uno dice, es en serio que puede llegar a pasar eso, uno no se lo imagina porque por la mente no se le ha ocurrido a uno hacer ese tipo de conductas, pero, si pasan, lamentablemente dañan procesos.

Entonces, me tienen esos cambios y esas nuevas posiciones, pero no considero que el grueso del talento y de colaboradores que tienen muchas universidades, y también es ese compromiso y esa motivación que se le genere al profe, para que responda de la mejor manera y que el compromiso sea 100 sobre 100 o más, que no sea el mínimo, porque lo mínimo que tengo que hacer, no, que

haga lo que considere que realmente es valioso para sus estudiantes, entonces, si considero que esa flexibilidad hablando de virtual se puede hacer. Porque y lo hemos logrado yo en algún momento que he tenido que salir y lo he logrado y lo he hecho y me ha gustado y los chicos también como que, uy, qué chévere. Se puede hacer y eso hace parte también de la innovación. Oiga, yo hoy tengo una clase con el profe que está en Washington. Oiga, tengo una profe que está en Puerto Rico y no sé qué trabaja con esto, está haciendo esto y tenemos clase de tal cosa.

Magnífico, porque eso también abre puertas y rompe barreras geográficas que seguramente, la universidad ya lo está haciendo, porque, cuando yo me encuentro con gente que está en Canadá, en Australia, que está en Filadelfia, que está en Dubai, yo pero, por Dios, qué maravilla, cheverísimo, que podamos tener esa variedad de personas y que ellos se conozcan y que también sepan, por eso es lo que tú decías, bueno, cómo induces y cómo buscas a que haya mayor participación, hay que hacerlo porque ellos tienen que tener ese relacionamiento, que no sea solamente un proceso que pasó, me conectaba mis clases hacia delante de los trabajos y chao, que viva en la experiencia así sea en la parte virtual de una manera mucho más enriquecedora.

¿Cómo se alinea tu práctica docente con lo que propone el PEI tanto de la universidad como de la facultad, como del programa?

—Pero ayúdame. Porque ya te me pusiste de técnica. Y yo me toca con ayuda, si no tengo nada ayuda sacada.

Sí, yo sé que es una pregunta una pregunta difícil, pero es ver ese acercamiento, ¿no? Entonces, tu práctica docente que haces actualmente, **¿has llegado a pensarla o a examinarla o a alinearla con el PEI?** porque hay PEI institucional, hay el PEI de la facultad, hay el PEI del programa. Bueno, estamos llenos de PEI. Pero en algún momento, porque puede ser que no, ¿sí? Por eso es una pregunta como venga, lo que yo hago realmente está alineado a lo que propone el PEI.

—Sí, sí, claro. Yo te diría que desde ser específico, ahondar, claramente, pero uno dice, sí, debe estar alineado. Primero porque digamos que lo que uno hace el interior de las clases, viene desde un currículum que está preestablecido por el programa y que, le está respondiendo al PEI institucional, ¿cierto? A ese proyecto educativo, perdón, a ese Proyecto Educativo Institucional, al PEI. Entonces, diría, no, claro, claro, debe estar total articulado. La forma como lo hago, sí, también. Considero que sí se responde y más ahorita pensando que la institución, está haciendo énfasis en el tema de articularse con la empresa, estar muy conscientes de cómo desde la universidad tenemos que estar muy bien alineados y acompañando siempre a los proyectos empresariales y al desarrollo que se hace afuera en el sector productivo.

Claro, también lo hacemos, que era lo que de alguna manera con todo lo que te describía de qué he hecho, qué hago, qué pienso, cómo lo desarrollo, lo estoy haciendo porque ahí y estamos de alguna manera trayendo todas esas experiencias, todas esas vivencias, ese día a día, todas esas nuevas experiencias que se pueden trabajar con los empresarios en el aula de clase. Porque particularmente, por ejemplo, en Gestión de la publicidad, siempre llevo a alguien para que hable de temas particulares de esa asignatura y que podamos hacer un conversatorio con los chicos y hacer un análisis de caso, que ellos de alguna manera vean cómo podríamos realizar algunas actividades que a veces se ven muy cuadrículadas en la teoría, pero que en la realidad, tienen unas formas y unas didácticas que, son a veces muy simples y que ellos no las alcanzan a evidenciar y otras cosas que son fundamentales y que no son conscientes de lo importante que es esa primera

fase, Entonces, bueno, ahí nos articulamos y el tema pensaría que también de esa innovación es que está en todo finalmente y es actualizar. Que si no la tenemos, quedamos rezagados un poco y paquidérmicos dentro del campo académico.

Y la última pregunta **¿Qué apoyo institucional has recibido, de la institución, de la universidad específicamente a hoy? ¿Qué apoyo has recibido para tu desarrollo profesional?**

—Oh, por Dios. No, a ver, como lo digo, es que, a ver, no, no, el solo hecho de ser profe, eso apoya mucho también el crecimiento de mi profesión, porque me exige estar actualizada y también me gusta estar entre los estudiantes, porque ellos tienen a veces buenas ideas y es un insumo, es una musa. Podría verse como inspiración para algunas actividades de las que yo hago o sencillamente hacer ese abordaje investigativo y de análisis que, no esperaría ser en campo afuera en el campo laboral profesional con un grupo ya muy bien segmentado. Entonces, que en este caso de, bueno, mira, es que hoy estos chicos se comportan así, piensan así, tienen esas actitudes. Digamos que eso complementa muy bien mi quehacer profesional.

Eh, pero la universidad te ha dado ese apoyo para que te desarrolles profesionalmente, tú has recibido algo, no sé, que tú me digas, "No, sí, mira, es que me han dado estos cursos o me han dado estos descuentos para que yo pueda estudiar esto y esto y esto o no se están capacitando en esto y esto o nada. Yo pensaría que sí, las capacitaciones también, lo que pasa es que las capacitaciones están muy hacia la parte académica, ¿no? De formación a los profes. Sí. Que en el rol que tengo en la universidad es como profe, pues, va muy bien que toda esa información que me han dado, es el resultado de lo que soy hoy como profesora, realmente, es así. Yo soy profesora gracias a toda la formación que me da la universidad, como profe. En lo profesional, en mi sí, también de pronto en algunos eventos, charlas, conferencias que han dado, sí, claro, abren la puerta a también a tener de pronto un relacionamiento, generar nuevos contactos, lo que pasa es que digamos que mi formación profesional la he asumido yo.

Sé por ejemplo, en decir, ah, quiero hacer una especialización, pero entonces, voy a si podría haberlo hecho, pero yo la verdad nunca lo hice. Que la universidad me va a ayudar y me va a apoyar para hacer mi especialización en su momento cuando está, no, yo lo hice porque yo dije, "Lo voy a hacer". Y bueno, va a costar y yo asumo ese costo y entonces, pum, lo hice. Después cuando decidí hacer mi maestría, lo mismo. Alguien me decía, "Venga y por qué no le dice a la universidad, yo, no, no, no sé. No, yo la hice y fue mi tiempo y no pedí tiempo. Nada, yo asumí mi responsabilidad de formarme y de tener una maestría, pero la universidad de alguna manera me impulsó a hacer esa maestría, ¿cierto? Especialización. Pero en su momento me decían, "No, tiene que hacer esto". Yo no, yo no tengo que hacer esto. Entonces, dije, "No, yo no voy a hacer algo que yo no voy a hacer, no quiero hacer o no me interesa", porque me lo pagué la universidad. No, no, no, no, nada, yo elijo lo que yo quiero hacer, entonces, yo asumo mi responsabilidad y todo lo que implica tomar esa decisión.

Así mismo, fue con la maestría y luego, digamos que sí me han acompañado y han sido muy queridos y han entendido cuando he tenido que salir y entonces, hemos mirado cómo lo hacemos para seguir manteniendo esas esas asignaturas, máximo ha sido un mes, pero digamos que eso es un apoyo importante. Porque igual yo lo quiero hacer, yo no quiero decir, "Ay, no, mira, nada que hacer, tengo que salir y es un periodo de 30 días, 45 días y ya me tocó aplazar, entonces, no puedo seguir con ustedes. No, yo sí quiero seguir, yo sé que lo puedo hacer, yo me organizo muy bien y

digo, "Mire, esta es mi este es mi plan de trabajo, afuera voy a hacer esto y lo voy a hacer así, así, así". Y, nada, digamos que el compromiso siempre está, ellos también dependen de que digan, sí, lo aceptamos.

Eh, yo diría que la capacitación, constante en la labor y en el rol como profe y digamos que esos eventos que se hacen de seminarios, de conversatorios, de las ferias, de digamos que los calendarios, que se tienen los eventos en la institución y que, que tienen que ver con nuestra disciplina y, sí y de alguna manera complementan y me abren nuevas líneas de conocimiento y que ay sí, tengo que estoy como floja en esto y tengo que comenzar a pensarlo.

Pero ¿crees que es un tema que depende del docente o que depende de la institución? Digamos que la capacitación, el desarrollo profesional, sí, es compartido o crees que **¿debe ser un poco más institucional?**

—Sí, yo pienso que la institución debe aumentar porque lo tiene, pero sí debería aumentar. Pensar de alguna manera o incluir nuevas propuestas un poco más robustas para que pase, diga nuevamente, pensando en temas de internacionalización, sé que la universidad lo hace. Pero por el solo hecho de aportarle a su desarrollo profesional, deberían tener unas propuestas diferentes, ¿no? La oferta debería ser un poco más, que tenga más mayor beneficio de los profes, porque asimismo él va a aumentar su formación, su desarrollo profesional, eso va a impactar a su labor docente e impactar aún más a los estudiantes. Y, yo lo viví y yo lo sentí cuando estuve haciendo la Maestría en Psicología del Consumidor y dictaba las clases de psicología.

Al final alguien me decía, "Hey, pero es que tú le estás dictando esa profesional a chicos de sexto, de octavo semestre no estás hablando con ni siquiera con especialistas". Porque yo acaba de permear todo lo que estaba aprendiendo, por eso te digo que en algún momento yo impacté a mucha gente, porque yo estaba supercontenta y motivada y estaba, conociendo y abriendo realmente, entendiendo el mundo de la investigación, yo estaba feliz con lo que estaba haciendo. Entonces, yo llevaba todo a decir, "No, no, no, porque yo estoy también por algunos procesos teóricos de conocimiento para que puedan manejar mejor esto", Entonces, yo trataba de conectar lo que hacía y como lo decía, con todo eso es cuando iba en su momento, bueno, eso sí fue algo que pasó en la universidad. No sé, que tuve la posibilidad de ir por la universidad, no de los que yo pagaba, porque yo siempre iba porque yo me los pagaba,

En algún momento tuve la posibilidad de ir con la universidad, bien, lo mismo, eso impacta muchísimo a los estudiantes porque ahí tú ves muchas tendencias, casos de éxito, todo eso que está pasando en tu sector, tanto estratégico como publicitario, claro, le abre y le da la perspectiva diferente o al menos mucho más cercana de lo que está pasando hoy en el país y a nivel mundial en nuestro campo a los estudiantes. Entonces, eso te lo aseguro y ellos lo deben saber. El que gana totalmente es la institución y los estudiantes. Entonces, yo considero que sí deberían por ser mucho más robustos, ser mucho más robustos eso, el crecimiento profesional de los profesores y darles un poco más de libertad., yo te lo digo por la experiencia que tuve y lo que escuchaba. No, ni más, ya chao. Hay talento que se les fuga, se les va y aún van a fortalecer aún más sus competencias en donde se van a ir. Hombre, ¿por qué no lo aprovechan? Si ya tienen ese contacto, esa experiencia, ese manejo, sigan trabajando con ellos porque lo saben hacer muy bien y sus resultados son buenísimos. Hombre, porque los dejan ir.

Entrevista 4.

Docente de género masculino, Universidad UCompensar, programa Mercadeo y Publicidad (entrevistada el 3 de marzo del 2025).

Es la experiencia y el desarrollo profesional. Entonces, **¿cómo podrías describir tu trayectoria profesional y académica en el campo del mercado de la publicidad que es lo que tú te estás desempeñando ahorita? ¿Cómo podría describir, sí? Sí, ¿cómo podrías describir tu trayectoria?**

—Bueno, yo creo que primero con un constante aprendizaje, ¿no? Porque el mundo del mercado de la publicidad está actualizando constantemente. Creo que no es un mundo que se queda quieto, tampoco es un mundo que evoluciona cada casi cierto tiempo, sino es constante, más por ejemplo lo que está pasando con las redes sociales, en el caso de la publicidad, todo lo que se ha litiga, cómo se ha cambiado la evolución, ¿no? De lo que antes era la radio cuando inicia esto, a lo que hoy en día son las redes sociales y un poco de términos de aplicaciones, de herramientas.

Vamos ya en la IA en el caso mío, que es más que todo la publicidad, te permite hacer un sinfín de cosas impresionantes, ¿no? Ya tú no tienes a veces ni siquiera, aunque la idea es que uno conceptualice, pero ya hoy en día ni siquiera es necesario tomar una foto y retocarla, sino que ya prácticamente una idea te crea las cuestiones que desde uno como conceptualiza. Entonces, mi trayectoria ha sido por el lado de la publicidad, el mercadeo lo aprendí en una experiencia laboral, ahí fui jefe de mercadeo y publicidad, aprendí un poco al mercadeo tenía lo básico. Y mi fuerte siempre ha sido la publicidad enfocado hacia el lado creativo porque la publicidad, tiene varias ramas, ¿no? Entonces, en publicidad tú encuentras la persona que se va por el lado de los medios, se encuentra la persona que se va por el lado de la creatividad, encuentra la persona que se va por el lado de la parte logística de publicidad. Mi lado siempre ha sido el creativo gráfico.

Entonces, digamos que ahí he estado en una constante evolución de eso. A parte de este mundo de la docencia que conocí, también freelanceo. Entonces, yo por mi parte hago trabajos aparte externos que tienen que ver de sobre publicidad, sobre manejo de redes, sobre quedar contenido para empresas, crear exposición de marcas. Digamos que también me he enfocado un poco en lo que es el tema de diseño de marca, nombres, logotipos y demás. Bueno. No sé si algo más muy por eso. ¿Cómo más? No, sí, con eso está bien.

¿Cómo mantienes actualizado tu conocimiento?

—Lo que te digo, hoy en día, bueno, a mí me gusta leer mucho, ¿sí? Leo muchísimo el tema de libros de publicidad de diseño que es muy fuerte, pero el mundo está tan actualizado y muy fuerte son los programas, toca estar a la vanguardia de lo que va saliendo, ¿no? Entonces, el tema de la IA hoy toca y ya no solo los programas básicos como los son Photoshop, Illustrator, Indesign, After Effects y en adicional todo lo demás que ha salido, ¿no? Entonces, tenemos eh, Leonardo para crear imágenes, entonces, hice una nueva guía. Trato de tenerla, trato de poder tener un contacto con ella de poder trabajarla para entender cómo se está manejando. Además, hay muchos términos nuevos que van apareciendo en publicidad, el tema de los influencers.

Entonces, para mí es muy importante a pesar de que tal vez no sea tan activo en redes sociales, sí estar muy pendiente de esto, ¿no? Porque, hoy en día la mayoría se está moviendo acá, ¿no?

Entonces, tengo que estar muy pendiente ¿Qué están haciendo los influencers? ¿Cómo están vendiendo? ¿Cómo las marcas están haciendo para actualizarse? ¿Cómo están comunicando? ¿Cómo están hablando? Entonces, digamos que prácticamente gran parte del conocimiento no adquirido está en esto, está en internet, está en leer, está en mirar.

Los programas, por ejemplo, ya tutoriales nuevos que salen van a YouTube. Entonces, uno se puede tomar el tiempo de una a dos horitas y estás ahí pendiente. Además, también me gusta de vez en cuando pagar cursos, en especial aprovecho cuando hay promociones como esto de Plaxi, que sacan cursos con nuevas herramientas que también me gustan. Y cuando se puede, aprovechar herramientas que brindan las instituciones en este caso para inscribirse a cursos y aprender cosas nuevas.

Pero ¿Cómo equilibras tu desarrollo profesional en la industria con tu labor docente? ¿Cómo haces ese equilibrio?

—Con el free lance, lo que te digo. A mí gusta muchísimo estarme moviendo, ¿no? adicional los estudiantes, yo tengo la fortuna para mí de dictar campañas publicitarias en noveno semestre, es la última materia que los chicos venden la línea publicitaria. Entonces, siempre tengo un cliente real y ese cliente real, me lleva primero a acercarnos a ellos al mundo real, a mí están investigando lo que me están haciendo y estamos uniendo las dos cosas, ¿no? Entonces, ¿cómo es que simplemente un ejercicio no se queda en lo académico, sino cómo lo llevamos a lo real desde lo que está pasando afuera? desde solo es un ejercicio entre la competencia somos nosotros, sino la competencia es todo lo que son las marcas, competencias directas o indirectas de esa marca y adicional, llevarlos a ellos mismos a sentir eso, ¿no?

Entonces, no solo hablamos de conocer eso, sino irnos, por ejemplo, al Ricarte, a buscar impresiones, a buscar quién consigue más barato, a buscar quién puede conseguir un brochure un poco más económico, a acercarlos a diseñar. Entonces, digamos que hay un equilibrio en ese sentido de poder llevar lo real a lo académico y lo académico a lo real de mi parte.

¿Qué te motivó a dedicarte a la docencia?

—Bueno, esto fue un accidente, un accidente único. Yo te resumo, vi una oferta laboral que decía publicista. Me postulé y ese publicista era profesor de publicidad. Presenté una entrevista y cuando seleccionaron la mejor oportunidad, a mí, sin tener ninguna experiencia. El tema me gustó tanto, me fue gustando tanto que, quería escalar porque yo empecé en un convenio Sena y empecé. Entonces, me gustó tanto que cuando ya sentí como eso tan chévere y gratificante de ver, yo arranqué con una población muy vulnerable, de chicos que llevan una vida muy dura, así que no es tan fácil el tema de estudiar, que tiene problemas personales aparte que de alguna forma u otra escapar, esa educación era un escape.

Entonces, me fue gustando tanto, me fue atrapando, eso que ya dije quiero escalar, pero cuando intentaba presentarme a universidades y demás, el tema ya era la maestría. Entonces, vino el siguiente paso y fue pensar, reflexionar verdaderamente en lo que quiero, me voy a arriesgar a pagar una maestría que están por el tema costoso acá y, me impulsé porque, me gusta ese tema de compartir conocimiento, ¿sí? Yo sé que es muy cliché, pero el conocimiento es para compartirlo, no para quedárselo. Y ver esa evolución de los chicos, a veces cuando uno los tiene por ahí un semestre

se puede encontrar más adelante, eso es muy gratificante, ¿no? Entonces, me ha gustado, se me dio un accidente bonito y ya en ese accidente bonito llevo 8, 9 años. Y vamos por más.

¿Cuáles consideras que son tus principales fortalezas como docente?

—Yo creo que la comunicación, ¿sí? Me gusta mucho, trato de hacerme entender en las presentaciones, por ejemplo, soy muy poco texto, más palabras claves y lo otro creo que lo más fuerte para mí y lo que siento que me ha funcionado es la ejemplificación. Si yo les hablo de un término y les digo, "Vamos a hablar un poco de branding". Entonces, yo les ejemplifico por qué el branding es tan importante buscando marcas que han tenido una evolución desde el punto de vista de mí, Entonces, trato muchísimo de simplificarlo, adicional con casos que sean reales y atractivos, ese también es otro punto importante. Y otro que me gusta también llevarlo como te dije en la anterior pregunta a lo real. Entonces, no solo lo hago en novena.

En lenguaje y creatividad, por ejemplo, el día que es de quinto semestre, vamos a trabajar con una un local de tacos, entonces, trato de acercarlos mucho a eso, ¿no? Al ejercicio real a que vayamos a la calle, a que investiguemos, a que veamos el entorno, a que veamos qué está pasando, desde lo más básico, lo hicimos como lo que fue casi dos años y medio hicimos la señora que vendía agüitas ahí en la calle, Entonces, aquí yo en la skin en la L, no sé si recuerdas, le hicimos el diseño de marca a ella, le hicimos el logo, le dimos uniforme, hicimos una obra social, pero acercándonos a un cliente real para que ellos tuvieran ese contacto.

Entonces, también algo aparte de ejemplificarlo es llevarlo a lo real y que prueben un poquito, se acerquen llevándolos, por ejemplo, jurado simplemente en una actividad que tal vez puede ser ficticia, llevándoles un jurado para que ellos sientan cómo es eso. Creo que pronto es eso. Y obviamente, la investigación está constantemente actualizado, no trato de no repetir actividades, sino que la renuevo las cambio, les hago un pequeño cambio, una mínima innovación, pero, que permita a ellos digamos crecer y entender muy bien lo que se está hablando.

¿Qué tipo de formación pedagógica, tú has recibido para la labor docente?

—Bueno, no. Realmente ninguna, yo cuando voy a ser sincero acá, cuando yo pagué la maestría, puedo nombrar marca empresa, sí, universidades, sí. Sí. Bueno, cuando yo quise estudiar la maestría, yo estuve con el camino de que me iba, yo quería estudiar Psicología del consumidor, que complementaba mucho mi perfil publicitario, pero también quería abrirme a otro campo, entonces, me fui por la Maestría en Gerencia de la Innovación Empresarial, eso abría el tema de Administración de empresas, poder ingresar a otra facultad, yo lo veía así. Yo entré a la Universidad Externado. No solo por aprender el conocimiento, sino también por ver yo y profesores de maestría. Eh, yo empezando en un tecnólogo del Sena y adicional, yo aprendí que también en la CUN. Entonces, yo dije, "Esto acá me va a servir muchísimo para aprender". Yo lo veía así. Realmente no, no, no. Creo que fue más lo que aprendí de lo que no debía hacer, que de lo que sí debía hacer, ¿no?

Entonces, veía cosas muy contrarias a las que yo entendía, presentaciones con muchísimo texto, presentaciones con errores de ortografía, eh, profesores poco prácticos, que simplemente daban un tema y un carretazo durante ocho horas, que uno está sentado en la maestría. Entonces, creo que aprendía más bien de lo que no debía. Ahora, si de pronto puedo hablar de pedagogía, obviamente tengo compañeros con los que hablo a veces y los veo hacer ejercicios, los veo o cuando

hacemos el PIC, por ejemplo, que ahí aprendemos un poco de cómo son las prácticas que los otros compañeros hacen. Más que aprender de pronto de haber, tomar un curso, haber visto algo, no, yo creo que más bien es un poco empírico lo que he hecho y lo que he intentado que me funcione, porque no todo funciona, ¿no? Pero por eso, tratar de llevarnos simplemente al carretazo en un salón y ya, sino al carretazo mezclado con un ejemplo y aplicado a algo que pueda ser real. Sí he aprendido.

¿Cómo ha evolucionado tu práctica docente? Desde que comenzaste a enseñar, desde esa primera vez que enseñaste a hoy, **¿cómo has visto esa evolución en tu práctica docente?**

—Bueno, yo lo considero para mí satisfactorio con todavía muchas cosas para aprender, muchas cosas cómo evolucionar, pero claramente los nervios nunca se van, cuando uno va a arrancar los nervios no se van nunca, pero ya uno es un poco más controlador a hablar, la primera vez que le sueltan un grupo pensando uno cómo va a entretener. De hecho, cuando llegan y me dan no bueno semestre, uno dice, "Yo cómo voy a pilotear a gente que de pronto hasta mayor que yo que de pronto llevan otro ritmo de vida y que tengo que ser bien entretenido", tal vez en la forma de explicar el tema, pero siento que ha evolucionado un poco en el tema de, un poco no, mucho. En el tema de entender que generar una cercanía con los estudiantes, ¿no? Una cercanía desde, mira, yo soy malo con los nombres; yo no me aprendo nunca los nombres de los chicos. Esa es mi debilidad más grande. Pero estoy muy consciente de que los escucho y trato de que todos hablen y participen.

Desde primer semestre hasta noveno trato de que todos, tal vez, antes al principio de mente uno mientras está rompiendo el hielo, mientras va soltando y va entendiendo cómo es la cuestión, pero ahora yo trato de que toda clase sea dinámica, de que toda clase sea preguntarles tal vez si les ejemplificó algo de mi parte, les digo, "Bueno, ahora ustedes cuéntame, por ejemplo, cuando hablamos de innovación". Entonces, yo les puedo decir, "Hablemos de innovación en comida". Dígame usted qué ha hecho innovadora en la comida. Entonces, algunos me dicen que la papita McDonald's mezclada con el vasito de helado, que eso es innovador para ellos y, sí, es innovador quien come sal con dulce, no sé, pero desde ahí, desde esa interacción, eso es una evolución para mí porque he tratado cada vez generar un poco más de cercanía que al principio cuesta un poco, pero, con el tiempo uno se va soltando más y creo que es esa confianza que uno se va agarrando, creo que la palabra va a ser confianza. La confianza que uno va tomando lo que uno sabe y se cree lo que uno sabe porque a veces el principio es ese miedo, ese inseguridad y a ello, ¿cómo voy a empezar? ¿Cómo me arriesgar? Pero cuando tú ya tienes esa confianza, te permite a ti mucho más.

Y de acuerdo a eso que me dices entonces, **¿qué áreas de tu práctica docente consideras que necesitas mayor desarrollo? ¿En qué áreas de mi experiencia docente?**

—Okay. Bueno, no sé qué decirte. ¿En qué áreas puedo Repítame la pregunta, discúlpame. , ¿en qué áreas de tu práctica docente requieres más desarrollo? ¿En qué áreas de mi práctica, o sea? Bueno, no sé, yo creo que ¿Sabes algo? Que de pronto a mí no, a mí me gusta investigar los temas que tienen que ver relacionados a mí a mi campo, a las clases. Pero Yo te confieso una debilidad mía, no me gusta la investigación, no me gusta el tema de yo por ejemplo a Carolina le he dicho que a mí la investigación no es algo que me llame la atención, ella siempre me dice, "Pero fa, hoy es que la investigación es tal cosa". De pronto en el tema de aplicar eso de tomar un día un tema, un caso, de investigar algo para generar un documento, de pronto en eso creo que no he profundizado completamente aplicando mis conocimientos hacia una problemática tal vez de la sociedad o algo,

no lo he hecho. Eso sí tengo que ser sincero, yo creo que tendría que profundizar y es algo que a veces lo he pensado si hacerlo o no, pero no he profundizado en el campo de la investigación de un problema, un hecho, un acontecimiento basado desde mis conocimientos, no lo he hecho, Jenny. Yo creo que eso puede ser bastante interesante.

¿Qué competencias si habláramos de las competencias que debe tener un docente? en el programa de Mercado y Publicidad, independientemente que sea hombre o mujer, ¿sí? **¿Qué competencias consideras tú que debe tener un docente de mercado de publicidad para su desarrollo?** profesional.

—Competencias, bueno, yo creo que el arte es entender de comunicar. El comunicar para mí es vital la responsabilidad hm de responsable simplemente desde, desde la llegada a un salón, de responsable ya cuando estás en el ámbito laboral de entregar algo cuando te comprometes con el cliente, desde la publicidad para mí y no sé cómo llamarlo, yo creo que voy a llamarlo competencia, pero ¿cómo lo podría llamar? Porque yo le diría, estar atento a todo, pero lo metes de la ortografía desde lo que presenta, es muy muy limpio, ¿cómo lo podría llamar? O muy pulido con lo que uno presenta, estar seguro, uno siempre tiene que ser, no sé cómo puede llamar esa competencia, pero uno tiene que estar muy atento absolutamente a todo lo que pasa en el entorno y a todo lo que hacemos. A veces pasa que uno como publicista hace algo, pero uno de tantas veces que ya lo ha visto, uno no ve los errores, ¿no? Entonces, a veces lo que yo le digo a los chicos es, uno ya ha visto tantas veces esa pieza y usted ya no le va a ver los errores, entonces, hay que hacer que, hay que estar muy abierto.

Y otra cosa es ser muy activo en estar evolucionando y cambiando, ¿por qué? Pasa algo muchísimo en este mundo de la publicidad y se los he demostrado mucho a los chicos con ejercicios y es que cuando hacemos una idea muy buena, la idea es tan buena, nos va tan bien, sacan un cinco en el primer corte, pero luego sin querer queriendo, para el siguiente trabajo vuelven a reciclar parte de la idea, por ejemplo del diseño. Y una tipografía les funcionó, la van a volver a reciclar y ellos tal vez no se dan cuenta. Y un degradado en diseño les funcionó, tal vez no se dan cuenta, pero lo están aplicando y entonces, uno tiene que estar en una constante evolución y soltar, lo que tú haces bien lo sueltas o si lo vas a modificar tiene que ser una modificación grande y eso es un punto que cuesta muchísimo al publicista y al creativo, y te lo digo por experiencia porque yo manejé marcas como Claro, Banco Caja Social, cosas completamente diferentes y a veces resultaba que una idea que estaba, eran tres marcas en el mismo día. Una idea que llegaba para uno al otro, sin darme cuenta, le había cambiado tal vez el color, le había cambiado algún algo al guion, pero la idea estaba al otro lado, estaba en Banco Caja Social. Entonces, uno tiene que estar siempre abierto, abierto a escuchar y abierto a cambiar.

Vamos a pasar a la temática dos, que es estrategias pedagógicas y metodológicas. **¿Qué estrategias utilizas para planificar tus clases?**

—Eh, bueno, yo soy de los que se la pasan viendo muchísimo actualización de marcas, ¿sí? entonces, trato de llevar lo real y adicional lo que ha sido polémico, no es de lo malo, y lo que ha generado polémica a la hora de crear anuncios, por ejemplo. Estrategia de mercadeo me gusta muchísimo, buscar ese mercadeo grande que a veces genera boom y que logra llamar la atención. entonces, algo lo que sí puedo decirte que uso estrategia es estar pendiente de tendencias de qué es lo que está pasando, por ejemplo, ahorita que les pongo a los chicos, qué es tendencia, entonces,

tendencia es que Shakira. Shakira es tendencia porque vino a Bogotá. Entonces, ¿cómo busquemos qué ha pasado con publicidad Shakira y cómo podemos ejemplificar eso con Shakira?

Todo lo que sea tendencia, siempre estar muy pendiente de lo que está pasando a nivel, no solo publicitario y mercadeo, porque, yo les digo a ellos que cuando un buen publicista tiene que saber un poco de todo. Entonces, tiene que estar al tanto de las redes sociales, tiene que estar al tanto de lo que pasa, tiene que estar al tanto de una noticia tanto positiva como negativa, porque es ahí donde podemos pegarnos y generar publicidad desde cualquier ámbito, ¿no? Entonces, lo que es tendencia, lo que se vuelve consumo para la gente, a lo que la gente le gusta estar interactuando acá. Entonces, una estrategia mía es estar muy pendiente como te digo esto de las noticias de ver eventos como por ejemplo el Super Bowl, mirar si van a salir películas que hicieron de tráiler, porque se vuelve como un boom, cuánto genera, ¿cuál es la polémica sobre tal película? Que si un producto funciona, que si no, que sale al mercado. La otra semana, esta semana por ejemplo, salgo con los chicos para para Gran Estación porque Panini, conoces Panini, ¿no?

La marca de álbumes, Panini abre su primera tienda en Colombia de cómics y tiene la inauguración en Gran Estación el jueves a las 6 a 8 de la mañana. Entonces, vamos a ir con los chicos para que veamos cómo es una inauguración ¿Qué es lo que están haciendo? Entonces, tratar de estar pendiente, si me pueden pasar cosas, pero tratar de estar pendiente muy en redes sociales de eventos, que si hay Burger Master, cómo están manejando el tema de Burger Master, cómo están haciendo la publicidad, qué están haciendo cada uno de los locales para promocionar la hamburguesa que están lanzando. Entonces, una estrategia mía es ponerlos por ejemplo, los de comunicación les digo, tarea de hoy en ocho, vean noticias. Y hoy de hecho, este medio, si el miércoles vamos a la emisora a improvisar un programa de radio y les pregunto al azar, bueno, ¿qué ha pasado en esta cosa?

¿Qué estrategias empleas para manejar grupos diversos, diversos en edades, diversos en maestros cuando ves esa diversidad de grupos? ¿qué estrategias empleas? Bueno, hay que identificar los perfiles, algo chévere de la publicidad como te estoy diciendo que es que hay distintos campos.

—Eh, puedo hablar de UCompensar, en UCompensar el fuerte está más tirado hacia el mercadeo, pero a uno que otro chico le termina gustando un poco el tema de la publicidad y dentro de la publicidad, entonces, a tal que le gusta el diseño, está el que le gusta la parte de copy, de redactar un texto, entonces, ¿qué hago yo? Primero, lo identifico preguntándole, bueno, ¿usted cómo se perfila? Entonces, están los de medios, están los que se ven diseñando, están, así sepan o no sepan, ¿cuál es el camino que a usted le gustaría tomar? Cuando los logro separar así, los uno desde habilidades. Por ejemplo, en una materia que se llama Lenguaje y creatividad, tengo gente de Diseño Visual y tengo los chicos de Mercadeo, Entonces, mi estrategia fue dividirlos, hay unos chicos de diseño, ustedes se van para un lado, ligan un grupo y los de mercadeo hacen parte de ese grupo, para interactuar de las competencias que cada uno tiene, ¿no? Desde cómo me puedo complementar con este y fortalecer acá y cómo puedo yo enseñarle a este y este aprender de mí. Eso es lo que yo hago, identificar los perfiles y ver.

Ahora, en tanto al tema de pronto de edad, lo mismo, no de hecho no lo veo como un bloqueo, ¿sabes? Antes lo veo como una experiencia donde al final terminan aprendiendo los dos. En las ocasiones que he tenido, de hecho la gente de mayor edad termina aprendiendo mucho más a veces, un poco los pequeños porque claro, es un en contraste a veces hablamos de diez años, donde hay

términos donde hay conceptos, donde uno escucha términos hoy en día fumar y uno también termina aprendiendo de ellos porque al fin y al cabo, la posición de mercado es la actualidad es ellos, tenemos que estar evolucionando con ellos, entonces, de hecho para mí es un aprendizaje sentarme con unos chicos y que me digan términos como postear, que ya me dijeron otro que se me olvida en este momento, pero aprender todo eso porque son cosas de lo que están hoy en día a tendencia.

¿Qué estrategias utilizas para evaluar el aprendizaje de tus estudiantes?

—Okay, los ejercicios que te pongo lo que te digo, los casos reales, o los entregables, pero no solo entregables simplemente escritos, de hecho yo no uso entregables escritos a menos de que sea una campaña publicitaria y tengan que vendérmela y usarán una que otra palabra. Pero para mí la forma de verdaderamente evidenciar si están aprendiendo es que todo eso que ejemplificamos, todo eso que aprendimos se lo lleven a un producto. Desde lo básico, en comunicación escrita, por ejemplo, hacemos una crónica. Entonces el segundo corte de la crónica, yo veo de verdad están hablando, están usando palabras acordes al léxico donde se están metiendo que si van a hablar de profe, es que vamos a hablar de cirugías, entonces, estamos dando la investigación adecuada sobre los términos que usamos de la cirugía.

Entonces, para mí la mejor forma es la práctica, verlos cómo están actuando. No soy de parciales, no soy de quices porque, mi lado es más público, estoy creativo, entonces, es más de ejecutar. Si te digo, "Véndeme esto de manera diferente". Dime cuál es la manera diferente y muéstramelo desde lo visual, desde lo audiovisual, desde lo si vas a usar texto desde el copy, eso es estrategia diferente o mantienes esa misma que me mencionas desde la parte vivencial? No, digamos que a veces tomo, por ejemplo, tomo un caso ya real que exista, ¿sí? Te cuento, por ejemplo, Pexy cometió un error en si nuestros males en se me olvida en este momento el lugar eh, Indonesia, Pexy en Indonesia lanzó una campaña que era que había una etapa ganadora. Entonces, hicieron toda la publicidad con la etapa ganadora cuando estaba de moda, todo esto de que ese número del ganador y la cuestión es que si conoces la historia les quedó mal la tapa y ganaron miles de personas y se volvió un revuelo y gente, bueno, murieron hasta personas por todo lo que pasó.

Yo les muestro ese caso y les digo, "Vamos a crear una campaña basada no solo en lo real, sino en algo que ya pasó, ¿cómo lo vamos a tomar? ¿Cómo comunicarían ustedes siendo marca de ese de ese error?" O no sé, los pongo a mirar, no sé si has visto Supersize, Supersize es un documental de M&M. El de las mujeres que mandan a McDonald's por el tema de la obesidad y un tipo se pone, pero el tipo a través del documental va diciendo que McDonald's que la gente se ha encargado, los medios se han encargado, de que hoy en día un niño sepa quién es más el payaso de McDonald's que un presidente, entonces, los pongo a ver eso y les pongo a decir, "Bueno, entonces, ¿cómo vamos a crear una campaña que genere conciencia, no, simplemente lo real actualmente, sino también cómo podemos tomar lo que ya pasó y modificarlo, revisándolo hoy en día. Trato siempre eso, mira, yo he descubierto algo, a mí me ha pasado, yo los pongo a leer y no lee. Los chicos hoy en día no leen, no leen.

Si tú les pides un ensayo con la con la guía, ya lo genera, la verdad ya uno es el que le invierte más tiempo al ensayo que lo que el chico le puso al ensayo, porque ya ellos te piden el ensayo, te lo recaptan, te copian y te pegan, entonces, más que leer, por ejemplo, una evolución que he hecho es que me he fijado qué libros tienen audiolibro. Entonces, en Spotify hay muchos libros ya de mercado, de publicidad, están ahí. Entonces, es dato decirles, por ejemplo, los divido en grupos, si

les digo ustedes me escuchan el capítulo 1, el capítulo 2, el capítulo 4, nos reunimos hablemos. Y miremos todas esas palabras clave, ese aprendizaje que cogemos de cada capítulo y con eso lo llevamos a la clase y también lo aplicamos, ¿no? Porque es que he hecho eso, claramente vemos comerciales, una estrategia de ver comerciales a los chicos les entra todo lo que es audiovisual, vemos desde los comerciales malos, pero malos.

Te puedo recomendar unos y después lo ves, se llama Funeraria López, busca Funeraria López y eso va a cambiar tu vida y arrancamos con ese comercial, que es malísimo. Y llegamos a ver comerciales que han ganado premios, comerciales que son creativos, pero también eso, aterrizarlos desde lo visual así mismo piezas gráficas, ¿no? La evolución de la publicidad, un publicista que se llamaba Luis Basap, él le escribió algo que se llama “Los 20 caminos creativos”, entonces, tomamos esos veinte caminos y los ejemplificamos en la vida, Entonces, vemos ejemplos aplicaciones reales y al final también, que ellos propongan algo, que si bien a veces no es tanto el tema del diseño, por lo menos que la idea sí esté y que aprendan a conceptualizar una idea.

¿Qué recursos tecnológicos estás incorporando en tu práctica docente?

—Illustrator, Photoshop, que son los programas básicos. Ahí a veces nos encontramos con un choque con los chicos y es, que no todos a veces tienen la facilidad de tener un computador, entonces, dependen de la universidad para poder usarlo. Pero como te dije al principio, la semana pasada, antepasada, me puse, ya conocí algunas guías que generan imágenes, busqué, por ejemplo, a Leonardo y eso, ya te genera piezas y obviamente tiene que ser empapado eso. Yo no estoy cerrado a que uno use las guías. Pero no que te hagan todo, sino que tú los tomes como base para algo, en el caso de decir, lo modifiques desde Photoshop, lo modifiques desde Illustrator, que te tomes el tiempo, porque ahora solo es escribir y crea, sino que te tomes el tiempo de salir a investigar y luego llevarlo a la herramienta.

También uso Premiere muchísimo para el tema de los comerciales, me empecé a empapar de Canva, porque es que los chicos hoy en día Canva, Canva. Entonces, me he empapado de Canva y lo he usado para entender un poco cómo este funciona, pero también para decirles mira es que en Canva yo no puedo hacer esto, no puedo hacer lo otro, pero también lo he implementado porque, es una herramienta que los chicos hoy en día también usan mucho y están muy familiarizados lo que es en Audition, que es una herramienta de audio y así mismo, para los chicos he implementado también Audacity, que a veces es más fácil de descargar y también con eso pueden editar audios. Digamos que eso por ese lado y, ya las ídolos que conocemos, check DTP y otras, para para información y demás, pero digamos que eso es lo fuerte que uso.

Vamos a pasar entonces, ahora el componente de competencias específicas en mercado de publicidad.

¿Qué competencias técnicas consideras que son esenciales para enseñar mercado de publicidad?

—Para mí, mira, la creatividad. Para una competencia es creativa, de hecho la creatividad para mí es la base de todo. Tú puedes aprender a diseñar, tú puedes aprender acá, puede ser muy bueno investigando un grupo, un estudio de mercado, pero si tú no eres creativo para saber qué hacer con eso que recogiste información, si tú no eres creativo para saber que ya aprendes a manejar textos en un programa de diseño, que aprendes a manejar colores en un programa de diseño, si tú no eres creativo para saber qué hacer con eso, para saber ver cómo cambiarlo, para saber cómo hacer el giro en el caso de mercado para poder crear una estrategia. Yo siempre he considerado que no se

tiene nada, ¿sí? Porque mira, yo les puedo dictar a todos a 27, 28 chicos les puedo dictar un programa de diseño y todos van a aprender lo que yo les diga.

Pero el que es creativo y el que es, además, proactivo y va más allá de lo que uno le dice, ese es el que la va a romper. Ese es el que va a hacer algo distinto, el que se va a tomar el tiempo del lugar. Mira, pasa muchísimo y también me dado cuenta. Que hoy en día yo les digo, la semana pasada les puse un enlace que era www.play.com, venderlo para chicas. Hace 15 semanas, 15 días, perdón. Tuvimos la semana pasada la entrega. Y cuando llegaron todos, son 15 estudiantes en campaña, les hice una pregunta básica y es bueno, ¿quién entró a www.play.com? Nadie. Entonces, uno dice, "Pero tú cómo me vas a vender algo que tú no ni siquiera ni siquiera cacharreaste, ni siquiera entraste". Si nos vamos al restaurante y me vas a vender esa hamburguesa, yo no les voy a decir que gasten la plata en hamburguesa, pero hagan una vaquita y prueben la pasada de ustedes, que es lo que está, que es lo que va a vender, porque eso uno tiene que empaparse de todo.

Entonces, creo que ese punto de la creatividad fundamental y también ser proactivo en lo que se va a hacer, porque si no te empapas de lo que estás haciendo, si no te estás metiendo, si no estás en sumiéndote en ese mundo, grave y si no estás haciendo algo diferente, peor. Lastimosamente, en la maestría me encontré con muchos ejercicios de profesores que repetían las clases de posgrado que encontraba el mismo ejercicio en pregrado y, creo que no hay una diferencia y una innovación en lo que se está haciendo. Bueno, creo que la creatividad es un punto, creo que la investigación es otro porque toca estar actualizándose constantemente eso. Como a la vanguardia de todo lo que va pasando y lo que tengo que son las tendencias y demás.

¿Cómo desarrollas habilidades analíticas en tus estudiantes?

—Con caso. Mira, juegos de mesa, los casos primero para ver los análisis de qué pasó, de analizar desde el público objetivo, de si la estrategia sí era para el público bueno, con el público objetivo, tú ya puedes saber, les digo, bueno, ¿dónde vamos a pautar? La marca quiere una cuña. Entonces, dependiendo, por ejemplo, el nivel socioeconómico, dependiendo la edad, analizar que mi hora me va a funcionar, que mi hora no me va a funcionar. Me gustan muchísimo los juegos de mesa que son de pensar. Y los que no son de pensar, los vuelvo de pensar. Por ejemplo, uno que hago muchísimo es que los pongo en primer semestre a jugar yenga, pero el yenga contando historias y trabajando como grupo.

Entonces, son grupos que tienen que generar una estrategia para que la torre les dure más, pero tienen que estar contando la historia y media que van contando la historia y van sacando la ficha les doy una palabra, entonces, tienen que ir sacando la ficha con la palabra, con la historia y empiezan a analizar que al final nos damos cuenta que, obviamente, es la idea del ejercicio no tenemos coherencia porque la gente es más creativa cuando está bajo presión, entonces, cuando tú estás bajo presión es que eres más creativo, entonces, al final se dan cuenta que la historia que han creado no tiene sentido, porque es más la presión de la torre no se caiga, lo que tienes que ir hablando, el tiempo que va corriendo y demás.

Entonces, hay un juego que se llama "Quién tiene el gato" que me fascina, que es de un tipo un profesor, no, es un egresado de la Tadeo, que crea juegos muy chéveres y son juegos de preguntas para adivinar cosas de un tablero. Entonces, eso es muy de pensar, porque son cinco casas tratadas y entonces, te dice, "La persona que come pizza ve a la derecha a tomar qué". Entonces, es analizar y sentarse, es increíble uno ve a chicos que se bloquean y dice, "No entiendo cómo así que la

persona que y come pizza a la izquierda, tomar, ve, tomar limonada. Entonces, tienen que analizar eso en un cuadro y armarme todo un tablero solo con preguntas de eso. Y eso se los llevó al mundo real porque en publicidad tenemos que analizar todo.

Entonces, tenemos que irnos a la calle, tenemos que salir, por ejemplo, a veces vamos a supermercados y les digo, "Nos vamos a concentrar ustedes en la sección de vino, ustedes en la sección de pan, ustedes en la droguería", vamos a analizar qué es lo que la gente está haciendo. Nos vamos a un centro comercial y nos sentamos también en una plazoleta de comida y les digo, "Analizamos el comportamiento de la gente". Entonces, ¿qué es el comportamiento? Si va en pareja, y si vas solo, porque vas solo, si vas en familia, depende también de la hora, ¿no? No es lo mismo ir al mediodía que es la hora boom de las mujeres o que quedarnos un poco a las 3, 4 la tarde. Entonces, digamos que eso es lo que vamos a analizar y en la publicidad analizar es vital, toca analizar.

Vamos con la temática de relación con el entorno profesional. Entonces bueno, esto ya me la contestaste. Aparte de esas actividades extracurriculares que has hecho con los chicos llevarlos al campo, tal, **¿alguna otra o básicamente es eso?**

—Hemos sido agencias, agencias de publicidad. Hemos visitado agencias de publicidad, también les he llevado personas que han trabajado en el medio del mercado y la publicidad, entonces, generamos eso y las visitas a agencias son muy enriquecedoras porque, vas a un mundo donde te están diciendo constantemente, "Estamos haciendo esto, esta es la marca que estamos manejando", esto es, también, un punto muy positivo porque no solo es ir a observar, a hacer, sino también a ver lo que se ha hecho y lo que han hecho otros, ¿no? La experiencia de otros que también están aún más actualizados que uno porque están ahí constantemente en ese en ese punto, en ese mercado. Eso también he hecho ya.

¿Cómo fomentas el desarrollo de redes profesionales entre tus estudiantes?

—El perfil. Fundamental entonces, en este caso el portafolio, entonces, tener un portafolio en el caso de la gente que le termina gustando el lado, tú sabes que te he respondido más por el lado publicitario porque tengo la línea más publicista. Eh, estoy en otra universidad también empapado con todo el tema publicitario, entonces, te lo hablo más desde ahí. Pero, obviamente, el mercado también les funciona, por ejemplo, decirles, "Chicos, una forma de buscar empleo es el LinkedIn". Entonces, creen un LinkedIn, agreguen entre ustedes, califiquen las competencias. En el lado de los que se van por el lado publicitario es el tema de generar portafolio. Tú tienes que mostrar lo que haces ¿no? Entonces, interactuamos con un Wix, que es para crear páginas web gratuitas, pero que están las plantillas y ahí podemos crear un sitio web que me permita cargar mis piezas gráficas, mis videos. adicional me genera comunidad, porque si yo hice una campaña con tres compañeros más, los vinculo en mi en mi portafolio. Está Vi Hans, que es la más conocida, por lo menos hoy en día, para el tema de las personas que están viendo en este mundo del diseño, de los videos.

El LinkedIn que también les digo que pueden vincular, unirse a agencias y adicional, pueden también cargar su portafolio. Todas se unen, además, porque tú puedes colocar en el link algo que me gusta hacer, cuando tengo la oportunidad de editar materiales de diseño, es que uno de los ejercicios sea diseñar la hoja de vida diferente, porque hoy en día no les dicen a los chicos de mercado y publicidad, él que tiene la hoja de vida es en Word o es en Canva. Y en Canva es la plantilla que todos tienen. Yo reviso la plantilla y son tres con la misma plantilla. Entonces, desde

crear tu propia tu propia hoja de vida desde el diseño de entender que los colores comunican y aplicarlo ahí, luego lo llevamos a una red social, a un portafolio para que ellos estén primero empapados del mundo de la vida más de tengan una un perfil, así ya desde Instagram puedes estar publicando tus piezas, porque puedes estar generando portafolios de ahí y saber con quién se debe desconectar, ¿no? A quién debo seguir, quién debo buscar, al que me siga, de quién debo estar atento en una red social, en un link.

¿Qué tipo de colaboración mantienes con otros profesionales?

—Bueno, lo que te decía por ejemplo en UCompensar en el PIC, lo he desarrollado con un profe y hemos hecho no sé si has escuchado o has visto el Torneo Compartir, pensamos los dos, que es el torneo, que el tema de las mascotas, lo último que hemos identificado es ayudar a mascotas porque pasa algo curioso en este mundo, ¿no? Sin sonar mal, pero cuando le hicimos ayudando a personas tuvo una cogida interesante. Eh, pero nos dimos cuenta que mueve más fibras las mascotas en la gente de la universidad, ¿no? Entonces, no es lo mismo decirle a alguien y es verdad. Vamos a decirle, "Vamos a recoger plata para los abuelitos, sí, me dijeron, pero no les vamos a recoger plata para los perritos". Ah, eso es una cosa, sí, nos dimos cuenta de eso, es verdad. Hicimos el estudio con los estudiantes y evidenciamos que un perro, un gato mueve fibras mucho más grandes que una persona, increíble.

Pero entonces, complementamos los conocimientos y generamos, por ejemplo, un compartir, ¿no? Entonces también tratar de estar muy a la vanguardia y lo que te decía es el conocimiento, si alguien, por ejemplo, es un compañero mío necesita un tema, le paso el día con una profe nueva que llegó. Yo le pasé la presentación y le dije, le expliqué y ella tiene una materia nueva y entendió y me dijo, "Perfecto". Y me pasó también a mí un material y es compartir eso desde lo que yo no sé y me lo explican y yo lo explico y nos complementamos. Ahora, obviamente, uno es afín con todo el mundo, ¿no? Ahí entra también un poco el tema de si empatizo o no empatizo con una persona, pero también eso va mucho en perfiles, en poder tener una interacción, va más allá también hacia lo humano, conocer a la persona.

Tú mantienes, por lo que veo, sí, mantienes conexiones con la industria, tienes colegas, amigos de la propia industria, en este caso la publicidad y **¿tú mantienes tus conexiones?**

—Sí, total, yo conozco compañeros de agencia publicidad que son diseñadores que son creativos, algunos que se independizaron y tienen su propia marca. Además, también fui jefe de mercado y publicidad, pasé por maneje centros comerciales, maneje marcas en agencia, entonces, conozco mucho y estoy muy empapado de eventos cuando van a ser, porque mi fuerte se fue en un principio hacia el BTL, entonces, ahí generé muchos contactos. Entonces, estoy muy pendiente de las actividades que van a hacer para lanzar un nuevo producto, una nueva marca. Me gusta mucho este tipo de actividades que te invitan a probar una comida y de decir qué piensas de eso y llevar a los estudiantes a que a que participen también en esos eventos, ¿no?, sí, sí, tengo todavía mucha conexión ahí.

Vamos con el último eje entonces, profe, que es el de alineación con el Proyecto Educativo Institucional. Esto es un poquito más hacia la institución y el desarrollo. **¿Qué valores institucionales de los valores que tenemos en la universidad y en este caso, ponerlo en el contexto del aula con pensar? ¿Qué valores institucionales tú estás promoviendo en la enseñanza?**

—¿Cuáles son los valores que tenemos ahorita? Y que es pasión por lo que hacemos. Bueno, de hecho, mira, algo que siempre les digo y yo tengo la oportunidad de dictar en la universidad en cuarto en primero y en cuarto de los pequeños, luego tengo noveno y quinto. En cuarto, cuando le dictó Tele de creatividad ahí entra un tema muy importante y es La creatividad, se compone de cuatro cosas, la primera es la motivación. Uno está motivado por algo. Luego viene la pasión. Entonces, ahí lo conecto con lo que dice la Universidad, pasión por lo que hacemos que es la que me gusta, porque si tú no tienes pasión no puedes hacer nada., primero si estás estudiando, si estás estudiando en el área de publicidad que no sea porque te obligaron, sino porque te motiva.

Tú quieres estudiar esto. Ahora, tú entras con la idea de mercado publicitario, tienes una idea, pero en el camino de lo que estudio te das cuenta que tu camino puede ser los medios o pudo haber sido que siento la creatividad o pudo que fuera el diseño o puede ser que te das cuenta que lo que más bien es la comunicación social y te terminas enamorándote del mundo de comunicar. Lo importante es que se motive y, luego, que tenga pasión para hacer eso. Pasión de estar ahí, se ha visto una evolución grandísima como el nuevo campus, yo lo he visto. Obviamente, visualmente es de la publicidad, eso es una limpieza visual enorme lo que hizo UCompensar con este edificio. Y después de la pasión, de esa pasión que hacemos debe venir otros dos puntos en creatividad que son el ser constante, tener constancia en lo que se está haciendo, si caemos volver y seguir, y por último el arriesgarse.

Porque toca arriesgarse, de nada sirve que tú tengas una idea del carajo y al final te da miedo hablar, si al final te da miedo explicarla, si al final te da miedo, entonces, para mí uno de los fundamentales, te lo repito otra vez, es esa esa pasión, pasión por estar, pasión por creer a estudiar, que hay unos días que son mejores que otros total, pero tener pasión, pasión por lo que están haciendo cada uno de ellos y uno mismo tener pasión por eso, porque cuando uno ya le pierde la pasión y cuando uno va a trabajar sin tener esas ganas de hacerlo, ahí no hay nada que hacer. Allá se va, se va a esa magia.

¿Cómo contribuyes al desarrollo del programa académico de mercado de publicidad? ¿Cómo estás contribuyendo al desarrollo del programa actual?

—Bueno, yo lo digo primero de las cosas que te habla mi colega, pero igual todas las obviamente unas más que otras las disfruto. Pero yo contribuyo, por ejemplo, con el tema de conocimientos cuando tengo que crear cursos, es de las cosas que no me gusta crear cursos porque eso es larguísimo y tedioso crear todo eso, pero lo hago, adicional, con el tema de todo lo que es la parte de comunicación interna para la escuela. Yo soy la persona encargada de apoyar, por ejemplo, si tiene un evento, hago el diseño del logo, de, comunicar, por ejemplo que entramos a renovación de registro. Hoy la persona encargada y me acabo de acordar de que hice la pieza, debo hacer una pieza para para la renovación y anunciar que estamos en renovación, estoy ahorita liderando la parte de Internacionalización interna de la pieza, entonces, hoy quién está liderando que la gente tenga el PIC, tenga el PAF, sepa que es el reto, entonces, estoy muy encima de los profes actualmente, diciéndoles, falta tal persona para llevarme información a un profe, por favor, eso.

Pero también desde la parte de digamos que hablándolo, eso que tal vez no se puede mostrar con algo desde la parte que para mí es gratitud de estar ahí, ¿sí? de apoyar el proceso, de ver cómo ha evolucionado, de ver que en este caso, desde Carolina, se ha conformado un equipo que obviamente, tiene constantes cambios en algunas veces que no es perfecto, pero que sea encaminado

desde mi rol en la parte publicitaria, somos dos profes más que estamos en esa línea publicitaria donde mi parte es fortalecer eso ¿no? Fortalecer y que se vea, lo estamos apuntando, yo lo estoy apuntando este año, el año pasado intenté y no pude, estoy apuntando a ganar un premio, la facultad no tiene un premio. Y estoy decidido a llevarme un premio de los que tiene actualmente el mercado de la publicidad, estoy seguro que nos lo vamos a llevar este año en campañas, en lenguaje, pero entonces, también apoyar desde el punto de darle más reconocimiento y visibilidad no solo al programa, van a la universidad, porque si el programa sobresale, la universidad también va a sobresalir.

¿Qué sugerencias tienes para mejorar el programa de Mercado y Publicidad con lo que tú has vivido hasta ahora? ¿Qué sugerencias para mejorar el Plan de Mercado?

—Bueno, ¿esto quién lo ve? ¿Esto lo ves tú no más? Bueno, yo creo que algo para mejorar muchas veces es, pienso yo externamente que, hay que prestarle mucha atención a la evaluación docente. Eh, siento que a veces es un punto que sí se entrega, pero no se entra a profundidad a analizar, ¿no? Y no por el tema de que la evaluación docente sea una guillotina de bajar cabezas, sino por el tema más bien de ser una advertencia de que una persona mejorar. Yo creo que es muy enriquecedor y por lo he vivido en otras instituciones y aquí no se puede, claro, no lo ha hecho saber, pero siento que falta un poco más de fuerza en ese punto de tomar a alguien y leer la evolución de sentir verdaderamente en qué se debe mejorar y que se lo digan a uno, porque, lastimosamente, uno también a veces sin querer, porque esto no lo pregunta, pero uno escucha cuando los chicos se quejan de algo y dicen, "Hicimos la evaluación, pero no pasó nada".

Entonces, sí siento que de pronto se debería fortalecer un poco el tema de revisar muy bien eso, vas y en base a tomar acciones, no te digo, no tiene que ser la bajada, porque esa no es la idea. Pero sí una primera advertencia, es que nazca de ese análisis y su observación con los estudiantes en fin y al cabo, porque cuando un chico habla mal de uno, es normal; pero cuando a veces son cinco, cuatro que tal vez dicen lo mismo, seis, es porque algo que se debe entrar a estudiar. Entonces, sí siento que de pronto un punto debería ser ese, prestarle un poco más de atención al tema de la evaluación docente.

Aparte de esa iniciativa que tienes, ¿hay alguna otra para para mejorar el desarrollo del programa?

—De eso no, hay una cosas que hemos venido hablando, que bueno, que también entraría ahí y es que el tema es yo tengo la oportunidad de tener los chicos en noveno, los chicos están llegando muy mal en diseño, muy mal. Entiendo que diseño a nosotros nos lo dictan la Facultad de Estudiante Visual, se me olvidan los nombres, Ciencias Básicas Sociales. Y ahí está el programa de Diseño Visual, ellos nos dictan eso, diseño visual. Es que hay una diferencia muy grande porque estos chicos vienen desde el principio viendo diseño de nosotros, llegan cuando ya se han visto algo y la verdad no aprenden. Lo digo por la experiencia y lo hemos visto, no sé quién más te lo ha dicho, pero visualmente llegan muy mal, muy mal.

Ellos no van a Canva y en vez de poder proponer algo desde un Photoshop desde un Illustrator. Algo que ya le he dicho yo a Carolina y lo hemos hablado es que nosotros deberíamos independizarnos y tener nuestro propio grupo de profes enfocados no solo en el manejo de una herramienta, sino en el manejo de la herramienta y aplicado en publicidad, aplicado en que si el chico va a aprender a eliminar un fondo, lo haga en una pieza publicitaria. Que si el chico va a aprender de brillo, de iluminación, lo va a agarrar saltando un producto publicitario. Sí pienso que

eso es un punto también grandísimo para fortalecer, porque al final, si bien lo que premia es la idea, tú tienes que mostrarla. Y si tú no tienes cómo mostrarla, si no viste una producción audiovisual, si no, o sea o la ves pero, la ves de una sola vez, entonces, tenemos que fortalecer ese punto de como el chico aprende a crear un comercial que tiene una muy buena idea, pero no lo sabe vender. Entonces, ese es un punto que también considero que debe mejorar muchísimo en el programa.

¿Cómo evalúas la efectividad de tus estrategias como docente?

—Yo puedo decir que me han funcionado, ¿sí? Que son buenas. Justo ahorita tengo la novena. Hice un ejercicio hipotético, pero les llevé siete, ocho mujeres porque el público que tuviera mujeres de jurado y funcionó. Le funciona hasta para el grupo que le fue mal, porque aprende verdaderamente que nosotros no diseñamos, ni creamos para nosotros, sino creamos para alguien más. Puede tener una idea, pero la idea mía no que si a mí me gusta no significa que a otro grupo de personas le guste también, tenemos que saber cómo vender, tenemos que tener una presentación personal, cómo hablar. Entonces, en lo que yo he visto, en lo que hemos hecho, en lo que los he escuchado a los chicos, en lo que yo he podido ver de mi evaluación docente considero que bien.

Obviamente con cosas a mejorar, como todo, cosas que de pronto se pueden implementar más, pero, a mí me ha funcionado, me ha funcionado el acercarlos a un contacto real, en ejemplificar me ha funcionado muchísimo porque al final los chicos tienen una base de donde, de donde partir, desde el ejemplo y así mismo, una base es para buscar un contraste de lo que estoy haciendo y lo que está pasando afuera. Ahí me funciona Jenny.

¿Cómo se alinea tu práctica docente con los objetivos del Proyecto Educativo Institucional? De lo que sepas desde el proyecto educativo, es decir, desde el PEI.

—No, yo creo que se hace corcharme, Jenny, que eso no sé qué responderte ahí. Si te respondo algo estaría improvisando. Entonces, no creo que te pueda responder al igual, Jenny, la verdad. Ajeno al PEI, diga, esas son políticas, yo sé que eso es grueso, es difícil. Pero ya entenderlo y más cuando estás como docente, ¿no?

Porque forma parte del programa, de hecho hay un PEI institucional, un PEI de la facultad y un PEI del programa, ¿sí? Pero sí, te entiendo, ¿sí? Y por eso esa pregunta es tan importante y créeme que con los profes que he hablado el programa la semana pasada ha pasado lo mismo no.

—No, que ya no, no conozco el país. ¿Sí? Bueno, sí., y por ejemplo, quiero decirte no, si te digo algo acá se siempre se ha dicho a carrerita y te mocear lo creativo, que soy para decir vainas que no tendrían sentido. Lo siento, no te podría responder esa alguien.

La última, ¿qué apoyo institucional de la universidad específicamente con pensar porque es el contexto como tal? ¿Qué apoyo has recibido para tu desarrollo profesional? ¿O sientes que tú no has recibido ningún apoyo profesional?

Nos han ofrecido esas oportunidades de cursos, lo están haciendo, la que solamente por un horario yo no pude, que es la de llave, creo que se llama. Si nos han ofrecido, nos han dado la oportunidad de tomar cursos, herramientas y no puedo decir que no, digamos que en ese caso he visto una evolución muy grande desde que pagamos a la Escuela de Negocios, de pronto la que teníamos cuando estábamos en la Facultad de Ciencias Humanidades, he visto un cambio muy grande, ¿no? Siento que hemos crecido un poco más acá y se ha visto un poco más de apoyo y

hemos logrado cosas, por ejemplo, estuve en Villavicencio capacitando el gremio de taxistas con la Alcaldía de Villavicencio, entonces y siento que me han aportado cosas. No me han dado la oportunidad de mostrarme y adicional, eso nos han brindado herramientas, cursos. Obviamente, uno que otro curso que uno dice ay, estos cursos en la plataforma que toca hacer es el video de gatito, bueno, pero no, si nos han dado la oportunidad de cosas y a veces uno quisiera más, ¿no? Porque a veces uno escucha en otras instituciones, sé que acá también nos dan descuento, ¿no? Nos dan descuentos con por hacer cosas, tenemos un beneficio, ya también es de uno aplicarlo, ¿no? Es de uno querer tomar, es de uno querer decir, yo quiero estudiar esto y me voy a tomar este curso, pero no, beneficios sí hay, sí hay, ya quisiera uno que le puedan un doctorado a uno y demás, pero, no, no, hay los beneficios que se pueden y los conozco, he usado uno que otro y conozco los beneficios, no puedo decir que no han hecho nada.

Pero ¿sientes que necesitas más apoyo en tu desarrollo profesional por parte de la universidad o es más tuyo, es más de ti?

—Creo que más yo, entiendo que está, pero lo tomo más yo, por lo que te digo, por ejemplo, sería muy chévere, de pronto generar una alianza donde no le puedan dar la oportunidad de en mi caso, de a dos. De impulsarlo a uno como a eso, de que te iba a decir otro caso comparando con otras universidades, donde te da la oportunidad de pagarte un estudio y ayudarte obviamente eso no es tan fácil todo ¿no? Sino que tú tienes que si yo estudio me da la oportunidad de tomar un doctorado, una maestría, en un lado tengo que mejor dicho firmar una cosa, que voy a estar por un buen tiempo hasta que termine eso. Pero, en cómo me cambian la pregunta en ese orden de ideas sí, yo creo que, uno sabe que están ahí las cosas, pero también depende de uno tomarlas más no es tanto, el punto de que te estén incitando a ti a hacerlo, ¿no?

Y a decirte que te van a apoyar, no queremos que usted crezca por eso no sé, pensamos en usted en un doctorado, en otra maestría, una alianza con otra institución porque yo sé que la universidad no tiene doctorado, no tiene maestrías, pero será muy interesante ahora no sé si exista pero, si existe, lo que tú me dices es cierto no se nos están impulsando no le dicen a uno profe, queremos que usted crezca acá para que así mismo crezca nuestro estudiantes, entonces, nos parece bien estudiar esto y hacerlo.

Entrevista 5.

Docente de género masculino, Universidad UCompensar, programa Mercadeo y Publicidad (entrevistada el 3 de marzo del 2025).

El primer eje, que es el eje de experiencia y desarrollo profesional. Entonces, en ese eje me podrías describir **¿cómo ha sido tu trayectoria profesional y académica en ese campo del mercadeo y la publicidad que es donde estás vinculado ahorita al programa? ¿Lo que ha sido tu trayectoria desde que empezaste?**

—Me gradué en 2011 de la carrera de Mercadeo. No fui de los estudiantes que de pronto trabajó mientras estudiaba porque, yo hice la segunda mitad, más de la segunda mitad de la carrera en una universidad pública en Villavicencio y, allá me gané siempre becas, entonces, tal vez nunca sentí ese empuje obligado de tener que trabajar, porque todo lo tenía, cosa que me pesa porque evidentemente cuando salí sin experiencia o por lo menos sin experiencia en el campo, porque ya había tenido otras experiencias como instructor de danza y cositas de natación que fue lo que empecé a enfocarme allá en el deporte, en los en los tiempos libres y, cuando salí me regresé a Bogotá y mi primer trabajo así por gusto, por lo que ya había le había comentado, que había tenido algunas experiencias como instructor, fue el de docente en un instituto que creo que todavía existe que se llama CEDER, que me dieron la oportunidad ahí.

Entonces ahí estuve un año. Me gustó, pero todavía sentía que me hacía falta esa parte de la experiencia real. Entonces, estuve en muchos trabajos como encuestador, digitador, recuerdo hasta que más o menos di con uno, el que era analista de mercadeo. Eh, muy emocionado, sí, duré 9, 10 meses, no me acuerdo. Eh, pero decepcionado a la vez porque en la vida laboral no es como pensaba, yo pagaba con ideas y voy a presentar esto y tal, y mi trabajo al final, las ilimitadas suelen hacer llamadas y para pedir contacto de gerentes o de agendas y de gerentes, cosa que, lo hacía el medio día y el otro medio día no hacía nada, me presentaba y nunca me escuchaban hasta que ya sentí que no era por ahí y renuncié.

Después de eso seguí con cuestiones de docente, fui docente en el en un colegio. Me gustó y no me gustó, me gustó por la parte de secundaria, no me gustó por la parte de primaria. Sí, siento que es una pesadilla que espero no volver a repetir. Y también, ahí fue que me revalué será que soy bueno para esto, será que diría no sé, empezar otra carrera, ese tipo de cosas. Eh, estuve también en ese tiempo también rodando en trabajos en el colegio, inclusive hasta por horas en institutos y eso hacía cada vez más inestable, diciendo yo que, ya me estoy volviendo viejo y tal vez deba empezar en algún lugar de ser otra vez.

Y lo intenté con un emprendimiento, me fue horrible, pésimo, además llegó la pandemia y dejó cualquier oportunidad de crecimiento ahí a la basura. Luego, después otra vez me recompuso el camino, tuve una oportunidad laboral en la que ya era muchísimo más parecida a esta, mucho más formal, con contratos, con más obligaciones docentes, que otra vez sé con qué me impulsaron, aunque, sé que está muy mal hablar como dicen que hablar de los sexys, pero sí me sentí abrumado en el sentido de que la mayor parte del tiempo que ejercía en funciones no lo hacía como profesor, sino como secretario, llamando, por ejemplo, a la ESAP a ver si un certificado de un alumno es válido.

Entonces, yo decía, "Esto de ser maestro es bueno, sí, no podría estar haciendo otra cosa, también se me vino otra vez la idea con un amigo de un emprendimiento, al cabo va a ser una página web y todo. Bueno, renuncié al primer semestre y si me presentó el año pasado esta oportunidad y aquí sí estoy bastante feliz, tan feliz que de hecho estoy haciendo los papeles para la maestría, a ver si aplico una beca para la maestría, porque acá sí encuentro de pronto que vale la pena, que me sirve vive por las cuestiones personales. Yo desde que me vine de Bogotá vivo con mi abuela o en la casa de mi abuela, poco a poco nos fuimos quedando solos.

Antes tenía apoyo de algunos hijos míos o hijos de ella, ahora me quedé solo y básicamente entonces, mi tiempo es ser enfermero porque ya no está en una enfermedad, o que no se pueda mover, pero si es este tipo de cosas de que la cita, las vueltas, el medicamento, llame; entonces llegar acá, comenzar si fue, ha sido una un cambio, yo ya iba a renunciar al tema de esto y dije, "No, si aquí no fue es porque efectivamente no soy para eso". Y no, de hecho he podido profundizar, por ejemplo, en lo que me especialicé que fue de Psicología del consumidor.

Cada nada voy detallando cosas, afinando, podría mejorar. Hay cursos, hay personas hay alumnos que no son tan agradables, pero bueno, mi reto es saber cómo hay alumnos acá la gran mayoría también, afortunadamente, que son bastante juiciosos y me motivan más a hacer clases más divertidas o más tal. Como le digo, estoy también haciendo la parte de la de las vueltas de la maestría, porque siento que es algo que primero voy a necesitar, no sé cuánto vaya a durar acá, pero en algún momento esto se volverá obligatorio en la maestría y quiero estar al tono y segundo, porque me deja tiempo libre para mi vida personal, para otras cosas, entonces, eso sería a muy grandes rasgos.

¿Cómo te mantienes actualizado en tu campo?

—Yo tengo, tal vez, todos los algoritmos configurados, no sé, en YouTube, en Facebook, en redes sociales, en los que me aparecen esos temas, entonces, hay un tema que tocaron en un reel de no sé qué de manera muy informal, pero me llamó la temática, voy y profundizo, sé que no sería la manera formal, pero es que yo viendo los pesos de las maestrías, tampoco es que la maestría, siento, que le dé a uno muchas herramientas más que el título o el grado.

Siento que uno aprende mucho más en artículos, leyendo, en foros, sí, más básicamente toda esa vuelta que le he dado, por lo menos, el semestre pasado que era lo que yo cargaba con mis temas a este semestre en términos de dinámica de los temas que ya se usan, de los que no tanto, pero que hay que hablar han sido en internet, pero el internet de redes sociales, de YouTube, no sé si eso tiene algún nombre, pero es el más informal, por ejemplo, canales de investigación de profesores de investigación cualitativa, entonces, uno va es a donde sale un video y hay algo que uno refuerza o sabía o dudaba o aprende.

¿Cómo equilibras tu desarrollo profesional con tu labor?, ¿cómo lo equilibras con tu labor docente? ¿Cómo lo equilibras con la docencia?

—No sé si entiendo la pregunta, es como sigo haciendo otras cosas aparte de docente siendo docente. Como todos, todos buscamos crecer profesionalmente, Uy, discúlpeme la ignorancia, no siento que no entiendo la pregunta.

¿Cómo tú manejas a la par la docencia, el ser docente en este momento versus tu desarrollo profesional?

—Listo, bien. Es una pregunta que creo que no podía responder mucho porque no he empezado la maestría. Y es algo de lo que he pensado, bueno, y cuando me quede sin tiempo, cuando tengan que entregar un trabajo y el otro cómo voy a hacer y también tengo en este momento otras actividades, como practico un deporte y me hace pensar cómo, si tuviera que sacrificarlo porque hay que ir a torneos y asistir a otras ciudades. Pero, hasta ahora en el momento digamos, tampoco busco ahorita en el momento ofertas de trabajo adicionales o extras, o no sé, si es un punto de estancamiento negativo me siento tan feliz y satisfecho que dedico más de medio tiempo, sí, evidentemente a ser profesor, pero el resto sí es voy a aprovechar esa oportunidad de comenzar, como que respeta esa vida personal y la voy a aprovechar al máximo.

¿Qué te motivó a dedicarte a la docencia universitaria?

—Creo que olvidándome, en la primera respuesta, es el hecho de que fui instructor Hay un acuerdo de danzas para niños especiales, en natación de la universidad y siempre me pareció una tarea bonita enseñar, a ver cómo es, suena muy de cajón decir que crezcan profesionalmente o ayudar a la gente, porque a lo mejor no sé si eso es lo que me motiva completamente, pero sí el hecho de seguir siempre, de ser esa figura referente para la gente y para que tenga una habilidad nueva. Entonces, bueno, estoy muy egocéntrica, quiero que todos piensen que yo soy el que sé más. No va tanto por ahí. Pero bueno, devolviendo la película me motivó fue siendo instructor y sentí que tenía esa habilidad y si me hace que esa profesora. Mucha libertad en cuanto a otros trabajos o más bien mucha libertad no, mucha autonomía de parte como uno propone y es lo que también me gusta.

¿Cuáles consideras que son tus principales fortalezas como docente?

—Yo creo que la primera es la justicia, la objetividad. Siento que no hay otra habilidad en la que está, mucho más sobre los demás y sin saber cómo trabaja cada docente evidentemente, pero lo que yo conozco, si siento que yo le pongo la acelerador mucho a la justicia de la objetividad y que así, suena mal, eso es confidencial, ¿no? Eso no está mal, pero hay de pronto estudiantes en los que de pronto uno no empatiza de manera personal. Pero jamás en la vida, ni acá ni en otro lado, eso ha afectado mi calificación; hay estudiantes que uno quisiera, recompensarlos con demasiado, pero también nunca he fallado en ser justo y muy objetivo en cada una de las evaluaciones. También otra fortaleza es que, siento que en mi caso, todas las materias que daba en todas las partes, he procurado dar todos los temas. Para mí es una cuestión más de mercado, que alguien pague por el servicio. No hay que estresarse, ni en los festivos, ni en tal cosa hay que darlos todos.

Sentir siempre al final de los semestres o de los periodos de las clases, siempre hago ese apunte de que me tengan presente que vimos todo y dieron toda la información posible, que había que podía dar y que después todos los días asistía. Decía que siento que siempre he aplicado eso en las notas, independientemente, de lo que personalmente pueda tener empatía o menos empatía con un alumno. Y la segunda que creo que no, creo no. Sé que todos los cursos de todas las instituciones donde he trabajado siempre he culminado el plan de estudios, el contenido o el personal. Nunca me he excusado de los festivos o de alguna otra cosa. Siempre lo arreglo y para mí es una cuestión de mercado, en el sentido de que alguien pagó por un servicio, hay que darlo completo. Entonces, siempre terminado los temas, siempre en la última clase les aclaro a los estudiantes o les expreso que tengan la plena confianza de que han recibido toda la información posible y mejor, que yo tengo, para desarrollar esas habilidades en ese campo, en esa materia.

¿Qué tipo de formación? Si habláramos de formación pedagógica en términos de pedagogía, ¿qué tipo de formación pedagógica has recibido tú para su labor docente a la fecha?

—Yo desarrollé varios cursos en el Sena y Pedagogía humana, era uno, el otro curso de la otra, no me acuerdo, pero tenía que ver algo también con habilidades para ser profesor. También recuerdo que aunque no fue algo certificado, cuando yo entré al colegio, sí recibimos dos semanas intensas de lo que era pedagogía, de lo que son niños de tal perfil, de cómo se debe manejar eso, de cuáles son las reglas, de cómo hasta el tono de voz, cosas que me sirvieron bastante, es de manera formal. Y recuerdo que en la CUN, también hubo algo así de esos cursos que a veces ponen así, virtuales para hacerlo y compensar, la verdad, de los que he hecho, no recuerdo si hay alguno específico sobre pedagogía, creo que no.

¿Cómo ha evolucionado en términos de la evolución que has tenido? ¿Cómo evolucionado tu práctica docente desde que comenzaste la primera vez a enseñar a hoy, ¿cómo ves esa evolución?

—Uy, para arriba, siempre me acuerdo que la primera vez llegué rígido, era un instituto, le dije que era para personas un poco vulnerables, más creo decir la palabra pero un poquito ñeras, digámoslo así y yo era muy joven, demasiado joven. Entonces, ves las miradas agresivas de que no, entonces, eso acá ya no me intimida, ya tengo un tono de voz perfecto, que lo he modulado. Antes que era muy blandito, después era solo funcionando el ceño y siendo muy así, que tampoco funciona, ya he encontrado el equilibrio entre el chiste y la voz de autoridad, esa es la parte, las indirectas que uno a veces utiliza, para dar un mensaje sin que una estudiante se sienta regañado, pero que lo entienda.

Eh, eso por un lado, por el otro, sigo modificándolo en el hecho de cuánto debo presionar, cuánto es la medida exacta para un estudiante de tal semestre, de tales condiciones, para calificar un trabajo, qué es lo mínimo, que yo puedo rescatar de eso, porque siento que, por lo menos, hasta el semestre pasado venía muy rígido en eso, en que todos los trabajos tenían que ser mejor hecho el de una maestría, tal vez, me di cuenta, oiga, ¿no? Son muchachos de pregrado, hay cosas que sí hay que ser muy insistentes, pero otras en las que uno puede ser más flexible. En esto sí creo que también he mejorado. También pasé de afortunado, desafortunadamente, las materias que doy son de esas materias muy aburridas, del que el profesor habla y habla, porque contienen demasiada teoría, Entonces, también las he logrado equilibrar con pausas, con una actividad, con que los alumnos me ayuden, con ejemplos, para que no se quede tan aburridas.

¿Qué áreas de tu práctica docente consideras que necesitan mayor desarrollo?

—Hay veces, se me salió alguna vez una palabra de, me rindo con ustedes, con un grupo que era demasiado apático, demasiado, que es algo que uno no debería decir, pero la verdad, bueno, no me arrepiento, porque de verdad siento que de alguna manera generé un poquito de culpa, no debería ser la forma, pero siento que necesito más herramientas para tratar gente difícil, sin que se note que hay unos alumnos que me motivan más y otros menos, para todos debería ser igual. Creo que el manejo de grupos difíciles en el sentido de apáticos, no difíciles en el sentido de que no hagan silencio, de que les cueste algo, porque esos sí los manejo, los que de pronto no llegan mucho, los que tienen problemas en tal tema, con eso sí he desarrollado cosas, pero con la gente apática, con esas caras apáticas, tengo que mejorar mucho en mi reacción hacia ellos, que de lo que ven de mí y sobre todo el manejo, de que no sea porque ustedes son apáticos, yo también soy apático.

¿Qué papel juega la investigación en tu desarrollo profesional?

—Menos de lo que debería, no participo mucho en la investigación teniendo en cuenta que tengo materiales de investigación. Eso está ahí off the record, pero sí hasta hace algún tiempo, por ahí antes de la pandemia, lo hacía informalmente y era que ayudaba a hacer tesis. Entonces, las guiaba o directamente las hacía.

Hablamos en términos de las competencias, ¿cuáles consideras tú que son las competencias fundamentales que debe tener un docente que imparte en el programa de Mercado y Publicidad?

Competencias a nivel general, todas, son válidas todas las que puedas traer a colación.

Competencias un toque de la vida real, aunque yo no soy el más indicado para hablar porque mi vida en el sector real no es tan poderosa, pero tampoco siento que me haya afectado, pero qué toque de la vida real, sí debieran traer el tema de la frustración de los escenarios reales, de contrastar con el presupuesto, de calificar como si fuéramos un gerente que le pone pero a todo. Creo que a veces los alumnos se van mucho con la idea de que se pueden hacer demasiadas cosas, si uno llega a la empresa y tiene cien ideas creativas y todas se las van a aceptar, todas las pueden financieramente ejecutar, cosa que no, eso es lo que yo creo que sí se debería traer de la vida real. Eh otra habilidad, bueno, la que yo siento que definiendo que son la objetividad y la justicia ¿Qué otra cosa Ah, que otra habilidad me enredó. Tengo muchas palabras en la cabeza.

Eh, otra habilidad que sí es fundamental y que pega mucho tal vez con mi materia, pero que debería ser para todas, es el hecho de volvernlos objetivos, muy impersonales en a la hora de ver el público, de que me encuentro mucho con trabajos que son desde la óptica de lo que piensa el estudiante, que piensa el público y que pasan. Entonces, ahí no sé, creo que nos hace el suficiente hincapié en que no es lo que nosotros creamos o pensemos, es lo que piensa el cliente, sino que hay que ir a ver allá si la pieza entendieron, si el chiste lo entendieron, si es para ellos, si entendieron el lenguaje, las palabras, en lo que pusimos. Creo que se hace un mercadeo delirio de que Coca-Cola y el, ejemplo, y no tanto como lo que pasa en Colombia que hay diversos grupos, que hay regiones, que hay estratos, de esa parte sí creo que estará las habilidades, la sensibilidad social

Vamos a pasar al eje al segundo eje que es el de estrategias pedagógicas y metodológicas con un esqueleto en el que yo digo, tengo este tema, este tema lo saco en una clase o en dos o en tres **¿con qué actividad evaluativa lo voy a acompañar? ¿si la necesito o no?, ¿va a ser en el salón?**

—Eso parte del hecho de que no solo para uno, sino de que el estudiante no lo vea uno que esté improvisando porque, además, uno lleva diciendo esto, hablando del mismo tema muchos semestres de acuerdo a la experiencia de cada profesor, pero siempre ese apoyo porque a veces se le olvida una palabra, un tema, no sé qué, siento que ir preparado con una diapositiva, una presentación, una actividad es lo mínimo que uno debe hacer. ¿Qué otras estrategias de planificación utilizo? Es que no es de planificación porque lo hago después, pero para mí es muy importante ir midiendo las actividades evaluativas, en el sentido de que no me llegue al final del corte con una o con dos, o que le ponga mucho peso a las que le fueron mal y no entienda el contexto, no busque otra actividad para equilibrar. Bueno, en esta habilidad de memoria en el parcial no lo fue bien, pero la puedo compensar con otra actividad. Yo también pienso que esa sería otra estrategia, es que tal vez no es de planificación porque la planificación va antes, pero sí de tener en cuenta el desarrollo de la exposición de las clases. Con qué más me voy en me hago con, en actualizar mis diapositivas,

Entonces, en el sentido de que hay un ejemplo de atención en tal pieza publicitaria, pero no voy a presentar.

¿Qué estrategias empleas para manejar grupos diversos?

—Pues muchas, he hecho muchas mezclas, como poner al que es más reservado con el que no, hacer los grupos al azar para que todos sientan la misma inseguridad o más bien la misma responsabilidad, de hacerlos hablar individualmente, porque a veces los grupos difíciles no son todos el 100%, sino es un foco inclusive a veces una persona. Entonces, hablar individualmente con él o ella para solucionarlo. Sin embargo y volviéndome a una respuesta anterior, hay grupos que para mí son difíciles, no en el sentido del ritmo de aprendizaje o de que pongan mucha atención, sino en la apatía y todavía estoy en camino de encontrar cuál es esa fórmula para esos estudiantes apáticos.

¿Qué estrategias utilizas para evaluar el aprendizaje de tus estudiantes?

—Listo, muchos dirían que hay profesores con un nuevo estilo, obviamente respetable, que dicen que los parciales no sirven o que la opción múltiple está mandado a recoger y que no me diga que, si obviamente tienen razón. Entonces, la primera estrategia no va a ser una nota en un solo tipo de evaluación. Entonces, pero todo a poco, descartarlos todos, para mí sigue siendo importante que alguien memorice teorías, porque cuando se va a enfrentar a una entrevista laboral tiene que ir preparado, de cierto nivel de manejo técnico del tema.

Entonces, eso es negociable para mí. No le doy tanta importancia en el peso, pero sí siempre está y lo hago bastante difícil porque siento que tienen que, de nuevo repito, pensar que no todo es que voy a validar al que F, voy a echar una, ¿cómo se dice? ¿Cómo hacen los paisa? Sí, una palabrería, para convencer y teniendo en cuenta que eso no es lo único, tengo otras cuestiones, evalúo. Entiendo que hay alumnos que de todas formas tienen habilidades, por ejemplo, corporales o de expresión mayores que otros, les doy la oportunidad en exposiciones, en dirigir grupos, en proponer clases, hay otros, por ejemplo, muchos de mercadeo que expresan sus ideas o lo que saben a través del diseño. Hay muchas actividades de diseño para que ellos lo hagan. Entonces, en conclusión, la estrategia evaluativa es explorar todos los campos posibles de diseño. Hay unos que son muy buenos para redactar, otros son buenos para organizar una actividad. Entonces, trato de que en todos los casos, no en todos los cortes, pero sí en todas las materias de que se evalúe todo, sea un 360 para que todos tengan acuerdo a la que más tienen, siempre la posibilidad resaltada de ser evaluados.

¿Cómo adaptas tus estrategias a los diferentes tipos de contenidos? ¿si tienes diversos contenidos que impartir, ¿utiliza una misma estrategia o la cambias de acuerdo al contenido?

—No, obligatoriamente toca cambiarla, por ejemplo, investigación cualitativa. Trato de hacer la dinámica con alguno que otro juego de rol, de cuestión, así una visita, pero, tampoco puedo volverla a una materia que no es. Entonces, la cualitativa es investigación que toca ponerse en los libros, que toca ver más allá del análisis, toca, eso no es negociable. Entonces, si toca, si no es que la cambie, sino que respeto la naturaleza de cada materia. Eh, y trato, eso sí, trato de lo que dije en el punto anterior de evaluarlo desde muchos puntos de vista, para que no se quede cualitativa toca redactar, entonces, voy a basar la materia solo en los formatos redactados. No, pongo otro tipo de actividades.

¿Cómo ha ayudado sus estrategias según el feedback de los estudiantes?

—Aquí me encantaría hablar de cómo hay casos muy puntuales, porque no tengo así el nombre técnico de que, ah, utilicé la técnica de tal para adaptar, no, por ejemplo, me dijeron profesores que usted habla mucho. Yo dije, okay, acertó la recomendación, le explico por qué y es porque hay un montón de teoría que dar y la adapto como ya lo dije. Entonces, okay, vamos a dividir el tema en tal. Yo hablo y pongo ejercicio de una vez de aplicación o ustedes me ayudan a hablar, porque ustedes van a leer tan fuerte y me van a decir qué significa, esa sería una de las críticas que de pronto he recibido y que siento que he mejorado bastante, a ver, qué otra cosa; es que soy muy estricto, la puntualidad, es así un negociable, eso es un trabajo. También tengo ejemplos de cosas que se me hacen, que los profesores no deberían adaptar o cambiar porque el estudiante no le gusta. Pero yo no lo tenía.

¿Cómo promueves la participación de tus estudiantes en clase?

—Tuve un sistema de puntos que lo llamaba el semestre pasado. Que era por cada participación, por cada, no sé, una pregunta que necesita que recuerden algo de la primera clase o que tienen un desarrollo especial. Entonces, un punto, un punto que eran décimas que se podían reclamar al final y eso, en algún momento, les incentivó, pero, como todo sistema se deteriora o cambia y vi que hace que los que igual no participan, igual les siga dando igual, porque no estaban perdiendo nada. Entonces, tocó a lo clásico obligatorio, entonces, vamos a hacer obligatoria la participación en esto con nota, lo que he hecho mini cambio, lo que he hecho es variar las recompensas en el sentido de que ellos no siempre saben, qué es lo que tienen nota o no, entonces, siempre se sienten obligados a participar.

¿Cómo vinculas la teoría con la práctica profesional? en tus clases.

—Aquí, en el colegio, siento que es muy fácil en casi todas las materias, excepto cualitativa, que evidentemente es práctica, pero no es la que, muchachos dicen, una etnografía en esta clase, no se puede. Entonces, pero en las demás materias, psicología, especialmente. Ah, bueno, la otra que dicto Redacción básica, que ahí también, bueno, también he encontrado formas de hacerlo en la vida real, por ejemplo, corrigiendo correos mal escritos o anuncios o avisos, que ven en la calle mal escritos, una forma de que se participe en la vida real.

En las que sí tengo plena control de psicología uno y dos, diseñando piezas, diseñando competencias audiovisuales, visuales, alguna estrategia, no sé, de aprendizaje de tal empresa de tal y trato, de hacerlo muy individual, en el sentido de que no es la empresa que ustedes quieran o la que siempre dicen, que es Coca-Cola, sino es una empresa de barrio, que es una barbería que tiene tales servicios y tiene tales características, que se adapten mucho a la vida real en el sentido de que, no siempre van a salir a trabajar para grandes multinacionales, sino, que muy posiblemente para sus emprendimientos o la empresa que está creciendo. Es que también tiene las estrategias a cosas que no sean tan grandes.

¿Cómo fomenta el pensamiento crítico y creativo en tus estudiantes?

—También utilizo los casos de la vida real para decir de antemano, ustedes son los que van a evaluar la pieza, tanto del lado técnico, por ejemplo, yo les digo, yo no soy publicista, pero ustedes evalúenme los planos, la iluminación, tal cosa, los vuelvo críticos con sus compañeros, también porque hay muchas actividades que he propuesto desde este mes que son, los divido en grupos,

digamos en ocho grupos y entonces, hay dos grupos uno, dos grupos dos, grupos tres, dos grupos cuatro, tienen que hacer el mismo trabajo y los estudiantes son los que tienen que evaluar quién lo hizo mejor. Entonces, también los vuelvo críticos con ellos mismos, con proyectos prácticos en tu metodología. Bueno, he variado mucho porque siento que, aunque es clásico y sirve mucho el tema de escoger en una empresa con la que han trabajado todo el semestre. Se deteriora muy rápido, empezamos bien y a lo último se vuelven cosas muy generales, palabras vacías o digamos de que podrían aplicar a cualquier empresa.

Entonces, he restringido los proyectos de la realidad, real a casos específicos, y prefiero hacerlo en el último semestre, cuando ya han visto todo y tienen un objetivo muy específico, en vez de armar que la misión o revisar la visión que se me hace que ahí donde se pierde todo, se vuelve tan de todo, como tal. La misma misión podría aplicar a las mismas ocho empresas que eligió cada uno, entonces, para evitar eso, lo estoy restringiendo a casos específicos y, sobre todo, trasladándolo no a un proyecto de que sea de todo el semestre, sino al final cuando de pronto ya tienen todo lo que deben saber, para hacer la prueba.

¿Y qué recursos tecnológicos a nivel de tecnología? ¿qué recursos tecnológicos estás incorporando en tu práctica docente?

Estoy actualizando un poquito más, sé que no puedo luchar ya contra ChatGPT o, por lo menos, no tengo todas las herramientas para detectarlo, Entonces, trato de que sean muy presenciales las actividades, la mayoría que requieran, por ejemplo, redacción o ideas, ahí en la hoja, en el puesto de la manera más clásica y sin darle la espalda a las tecnologías, por ejemplo, también he visto, he puesto de ejercicios para que utilicen la IA, para generar una imagen de un perfil de una persona que tal, dadas las características que ustedes observaron y que le van a dar. Entonces, no me cierro a eso, también los incentivo aquí en los diseños. Aunque no es una clase de diseño, les digo, si los incentivo que aprendan a utilizar mejores o herramientas de diseño, que le faciliten el concepto que no va a hacer solo para mi clase, sino para la vida, entonces, hay unos que ya pasaron del Canva, por ejemplo a, se me olvidó este nombre a un programa de diseño que ahorita no me acuerdo el nombre. Entonces, ya son pasitos que se empiezan a dar ahí.

Vamos a pasar al eje G3, que es el de competencias específicas en mercadeo y publicidad. ¿Qué competencias técnicas consideras tú que son esenciales para a enseñar asignaturas en mercado y publicidad?

—Entender, para mí hay una, yo la resumiría a todos en una y es entender el plan de mercado. Los qué elementos están en cómo se divide, qué es estratégico, qué es táctico, qué elementos van en cada una, cómo se relacionan los elementos, si hay un orden en los procesos. Yo lo resumiría uno, cualquiera que domine que el plan de mercado está capacitado para dar cualquier clase en mercado y publicidad.

¿Cómo integras las tendencias actuales? Como sabemos, mercado y publicidad tiene muchas tendencias, entonces, ¿cómo integras esas tendencias que vienen llegando a tus clases?

—La mayoría de los ejemplos traté de emigrarlos, le nombraba anteriormente de que el mercado se volvió o no se volvió, tenía más bien esa preminencia del libro de Kotler que habla de Coca-Cola. Entonces, ¿no? , yo ahora como le digo tengo tal vez, los algoritmos ya me detectaron la mega

actividad. Entonces, voy viendo, voy poniendo, ejemplos, no ejemplos del comercial de Coca-Cola, sino de los micronegocios que nos aparecen aquí en Facebook.

Entonces, mire que el gancho del humor está haciendo esto, mire que ahora todo se volvió eco, porque entrar es más fácil cuando se ve lo que ellos mismos ven en el celular, que la misma publicidad que ve uno, me parece más fácil.

¿Cómo desarrollas habilidades analíticas en tus estudiantes?

—Siempre les pongo casos que tengan que ver de la vida real, como ya lo he dicho, pero que en los que una instrucción clara o si una parte de la actividad importante calificable es el detalle, les digo... No tienen que hacerme conclusiones genéricas de un hombre maduro, sino tienen que decirme este hombre sí es maduro, pero qué edad, pero vive en qué parte, pero viene de la zona rural o toda la vida vive en Bogotá, pero ha vivido en ese barrio siempre, yo siempre les hago hincapié en que el análisis está en el detalle, en el detalle de la persona que no la vuelvan una persona genérica, sino una persona con unas condiciones muy específicas y, con esas características.

¿Utilizas alguna herramienta digital propia del área de mercadeo?

—Herramienta digital que tú digas, esta herramienta digital que es de mercadeo yo la uso en alguna de mis clases... No, no, la verdad, no. La única que me permitía de pronto hacerlo era cuantitativa, pero, no acá no he visto cuantitativa, que eran los programas de procesamiento de datos en cualitativa, Atlas ti es difícil de pagarlo e incorporarlo, entonces, no, algunas así digamos de monitor de precios y, la parte de psicología, no tengo, ni el análisis, ni el dominio, ni nada de no sé, ah, vamos el programa de neurociencia. No, no lo tengo.

Vamos con el otro eje es el de relación con el entorno profesional. Entonces, ¿Cómo incorporas experiencias profesionales en tus clases?

—Entonces, lo podría dividir en dos. Uno, que, no sé, yo entiendo la razón y todo de ser de la UCompensar y que Universidad-Empresa y me parece muy perfecto, pero esa presión absurda de que todos tenemos que conocer empresarios, me parece fatal. Qué pena si me está oyendo aquí alguien más. Pero me parece fatal, uno termina como esclavo de qué contactos o que si no tengo contactos, entonces, no, lo digo a ver no conozco mucha gente que sea gerente, no me avergüenza, no me hace menos profesor.

¿Cómo la incorporó en la otra parte de la pregunta, que sería cómo incorporó las experiencias de la vida real? Como lo nombré anteriormente, a ver, a poner en la parte fea de ser trabajador que es la presión, los tiempos, el jefe que no le gusta nada. Entonces, esos esos entornos de presión o de vida real, de frustración al fracaso.

¿Qué actividades extracurriculares tú organizas para tus estudiantes?

—A jugar bolos, pero para medir la personalidad en los equipos, entonces fue de una manera, para este semestre tengo pensado una necesidad de observación en el centro comercial, pero, no he visto ni el centro, ni nada, eso será el segundo corte, ya veremos. Y ah, fuera del aula, si se puede considerar el tema, me olvidó de la cámara de Excel. Entonces, también en eso hemos avanzado. Bueno, vamos a traer gente para evaluar prototipos. Entonces, ustedes denme la idea de qué prototipo vamos a evaluar. Vamos a ver cómo reacciona cuando lo prueban.

¿Cómo preparas a tus estudiantes para el mundo laboral?

—¿Podría ser la misma respuesta que dije hace dos días? que es de prepararlos, para ideas, que sean realistas, que se ajusten a presupuestos de empresas, que no tienen todo el dinero del mundo siempre y a jefes que no les gusta nada. Entonces, para mí es como siempre el plus que les dejo, me hacen malas caras, profe, usted siempre me interrumpe cuando estoy hablando, exponiendo, profe, si me deja terminar, profe, si no le gusta nada. Entonces, yo les hago hincapié de que estoy siendo más que profesor, gerente o jefe, en un caso hipotético de la vida real de ellos.

¿Cómo fomenta el desarrollo de redes profesionales entre los estudiantes?

—Redes profesionales, no, yo no sé, siento que no había pensado en ese aspecto. Ah No, siento que es igual en ese momento, pensando cómo lo podría hacer en el sentido de que darle, si yo tuviera contactos profesionales, dárselos a ellos, ¿sería? O que entre ellos empezaran a crear sus propias redes. Ah, bueno, eso sí, al principio siempre les digo, "Miren, hay en la presentación qué hacen. Entonces, ¿hay un emprendimiento?, uno aprovecha para decirnos cuál es el emprendimiento o tu habilidad, para que en algún momento pueda necesitar de tus habilidades, de redundancia con un compañero".

¿Qué tipo de colaboraciones tú como docente mantienes con otros profesionales?

—En la vida real, pueden ser de los dos, tanto de tu equipo, de docentes como tal, del equipo, del programa, con otras personas externas que te dan, compartes. Bueno, he hecho intentos, aunque no tal vez los suficientes por el tema, por los profesores, entonces, por ejemplo, en el tema de diseño, con que lo están viendo, con qué profesor lo ven o tal para, principalmente, dos cosas, no chocarme en lo que estemos diciendo porque puede que yo lo contradiga o puede que estemos repitiendo lo mismo y he querido buscar una forma de integrar, pero es difícil, la verdad, con los tiempos de los profesores, con los programas, porque se sentiría si a mí me lo dicen, se sentiría como una tarea extra la que tengo que hacer. Entonces, tal vez, aunque sería lo ideal, no he avanzado mucho. Y en cuanto a profesionales, aparte no, lo mismo, la verdad, yo no cuento con una red de gerentes en mi celular guardados, no. Y entonces, no, esa parte tal vez no la explotó como debería ser o como lo quiere UCompensar.

Y vamos con el último eje. El último eje es de alineación con el Proyecto Educativo Institucional. Tú sabes que toda institución educativa tiene un PEI. Y acá, UCompensar no es la excepción, ¿no? Entonces, hay un PEI de facultad, hay un PEI del programa, hay un PEI pues establecido para todos. Entonces, vamos a hablar un poquito de esa relación de ese proyecto educativo, lo que sepás del Proyecto Educativo Institucional versus el desarrollo como tal de la institución. Entonces, **¿qué valores institucionales en este caso en el contexto de UCompensar, que es donde estás en este momento, promueves en la enseñanza a tus estudiantes?**

—Espero que sea uno de los valores. Ay, no tengo la agenda para hacer copia. Ahí está. Es la creatividad. para mí y les digo que creatividad no es una, no decirlo como sí, sean creativos, si yo es profe, pero que es creativo. No, les digo, creatividad es, por ejemplo, o no por ejemplo, es el fruto de unir dos ideas y para que tengan dos ideas siempre tienen que estar, por ejemplo, viendo televisión o no skipeado las publicidades porque eso les va a dar insumos para ser creativos. Otra de las habilidades, que no sé si combina, es la de que se logren vender o vender la idea o proyecto que están, que tienen como producto.

Entonces, les hago mucho hincapié que cuando sean presentaciones orales, darles tips de expresión corporal, del tono de la voz, de toda esa parte para que no se vean como estudiantes y se vean como personas profesionales o que saben que si no lo saben del todo, parece que sí lo saben; otro valor bueno, el respeto, entonces, también les hago caer en cuenta que a pesar de que nosotros en Psicología vemos que hay diferentes personas, que a nivel socioeconómico influyen o tal cosa, no nos volvamos ni clasistas, ni racistas, ni homofóbicos, ni que una cliente es mejor que otra, que solo hay que atender clientes con un potencial adquisitivo, no. Entonces, yo creo que el respeto en esa parte y también a los compañeros eso sí también soy de los que no permite una horda entre compañeros y lo castiga muy fuerte.

¿Cómo contribuyes tú al desarrollo del programa de Mercado y Publicidad actualmente al que pertenece?

—A ver, yo creo que le doy una, sí, suena muy trillado, ya lo he dicho mucho, pero un toque de la vida real, es decir, de la Bogotá que vivimos, del contexto en el que estamos, de los diferentes, no sé, grupos, culturas, estratos, grupos sociales que hay.

Eso sí, yo creo que, no sé si lo harán los otros profes, pero trato de que no sea nada genérico, no sea el cliente o sea el bien genérico, sino que tengan mucho de contexto de la vida real, de lo que pasa y otra de las cosas que también toque anteriormente, es que trato de no hablar en términos o en los ejemplos de empresas grandes, que sí, obviamente, son un buen ejemplo; sino lo que le decía, de la vida real, de lo que vemos en publicidad en redes sociales, hecha por personas, es que los no es que sean irreales, sino más parecidas a nosotros, entonces, son empresas que no tienen detrás una agencia de publicidad grandísima, sino son personas que están pagando una pauta en Facebook.

¿Qué podrían ser los estudiantes o qué van a ser muy posiblemente los estudiantes con sus emprendimientos o y pequeñas empresas?

—Entonces, los pongo a que lo oigan para que comparen, para que saquen una idea, para que califiquen si está bien o malo, o cómo lo harían ellos mejor.

¿Cómo participas en la mejora continua del programa? ¿O cómo has participado en el tiempo que llevas?

—Como he mejorado, he apoyado el nuevo currículum, van a unir Psicología I y II, entonces, estuve haciendo mis aportes correspondientes siguiendo mi filosofía de que debe estar el que debe estar, mínimo, y que la forma de evaluar también tenga que ver con la vida real, también coincidí con mi compañera de Psicología que también me ayudó. No sé, es que a veces puedo tener quejas sí o no, pero que no son tan importantes para que yo diga que tengo que hacer una carta, para que esto cambie, no, se me hace que hasta ahora ha estado bien.

¿Y qué sugerencias tienes para mejorar el programa? Con la experiencia que tienes, tú ¿qué podrías decir a mercadeo al programa de Mercado y Publicidad le falta esto, se podría mejorar esto?

—Lo he oído de estudiantes, es que para ser mercadeo y publicidad, publicidad no parece demasiado profunda. Entonces, sí, yo también estoy viendo el pensum y no. Si hay publicidad y sí tendrán habilidades, pero siento que hay alumnos de sexto, séptimo semestre que están como publicistas, pero quienes tienen muchas habilidades en diseño, pero por convicción propia, más no

porque el programa les dio esos elementos. Hay gente que todavía no sabe utilizar ni el Canva. Entonces, la crítica que sí, le haría compartida con los estudiantes, es que mercado y publicidad no parece mercado y publicidad, sino mercado y, otra sugerencia, vamos a hacer a ver qué cosas que tú cambiaría. Bueno, es que no sé si es algo malo o bueno, depende del punto de vista que se vea, pero hay muchos temas que se empiezan a repetir siempre en todos. Entonces, eso puede ser desde el punto de vista bueno como el insights, que sí tienen que manejarlo del todo o puede ser un punto de vista malo, porque el estudiante se va a aburrir de tanto verlo, por ejemplo, el Bayer, persona que lo veo desde segundo semestre, cuando para mí debería ser una habilidad para que quede bien hecho, que esté en los últimos, por ejemplo. Entonces, tal vez sería eso, ahí unos temas así que son repetitivos, no sé si por los transversales, por la filosofía del programa, porque no se ha visto lo suficientemente bien, como son los contenidos en cada materia, para que no se repitan o si estoy equivocado y sí deberían repetirse, porque se necesita un énfasis en ello. Entonces, es así no sé si tomarlo como bueno, como malo, pero si es una algo que he visto. El resto no se me ocurre ahorita en el momento más.

¿Qué iniciativas has propuesto para el desarrollo del programa? ¿has propuesto algo?

—No, ninguna.

¿Cómo colaboras con otros docentes del programa? han hecho algún trabajo colaborativo con los otros compañeros tuyos del programa, me ha tocado por reglamento con el proyecto PIC, por ejemplo.

—Hasta ahora es que todavía siento que mis respuestas pueden estar mal, porque yo solo llevo un semestre y este mes, entonces, No sé qué tan profundas pueden ser o servibles pueden ser mis respuestas en eso porque, por ejemplo, de proponer o quejarme no me siento todavía en la suficiente confianza para hacerlo. Entonces, es un punto, apenas estoy me están conociendo también. Y en la colaboración es que ha funcionado más al contrario de que los mis compañeros me colaboran a mí porque yo siempre soy el que tengo dudas, profe, ¿esto dónde lo busco? Profe, ¿esto de qué se trata? Entonces, la colaboración, no sé, igual si alguien me pregunta siempre he estado dispuesto a responder, pero no, colaboración no, yo todavía siento que estoy muy nuevo y, tal vez mi percepción porque a mí no me han hecho sentir de menos, ni nada por el estilo, pero bueno, todo es un proceso, ¿no? Esa es una reacción normal de adaptabilidad esperar a tener algo de confianza para digamos participar más.

Vamos con las dos últimas. **¿Cómo se alinea tu práctica docente con los objetivos de ese Proyecto Educativo Institucional?** No sé hasta dónde hasta dónde lo tengas claro o qué tan claro para ti es ese ese Proyecto Educativo Institucional y eso cómo se está alineando. con tu práctica.

—No, la verdad, tal vez no lo tengo claro. A mí lo único que se me ocurre cuando hablamos de UCompensar es eso de Universidad-Empresa, que es lo que más recalcan ahí, no sé si es esa parte también, a ver, de las charlas que tuvimos de inicio como proyecto educativo, está en esa parte de la expansión, de incluir nuevas herramientas digitales. Eh, que he hecho. Sí, de las respuestas anteriores he dicho que de pronto he trasladado mucho mi clase de salón, que darles libertad a ellos de que exploren nuevas herramientas con la IA, por ejemplo. En cuanto a la Universidad-Empresa que vuelvo y repito, por quinta vez, tengo muy pocos contactos y hago lo posible. Eh, digamos así, tuve una invitada al aula el semestre pasado, ya es antropóloga, en investigación, experta en investigación de mercados. También tengo planeado si estoy haciendo contactos con otro del mismo

perfil, pero es que no tengo empresario que me venga a decir su experiencia no sé, con proyecto, con clientes en el sentido más de mercadeo, lo mío es más cualitativo,

Entonces, de investigación a eso me limito. Eh, a ver, el proyecto institucional no lo estoy cumpliendo con metas, que sería la de evitar la decepción y eso, yo soy de los que tratan de escribirle personalmente, a alguien que no viene dos clases seguidas de oye, oye, ¿cómo te puedo ayudar para o qué tienes o algo así? Eso sería, pero sé que estoy seguro que eso es un meta si no es PEI, Entonces, ahí sí por mi ignorancia de no saber qué es PEI, no puedo dar mejores respuestas.

Y la última, ¿qué apoyo y de la universidad que apoyo de la institución como tal en este momento has recibido para tu desarrollo profesional. Si consideras que has recibido algún tipo de apoyo o no?

—Eh, no, pero porque no lo he pedido, no lo he pedido, pero aun así, siempre en el programa no se está. No, mira, ese curso de inteligencia artificial, creo que fue el último que por ahí estuvieron promocionando. Yo no soy tan amante de los cursos pequeños, la verdad, siento que es un mercado ahí como raro, en el que bueno, no voy a entrar a participar a dar cursos ahí. No soy tan amante de esos cursos pequeños de cosas que, se llama así que las hacen más para venderle a la institución que para lo que realmente sirven y entonces, le decía, no me ha ayudado, no porque no me ofrezca, sino primero porque no he pedido; por ejemplo, no sé si había algún apoyo para la maestría, nunca lo pregunté. Tal vez lo había y nunca lo pregunté. Y, digamos de los cursos que han ofrecido tampoco he tomado ninguno. Entonces, es una respuesta ahí como que puede sonar fea decir no, pero es más por mi parte que por tu parte.

Entrevista 6.

Docente de género masculino, Universidad UCompensar, programa Mercadeo y Publicidad (entrevistada el 5 de marzo del 2025).

Comenzar con la primera con el primer eje, el primer eje es el de experiencia y desarrollo profesional tuyo. Entonces, **¿cómo podrías describir toda tu trayectoria profesional y académica en ese campo en el que estás que es el mercadeo y la publicidad?**

—En dos realidades muy claras, el contexto, la importancia tener muy presente ¿cuál es el escenario con el cliente? Todo cualquier contexto de lo que tú llegas a pensar en estrategia, crecimiento y formación, el eje principal siempre debe estar enfocado al entender la dinámica de mercado, la dinámica del cliente, independiente del sector competitivo donde tú te encuentras. Entonces, a lo largo de mi historia, he estado en muchas empresas de servicio, pero también en empresas con relación en venta de producto en diferentes escenarios de competitividad. Estaba el sector salud en dos ocasiones. Por un lado, en la medida de lo que representó todo una estrategia comercial de medicina prepagada y salud básica como EPS, cuando fueron sus inicios, teniendo en cuenta la importancia y lo que significaba ese nivel de acompañamiento al cliente, entender al cliente y ver cómo un producto le podría aportar muchos beneficios, a ese tipo de generación de experiencias.

Dos, sector de laboratorio farmacéutico, entonces, otro contexto porque no es fabricante, pero era comercializador, pero representaba muchas marcas a nivel Colombia, lo que implicaba no solamente pensar en la estrategia comercial, por ser una organización intermediaria en el proceso de la cadena de valor, sino entender, cómo a ellos logran a través de muchos años, y llevan 30 y pico años de presencia en el mercado, lograr un posicionamiento muy exitoso a través de estrategia de servicio. Luego, otros componentes, sector alimentos por un lado, donde era comidas en términos de grandes cadenas americanas, en términos de alimentos. Entonces, entender cómo conectaba su cliente sobre un producto masivo y lograr generar un resultado, pero también, teniendo siempre todos una particularidad generación de experiencia.

Y por último, un sector que aparentemente sin nada que tenga relación con los demás que sector eléctrico, pero volvió a otro contexto, una variable de servicio muy clara, donde el impacto de las acciones que se desarrollaban, determinaban una condición. Claro, ahí hay una combinación entre también, obviamente, producto material eléctrico y casi todos, en términos generales, fueron B2B, solamente unos poquitos B2C; pero siempre había un punto común, generación de experiencia. Entonces, la generación de experiencia construye todo ese proceso de crecimiento laboral, me lleva a una cosa, me lleva la otra y me lleva la otra por el conocimiento, el aprendizaje, la generación de estrategias y entonces, me va conectando y me permite ir saltando en diferentes sectores competitivos. Y eso se complementa con el tema de formación. Entonces, el tema de formación arranco yo siendo profesional en la administración de empresas, entonces, me deja amplio porque tiene un campo de acción muy grande.

Luego cuando empiezo a conectar esa serie de acciones de necesidades, desde el punto de vista laboral, entro a formarme con la Especialización en Gerencia de Servicio en La Sabana, entonces, empiezo a traer herramientas relevantes para poder entender cómo combinar los ejes laborales con la generación de experiencia sobre la base que estaba contemplando. Luego, veo y entiendo la

necesidad de entender más a profundidad las dinámicas de mercado, saber cómo puede llegar diferenciación competitiva, posicionamiento. Entonces, entro a hacer la Maestría en Mercadeo y no lejano a esa realidad, porque todo está combinado con experiencia, generación de facturación, ventas y muchos otros componentes, complemento mi estrategia de formación con Dirección comercial y marketing digital. Y luego termino trabajando, también, en una formación de alta gerencia en la Universidad de Encaden, Costa Rica. Y ahí, ya me permite ir en esa sección paralela y trabajando en esas dos rutas sobre el proceso, tanto laboral como académico.

¿Cómo mantienes actualizados tus conocimientos en esos campos en el mercado de en publicidad donde te estás desempeñando ahora?

—Bueno, el tema es bien interesante porque la misma dinámica de tu acción laboral y académica, en el caso de la universidad, te obliga a entender que hay nuevas necesidades y nuevos requerimientos, que dependiendo del sector competitivo, algunos se parecen por supuesto, pero algunas tendencias son tendencias bases, por ejemplo, el tema de inteligencia artificial, pero otras son muy claras también, el tema de manejo de datos y big data y el tema de analítica data, lo que significa, el aporte frente a esa realidad. Entonces, eso te obliga a entender qué está pasando en el entorno y la necesidad de aprender entonces, Si por un lado no eres fuerte en términos de marketing digital, porque no lo manejas, pero hay un equipo, esto te obliga a tratar de hacer un curso rápido, entender las elementos y las bases para poder tener criterios sobre qué debes orientar y trabajar con unos equipos.

Si necesitas, en temas de eficiencia y mejoramiento en la generación de experiencia, así como tú defines el “customer journey map” entre una construcción, hay metodologías adicionales que te permiten complementar un ejercicio como este. Entonces, por ejemplo, Lin Xi Ma, que no es reciente, lleva muchos años en la presidencia organizacional, pero empiezas a entender, cómo una herramienta de esas la puedes aplicar a un escenario de competitividad organizacional, de marketing, de eficiencia y de muchos otros elementos; así, son herramientas constituidas en su esencia para eficiencia operativa, de producción, logística y otras variables. Pero, cuando todo has ido construyendo tu proceso, le das sentido a las herramientas, al pedacito que te corresponde. Y así sucesivamente, en la medida que empiezan a surgir nuevas situaciones, nuevas condiciones operativas y acciones de mercado, te dice, te obliga a entrar a trabajar. Entonces, empieza a surgir con fuerza, entonces, por ejemplo, el curso que dictó la universidad, buenísimo, extraes lo que necesitas.

Hay un concepto que se lo aprendí a un profesor en una maestría, que siempre lo tengo muy presente, es que “el crecimiento y la formación de lo que tú necesitas en la vida real y laboral es ir con tu carrito supermercado en supermercado”. Tienes inmensidad de elementos, ahí presentes donde tú puedes ir y formarte. Pero, al final, lo que tú haces es seleccionar lo que tú consideras en ese momento importante y es lo que pones en tu carrito. Que después necesitas algo más, entonces, lo traes y lo pones ahí. Entonces, la formación sobre las necesidades, tú qué haces, tienes tu dolor en ese momento, seguramente lo encuentras en tu formación y ese es el que traes, así la amplitud del contexto de necesidad, sea a digamos extensa en ese sentido.

Pero, terminas utilizando lo que necesitas en ese momento, ya después tienes otro requerimiento, lo otra vez, te acuerdas que ya hay algo que necesitas, los valores y lo traes, entonces, es lo que te permite, al final, tomar decisiones en cómo actualizarte, qué necesitas, hacia

dónde buscar la ruta porque, inclusive, hay un tema que se lo escuché a un proveedor un día en una reunión simpatíqüísima. Hoy en día, y tú lo sabes, el tema de analítica de datos científicos y todos los demás están presentes en todas las organizaciones, en todos los escenarios. Pero, ahí es donde está la parte interesante del asunto, él decía, mire, eso es la venganza de los nerds, ¿no? Todas las compañías como mínimo, ahora deben tener un matemático en todas sus organizaciones. Y se construyen unos modelos matemáticos increíbles, donde manejan data y comportamiento de cliente de dinámica de mercado, ventas y demás; unos modelos de la NASA espectaculares.

Pero si tú que ves el diez del proceso de marketing, lo tienes claro, cuando tú miras un dato dentro de un informe que ellos presentan, tu fácilmente puedes decir, "Ese dato es incorrecto". Así esté sustentado bajo modelo matemático. ¿Por qué? Porque todo el conocimiento, todos los componentes y tus análisis y aprendizaje te permite llegar a concluir que eso está incorrecto. Así matemáticamente te demuestren que es correcto. Pero, cuando lo vas a la realidad, la realidad te dice que la dinámica del comportamiento del cliente, la dinámica del entorno, la variable competente, sean las mismas condiciones de la organización, no determina una realidad por un número. Entonces, el número es crudo como número, pero la interpretación en la que te da valor. Entonces, eso es un poco la combinación de lo que tú logras llegar cuando construyes a actualización.

¿Cómo equilibras tu desarrollo profesional en la industria con tu labor docente? ¿Cómo el equilibrio?

—Pero ayúdame a entender un poco más, porque cuando me dices el equilibrio es que mi disponibilidad de tiempo entre la parte laboral y otra parte ¿No.? Bueno, lo que pasa es que tú lo sabes, en términos generales, cuando tú estás activo a nivel organizacional, estás viviendo la realidad permanente de lo que sucede a nivel de organizaciones y de mercado, sí, no hay duda que el componente académico te da bases desde el punto teórico. Pero, muchas veces, cuando tú tienes que aplicar una estrategia a una realidad de una organización, el componente teórico se queda corto, porque te da simplemente una base, pero no te permite entender la minucia de lo que significa una relación con cliente, unas condiciones específicas de cliente, unas dinámicas de mercado, variables de negociación y muchos componentes que quedan cortos.

Entonces, lo hermoso de trabajar y ser docente a la vez, es que tú puedes traer la realidad y darle la interpretación correcta al componente teórico, es lo que enriquece al final la academia. Porque no solamente te quedas en formación y que es válida, sino lo que implicó, muchas veces, aplicar esa teoría de decir, "Oiga, no funcionó", pero, no funcionó porque a punto no se tuvo en cuenta este elemento o ese elemento, o al contrario, como ha sucedido muchas veces con estudiantes que me han dicho, "Oiga, profesor, lo que usted me enseñó me permitió aplicarlo en mi organización y lograr un ascenso". Entonces, tiene validez lo que me está diciendo. Esos componentes son los que te permiten enriquecer ese equilibrio, que traes una realidad organizacional que, inclusive, si tú lo piensas desde otro enfoque hacia la organización, lo que a veces se cuestionan las compañías es que cuando tú llegas recién egresado, te falta la cancha del escenario laboral. Muchos tienen el conocimiento, pero muchas veces el conocimiento no se aplica a rajatabla, como bien el documento, se debe ajustar y se debe interpretar, a la necesidad de lo que estás viviendo; entonces, creo que es el equilibrio, que le necesito.

¿Qué te motivó a dedicarte a la docencia en el área de marketing y publicidad?

—*Mi madre fue docente durante muchos años, entonces, digamos que en la sangre llevaba el tema de la educación y la importancia de transmitir conocimiento. Cuando veo la oportunidad, ¿qué hago yo con la universidad? creo que voy a cumplir 14 años o 15 años, no me acuerdo ese semestre de este año. Eh, aparte, digamos que esa realidad, esa experiencia, fui muchas veces capacitador organizacional. Entonces, la gente siempre me dejaba muy claro que la fluidez de transmitir conocimiento, de impactar a la gente estaba muy clara en mí. Entonces, yo decía, "Pues no hay mucha diferencia entre capacitar, bueno, obviamente hay unos componentes, ¿sí? A llegarle a un estudiante y transmitirle conocimiento de lo que tú tienes en formación, vivencias y demás aspectos. Entonces, el salto fue cortico y ya buscando la oportunidad la encontré con en ese momento con la Unipanamericana y tomó la decisión de saltar, fue una decisión hermosa.*

¿Cuáles consideras que son tus principales fortalezas como docente?

—*Yo creo que la principal fortaleza está fundamentada en lo que hablamos en líneas atrás, en que lo que yo le transmito a la gente es porque al final tuve la oportunidad de evidenciarlo en una realidad organizacional. Es decir, hay elementos que todo dentro de la teoría, si no lo has ejecutado, se queda de pronto corto en los argumentos. Entonces, cuando tú tienes la vivencia sobre algo te da la oportunidad de ampliar todo lo que quieras sobre ese componente que estás transmitiendo. Entonces, cuando los estudiantes te formulan preguntas sobre ese concepto, fluye muy fácil el darle los argumentos y los componentes que hacen que la gente diga, "Oiga, lo entiendo". Es más, tú sabes que hoy en día con la universidad hay un tema de productividad organizacional ¿cierto?*

Eh, hasta ese sentido yo hago también parte de ese equipo y hemos encontrado casos de anécdotas de casos de éxito, donde tú le transmites el elemento de estrategia, donde hay un componente obviamente basado en el modelo, pero se lo dejas ver desde el punto de vista; lo que significa una realidad organizacional. Y me pasó con uno de esos empresarios que toman esos elementos, lo aplica en su organización y pasa de estar en saldo en rojo a tener un creciente de alrededor de unos 25 millones mensuales, de no tener cero pesos a empezar a facturar aplicando el modelo de lo que implicó entender y compartir. Entonces, por supuesto, estoy donde está el valor de lo que es aportar conocimiento con experiencia. Creo que es el elemento.

¿Qué tipo de formación pedagógica si hablamos en términos pedagógicos? ¿Qué tipo de formación pedagógica has recibido tú como docente?

—*Pues primero, tú sabes que soy del equipo de virtual y toda la formación en términos del conocimiento de manejo de estudiantes a través de la plataforma formación virtual, todos los elementos que determinan ese componente tan importante los he recibido. Y es muy importante porque, eso cuando tú lo aplicas a presencialidad, te permite saber que un usuario digital necesita, llegar de una manera muy específica, lograr entender que si estás manejando un escenario de casos o gamificación o cualquier elemento, lo necesitas atraer y llenar su atención, lograr el impacto. Entonces, todas las herramientas que he logrado obtener a través de la universidad ha permitido garantizar ese éxito académico, en lograr que los estudiantes aprendan, que entiendan, que los llevemos a práctica lo más cercano a lo real, Entonces, esa formación que he traído de la universidad, no solamente en el campo digital desde el punto de vista de educación formal virtual, sino, todos los otros elementos que han llevado con eso, por ejemplo, Design thinking, eso fue una*

herramienta espectacular, para para aplicar en los dos escenarios presencial y virtual. Entonces, creo que ha sido el gran aporte que recibí de la universidad.

¿Cómo ha evolucionado tu práctica docente desde que comenzaste a enseñar, desde esa primera clase que diste hasta hoy?

—Pues sí, la evolución efectivamente está en la actualización del dato, la actualización de la información, así digamos que utilices libros como base de formación y los tengas en los estudiantes, siempre hay un gap de tiempo de entre la publicación del libro y lo que tú estás viviendo en la realidad, en la dinámica de la tecnología, esto te lleva a una condición muy amplia. Entonces, la clave dentro de este escenario es entender muy bien lo que se está viviendo, en esos momentos, cómo conectarlos sobre los componentes de teoría y eso fue un poco lo que ha sido la trayectoria en el tiempo.

El tiempo te obliga a ir cambiando la presentación, cambiando los componentes, de pronto no la teoría en función de lo que está en el documento, pero sí, llegando a ejemplos más concretos, a escenarios de vivencia, el uso de casos muy cercanos. Yo, por ejemplo, siempre busco manejar información de novedades que están presentando en el entorno, al año que está ocurriendo. Eh, claro, uno puede utilizar casos de éxito estudiados que se han utilizado en años anteriores, pero lo que le permite al estudiante entender, que vaya a leer una noticia, se encuentra con una realidad organizacional, esa es la oportunidad para tú traerlo y llevarlo de una vez al análisis, al estudio y eso creo que han sido los verdaderos cambios que he buscado siempre tener. Irme siempre a lo último, a lo que se encuentra, llévelo y aplíquelos con la herramienta que se necesita.

¿Qué áreas de tu práctica docente consideras que necesitas mayor desarrollo?

—Yo creo que sabes, de pronto, lo que uno sabe con la expectativa ahorita de que los nuevos laboratorios que tienen la universidad, que uno pueda tener más acceso. Entonces, claro, una cámara, la cámara le dicen, "Uno no la ha trabajado en otros escenarios". Siempre la tienes en tu mente y la has tenido clara cómo funciona. Pero ser parte activa de ese tipo de herramientas, uno dice, "Sería ideal poder tener la posibilidad de experimentar, tener las vivencias y lograr así, pronto la etapa de formación de tus estudiantes, pero sí, en algún momento el lograr y tener sus aprendizajes, para que en alguna situación lo puedas compartir con los estudiantes, creo que ahí es donde está el asunto.

Por ejemplo, si tú me preguntas otro aspecto, siempre he buscado llegarle a la herramienta de modelación empresarial, creo que se llama de simulación empresarial. Esa la utilizo, por ejemplo, solamente con Administración de empresas. Pero lo que vivimos, por ejemplo, el semestre pasado con el tema del Company Game, esa es la realidad. Entonces, nuestros chicos, yo tuve un equipo de trabajo que se enfrentaron a una simulación lo más cercana a la realidad y vivieron una serie de experiencias de toma de decisiones y de otros componentes. Entonces, al final lo que digo es que siempre hay una oportunidad para fortalecer ese nivel de conocimiento, sabiendo que hay otras herramientas allá. La pregunta es con quién uno puede entrar a consultarlos, porque seguramente te van a aportar y fortalecer a tu crecimiento.

¿Qué papel juega la investigación en tu desarrollo profesional?

—Pues, investigación, por el lado de la universidad poco, porque nosotros con el rol docente que tengo no estoy dentro de ese alcance de investigación. Entonces, digamos que no participo,

activamente, en esos procesos, por un lado el tiempo no me da porque, obviamente, un docente investigador tiene otras características y otras connotaciones. Sería muy relevante, por supuesto, desarrollar esas acciones, pero, tú ya entiendes mis limitaciones.

Un componente de oficina, un componente académico, entonces, la limitación no te daría ese alcance. La investigación se limita solamente a lo que yo pueda lograr aplicar en mi vida organizacional y extraer para enseñar. Es lo único que podría decir.

Porque, por ejemplo, si yo te pongo en un contexto organizacional, todo lo que implica un proceso de medición, de experiencia de cliente, investigación de comportamiento de mercado, que eso es propio de la organización; pero, la metodología, la obtención de data, la interpretación y las conclusiones; así uno de pronto no trae el dato tan directo en la academia, pero te permite compartir ciertos elementos que enriquecen un poco el escenario académico. Pero, claramente, diferenciando que por el lado de la universidad, no tengo esa ruta, porque no tengo ese alcance.

Y la última de este de este eje, ¿qué competencias consideras tú que son fundamentales para cualquier docente que imparta en el programa de Mercado y Publicidad, que permita construir un modelo de competencias para el desarrollo de los docentes? Entonces, ¿qué competencias tú consideras, competencias y habilidades que son fundamentales para llegar a proponer o construir un modelo de desarrollo profesional, de ese profesorado en el contexto y el equipo que hay ahora en el programa?

—Pues mira, yo creo que las competencias que se deben trabajar muy fuerte, no solamente que necesita un docente, sino que necesita el docente para transmitir dentro de los estudiantes es la capacidad de interpretación, de análisis. Es decir, siento que al final, tú cuando recibes estudiantes que han venido cursando se quedan cortos en interpretación, análisis; entonces, uno dice, "Hacia atrás, ¿qué pasó?", ¿pudo haber sido un hueco dentro del proceso de formación o pudo haber sido que también el equipo docente hacia atrás no logró transmitir la relevancia y lo que significa los componentes de análisis e interpretación de cualquier contexto? no solamente de data, sino de poder entender una estrategia, interpretarla, analizarla y decir, creo que al final la competencia de poder tener la capacidad de interpretación y análisis es fundamental en los docentes.

Dos, la relevancia y la comunicación, a pesar de que suene chistoso, ¿por qué?, somos docentes, uno debería tener claridad que esa, es la competencia más fuerte que tiene un docente. Pero, siento que al final se necesita tener mucha claridad de cómo tú transmites la información, pero sobre todo, más que transmitirlo es el manejo del canal y todo lo demás, es cómo tú logras impactar realmente al estudiante con lo que estás comunicando.

¿Cómo logras, volviendo a decir el contexto de lo que es la generación de experiencia, cómo logras a través de esa buena comunicación crear vivencias reales dentro del escenario del estudiante, lograr identificar en su expresión no verbal que está muy conectado contigo, porque se siente que lo estás cautivado en el lenguaje, en la comunicación, en la expresión, en la tonalidad y en la forma en que estás presentando lo que tienes que presentar; porque, al fin y al cabo, el mensaje puede ser el mismo, pero quien lo presente puede que haga la magia de lograrlo. Entonces, definitivamente, creo que la comunicación está dentro de ese alcance. ¿Y qué otra competencia? Yo creo que esas dos.

Vamos para el segundo eje, es el eje de estrategias pedagógicas y metodológicas. **¿Qué estrategias utilizas para planificar tus clases?**

—Primero, miro qué tipo de estudiantes tengo dentro de mi grupo de trabajo. Segundo, no solamente en términos de rango de edad, sino en términos de condición laboral. No es lo mismo que tú llegues a un estudiante que no tiene experiencia laboral o a uno que por supuesto lleva una trayectoria en una organización o está en proceso de evolución laboral, este va a tener más claridad en el tipo de lenguaje, en el tipo de información que va a llegar. Cuando tengo claro eso, inmediatamente, lo que hago es tener mucha claridad de cuál es el sílabus que debe representar la materia, pero el sílabus con la combinación de la realidad del estudiante, entender que tipo de información debo llevar.

Más allá de los componentes que me determinan cada etapa, entender que en cada componente llevas información asociado a elementos que van a ser de interés del estudiante, que van a poder entender cómo se ejemplifica el tipo de presentación. Y ya luego, el resto es empezar a construir mis presentaciones, hago ajustes dentro de la presentación, traigo lo que te decía, si hay elementos cercanos a lo que se está viendo en el entorno de la realidad, lo empiezo a documentar, es decir, refresco la presentación, le cargo más información, elementos que me permitan llevarlos a entender dentro de ese alcance. Y el resto, sí ya es la ejecución.

¿Qué estrategias empleas para manejar grupos diversos?

—Cuando el grupo es diverso, no solo en edades —porque a veces podemos tener chicos de 17 con casi 40 años— sino también en sus comportamientos, en que están de diferentes programas, que a veces suele pasar y bueno, no sé otro elemento, que haya identificado cuando uno habla de grupos diversos. Mira, me ha pasado recientemente, que casualmente, antes tenía siempre estudiantes de mercado y publicidad. Y en los últimos tres, cuatro, cinco semestres, me han empezado a llegar estudiantes de Administración. Entonces, he tenido situaciones donde he tenido 98% de estudiantes de Administración y un 2% de Mercado.

Entonces, te pone un reto muy complejo en buscar que el grupo máximo, no sienta que le estamos llevando un paso, ¿cómo decirlo? muy despacio en términos de contenidos, para que ese 2% no se sienta perdido, absolutamente perdido. Entonces, claro, ahí me toca trabajar muy fuerte en apoyarme con el mismo equipo de trabajo. Entonces, busco siempre las primeras fechas del proceso académico, busco entender quiénes son los más fuertes, en términos del conocimiento, que llevan la trayectoria hasta el momento. Y busco unir a esa persona con ese grupo.

Sin embargo, Eso no es suficiente, siempre hay un momento que tú necesitas como docente acercar y hacer una intervención directa. Buscar y tratar de entender si la persona le está costando demasiado el tema y tratar de darle un apoyo adicional en términos de acompañamiento, manejo de conceptos y otros elementos. Entonces, creo que esos son dos acciones que busco siempre trabajar. Me ha tocado, últimamente también, ya grupos específicos, por ejemplo, de Administración logística; entonces, dictarle una materia que para ellos realmente es novedosa, porque no está conectada con la realidad de todo su proceso de formación, pero se convierte en, por ejemplo, Dirección de marketing, se convierte en un punto interesante.

Ahí hay dos caminos importantes, uno, definitivamente, siempre buscar la mejor expectativa para que ellos sientan que están aprendiendo algo que les va a permitir complementar de alguna

manera su proceso. Entonces, ahí es donde está la clave de poder saber y entender mucho el tipo de organización donde están. Casi siempre no son grupos muy grandes, son grupos de 10 personas, 12 personas, entonces, esto te permite entrar a profundidad en el tipo de organización y desde ahí empezar a trabajar los enfoques de los contenidos que se están trabajando. Entonces, ahí los logras conectar, pero eso es claro, es un reto más grande.

¿Qué estrategias utilizas para evaluar el aprendizaje de tus estudiantes?

—Bien, trabajo mucho aprendizaje por proyectos. Ahí creo que es donde tú logras materializar muchísimo el conocimiento y la aplicación, es donde casi siempre me esfuerzo en que ellos trabajen ese tipo de talleres; inclusive, en etapas evaluativas específicas, para validar si el nivel de entendimiento del concepto lo tiene claro, no lo llevo a específicas, pero siempre lo llevo a un taller de conocimiento aplicado, así lo vamos trabajando y al final un proyecto final, donde ellos puedan seleccionar una empresa real y aplicar todo la teoría que se ha trabajado, poder visualizarla es como se logra. A veces no trabajo mucho con gamificación, pero los llevo a modelos, por ejemplo, el Lego Sirius Play. Los pongo a trabajar también con eso.

¿Cómo adaptas tus estrategias de enseñanza a los diferentes tipos de contenidos que tú impartes?

—Ventas, supervisión y control de ventas, entonces, las estrategias a pesar de que son contenidos separados, hay elementos similares que me permiten entender la dinámica sobre la cual quiero que lleve el estudiante en realidad de mercado. Y por el otro lado, está la Gerencia de marketing, entonces, y por el lado de Administración, Dirección de marketing, se parece también es muy similar. Entonces, no tengo una acción muy diferencial entre las materias. Hay siempre conectores y de esos conectores es que logro también trabajar en ese sentido.

¿Cómo adaptas tus estrategias según el feedback de los estudiantes?

—Okay, mucho de lo que es el logro de un feedback es la participación que se tiene por parte del estudiante. Cuando el estudiante genera más interés en un punto, nos podemos detener y trabajar sobre ese escenario; cuando el estudiante me dice que no hay entendimiento, también me obliga a cambiar la estrategia y buscar otro tipo de elementos de ejemplificación, que de pronto lo logran entender mejor porque, vuelve y te digo, acá la clave está no es en traer casos, que tú sabes que ya están preparados en general, sino casos que él pueda entender.

Entonces, si es una persona de un equipo logístico, trae una organización como FedEx y plantea elementos de estrategia que le sean similares en el entorno donde él se encuentra, es la mejor forma de garantizar que él va a poder entender si existen barreras, si existen novedades, porque entiende la dinámica del entorno donde se encuentra.

Entonces, ¿de qué me sirve traerle a un estudiante puntual un plan de análisis de una organización por decir algo no sé, vamos a inventar el tema. Una famosa que solamente uno pueda traer, no sé, GAP por decir algo, un tema de ropa cuando la organización o el tipo organización de ellos, piensan son organizaciones de servicios. Claro, le ve la lógica el tema del producto y lo logra entender, pero tiene más y siempre las preguntas tú las encuentras.

Y esto se puede aplicar a servicios, entonces, claro, inmediatamente te das cuenta que te estás desenfocando y necesitas replantear la acción, volverlo aterrizar con un ejemplo que tenga connotación de servicio, que se acerque mucho a lo que de pronto él está teniendo, viviendo y que le

permita entender, ah, okay, ya entiendo cómo esto lo puedo materializar en un escenario de servicio, entonces, ahí donde se replantean los ejercicios de trabajo.

¿Qué recursos tecnológicos incorporas en tu práctica docente?

—Lo que te digo, usualmente me gustaría tener más herramientas, como en los simuladores, creo que el ejemplo de Company Game fue un ejemplo espectacular. Pero casi siempre lo que busco es que ellos trabajan directamente con la búsqueda de información. Entonces, los invito realmente a el tema de Expo; en algunos casos, para dinámicas quizás, se utilizó Kahoot para cambiarle la dinámica al esquema. Pero, casi todos son análisis de caso, entonces, siempre busco que consulten fuentes oficiales y los llevo a retar eso, porque también es el componente al final, la búsqueda de información se necesita, que la gente entienda que no se le trae más masticada la información, sino que tiene que ir a buscar la información. Entonces, el reto de la tecnología, realmente, es cómo ellos logran materializar búsquedas de data en términos de la red, que también es otro punto, tú debes llevarlos a temas de búsqueda de información, pero más que todo es donde me muevo en ese sentido.

Vamos para el componente de competencias específicas en mercado de publicidad; entonces, ¿qué competencias técnicas consideras que son esenciales para enseñar mercado de publicidad?

—Desde la parte técnica, desde las competencias técnicas, ¿no? Entonces, está muy asociado a frente al dominio, ya hablamos un poco más de lo que tiene que ser la experticia de quien esté enseñando, independientemente, de las asignaturas, obviamente, no podríamos hablar de aquellas que no están dentro del desarrollo profesional, pero sí que sean supremamente importantes para la enseñanza.

Por ejemplo, esa es competencia a nivel gerencial, de Habilidades gerenciales, a nivel organizacional, ¿qué más podría estar dentro de tu dentro de tu resorte? Sí, esa parte de planificación.

—Listo, mira en los bloques de ventas de todo lo que significa ventas, por visión y control de ventas, lo primero que tienes que hacer es tener claridad, en que sepas que has tenido de exceso de manejo personal, que tengas entendimiento sobre cómo se desarrolla un plan de ventas, que tengas conocimiento sobre cómo se maneja estrategias de modelos comerciales, que tengas conocimiento de cómo se puede manejar una estrategia comercial B2B, B2C diferente, que tengas conocimientos relacionados al tipo del entorno competitivo donde te encuentres, a que tengas conocimiento de cómo dejar y hacer feedback a un equipo comercial.

Es decir, todo lo que implican los elementos que te dan a ti una posición de interpretar variables comerciales, escenarios de márgenes de resultados, comportamientos de retornos de inversión, estrategias asociadas a, por ejemplo, dentro del mismo contexto y aplicar para los dos escenarios, que tengas muy claro cómo manejar un balance score card y cómo eso tiene una estrategia muy lineal para el componente de eventos versus también el componente de marketing.

¿Cómo manejas tableros de control en nivel de cumplimiento de ventas? ¿Cómo manejas herramientas como Salesforce que te permita tener claridad en el diseño del pipeline de ventas? ¿Manejo de módulos de oportunidades?

—Todo ese nivel de detalle es el que te permite tener claridad que esos elementos técnicos te van a aportar para lograr un resultado más suficiente en términos de impulsar. Y por el área, por el lado

de marketing, hay muchos caminos en ese alcance. Entonces, por lo menos debes tener noción de elementos importantes, así tú no los dictes dentro de tu alcance. Marketing digital, tienes que tener claridad de que eso se complementa en alguna parte con la estrategia.

Dos, ¿cómo se establecen estrategias de ese plan de marketing en términos organizacionales? ¿Qué componentes debes tener claro y qué no entre esos escenarios? ¿Qué tipo de herramientas a nivel organizacional se necesita para implementar una estrategia de marketing? ¿Qué características dependiendo del sector competitivo van a tener más eficiencia?

—Cuando ya tienes equipo de trabajo y eres el líder de ese equipo de trabajo, debes contemplar también entonces, ese escenario de ejecución. La toma de decisiones, creo que es el punto más relevante en cómo transmitir con claridad lo que significa una toma de decisión. Lo que significa ese alcance en la planeación de la toma de decisión y si hice una mala planeación, el impacto no solamente es para ti, sino para la organización. ¿Cómo manejar KPIs y la importancia de estructurar un buen KPI dentro de esa toma de decisión? Y ese KPI conectado a un a un tablero de control. Y lo que ya te decía, en el tema del balance score card, tener muy claro cómo se conectan esas dos y cómo le aporta la estrategia el resultado.

Solo para hacer la claridad ¿cuáles serían esas dos herramientas digitales que tú utilizas específicamente en tus clases, y que estén, que son herramientas exclusivas para mercadeo?

Pues lo que pasa es que creo que la pregunta es general. Mira, yo creo que hoy en día una persona de marketing que no tenga conocimiento de data está muy corto, dentro de su análisis de toma de decisiones. ¿Eso qué significa? Y eso es en todos los escenarios organizacionales; no necesariamente, significa que tú lo tengas que construir; pero si tú tienes que tomar la decisión, por lo menos tienes que saber de dónde sale, para que puedas interpretar y tomar decisión sobre lo que te están dando. Entonces, el manejo de tableros de control a través de una herramienta como Power BI es definitiva, para un escenario de marketing a nivel organizacional.

Creo que un estudiante que pueda tener así una formación parcial, que entienda de dónde viene la data y qué tipo de construcción de tableros tienen relevancia es fundamental, porque volvamos al ejemplo, lo que te decía hace un rato; los modelos matemáticos te sacan un resultado, pero no necesariamente el resultado es el dato idóneo para que tú puedas tomar una decisión. El resultado puede ser equivocado por la combinación de elementos que hacen que dé un número, un valor numérico. Siempre te obliga a entrar a validar, entonces, una herramienta de ese tipo que es taller de control, es un elemento para comentar en la toma de decisiones porque te permite documentar toda la información de una estrategia, cumplimiento de la estrategia. Si lo estás combinando con elementos adicionales como variantes de publicidad o temas de posicionamiento, temas promocionales, todo te debe demostrar el impacto desde el punto de vista una herramienta como esas.

Vamos al componente de relación con el entorno profesional. ¿Qué actividades extracurriculares organizas para tus estudiantes?

—Eh, busco siempre llevarlos a organizaciones reales para tratar que ellos puedan tener escenarios de campo e interpretar componentes que nos permiten lograr en una aula en ese sentido. El semestre pasado, por ejemplo, yo y mi grupo de estudiantes pudimos hacer una investigación de campo de comportamiento de cliente, de tipo de segmento de mercado, a un servicio que era Maloca.

Entonces, el ejercicio era poder identificar el tipo de segmento y fue muy interesante porque antes de la visita, el primer ejercicio que se planteaba es que ellos pudieran concluir, cuál era el tipo de segmento que estaban desde su punto de vista; el choque es bien interesante, porque cuando llegas al sitio y logras identificar que lo que tú pensaste que eran esos segmentos, no eran así.

Entonces, la importancia de poder generar ese tipo de evidencia es fundamental. Este semestre estoy aprovechando ya la facultad, nuestra nueva facultad, nuestro nuevo campus y los he puesto a hacer trabajo de campo dentro del mismo campus. Entonces, ese tipo de contexto donde tú lo sacas del aula y los lleva a evidencia está muy bien.

¿Cómo fomenta el desarrollo de redes profesionales en tus estudiantes?

—Sí. Bueno, yo creo que técnicamente no los incentivo, pero ellos mismos se desenvuelven en generar ese tipo de acción., más por una sencilla razón, yo no sé si todos los docentes lo hacen, pensaría que sí; pero, cuando tú siempre les pides que ellos se presenten, siempre les pido que me dejen entender en qué organización están, si hay algún gusto especial y algún tipo de hobby, algunas características y dentro de esa realidad, cuando la gente se presenta y casi siempre ya vienen en un grupo con trayectoria que comenten algo, que sea para el resto de los demás.

Entonces, ese ejercicio sorprende porque al final me he encontrado casos donde ellos han podido hacer, "Oiga, usted vende esto". Me interesa. O por ejemplo, en este caso este semestre ha sido una particularidad bien interesante, porque, claro, siempre utilizo una variable por tendencia de mercado y es el tema de mascotas. Y este en la misma presentación, hay una población muy amplia en términos de gatos, un estudiante está vendiendo arena para gatos. Entonces, esas acciones son las que permiten conectar un poco ese networking. Pero hasta ahí llego, es decir, no genero una acción diferente a eso.

¿Qué tipo de relaciones mantienes tú con otros profesionales, bien sea en la universidad, bien sea de tu entorno, ya en temas organizacional?

—En términos de colaboración siempre hay requerimientos que me dicen, si hay estudiantes para una opción laboral. Entonces, desde ese punto de vista, lo primero que hago es no ir directamente al estudiante, voy directamente a mi jefe en la coordinación, Mayra o Caro; y solicité oficialmente un requerimiento de ese punto de vista. Entonces busco siempre la formalidad del canal, más allá de ir directamente sobre el estudiante. Aparte de eso, también cuando salen requerimientos puntuales de algún tipo de actividad asociada a una estrategia de marketing o algún escenario, entonces creo que me apalanco muy bien en el tema de lo que tiene la universidad, con el reto, con el PIC, con el pack. Entonces, traigo la empresa que conozco sobre su necesidad y pongo un reto con los estudiantes.

Entonces, genero muchos elementos interesantes, porque el semestre pasado tuvimos en la Feria de la Innovación, teníamos nuestra primera empresa en la parte de ventas, desde el punto de vista de formación virtual y de ser una empresa de miel. Un estudiante planteó un tema que lo dejó al empresario y yo nunca había pensado en eso; entonces, eso es un poco el resultado de esta combinación hacia lado y lado. Creo que es muy enriquecedor en ese sentido.

Y el último eje, profe, el de alineación con el Proyecto Educativo Institucional y el desarrollo apoyo institucional. Un poquito metiéndonos a ese tema un poco aburrido del PEI, del PEI de la facultad, del programa, de los lineamientos institucionales hasta donde esté tu alcance y tu conocimiento. Entonces,

¿qué valores institucionales de UCompensar específicamente, promueves en la enseñanza o vinculas con la enseñanza?

—Pues, creo que el principal dentro del alcance es el tema de vínculo empresarial, poder entender que el modelo académico es el modelo empresa y creo que es fundamental. Algo, hace poco, recientemente en una de estas organizaciones que estuve haciendo consultoría me preguntaban sobre el tema de prácticas empresariales con la universidad y yo les decía algo que es claro y es una realidad, el esfuerzo que hace la universidad, el esfuerzo que hacen los docentes y todos los entes presentes en la organización de entender cómo un estudiante más allá del proceso formación académico, tiene una realidad de un contexto organizacional, le cambia la forma de pensar al estudiante. Yo he tenido dentro de las organizaciones estudiantes de la UCompensar y de verdad, de acción directa, uno sí evidencia el nivel de respuesta ante los retos que se enfrentan versus cualquier otro tipo de estudiantes de otras universidades.

Porque esa posibilidad de tener claridad, de poder tener vivencias a través de escenarios con organizaciones, bien sea aparte de las prácticas o sino, también en la misma acción de la academia, en cada materia, conectando la realidad organizacional, trayendo empresarios para dar charlas y otro tipo de escenario, dentro de ese alcance cambian perfectamente el pensamiento de esos estudiantes y sí, se vuelve una realidad; entonces, creo que ese es el principal eje de lo que uno debe trabajar y fomentar.

¿Cómo contribuyes al desarrollo del programa académico aparte de lo que me has mencionado con esas actividades extracurriculares que has hecho?, ¿hay algo adicional que mencionar con relación a esa a esa contribución que tú estás haciendo al desarrollo del programa de Mercado y Publicidad?

—Pues recientemente, fue seleccionado por ejemplo en el tema del Company Game, uno de mis equipos, mi único equipo que tenía, por encima de alrededor —creo que fueron 300 equipos de todas las universidades entre Latinoamérica y España— obtuvimos el puesto 29. Entonces, nos dejó ver varias cosas en ese escenario. Uno, colaboración porque me apoyé en el profe Pedro, ¿te acuerdas? Entonces, fue una colaboración espectacular en manejo de información de otros frentes como procesos de producción, por ejemplo, manejo de indicadores de producción financiera y otros aspectos. Hablamos con Carolina de lo interesante, de lo que se podía convertir un modelo de ejercicio académico, pero en colaboración de todos los demás profesores, en diferentes frentes que ellos manejan para un solo fin.

Y, fue en posición 49, buenísimo; pero te quiero conectar con otra anécdota muy interesante que pasó por debajo de cuerda, pero que estuvo en realidad muy interesante. Los ganadores del Company Game, que fueron estudiantes de Administración logística, ellos en ese momento estaban conmigo en la materia de Dirección de mercadeo. Y dicho por ellos, porque, al final del caso yo lo felicité y nada más, pero yo no intervine en el acompañamiento, para eso estuvo el profesor de Administración, ahora no me acuerdo el nombre. Pero ellos me decían que mucho de lo que aprendieron en ese en esa etapa de formación de la materia, lo aplicaron en la realidad de su juego. Entonces, la victoria la compartí como si hubiera sido mi vida.

Entonces, definitivamente esas acciones se contribuyeron ahí. ¿Qué otro tipo de acciones?

—Cuando traigo empresas que me permiten hacer colaboración, como el PIC, entonces, empresa real con necesidad real y donde trabajamos con docentes dentro de la facultad, para poder

aprovechar esos escenarios. Otro tipo de escenarios, que vienen también para eso y que no se muestra en el campus. Puedo traer también otro tipo de empresarios para que vengan y charlen, pero también he traído líderes de marketing internacional, hace rato no lo tengo, pero tuve la oportunidad de traer un experto de marketing que trabajaba para el sector Oland Angas en Estados Unidos y dio un concepto de estrategia de marketing espectacular; de esa manera logro contribuir a la facultad,

¿Qué sugerencias tienes hoy en día para mejorar mucho más el programa de Mercadeo y Publicidad?

—Yo creo que el mejor programa que podemos plantear sobre ese alcance, creo que Carolina ha hecho un ejercicio muy positivo en ese resultado y ha estado muy atenta a los requerimientos. Por ejemplo, por decirte un contexto, cuando trabajé con Lego Sirius Play, lo tuvimos prestado de otra facultad, porque fue la Facultad de Administración. Y eso, hoy en día lo tenemos ya disponible para nosotros, lo dieron y lo tenemos disponible.

Entonces, al final, yo lo que sí concluyó es que el reto de lo que ha mencionado el señor decano, que la rectoría en general, es que se materialice de verdad la invitación que se hizo, que si tú quieres llevar un estudiante a otra clase o a una vivencia de un laboratorio en la universidad, lo puedes hacer sin barrera, porque son muy atractivo que tú no tengas fronteras en la universidad, ni barreras, que todos tengamos acceso a un proceso de formación que queramos entender.

Una variable logística, dentro una estrategia de producto, para un escenario de marketing tiene una connotación clara y real. Mucho, te puede diseñar una estrategia espectacular de posicionamiento de producto, pero si tu cadena logística la embarra, está también un resultado negativo. Entonces, entender porque a veces sucede eso, estoy segura que tú lo sabes.

El papel aguanta lo que sea, entonces, te puedes inventar una estrategia de la nada, pero aplícala. Entonces, escenarios operativos seguramente van tan así, eso no es viable, no es viable que usted quiera hacer una estrategia de posicionamiento de mercado, con un nuevo producto y logísticamente es imposible hacerlo. Entonces, llevarlos a entender también otro tipo de escenarios que están, se supone que están disponibles en la universidad, ese sería el verdadero reto, que se materialicen esos espacios, esos laboratorios, esos escenarios de aprendizaje de otros tipos de facultades que tú realmente puedas aplicar a enriquecer tu programa.

Y la última pregunta de apoyo institucional, de la universidad como tal, **¿qué apoyo tú has recibido para tu desarrollo profesional?** Que tú digas, "Yo me he sentido apoyado respaldado para desarrollarme más profesionalmente en esto, esto, esto, esto". **¿O consideras que no lo has recibido o consideras que ha sido más porque el tiempo a ti no te da?**

—Por supuesto, te voy a dar una respuesta políticamente correcta. Mira, yo creo que la apuesta que tiene la universidad hoy en día de lograr el bilingüismo es muy importante. Y, por supuesto uno la visualiza en una proyección muy a corto plazo, en la necesidad de subir ese nivel de competitividad. Yo creo que ese ha sido uno de los temas que yo más he levantado la mano para decir, "Necesitamos acceso a ese tipo de formación"; pero, la respuesta en general es que hay limitación, es decir, ahí donde viene la disyuntiva del asunto. Escuchas la política, escuchas el discurso y escuchas la necesidad, pero con el acceso realmente te das cuenta que no hay acceso.

Así, tú, digamos sientas que de pronto no es gratuito y que tienes que de pronto aportar un recurso, que de pronto se puede obtener una financiación importante y una parte tú la pongas, pero si tú estás con las ganas de llevarlo a un nivel superior, esos caminos son los que uno no logra encontrar. Y eso lo vengo mencionando, ya desde 12 meses, 13 meses atrás, cuando el discurso cada vez más se hace presente.

¿Qué está haciendo usted dentro de sus clases para trabajar el bilingüismo?

—Entonces, claro, hoy en día tú lo sabes igual que yo tenemos, que hay un equipo de extranjeros que nos apoyan en procesos de algunas clases, cuándo todo es el nivel de participación de estas personas, dentro de todo tu proceso con los estudiantes es, realmente, es bajito, ¿por qué?, porque hay limitación, ellos creen en la necesidad de toda la universidad y entonces, es una acción puntual. Pero si te retan a ti, a que tú como docente lo lleves a otro nivel, sí o sí, necesitas fortalecer esa competencia de una nueva lengua; entonces, ahí es donde yo digo qué más se necesita para que tú tengas acceso a ese tipo de formación. De pronto, si tú te acuerdas y estoy segura que de pronto lo recuerdas, en el pasado hace ya varios años atrás, ya hubo una iniciativa de fortalecer el tema.

Entonces, si te acuerdas hicimos una evaluación para entender tu nivel de inglés y demás elementos, que había un escenario de camino hacia allá; pero no lo ves materializado, pero sí sientes el peso que se está viniendo encima, que si tú no lo haces, no lo logras, entonces claro, ¿qué caminos tienes? A menos de que te ponga en una situación dices, "Pues, de hoy en adelante ya en el proceso contratación tiene que usted traerme una certificación"; entonces, se pone un reto diferente. Pero si la universidad te dice, "Oiga, queremos que todos suban el nivel, uno esperaría que la universidad realmente te abra espacios, puede que sean financiados hasta cierto punto y que tú tengas un recurso que exponer, pero uno estaría dispuesto realmente, por lo menos en mi caso, a tomar esas rutas y no que te llegas a una barrera que tu digas, "Listo, ¿qué hay que hacer?"

Entrevista 7.

Docente de género femenino, Universidad UCompensar, programa Mercadeo y Publicidad (entrevistada el 7 de marzo del 2025).

Tiene cinco ejes temáticos, en cada eje vamos a abordar unas temáticas diferentes que tienen su relación, pero a medida que vayamos dialogando, si yo veo que hay alguna que ya has contestado, no lo haremos, si hay algo que reforzar, pues lo reforzamos. Esto, obviamente, como te dije es un trabajo netamente académico, siéntete libre de contestar lo que consideres, como lo veas, lo entiendas, lo sepas. Está bien. ¿Bueno? Entonces, vamos a empezar con el eje de experiencia y desarrollo profesional.

¿Cómo podrías describir tu trayectoria profesional y académica en el campo? En este caso es más hacia tu lado publicitario.

—Bueno, yo soy profesional en publicidad, estuve vinculada a un tiempo como publicista en una agencia y en ese mismo tiempo, en el que entré a ejercer como publicista, empecé también a ejercer como docente. En ese entonces, ejercía como docente en la Universidad Central, en Investigación social del consumo, que es una variación de la Investigación de mercados, pero más, como es el enfoque etnográfico. Entonces, creo que desde ese momento me fui encarrilando sobre todo en investigación, en publicidad, pero sobre todo, desde los procesos cualitativos, etnográficos y que tengan que ver con el consumo, más allá de la investigación tradicional de mercados.

Entonces, he estado realmente, desde ese momento, estuve más vinculada con la academia en diferentes programas, pero siempre en facultades de Comunicación, en facultades de Diseño, en facultades de Cine y TV, en Humanidades y en las Ciencias Sociales y sí, digamos que llevo ya once años en la docencia. También participe de procesos administrativos que son muy normales, también a la asignación de funciones para un profesor de tiempo completo. Entonces, también he trabajado procesos de Registro Calificado, todo lo que tiene que ver con evaluación de la calidad, todo lo que tiene que ver también con procesos curriculares y sobre todo, también, en investigación haciendo investigación particularmente, dictando asignaturas que tienen que ver con creatividad, con tendencias de consumo, también una variante de la investigación, pero hacia lo etnográfico.

¿Cómo mantienes actualizado tu conocimiento en el campo de la publicidad?

—Bueno, eso es una buena pregunta, realmente, porque yo sí siento que es muy importante que cuando se estudian estas carreras, que tienen que ver sobre todo con avances tecnológicos, mediáticos, obviamente sociales y culturales, si hace falta, no sé si educación formal, es decir, estar haciendo diplomados o cursos permanentemente, pero sí hay que desarrollar una sensibilidad para estar atento a lo que está pasando en términos también de tendencias. A mí me parece que sí hay, unos ejes que son hoy en día mucho más exigentes en esa actualización, por ejemplo, el marketing digital. El marketing digital está todo el tiempo y lo digo porque soy profe también de esa área en este semestre.

Entonces, me ha costado mucho tener la información al 100% actualizada porque es un campo que está todo el tiempo demandando actualizaciones, incluso, directamente por lo que tiene que ver con las plataformas, con las redes sociales, con los distribuidores de contenido y todo eso, todo ese ecosistema digital. Entonces, creo que de manera general, no puede estar actualizado profe en estas

áreas, siempre y cuando haya un interés también de estar leyendo medios, de estar revisando qué es lo que pasa, por ejemplo, en las tendencias. Para mí, por ejemplo, ha sido muy importante y muy interesante también compartir con los estudiantes lo que pasa con premios como los EFIA Awards cada año, porque ahí hay, una actualización también de categorías, de lo que se está premiando, y porque se están premiando las campañas publicitarias y creo que esa es una buena forma de estar actualizado o actualizada.

Pero en el caso, sí creo que de marketing digital se requiere que haya un vínculo directo, por ejemplo, con el campo laboral publicitario, en ese frente o estar siempre actualizándose por cursos virtuales, puede ser todo lo que pasa con Google, todo lo que pasa por otras plataformas de contenido y educativas, pero no es fácil y no es sencillo porque los tiempos que manejamos tampoco son muy amables, para poder hacer compatibles esas dos actividades, de estar super actualizado, pero también, estar muy consciente de la labor pedagógica, que eso también es otra cosa; porque nosotros tampoco hacemos mucho hincapié, casi nunca, en la necesidad de estar actualizados, pero desde ese lugar de la pedagogía, de las didácticas y más bien que siempre pensamos en estar actualizados es en lo temático, pero no en lo pedagógico.

¿Cómo equilibras tu desarrollo profesional en la industria con tu rol docente?

—Uy, es una buena pregunta también, porque hace mucho tiempo no he estado vinculada directamente con procesos publicitarios, de agencia y más tradicionales o de mercadeo, pero en realidad es que nunca hice nada centrado en mercadeo. Sin embargo, bueno, es que para mí ha sido también una decisión de vida, porque no me sentí nunca tan afín a lo que pasaba en el campo laboral publicitario en general.

Entonces, para mí fue muy difícil reinsertarme a ese campo después de que tuve la experiencia en agencia, porque fue una experiencia muy dura, que me confrontó con muchas cosas. Pero digamos que sí trato sobre todo, de estar muy atenta, por ejemplo, a las conversaciones con colegas o por ejemplo, también cuando en la universidad se ofrecen estos espacios de abrir las cátedras, a ver, sí, a otros profes que vienen de otras universidades que están también trabajando en agencia o a personas que directamente trabajan en agencia, que soy muy receptiva de lo que nos cuentan, de cómo se está moviendo el medio.

Y también trato de estar actualizada en términos de noticias y de lo que te decía, por ejemplo, de estar revisando periódicamente lo que pasa con los premios o con publicaciones que están relacionadas con publicidad y con mercadeo, porque sí, me parece que igual es un ejercicio ético, en relación con lo que hay que ofrecerles a los estudiantes en esa vigencia, también de los contenidos y en esa actualización, de las temáticas.

Entonces, para mí creo que esos son los canales a los que trato de acceder de manera más frecuente, para poder estar no tan desactualizada en los campos disciplinares, sabiendo que igual, siempre hay un núcleo que se mantiene en publicidad y es la cuestión de la comunicación, que yo creo que eso sí no tiene muchas variaciones, es decir, el pensamiento estratégico en lo comunicativo, me parece que eso no tiene muchas variaciones, lo que tiene variaciones es cómo abordar los medios, cómo crear contenidos para esos medios, creo que eso es información a la que uno se puede acercar a través de esas fuentes, creo yo.

¿Qué te motivó a dedicarte a la docencia universitaria?

—Es una gran pregunta, yo creo que incluso fue una decisión muy consciente en relación a lo que me interesaba más en mi desarrollo personal. Y es que, claro, cuando yo empecé a trabajar en publicidad, empecé a entender que hay unas dinámicas a las que yo no podía atender tan rápidamente a mis compañeros. Porque no había tampoco una motivación mayor; entonces, cuando aparece esta oportunidad de la docencia, para mí fue más sencillo entrar en esta lógica de sé algo, puedo compartirlo, me interesa también entender cuáles pueden ser esas lógicas en las que comparto ese conocimiento o esa experiencia.

Eh como que siempre se me facilitó también explicar cosas, sí, generar procesos también de comunicación conjunta y creo que en ese caso, como que la docencia fue también una decisión muy consciente, de poder tener esos espacios de construcción de conocimiento más directo y más horizontal, porque yo en las agencias no encontraba mucho eso; entonces, creo que para mí, la docencia fue una respuesta muy natural a esos a esos intereses que sí tenía yo muy presentes, que era me interesa, sí trabajar con las personas.

Me interesa trabajar con estudiantes, me interesa el crecimiento intelectual, eso era lo que pensaba en ese momento, también, creo que hoy pensaría una cosa distinta, pero en ese momento la decisión por la docencia fue una decisión por la construcción de conocimiento, eso quiere decir que a mí me interesaba la investigación en ese momento, mucho, me interesaba que tanto en los espacios de las clases, como en los espacios extracurriculares, incluso, administrativos se podían prestar para entender qué pasaba en la publicidad, sin necesidad de estar enteramente o de lleno en una agencia ejerciendo como publicista. Entonces, para mí la docencia tiene que ver mucho con esos aspectos de crecimiento intelectual y de compartir el conocimiento de forma más horizontal.

Y de acuerdo a eso que me dices entonces, **¿cuáles son tus principales fortalezas como docente?**

—Está esta entrevista muy confrontativa. Uy, yo la verdad, es decir, me remito un poco a las evaluaciones docentes, que he encontrado allí elementos que pueden servir para responder esa pregunta. Por lo general, creo que soy una persona, que mi temperamento es muy tranquilo, eso también nutre un poco la práctica, porque no soy una profe inalcanzable, digamos sí soy muy respetuosa de los de los límites y sí de las dinámicas que tienen, a ver en un salón de clases y en los entornos educativos formales, pero soy una persona muy cercana, se me facilita eso, sí, explicar de pronto, creo que esa es una de mis de mis fortalezas.

Puede ser que también una de mis fortalezas tenga que ver con cómo con esa necesidad de estar todo el tiempo relacionando un concepto que puede ser muy teórico con ejemplos muy reales o con ejemplos, en los que los estudiantes puedan de verdad entender esa aplicación del concepto, me parece muy importante también en ese sentido construir ejercicios en los que los estudiantes y todos nos pongamos también en una perspectiva crítica, que a veces no se no se puede lograr, en otros espacios de la vida.

Entonces, creo que ese serían mis fortalezas. Sí, creo que también mi formación, que mi formación se ha ido por otras partes, entonces, no necesariamente por los lados de la publicidad y el mercadeo, creo que eso también trae a la discusión otras formas de ver las cosas y creo que también he encaminado a los estudiantes para que puedan expandir ese pensamiento crítico, teniendo en cuenta esas otras formas de ver, creería yo.

¿Qué tipo de formación pedagógica, si hablamos en términos de pedagogía? ¿Qué tipo de formación pedagógica has recibido tú para tu labor docente?

—Eh, bueno, realmente nunca opté por posgrados específicamente de educación o en educación universitaria, pero es decir, cuando a mí se me da la oportunidad de ser monitor en la Universidad Central, recuerdo mucho que para ser monitor en la Central había que hacerse casi que un diplomado y era un diplomado en pedagogía. Entonces, yo realmente tuve esa formación antes de salir de la carrera. Entonces, tuve formación en pedagogía, que eso era un diplomado en pedagogía e innovación educativa en la Escuela de Formación Profesional de la Universidad Central.

Después ya cuando uno va recorriendo diferentes lugares de trabajo, diferentes universidades, en algunas horas que son las horas que las universidades llaman de cualificación, también tuve diferentes formaciones cortas de semestres, podríamos decirlo así, semestrales alrededor de competencias y resultados de aprendizaje, construcción de mapas de competencias y de currículum, en general; también estuve en otros cursos cortos, por ejemplo, que son un poco más instrumentales, tienen que ver, por ejemplo, con el uso de las inteligencias artificiales para innovación educativa o todo lo que tiene que ver también con herramientas digitales para la innovación en el aula.

Entonces, creo que no he estado tan alejada de ese tema porque siempre ha habido una exigencia y un requerimiento desde las universidades para la formación, para mí, también ha sido muy provechoso ese conocimiento y creo que eso también ha fundamentado muchas de las cosas que hoy también hago en el aula, que trato de ejecutar críticamente, porque claro, cuando no venimos de formación pedagógica, creo que eso también es muy importante porque los pedagogos son inteligentes y los educadores, en general, son personas muy preparadas, muy conscientes y que su labor exige mucho, creo que sí es importante volver sobre esos cursos, sobre esos diplomados, que pueden ser oportunidades de formación que se dan en las universidades.

¿Cómo ha evolucionado tu práctica docente desde ese primera clase que diste por primera vez a hoy?

—Uy, creo que un montón. Tiene que ver sobre todo, bueno, con el manejo del tiempo. Yo recuerdo mucho, yo siempre he tenido una tendencia a hablar muy rápido; entonces, recuerdo mucho que las primeras clases que daba que, es decir, los espacios académicos estaban dados para ser desarrollados en tres horas y yo terminaba el contenido de clase en media hora. Entonces, era como, bueno y qué hago; entonces, claro, el manejo del tiempo es muy importante, pero no solamente el manejo del tiempo, sino también la dinámica que debe existir en ese tiempo pensando en los tiempos de atención. Creo que eso también es una sensibilidad que solo se desarrolla con la experiencia.

Entonces, claro, la profe va desarrollando formas de leer al estudiante; una ya sabe cuándo el estudiante está cansado y ya no está realmente concentrado en el tema, entonces, mejor hacer un break o lo que sea. Creo que sí he mejorado mucho en relación a esa dinámica del tiempo, a ese manejo del tiempo, por un lado; por el otro, también me parece que ya hay una experticia en la forma en la que se desarrollan los temas, también de acuerdo a los niveles de los semestres, en este caso para nosotros los profesores universitarios; digamos que también se desarrolla una intuición o una sensibilidad especial o una forma de observación en la que claro, se entiende que el ejercicio que se pone a los estudiantes de noveno, es muy diferente al ejercicio que se le pone a los estudiantes de primer y segundo nivel.

Entonces, creo que eso también lo he cambiado mucho, porque ante era muy unificada al nivel de exigencia, aunque sí sigo siendo exigente, digamos que hay más flexibilidad en la forma en la que desarrollo esas actividades pensando también en los niveles de aprendizaje y en los resultados también. Creo que también las formas de evaluación, nunca he sido profe de parcial, de parcial escrito, de examen escrito, porque a mí me interesa más la aplicación de los conceptos y creo que en publicidad también a veces eso es mucho más eficiente en términos cómo generar una valoración real sobre el alcance de los resultados y de las competencias. Entonces, creo que también ha sido un avance sobre esos temas, la evaluación y cómo determinar también criterios de evaluación de acuerdo a sus niveles, de acuerdo a sus resultados de aprendizaje.

¿Qué áreas de tu práctica docente consideras que necesitas mayor desarrollo hoy en día?

—Uy, yo creo que siempre me pregunto; trato de que varíen las dinámicas en clase, las aproximaciones a esas metodologías activas de las que siempre hablamos. Pero siento que a veces por tiempos, sí, también por comodidad, precisamente, porque no tenemos mucho tiempo para preparar clases. Se suele caer en una monotonía, también de la clase o en la distribución de los tiempos de la clase y de las dinámicas. Es decir, sobre todo en publicidad, me ha costado mucho por las condiciones, diversas y adversas, por ejemplo, hacer salidas de campo o generar otros procesos fuera del aula, que a mí me parecen importantes. Pero siento que eso me ha hecho falta, fortalecerlo más o de pronto diseñarlo con más tiempo, proyectarlo también con mayor claridad para las clases, porque sí siento que también podrían hacer ejercicios superinteresantes para las clases, en general, y para los temas que hay que tratar en las clases.

¿Qué competencia? Si habláramos de las competencias, claro, que debe tener un docente, ¿sí? Para su desarrollo profesional, ¿cuáles serían esas competencias? que tú dirías en el programa de Mercado y Publicidad, independientemente, que dicte más hacia la publicidad o más hacia el mercadeo. ¿Cuáles serían esas competencias que tú dices son las competencias que debe tener un docente que imparte en el programa de Mercado y Publicidad hoy?

—Uy, bueno, es que yo estoy muy de esa línea, pero y la extraño mucho porque siento que a veces los profesores de estas áreas caemos mucho en la necesidad de también inculcar en los estudiantes o arraigar en los estudiantes un pensamiento más instrumental y dejamos de lado la necesidad o la posibilidad de crear más ambientes, ¿cómo decirlo? Ambientes más propicios para el pensamiento crítico. Entonces, yo sí creo que un profe hoy en día, sobre todo hoy en día, en publicidad y en mercadeo, en donde casi que se ve ese mercadeo con cualquier cosa a expensas de cualquier tema, de cualquier comunidad, de cualquier movimiento social, creo que un profe hoy de estas áreas tiene que saber cómo arraigar, no sé cómo decirlo, saber cómo tener esas herramientas para que los estudiantes puedan interiorizar la importancia de un pensamiento crítico, más allá de lo instrumental o más allá de esas licencias creativas, que a veces también creemos que puede pasar por encima de cualquier cosa.

Entonces, creo que eso para mí es muy importante, hoy en día, también que un profe tenga un manejo, medianamente sí, hábil en tecnologías digitales, creo y no solamente en todo lo que tiene que ver con eso, con plataformas, por ejemplo, de marketing digital y todo el rollo, sino todo lo que tiene que ver también con otros buscadores de contenido, fuentes digitales, todo lo que tiene que ver con entornos para el aprendizaje virtual. Yo creo que eso también es importante para poder estar en sintonía con un montón de cosas, que estas generaciones están incorporando rápidamente o que ni

siquiera se han incorporado porque las tienen mejor, yo creería que sí, que hay también una competencia de la apertura.

A veces también nos cerramos mucho a nuestros propios campos disciplinares y creo que solamente cerrarnos a esas posibilidades de entender un fenómeno tan plural y tan extraño como es la publicidad y el mercadeo. Eh, teniendo solamente conceptos muy endogámicos, muy de las disciplinas, no permiten que los estudiantes también puedan desarrollar otras formas de entender su profesión más allá de las tradicionales. Entonces, sí creo que el profe tiene que estar muy en contacto con esas otras disciplinas, es decir, creo que la inter y la transdisciplinariedad son competencias que sí o sí, debe manejar un profe en estas áreas.

Ya hemos terminado este eje, ahora vamos con el eje dos, que son las estrategias pedagógicas y metodológicas. Entonces, **¿qué estrategias utilizas para planificar tus clases?**

—Bueno, digamos que una estrategia, para mí, siempre es muy importante empezar leyendo el syllabus, a veces lo que sucede es que los syllabus también tienen problemillas, entonces, tienen desactualizaciones de contenido o pueden tener también un desarrollo de contenido demasiado extenso, que no corresponde a las semanas de trabajo, por ejemplo. Entonces, crear realmente mi estrategia, la gran estrategia que asumo, hoy en día, es revisar por lo menos cuáles son esos resultados de aprendizaje que están que se están señalando en el syllabus.

¿Cuál es esa competencia genérica?

Tratar de revisar si los temas que están desarrollándose en ese en ese syllabus corresponde al tiempo y corresponden a sus resultados. Después de que hago esa revisión y suprimo o unifico temas, empiezo ya a proyectar los tiempos en términos del corte uno, corte dos, corte tres y de lo que se necesita en cada una de esas etapas. Sí, empiezo a planear, empiezo a hacer una planeación semana a semana. Entonces, semana uno, vamos a ver esto. Semana dos, por unidades, por supuesto, pero semana a semana tratando de entender cuál puede ser el orden sinérgico y lógico de esos temas.

Y trato de que casi siempre sea intercalada esa clase, entonces, es decir, esa planeación de las clases. Es decir, que sea una clase dialógica y la otra clase sea un taller, que tal vez, la otra clase sea una lectura, perdón, una aula invertida, que a la otra sea, no sé, otra vez taller, que se trata de variar un poco esa situación, pero para mí siempre es importante igual generar clases dialógicas, es el eje principal del que metodológicamente o de la didáctica que yo incorporo. Me interesa mucho que siempre se puedan abrir las habilidades de diálogo con los estudiantes y que no sientan que solamente reciben de mi parte, sino que hay un diálogo. Y después de ese diálogo generar ya ejercicios de apropiación.

Entonces, creo que hoy en día mi estrategia tiene que ver mucho con eso, tiene que ver mucho con cómo en esas primeras semanas se hace un reconocimiento del grupo, porque hay grupos que responden de manera más rápida a ciertos temas, hay otros grupos que no vienen nivelados, Entonces, también hay que modificar la planeación de acuerdo con eso. Eh, o incluir temas, me ha pasado, por ejemplo, en los niveles más altos en octavo y en noveno, no sé cómo dar por sentado que los estudiantes saben cómo se genera, se proyecta una estrategia creativa y después no, no, de repente no lo saben. Entonces, creo que ahí también, existe ese margen en esa planeación general que se puede hacer al principio del semestre, un lugar para generar un giro si es que se necesita,

pero básicamente, esas son mi forma de entender el proceso y, obviamente, teniendo muy en cuenta los tiempos de evaluación, que son las fechas que nos delimitan, el alcance de los temas y obviamente, la valoración de los resultados de aprendizaje de acuerdo con esos momentos.

¿Qué estrategias empleas para manejar grupos diversos?

—Diversos en todo sentido y lo comentabas ahorita un poquito, me refiero diversos porque puedes encontrar chicos de distintos semestres, distintas carreras que están vinculadas y distintas edades. Puedes tener un chico de apenas 22 años, con otros chicos que llegan de 35, casi 40 años.

Entonces, ¿cómo qué estrategias utilizas en esa diversidad?

—Uy, creo que por ejemplo, yo nunca he tenido la experiencia de tener población realmente diversa en términos, por ejemplo, de personas que tengan discapacidades o en condición de discapacidad, que a mí me parece un reto muy importante. Pero por lo general, hablamos de esta diversidad de la que tú reseñabas ¿no? Y es sí, sobre todo en edad, en ocupaciones también y en formación disciplinar. Entonces, casi siempre lo que hago es preguntar, cuando sé que son asignaturas o espacios académicos, en donde sé que voy a encontrar estudiantes, tal vez de otras carreras, sí suelo preguntar mucho. Entonces, pregunto, bueno, ¿quiénes vienen de administrar ¿Cuántos son de mercadeo? Eh, y sí trato de que sobre todo, particularmente en ese tipo de espacios académicos, por lo general, siempre hacemos proyectos, ¿no? esta cuestión del aprendizaje basado en proyectos, entonces, hay que generar grupos.

De trabajo y sí me gusta incidir de alguna manera, sin que sea tampoco obligatorio o que lo sientan mandatorio, pero sí me parece importante, un poco inducir a que los grupos sean eso, diversos, que sí son de diferentes formaciones, se agrupen y puedan aprovechar las capacidades y las competencias que tienen en cada carrera, porque no sé, resulta que de repente sí es importante que haya una persona de Administración, una persona de Diseño Visual y una persona de Mercadeo trabajando, por ejemplo, en un proyecto que tenga que ver con crecimiento digital, creo que eso que hace que los estudiantes también entiendan la importancia de la multidisciplinariedad en los procesos y que se vayan acostumbrando, también a ese tipo de trabajo, porque van a tener que hacerlo en su vida profesional. Entonces, por lo general, sí trato de preguntar y trato de inducir que los grupos de trabajos estén conformados en esa diversidad, entendiendo la diversidad desde esa perspectiva porque no he tenido experiencias realmente de esa diversidad de la que te comentaba antes, que me parece un reto gigante. Mucho más grande.

¿Qué estrategias utilizas para evaluar el aprendizaje de tus estudiantes?

—Hm, bueno, por lo general, sí soy de vamos a hacer taller y vamos a hacer un ejercicio aplicativo, Entonces, creo que hay ese ejercicio, no solamente porque lo tienen que hacer, tienen que desarrollar un contenido teórico y tienen que trabajarlo en referencia a un fenómeno real o a un ejercicio que tenga que ver con un estudio de caso o algo que tenga que ver también con una indagación, que ellos van construyendo casi que un miniproyecto de investigación en la clase, sino porque también me interesan mucho los espacios de socialización. Entonces, yo sí, digamos que soy de esas profes cansonas que hacen que los estudiantes expongan los ejercicios frente a sus otros compañeros, que exista realmente una retroalimentación entre grupos y que existe también una atención a los grupos, porque creo que eso también genera la evaluación de otras competencias transversales que a veces no tenemos en cuenta.

El trabajo en equipo, todo lo que tiene que ver, por ejemplo, con comunicación no verbal, verbal, todas sus competencias en términos de la comunicación que hoy en día en publicidad, siempre bueno, siempre han sido muy importantes, se puede tener una gran campaña, pero si no se sabe comunicar la campaña, digamos que no hay gran campaña. Entonces, creo que eso es muy importante para mí generar espacios en donde yo pueda dar también una valoración sobre otros aspectos, que son las competencias transversales y que no necesariamente, a veces son tan evidentes en formas muy tradicionales de evaluación, por ejemplo los quices o los parciales escritos. Se pueden evaluar otras cosas, claro que sí, pero sí siento que cuando se trabaja también en grupo, que yo entiendo mucho cómo hacer eso en las clases, si es que se forman y se conforman grupos de trabajo, también para poder valorar ese trabajo en equipo, pero también el aporte individual, que me parece, que también es una estrategia efectiva para hacer ese seguimiento.

¿Qué estrategias adaptas a los diferentes tipos de contenidos? ¿O mantienes una misma línea para todos los contenidos?

—No, creo que, es decir, por lo general sí, pero hay clases que sí demandan unas aproximaciones distintas. Y también me he dado cuenta que esas aproximaciones distintas tienen que ver con esos diagnósticos que uno hace del grupo, porque depende también del grupo. Cuando son grupos más extensos es más difícil, por ejemplo, trabajar, no sé, un ejercicio de seguimiento individual, por ejemplo, de no sé, de redacción. Eh, mientras que si estamos hablando, por ejemplo, de clases como marketing digital en donde trabajamos un proyecto real con una marca real, si es mucho más, para mí es más eficiente, por ejemplo, trabajar en una parte de la clase, la clase dialógica dando un poco el contexto y los marcos teóricos, conceptuales y después sí, darles esa segunda hora, por ejemplo, a los estudiantes para que desarrollen taller.

Creo que las estrategias sí tienen que ver mucho con cómo se abordan los contenidos y los niveles también de aprendizaje, es decir, los niveles, los semestres. Porque también es cierto que en los primeros semestres, digamos que todavía no hay una conciencia tal de lo que significa, por ejemplo, un proyecto de cierta envergadura y entonces, se trabajan más ejercicios exploratorios, cosas que tienen que ver incluso con la reflexión subjetiva y desde ahí pueden los estudiantes un poco apalancar eso que se está viendo de manera genérica en otros conceptos o teorías más grandes.

Entonces, creo que si cambia un poco, cambia la metodología, pero por lo general siempre hay ejercicios en los que ellos tienen que aplicar los conceptos, siempre hay socializaciones y casi siempre trabajo proyectos, lo que quiere decir que en cada nivel o en cada fase, que está dada por los cortes académicos, hay un avance que contribuye a una entrega final total. Entonces, por lo general, no hay una gran dispersión de proyectos en mis clases, sino que es un solo proyecto, pero vamos trabajando fase a fase ese proyecto para llevarlo a mejor término al final del semestre.

¿Cómo adaptas tus estrategias según el feedback que recibes de los estudiantes?

—Uy, esto es bueno, trato de escuchar y de abrir los espacios para escuchar, pero también es cierto que me han tocado, por lo general, cursos tímidos, grupos muy tímidos, sí, que no les importa demasiado aportar a las metodologías. Entonces, es más un proceso intuitivo, porque uno se va dando cuenta de cosas. Entonces, porque es una frecuencia también de, por ejemplo, de errores o de situaciones que no se entienden, no son tan claras, entonces, ahí ya atiende más el feedback, no lo dan directamente los estudiantes, verbalmente no lo comunican. Pero digamos que es algo que uno

intuye, ya lo entiende, de evidencia que está ahí, que es la gente que desarrolla los ejercicios o aborda las temáticas.

Entonces, creo que en eso sí he sido muy consciente y he cambiado, por ejemplo, temáticas completas, he cambiado la forma en la que he diseñado, por ejemplo, un taller o un ejercicio porque sé que tal vez no está siendo tan bien comprendido. Entonces, si trato del feedback en este caso, creo que los recibo es de la que puedo tener con esos cursos. Sin embargo, ahí la cuestión se complica cuando la clase es nueva y entonces, se aplica por primera vez una metodología y tal vez habría que esperar hasta el siguiente semestre, si es que se tiene el mismo espacio académico para poder reformar la estrategia, pero por lo general creo que es eso.

¿Cómo promueves la participación de tus estudiantes en clase?

—Bueno, yo soy muy preguntona en clase. Sí trato el concepto, me gusta traer conceptos importantes y duros en la clase, pero siento que eso es una estrategia pedagógica, ¿no?, un poco traerlos a mi vida y dar un ejemplo propio para que los estudiantes se animen también a pensar sus propias realidades en relación a sus conceptos. Pasa mucho, por ejemplo, en tendencias que son los chiquitos, que son de segundo semestre, entonces, todavía se sienten muy inseguros de participar y de hablar, me pasa mucho que si tengo que hacerles preguntas muy directas, preguntas que parecen muy cotidianas, pero que finalmente espero lleguen a generar reflexiones más profundas sobre los temas.

Entonces, sí soy muy de preguntar, incluso en los contenidos que desarrollo, es decir, en las ayudas visuales muchas de mis presentaciones, ah pongo un concepto, no sé qué, explico el concepto y luego pongo una pregunta para que las personas que están allí en la clase puedan tener el tiempo de, bueno, cómo la respondo desde mi experiencia. Entonces, soy como las clases, como te decía, yo creo que mi dispositivo principal es la clase dialógica, entonces, yo no agarro a hablar como una cotorra que se me da bien, trato siempre de hacer pausas para preguntar y para incluirlos y te decía, los espacios de socialización para mí, es importante escucharlos siempre. Eh y si pasa todo el grupo, no me importa que pase todo el grupo, me parece chévere también escuchar cómo piensa cada uno de los de las personas que integran ese grupo. Entonces, sí creo que sí, es una cosa que para mí es muy importante en las clases.

¿Qué recursos tecnológicos se estás incorporando en tu práctica docente?

—Ah, buena pregunta. Bueno, recursos de práctica docente a nivel presencial, ¿no? Para hacer claridad. En la docencia, sí. Bueno, yo tengo digamos las hay clases que se prestan un poco más para esto también por los espacios físicos, quiero decir, por la infraestructura. Entonces, particularmente, en las clases en donde tenemos la posibilidad de acceder a equipos, por ejemplo, en tendencias, ellos pueden estar haciendo monitoreo, de tendencias en Google Trends y lo hacen ahí al interior de la clase, a través de esa plataforma que es una plataforma gratuita y de los computadores a los que podemos acceder en el campus. Entonces, a veces sí nos vemos limitados los profes por las condiciones de infraestructura.

Porque hay salones en los que no podemos contar con eso y en el caso, por ejemplo, de Marketing digital, que también es una clase que se necesita que sea muy de taller, para que se vaya avanzando en el proyecto y que se puedan generar las aproximaciones a las herramientas que usamos para el diagnóstico, para la estrategia. Eh, también estamos todo el tiempo entrando a

diferentes plataformas que en este caso sí tenemos algunas limitantes, si es que muchas de esas plataformas de diagnóstico son pagas o hay que pagar. Entonces, se nos dificulta un poco o podemos acceder a información limitada.

Entonces, no sé, usamos mucho plataformas de diagnóstico como Burank, como Hot Suite en sobre todo en Marketing digital. Google Trends también, Answer the Public es otra, ay, bueno, se me olvidó Topic Flower que es sobre todo para para creación de contenidos. Eh, no las dispone la institución, que debería también ser un elemento importante a tener en cuenta, para el desarrollo de las clases. En términos, así más de infraestructura, sí, realmente no usamos, yo, por ejemplo, no soy mucho de usar laboratorios, hasta ahora que estamos en esta incursión en la Avenida 68, pero se podría, por ejemplo, generar una dinámica en tendencias, de usar la cámara para hacer eso, una discusión, un panel, un focus, pero no lo he hecho por el momento.

Vamos con la temática de competencias específicas en mercado de publicidad. **¿Qué competencias técnicas consideras tú que son esenciales para enseñar mercado de publicidad?**

—Técnicas. Okay. Bueno, yo creo que igual eso es para cualquier profe, ¿no? En términos generales, el manejo de ofimática es importante, yo siento que igual algunos dicen "Ay, es que hay profesores que no pueden dar una clase sin ayudas visuales, por ejemplo". Pero, sobre todo, en una clase de publicidad en donde hay que mostrar campañas, en donde hay que evaluar y generar análisis sobre piezas y demás, a mí parece muy importante que un profe pueda tener habilidades mínimas, por ejemplo, de generación de contenido, que eso es muy importante hoy en día también. Entonces, sí creo que un profe tiene que saber generar contenido. Eso quiere decir, que las presentaciones, ni siquiera con las cosas más formales de una presentación en términos de, "Ay, mire, esa tipografía no funciona o el tamaño", sino en cómo creamos narrativas en la clase, es decir, cómo montamos el tema de una manera que sea lo suficientemente interesante y actual.

Porque también hay que contar con que tenemos en los alumnos generaciones muy distintas a las de nosotros, son generaciones que tienen grados de atención mucho más volátiles, son generaciones que están necesitando, que están siendo educados por las redes sociales en términos de cómo reciben la información. Y no quiere decir esto que los profesores tengan que ser influencers, ni generar contenido de entretenimiento, pero sí es importante que igual se incorporen por más cómodo, entender que la clase igual es una narrativa y que hay que crearla como tal. Entonces, yo sí creo que en ese sentido, lo técnico ayudaría en referencia también a cómo esa narrativa puede ser mostrada y compartida con los estudiantes.

Pues un profe que también maneje, no, hoy en día es muy importante un todo lo que tenga que ver con plataformas, no sé, de comunicación, eso es muy importante cómo podemos acceder, por ejemplo, a un encuentro por Teams o por Webex, ¿cuáles son las opciones que tenemos también para poder hacer más eficientes esos encuentros? Eh, todo lo que tiene que ver con esos entornos que nos dan Office o Google, que creo que a veces no los aprovechamos tanto, por tiempo, por lo que sea. Pero sí creo que un profe también tiene que tener esas habilidades técnicas. Tiene que tener habilidades técnicas, ojalá en algún tipo de sistema de análisis, crearía yo, bien sea que su rama está más por el mercadeo o por la publicidad, si se supone que todos, de alguna forma, estamos en contacto con procesos de indagación y de investigación, deberíamos también tener ese tipo de habilidades de entender eso y hoy en día, la inteligencia artificial me parece muy importante porque va a ser una cosa con la que vamos a tener que convivir por mucho tiempo, que se va a seguir

desarrollando y que creo que se puede también poner a favor de muchas cosas en la práctica docente, pero también, sí, en la construcción de otras estrategias para la específicamente para la docencia particularmente.

Te estaba preguntando de las tendencias. integras las tendencias que surgen en mercado de publicidad a tus clases. **¿Cómo las incorporas?**

—Sí, bueno, yo creo que es bueno, eso es importante porque tiene que ver también con las tendencias en publicidad tienen que ver con dos cosas esencialmente, con el avance de los de los medios, es decir, las transformaciones que tienen los medios y otra cosa muy importante, es cómo la publicidad incorpora mensajes o contenidos imaginarios y representaciones de lo que pasa socialmente. Entonces, movimientos sociales, causas, todo lo que tiene que ver también con preocupaciones ambientales, etc. Entonces, para mí, como te decía, sí es muy importante estar revisando los premios internacionales y los premios nacionales.

Y creo que ahí hay un muy buen mapeo, yo creo que es ese trabajo que están haciendo los premios, es casi que un trabajo de historia, es decir, historiográfico, recolectando campañas que son importantes, que tienen que ver también con temáticas vigentes y creo que desde ahí es donde yo estoy más cercana a lo que publicitariamente se está haciendo, de las tendencias que se están generando igual, yo también soy una persona muy curiosa, por no decir, cómo que gasto mucho tiempo en redes sociales, no tampoco, no tengo tanto tiempo, pero sí, cuando veo algo que me llama la atención con respecto, por ejemplo, a algo que podemos aplicar siempre en clase y que es vigente, lo llevo de una vez, siempre estoy actualizando las presentaciones con referencia a eso que me parece que es la tendencia que hoy en día, teniendo redes sociales es mucho más fácil seguir, que es tendencia y que determina el interés de la publicidad por hacer parte de esta.

¿Cómo desarrollas habilidades analíticas en los estudiantes? Tiene que ver también ¿con cómo se propone la discusión de los conceptos?

—Yo soy una parte muy ñoña de los conceptos, es decir, a mí sí me gusta traer teoría a las clases. Es muy difícil a veces generar dinámicas de seminario, es decir, que los estudiantes puedan leerse un libro completo, un capítulo completo a veces es muy difícil. Entonces, porque por lo general en esas clases dialógicas sí encuentro yo la forma de poder introducir un concepto. Puedo generar un ejemplo y ya en el ejercicio, sí me gusta que los estudiantes se cuestionen, hagan preguntas y soy muy cansona, siempre, casi que en todas las clases, en todas las materias les exijo que dé un ejemplo de un concepto que veamos, que puedan ellos también adaptar a ese concepto, hagan preguntas. Pero, entonces, no es la pregunta, yo siempre les digo, no es la pregunta, no es la típica pregunta que podamos responder con un sí o con un no. Si no es una pregunta que nos exija, una respuesta que incluso nosotros no pensemos que sea posible para esa pregunta.

Entonces, creo que para mí, sí es, creo que ese es el método de inducir la creación de preguntas en la clase, porque sabemos que con la inteligencia artificial todo eso se puede hacer mucho más sencillo, si los lleva de verdad a pensar qué es lo que es lo que hay que preguntarse, creo que eso es una perspectiva, incluso, de filosofía de vida, realmente lo que no está mal es cómo me estoy haciendo la pregunta o qué preguntas estoy dando, por eso, es que no puedo encontrar la respuesta al ejercicio, por ejemplo, entonces, sí soy muy de eso, de leer de manera muy crítica, los confronto mucho con sus prejuicios porque es muy extraño, los estudiantes más jóvenes son los más prejuiciosos. Entonces, en los primeros niveles enfrentarlos a esos prejuicios y a esos juicios de

valor, tan cortos o tan minimizantes que suelen tener, también por su edad, por sí, por sus experiencias de vida, es algo que me gusta también hacer mucho o confrontarlos hartos con eso.

Vamos a pasar al eje cuatro, que es el de relación con el entorno profesional, **¿incorporas esas experiencias profesionales reales en tus clases, aparte de lo que has mencionado o lo mantienes igual?**

—No, digamos que mi experiencia profesional fue muy rara, es decir, en el campo fue muy extraña porque fue en tres en tres subcampos, en etnografía, que no es muy común en publicidad, pero yo fui etnógrafa, digamos ese fue mi primer trabajo. Entonces, fui etnógrafa encubierta. Esa experiencia a mí me sirvió, me sirve mucho, me sigue sirviendo para explicarles a los estudiantes metodologías cualitativas de inversión, que todo lo relacionado con la etnografía del consumo lo puedo explicar desde ahí y ellos lo comprenden muchísimo más, porque empatizan mucho más con una experiencia real que un caso, por ejemplo, que pueden leer en un texto.

Entonces, para mí, hablar desde la experiencia también es muy enriquecedor precisamente por eso, porque se puede hacer un contraste entre eso que a veces los libros, por ejemplo, de metodología de investigación hablan de forma tan aséptica y tan elevada en una cosa más puntual y hacer la investigación más terrenal, que eso también le hace falta mucho a los procesos en investigación, que es muy difícil también enseñar investigación.

Entonces, por un lado mi experiencia, como etnógrafa, me ha ayudado muchísimo en procesos que tienen que ver con asignaturas asociadas a las tendencias de consumo, a metodologías cualitativas, incluso en proyecto de grado, otra vertiente ahí de esa experiencia fueron las relaciones públicas, todo lo que tiene que ver con el freepress y las relaciones públicas. Entonces, digamos que ahí también hay un montón de conocimiento que yo pude adquirir en ese tiempo en el que estuve trabajando en esta agencia, de cómo funciona las relaciones públicas, que si bien no es un núcleo muy potente de la publicidad porque, incluso, se hace esa separación, si se vuelve también un tema muy importante para, por ejemplo, tratar temas de branding, de reputación de marca, de posicionamiento de marca, porque lo sé, porque lo sufrí, porque además tuve que hacer mitigación de crisis, de marcas.

Como que bajar toda esa información, que a veces también es tan etérea y que puede ser tan lejana, para los estudiantes en un caso real, con cosas que pasaron de verdad, creo que también me ayuda muchísimo. Y otra vertiente fue el Marketing digital o sobre todo el Marketing de contenidos en lo digital. Entonces, eso lo uso muchísimo para hablar sobre todo en Marketing digital, de esos procesos de proyección estratégica, para marcas de todo tipo en canales digitales. Entonces, yo sí creo que claro, la experiencia igual haber estado en el entorno laboral productivo de la publicidad del mercado y sus variantes comunicaciones, en general, también investigación, me han dado mucha posibilidad de habilidad también, en poder bajar el concepto y poder ya relacionarlo con una cosa muy concreta que sí pasó, que además que yo viví, que experimenté como profesional, como persona en esa subjetividad. Entonces, eso acerca mucho los temas y creo que los hace más creíbles, más posibles y más reales.

¿Cómo fomenta el desarrollo de redes profesionales entre tus estudiantes?

—Eso es bueno, la verdad creo que yo no fomento tanto eso, sin embargo, es decir, parte inherente de mi planeación de clases, pero si bien es cierto que no lo hago yo de manera autónoma, si no lo

exige la institución, por lo menos esta institución en la que trabajo ahora. Y es que a través de las metodologías de los retos, de los PIC, de los PAS, si se exige que los estudiantes igual, generen redes de trabajo con marcas reales, con empresas reales y eso también lo que genera, es que ellos también empiecen a relacionarse con otros profesionales de otras áreas que obviamente tienen un conocimiento en otras categorías, que tienen conocimientos en industrias particulares.

Entonces, creo que igual sí me he visto abocada a incorporar esas cosas más al interior de mis clases y de lo que puedo hacer, sí, tiene que ver también con la conformación en las clases en las que se pueda de esos grupos interdisciplinarios, que también eso permite la revisión de un mismo tema desde diferentes perspectivas. Entonces, disciplinares quiero decir. Entonces, creo que esas dos cosas principalmente.

¿Qué tipo de colaboraciones mantienes tú con otros profesionales?

—Bueno, es que eso es muy natural, también y es decir, es una cosa muy del día a día de cualquier profesional, incluso nosotros los profes, incluso nosotros los trabajadores académicos que a veces nos tienden a marginar como si no estuviésemos en un sector productivo, cuando la educación sí que es un sector productivo. Entonces, por lo general, cuando se hace investigación y la estamos también haciendo, las universidades están exigiendo que se haga la investigación, hoy en día, se exige que los proyectos sean interdisciplinarios y transdisciplinarios. Entonces, siempre he estado muy vinculada con otras formas de pensar la investigación alrededor de temas muy diversos.

Entonces, creo que eso por un lado, por otro lado, igual la misma dinámica de colegaje con los mismos profes, los profes que estamos en publicidad, no todos son publicistas, no todos son mercadólogos, algunos vienen de otras áreas y otras disciplinas y también tenemos que encontrarnos, obviamente para generar procesos diversos, entonces, creo que también está esa posibilidad también de ese trabajo y cuando hay ejercicios particulares, sigo teniendo contactos con colegas también de otros momentos en otros lugares y en otras universidades, creo que también eso ha permitido que los pueda traer a clase o que pueda hacerles una consulta o que ellos puedan participar de alguna suerte, en algún proceso académico y eso, también sigue generando esa confianza, esas conexiones con diferentes disciplinas y diferentes colegas.

Okay, pero ¿también mantienes conexiones con colegas de la industria fuera del sector educativo con la industria de la publicidad?

—Sí, señora, de la publicidad y de comunicaciones en general, porque ese fue el background. Entonces, sí todavía tengo contactos en relaciones públicas, en todo lo que tiene que ver con comunicación corporativa, en marketing digital y en creación de contenidos.

Vamos con el último eje, que es el eje el eje de alineación con el Proyecto Educativo Institucional que tiene que ver obviamente en esta universidad en la que estás laborando y el desarrollo institucional.

Entonces, ¿qué valores institucionales promueves en tu enseñanza?

—Ay, Dios, yo la verdad no tengo muy presente cuáles son los valores institucionales de esta institución. Sé que tiene que ver, bueno, mentiras, sí, hay una cosa muy importante para esta institución en la que laboro actualmente, que tiene que ver con la relación empresa universidad. Entonces, sí, digamos que es una cosa que va a determinar siempre las dinámicas internas de las clases, ¿no? Y de lo micro curricular y también se expande al currículum completo. Entonces, eso es un valor que se tiene que trabajar, sí o sí, en cada espacio académico. Otro elemento que no me

acuerdo, no es que no recuerdo más, que tiene que ver también con la diversidad, ¿no? Entonces, sí, también pensarlo desde dónde nos llega la diversidad también.

En el caso, por ejemplo, de la educación virtual, contamos con estudiantes que tienen diferentes contextos, no todos están en ciudades principales, que muchos de ellos incluso son también migrantes internacionales. Eh, ajustar también un poco o más bien, flexibilizar las prácticas docentes, tiene que ver también con ese valor de la diversidad y de entenderla, aunque sí siento que igual nos hace falta, nos hace mucha falta entender la diversidad en todos sus aspectos y de aplicarla y de sí, realmente acercarnos a ese concepto para poder generar procesos realmente inclusivos en las aulas. Entonces, realmente solo recuerdo esos dos, porque soy una mala empleada.

¿Cómo estás contribuyendo al desarrollo del programa académico actualmente? Al de mercado de publicidad que es al que perteneces.

—Bueno, yo creo que ahora hay una apuesta, es decir, hay una apuesta importante en el programa por fortalecer la investigación porque por mucho tiempo, por lo que entiendo, también hubo muchas personas que eran investigadoras del programa, entonces, que se está reforzando esa línea, que es muy importante porque la investigación actualiza currículum, la investigación genera espacios de reflexión, la investigación genera producción académica en otro nivel. Entonces, creo que yo aporté sobre todo en esa área en investigación que ha sido, así en lo que realmente también me desempeñé académicamente, también estuve un tiempo al frente del proceso de calidad y de evaluación de calidad del programa.

Entonces, creo que también todo esto, tener esa conciencia de lo que se hace dentro del aula, pero también de lo que es necesario en el sector en términos de tendencia, pero también de lo que requieren los sectores productivos de un futuro profesional y todas las aristas a las que tiene que atender un programa profesional, creo que también he aportado desde ese lugar, pero sobre todo el aporte es en la docencia, realmente los que estamos en este cuento es porque encontramos en algún momento de la vida que esto era significativo y no era significativo, solamente, por la investigación, realmente por hacer labores administrativas, sino por el contacto que se puede tener con las personas en las aulas y con estudiantes que vienen unos contextos bien particulares, que necesitan, también tener horizontes diferentes y eso, es terrible porque nos da sentido a nosotros. Los que hacemos esta tarea que es muy difícil.

¿Qué sugerencias tienes para mejorar el programa de mercado de publicidad?

—Uy, yo no sé, es que realmente sé que ahora el programa está sí está digamos en un proceso amplio de revisión y de renovación curricular. Sé que se han proyectado la supresión de algunos semestres de varios espacios académicos. Eh, pero creo que sí es importante, desde mi perspectiva, porque digamos tengo una formación particular. Eh, sí creo que hace falta revisar un poquito más la línea crítica de publicidad porque siento que nos hemos volcado mucho a generar espacios que son importantes, para acercarnos a los instrumentos, a las tecnologías, para acercarnos a procesos más instrumentales, pero hemos dejado un poco de lado la importancia, por ejemplo, del análisis de la imagen.

Hoy en día, cuando la inteligencia artificial puede hacer cualquier cosa con imagen, que no es tan necesario que hoy un publicista sepa usar un programa, pero sí es muy importante por ejemplo, que entienda qué está creando a través de un prompt en la inteligencia artificial. Entonces, sí me

parece que hacen falta, esos espacios que le permitan también al estudiante nutrirse de otros capitales culturales, porque ellos van a salir a competir con otros profesionales de otras universidades que tienen acceso a una diversidad mayor de electivas, de temáticas que tienen que ver, no necesariamente con lo publicitario.

Creo que realmente para ser buena publicidad, hay que tener muchos referentes de lugares y yo sí creo que esas cátedras hacen falta. Lo que pasa es que soy un poco romántica, pero sí recuerdo que por ejemplo, yo veía clases de teatro de Shakespeare y a mí eso me ayudó para entender, por ejemplo, cómo construir una narrativa efectiva. Cine, arte, no sé, otras cosas que no necesariamente tengan que ver con lo instrumental en publicidad, sino con otros capitales que nuestros estudiantes necesitan para ser competitivos a nivel social.

¿Qué iniciativas has propuesto para el desarrollo del programa?

—Yo realmente no he propuesto nada porque creo que tampoco he estado en esos espacios de renovación del currículum, porque por lo general, sí suelo ser muy participativa en esos espacios, creo que en este momento, sobre todo para el programa llegué ya cuando se había hecho la renovación curricular de la propuesta virtual del programa. Pero yo sé que ahorita van a empezar a trabajarse otros procesos alrededor de la propuesta presencial y no he hecho parte de esos espacios. Sin embargo, sí, yo creería que si existiera esa oportunidad podría, sí, podría aportar desde ese conocimiento y desde esa inquietud que me genera la proyección de ciertos espacios académicos sobre otros. En términos también de lo que se necesita formar en un publicista hoy.

¿Cómo evalúas la efectividad de tus estrategias como docente?

—Uy, qué difícil., yo creo que una muy importante es generar realmente una revisión muy crítica de las fases, por ejemplo, en la que se va desarrollando el espacio académico. Y sí darse cuenta del avance, por ejemplo, que tienen muchos estudiantes del momento uno, del momento A al momento C, ¿no? Creo que esa es una forma de monitorear esa efectividad en las estrategias. Otra forma, creo también es la evaluación docente, aunque creo que en algunos espacios, en algunas universidades no es tan común que se socialice completamente la evaluación docente, pero yo sí he logrado recolectar de un lado o de otro observaciones, que hacen los estudiantes sobre su propio proceso y creo que en ese reconocimiento o en ese autorreconocimiento, uno puede también decir, "Uy, hay que mejorar en esto". o realmente si fue efectivo el cómo plantear este ejercicio de esta manera o plantear el proyecto o el espacio académico de esta manera.

Por lo general es más una revisión que se puede hacer dentro del proceso mismo de cada semestre y de cada grupo, porque te decía, por lo general desarrollo proyectos, entonces, es muy diferente el proyecto en su fase inicial, su forma de concepción a cómo termina siendo y todo lo que ha incorporado en esas diferentes fases y eso se logra ver, es decir, ahí hay una evidencia muy real de si ha sido efectivo o no tanto los ejercicios y la forma de abordar los ejercicios.

Vamos con las dos últimas preguntas. **¿Cómo se alinea tu práctica docente con los objetivos del Proyecto Educativo Institucional?** Obviamente de lo que sepas del Proyecto Educativo Institucional porque hay de facultad, hay de programa y de institución. Entonces, **¿cómo llegas a alinear esa práctica a esos objetivos propuestos, desde el programa?**

—Sí, yo creo que yo podría responder básicamente por el proyecto de programa, porque entiendo que ese proyecto de programa tiene que estar alineado con unas competencias esperadas de egreso.

Entonces, en este caso sí creo que soy muy juiciosa, lo que te decía, de revisar los resultados de aprendizaje que se esperan para cada momento y de la competencia. Entonces, para mí, sí es muy importante generar los ejercicios y la planeación de acuerdo a cada uno de sus resultados de aprendizaje. Por lo que, se supondría que si hay una buena planificación y una buena estrategia pedagógica para lograr esos resultados, estaría impactando directamente en el PEI. Entonces, el proyecto educativo del programa, me imagino que eso, de manera sistemática irá impactando los niveles de facultad o de escuela y obviamente el institucional. Entonces, creo que tiene que ver mucho con eso y con la coherencia, que existe entre el desarrollo de la planeación didáctica y los resultados de aprendizaje y cómo se evalúa si se llegaron a esos resultados y cómo esos resultados en conjunto dan la competencia.

Y la última, ¿qué apoyo de la institución como tal está, particularmente, has recibido para tu desarrollo profesional?

—Bueno, sé que estuve particularmente invitada este semestre a hacer un curso que paga la universidad para cualificar a los profes en inteligencia artificial. Yo no lo pude tomar por mis horas de clase, pero sé que la universidad está constantemente buscando esos espacios o no sé ni siquiera si es en términos institucionales o ya a nivel programa. Pero que se dé esas iniciativas. El año pasado hice parte de los bootcamps de investigación aun cuando no tenía horas asignadas para eso, pero proyectando, obviamente mi participación en investigación este semestre. Entonces, creo que sí, que la universidad podría ser más, sí me parece y que podría preguntarles más a los profes sobre sus intereses y no solamente sobre sus intereses en términos de es que el profe no solamente es un dictador de clase, el profe es una persona que tiene muchas dimensiones.

Entonces, sí creo que hace falta pensarse desde currículum en términos o desde desarrollo profesional institucional, una oferta, por ejemplo, de cursos de cualificación o de experiencias de cualificación, de salidas, de, no sé, escuelas de verano que los profes puedan aprovechar más para su desarrollo y no pensando que solamente el desarrollo tiene que ser en TIC, específicamente, el desarrollo de sus clases, sino en otros temas que puedan ser importantes para el desarrollo integral del profe y de la profe.

Entrevista 8.

Docente de género femenino, Universidad UCompensar, programa Mercadeo y Publicidad (entrevistada el 10 de marzo del 2025).

Con el primer eje que es el eje Priscilla de experiencia y desarrollo profesional. Entonces, cuéntame **¿cómo puedes describir tu trayectoria profesional y académica en el campo en el que te estás desempeñando que es el mercado y la publicidad, ahorita en este programa académico?**

—Únicamente a la parte del desempeño en el campo real. Es decir, yo no soy licenciada, yo no estudié pedagogía. Sin embargo, desde no sé, yo creo que desde el colegio yo tuve una iniciativa de empezar a explicarle a mis compañeros. Entonces, decían, "No, tú explicas muy bien, yo te entiendo". Entonces, el otro le decía, "Al otro, al otro, al otro". Salí de la parte de bachillerato y me siguieron contratando las mamás de mis amigas o de mis amigos para el hijo más pequeño, para el otro. Entonces, eso fue una cosa que yo vine haciendo pedagógica y empíricamente desde el colegio, desde la secundaria. En casa también, mis primos, mis primas me pedían que les ayudara que les explicara ahí, bueno, no sé, digamos que eso fueron los inicios de pensar en un tema pedagógico así de enseñanza, pero te digo yo no soy licenciada, ya después me dediqué a mi trabajo en Campo Real, en un inicio yo estuve vinculada por varios años a un tema de traducción.

Ese era el cargo, incluso, se llamaba así, traductora de una empresa que trabajaba con adopción y traíamos familias de Dinamarca para adopción con el Bienestar Familiar, con Pisingos, con Fauna, con diferentes casas privadas y yo ahí básicamente lo que hacía era acompañar las familias a los diferentes trámites que tenía. Entonces, ya esporádicamente también dictaba algunas clases, pero así, de esa manera de ir a casas y muy informal el tema.

Después yo me vine vinculando con todo el tema por lineamiento de carrera, estudié comercio exterior, ya me vine vinculando a toda la parte de trabajo directo con comercio exterior en diferentes compañías, como jefe de Comercio Exterior. Tuve la oportunidad de viajar a varios países por temas de negocios y bueno, en un momento dado, algún docente que me conoció en una de las universidades que estudié me dijo, "Oye, me gustaría que revisaras un syllabus en esa época, creo que era de Comercio internacional, ahí en la universidad.

Entonces, yo fui lo revisé, incluso, yo le dije a él, pero porque ven Marketing internacional primero que Comercio internacional, debía ser al revés. Porque se necesitan bases de Comercio exterior y Comercio internacional para Marketing internacional. Bueno, pasó así y ese día él me dijo, "No te interesaría ya dejar tanta viajadera y orientar asignaturas, aquí tienes un espacio, yo te conozco a ti, claro, docente mío. Entonces, yo le dije, bueno, la verdad yo no quiero dejar mi trabajo, a lo que me dedico, me gusta, viajo, tengo oportunidad de conocer muchas culturas, mucha gente, estoy en un buen cargo, no estaría en una multinacional, pero estoy una empresa que está estable y quiero seguir ahí, entonces, me dijo, "Bueno, algunas clases". Y ahí empezó digamos la parte más formal. Entonces, lo primero que tomé formal allí, fue un diplomado que no recuerdo ahorita el nombre. Creo que todos tenemos que hacerlo, pero no recuerdo el nombre.

Formación docente, superior, bueno, no sé. Y así es la medida que uno se vincula a esta parte pedagógica, definitivamente, los mismos estudiantes le dicen por dónde uno tiene que empezar a

formarse. Es más, el estudiante ya estando en el campo, ya tú estando en el salón de clase es cuando tú dices, "Bueno, yo sí sé esto, pero me falta la pedagogía de esto. Yo tengo una amiga que sí es licenciada de la Universidad Javeriana, básica, primaria y secundaria, con ella sí que me empecé a formar con muchas cosas que me decía, "Mira, por acá esto, por acá lo otro". Y ya, sobre la persona que está en el aula de clase, a mí me parece que eso es bien importante.

Una cosa es el curso que direccionan, ABC de la universidad que sea o el instituto y otra cosa es quién está en el aula y sabe lo que sucede. Entonces, ya uno también se vincula con otros docentes que son de universidad y dice, "Mire, lo que sucede en el aula de clase es esto". A mí me ha pasado esto y a mí me ha orientado bien el hacer tal cosa y el hacer tal otra. Entonces, para mí son los estudiantes, compañeros que sean licenciados, gente que ya lleve un buen tiempo manejando la situación, le van diciendo a uno por dónde, qué cursos de capacitación puede tomar, cómo afianzar conocimientos en el área de experticia de uno y cómo orientarlos, porque una cosa es saber y otra cosa es orientarlos.

¿Cómo mantienes actualizado tu conocimiento en el campo en el que te estás desempeñando?

—Bueno, a mí me gusta mucho lo que es práctico y que está de actualidad, que no va encaminado a veces dispersarse con otras cosas que no son las que uno está orientando. Entonces, por ejemplo, yo mantengo muchísimo la vinculación con Procolombia en el sentido de que tomo todas las capacitaciones que ellos van dictando diariamente, me refiero a casi todos los días del año, los jueves, por ejemplo, hay algo que se llama la Vuelta al Mundo con Procolombia que te hablan específicamente de lo que tú necesitas orientar.

Entonces, a ti te están hablando allí negociaciones con Argentina, con Chile, cómo se negocia, cómo es toda esa parte de la distribución física internacional, cómo se maneja el mercadeo, pero a hoy, porque es que yo me he encontrado, sí, hay libros muy interesantes, pero te hablan a ti de hace 5 años, 10 años, 15 años, lo que sucedía en Europa, lo que sucedía en Estados Unidos, eso a ti no te sirve porque tiene que ser algo que es de ahora. Entonces, a mí me gusta mucho todo lo que sea, la ANDI, también tiene buenas capacitaciones, la Cámara de Comercio, me vinculo mucho con las de ProColombia, eso sí, yo vivo tomando casi todas las de ProColombia. y la otra es Analdex, Azoplásticos, porque yo por otras labores que hago, tengo que ver mucho con el tema de la industria de plásticos.

Entonces, me gusta mucho lo que es ahorita, lo actual y que puede ser aplicable, por eso a veces increíblemente y sé que tú estás haciendo una maestría, pero increíblemente, yo he notado porque también tengo compañeros y compañeras que están en esas tónicas, con algunas ejercicios que están haciendo ese nivel de formación y empiezo a mirar lo que se ve, ¿no? Y yo digo, "Bueno, pero esto para qué o qué, si de pronto uno por experiencia laboral ya lo tiene o no lo encuentra aplicable a lo que está haciendo en el momento". Entonces, hay cursos, llámenlo cursos, así muy pertinentes con una gran información actualizada con gente superexperta. Toda esta gente de Colombia es gente que está. Si tú quieres hablar de Japón, allá tienes la persona que te está hablando de Japón.

Pero está allá, no te está contando nada de lo que vio en el libro, ni nada de eso, sino es que está allá en el momento; entonces, eso me gusta mucho y me ayuda porque, si bien es cierto, la teoría es importante, la aplicabilidad es mucho más importante y de hecho, el haberme desempeñado en el campo real, el estudiante encuentra que, "Oye, sí, eso es lo que se está

aplicando, eso es lo que yo veo". Eso es lo que yo tengo, es eso, teóricamente, se pueden decir muchas cosas, pero aplicativamente es otra cosa.

¿Cómo equilibras tu desarrollo profesional en la industria con tu labor docente?

—Bueno, a veces no es tan fácil, claro que desde hace unos añitos yo le he venido disminuyendo la parte del campo real y ahorita solamente hago asesorías; hubo unos momentos hace muchos años estuve, ya te digo, que llegué a orientar una asignatura a partir de un comentario de un docente mío que ya no está en la universidad, entre otras. Pero hubo una época en que yo trabajaba, creo que la mayoría de las personas que estamos en el campo real trabajando desde las 7 de la mañana hasta las 4 de la tarde, yo trabajaba en Tocancipá mucho tiempo en la empresa para la cual estuve vinculada unos 12 años y que era un poquito exigente, ¿no? Porque, aunque yo venía, yo iba a la universidad solamente a orientar dos o tres asignaturas no más, empecé con Comercio internacional, que después lo quitaron, Comercio exterior, tal vez se llamaba, no recuerdo Comercio internacional, sí. Sistema de información de mercados, Marketing internacional, creo que también estaba, pensé con tres asignaturas y a veces se hacía demandante la situación por el tiempo que se manejaba allí.

Entonces, te digo, vengo haciendo esta labor únicamente con la universidad en tiempo completo. Yo quería desde el 2020, tal vez, pero antes solamente tenía clases en la noche y después tal vez en el 2014, ya no me acuerdo, son tantos años, pero creo que en el 2014 empecé en la parte virtual, que ahí también, ustedes brindan una cantidad de capacitaciones, de cursos que son superpertinentes, porque igual, me gusta a mí, es lo que uno va a ver, va a hacer y es en el momento, no son otro tipo de cosas con las cuales les tienen que dedicar tiempo y no las va a aplicar en la universidad.

Yo creo que tal vez eso que pasó en mis primeros años, de empezarlo en el colegio con mis compañeros, especialmente ya estando, creo que en séptimo, octavo, empecé a hacer eso, creería yo. Sí, algo empecé a notar que me gustaba y recuerdo que tuve algo traumático. Me acuerdo que yo cuando salí de secundaria me yo decía, "Ah, quiero enseñar y me dio por un día irme a en esa búsqueda de primeras experiencias laborales y me dio por irme a un jardín a preguntar, "Ay, sí que sí yo puedo ir tal", que me gustaba con los niños y todo eso. No, no, no, usted no tiene título, usted no, me sacaron volando, bueno. Ahí después yo me dediqué fue a la parte de adopción, la parte de traducción y otras cosas.

Entonces, no sé, yo pensaría que hay un punto donde llegan las empresas y dices, "Bueno, sí, me gusta lo que estaba haciendo acá". Claro, también hubo un tema muy coyuntural que fue que una de las empresas, en la cual duré muchos años, por malos manejos financieros salió del mercado. Entonces, tuve que desplazarme a otras empresas y empiezas a ver que hay cosas que no quieres hacer, otra cosa y quiero volver a retomar esa idea de que en un principio tuve de pronto que dedicarme a la docencia y ya empiezas a encontrar otro tipo de trabajos remotos, que te puede brindar también un ingreso monetario, sin el tema de vaya de 8 a 5, que eso ya empieza con el tiempo, con los años, ya empiezas a pensarlo, "Uy, esto de 8 a 5 que ya no lo quiero". Como que ya no lo manejo.

Y si lo piensa uno con muchos años, porque yo ahorita tengo sobrinos que ellos me dicen que su ida a las oficinas de 8 a 5 a calentar, un poco el puesto a veces, así lo dicen, esto se requiere un logro de indicadores porque tienen que hacer sus indicadores y cumplir sus indicadores, pero a

nivel mental, entonces, para nivel mental no necesito estar de 8 a 5 sentado y ganar más dinero. Muchos de mis sobrinos ganan más dinero que yo, y empezaron a ganar mucho más dinero desde hace tiempos y están manejándose así. A ellos ya les ofrecen alguna oportunidad laboral y empiezan a pensarlo, bueno, muestre a ver, aquí me voy a ganar \$3, pero presencial, y ya tengo los \$3 y estoy en casa.

Todo ese ejercicio en el desplazamiento, de arreglarse, de cumplir con los horarios, de cumplir con trabajo y con indicadores, se tienen trabajo bastante exigentes, pero no. Entonces, yo eso lo empecé a ver con el tiempo, pero las generaciones de ahora no son así, ni las de ahora, ni las de hace unos añitos, yo tengo sobrinos ya de 30 y pico de años, todos ahí no quieren saber de trabajos de 8 a 5. En esa orientación empecé a notar, te digo, el cambio de esa empresa hacia la otra, después trabajé en Zona Franca, interesante el trabajo de Zona Franca fue muy constructivo y una empresa interesante, a mí me gusta mucho lo de planta y todo eso. Me gusta B2B más que B2C. Entonces, yo dije, "No, bueno, vamos a ver, luego viene el tema este de la pandemia". Porque yo creo que yo estoy desde 2020, tal vez en contrato a 10 meses y se me presentó la oportunidad de hacer algunas asesorías, entonces, dije, "También es muy rico la experiencia en la Franca Perú que yo vivo al Norte.

Entonces, ese desplazamiento hasta el Sur, hasta allá, hay varias cosas que se sumaron, cosas de tiempo, de desplazamiento, de mirar que por otro lado uno consigue ingresos importantes sin ese estrés de la ciudad de Bogotá; porque la verdad es que es superestresante en momentos en que tú en los desplazamientos pudieras gastarte hasta más tiempo de lo que realmente es, las tres horas o cuatro o cinco que vas a un sitio. Entonces, eso le genera estrés y a mí siempre me ha gustado, ya te digo, desde la secundaria estuve con el tiempo de, con la idea de orientar o de ayudar, no sé, cómo de ayudar, de explicar, me gusta, me gusta.

¿Cuáles consideras que son tus principales fortalezas como docente?

—En un principio pienso que el desempeñarme en campo real, aunque ya lo hago desde temas asesorías, eso yo he notado que mucho estudiante lo valora bastante. Porque uno comparte experiencias del trabajo abajo en empresa, como tal. Y yo hago esto y paso esto, en una situación cuando fui a la India, pasó esto y cuando fui a Alemania sucedió esto, cuando iba hacia las ruedas de negocios en Estados Unidos paso esto y hacemos esto, esa parte la valoran más que tomarlo de la teoría de un libro, eso lo valoran más que los que andan y dice, "Sí, yo lo estoy viendo, sí, en mi empresa están haciendo esto", digamos que eso es una fortaleza trabajar en el campo real, no ser solamente docente, sino trabajar en el campo real es una fortaleza muy grande que he visto que la aprecian muchísimo.

Obviamente, actualizarse, capacitarse, no quedarse con la información de hace muchos años, sino la de ahora, lo que está sucediendo y escuchar al estudiante es bueno, en ciertas opiniones, ciertas ideas y ciertos comentarios que son pertinentes, que ayudan a fortalecer, porque uno no se lo sabe todo Hay estudiantes con mucha pertinencia de conocimiento, que aportan muchísimo a la clase, desafortunadamente son dos o tres no más, porque los demás se adhieren o no les parece o están en otro contexto, pero así yo lo puedo decir en forma general, que así lo ve uno. En un salón de 40 estudiantes por ahí, tal vez hasta cinco, sea en virtual o sea en presencial, aportan bastante. Entonces, eso también le ayuda a uno al trabajo con padres, yo he tenido la oportunidad de, afortunadamente, en la universidad, tener compañeros muy versados en muchos temas.

Hablamos de muchas cosas, uno se alimenta con lo que ellos le dicen porque hay compañeros que tienen muchísimo conocimiento y muchísima trayectoria en la parte de la docencia. Entonces, eso aporta, obviamente capacitarse, digo yo por cuenta de uno, está todo el tema de ese trabajo con pares y de esas charlas que se tienen con los compañeros, que a veces no son tan trascendentales, pero a veces sí, entramos al fondo de mucha situación a nivel pedagógico, académico, de estudios, aprende uno muchísimo con ellos.

¿Qué tipo de formación pedagógica has recibido para tu labor docente en todos estos años?

—Bueno, te digo, yo sé que se hizo un diplomado, es que no recuerdo bien el nombre, pero esa es formación que brinda la universidad y aparte de eso, la universidad normalmente está ofertando diferentes cursos en la parte del área virtual como tal, tenemos todas las capacitaciones, todos los entrenamientos con las herramientas que debemos utilizar, cuando se vino la pandemia hubo un ejercicio allá bien interesante a nivel de herramientas, para hacer lo que estamos haciendo ahorita.

Entonces, a partir de la universidad hay muchos cursos, cada vez hay más incentivo para el tema de tomar cursos que son de actualidad, todo esto que se les ofrece a los estudiantes, te conecta, a mí me parece súper la parte de introducción al Big Data, la parte de introducción al Power BI, son herramientas que se están actualizando, que se están utilizando actualmente en las empresas. Entonces, sí hay mucho, pienso que la universidad ofrece muchas oportunidades para capacitarse y ya uno afuera busca lo que conoce desde su rama, ¿no? Cómo lo hago yo, tomo cursos con Coursera, con Code House, con ProColombia, porque me gusta, mira, yo quiero esto y quiero aprender esto y quiero perfeccionar esto. Entonces, allá voy, es lo que yo hago.

¿Cómo ha evolucionado tu práctica docente desde que empezaste a enseñar esa primera clase a hoy? ¿Cómo has visto esa evolución?

—Se han venido perfeccionando muchísimas cosas, por supuesto que el primer día que entré a dictar, creo que fue una clase de Marketing internacional, tal vez fue mi primera asignatura; pues evidentemente no, a nivel pedagógico, a nivel personal, uno se va puliendo muchísimo en el aula de clase, esta lo ayuda a formarse, la solita aula de clase, y una cosa es saber un determinado tema y otra cosa es saberlo oralmente, la distribución de la clase, cómo hacer la distribución de la clase, los tiempos, las actividades, ahora el estudiante le va diciendo a uno, "Oh, no te entiendo nada o te entiendo sí o estoy cansado o estoy aburrido", eso creo que no lo supera ni siquiera una, perdóname que no esto quiero decir nada con el título, pero eso no lo supera ni una maestría, ni un doctorado, lo que se ve en la clase y lo que la cara del estudiante le dice a uno.

En el general, porque obviamente eso hay que hacerlo cualitativo, pero hay que hacerlo cuantitativo. Ya sabe uno que siempre van a haber dos, tres, cuatro, cinco que están en otro contexto tratando de permear a los otros. Ya se sabe que hay cinco bastante habilidosos. Es lo que se tiene así como esto, ¿sí? Y está él, los otros que están ahí que están en un estado en el que tú no tienes que tratarlos para saber cómo están.

¿Están al lado de los que si quieren ser habilidosos o los que son habilidosos o están al lado de los que quieren molestar o en qué lado están?

—Entonces digamos que el aula de clase le enseña a uno muchísimo. Yo digo que no sé, yo le pondría casi un 70% a lo que tú ves con el estudiante, a lo del comportamiento del estudiante, a la reacción del estudiante, que tú haces preguntas y tú miras que acogen ciertas actividades y otras

actividades no las acogen. Entonces, sí, por supuesto que eso ha tenido una evolución muy grande y a partir de uno capacitarse y de entender ciertas situaciones, de un grupo, sí uno más que todo, en lo presencial lo nota.

De un grupo a otro hay una diferencia, a veces uno mismo, yo te voy a ser sincera, hay días que uno dice, "Oh, Dios, hoy tengo clase con ese grupo". No quisiera porque tienen una actitud, pero demasiado pesada. Y otros dice, "Yo quiero ir a ese grupo porque me gusta, porque son activos, porque son así, porque la actitud", ¿sí? En general, siempre se habla en general, en particular habrá siempre el que a uno no le cae bien y así, tú hagas las maravillas, le va a parecer horrible. Entonces, sí, para mí 70% le doy a la que le ayudan a uno a formarse, el mismo estudiante, ese ambiente y lo que sucede en el aula de clase con el estudiante le ayuda uno muchísimo.

¿Qué áreas de tu práctica docente consideras que necesitas mayor desarrollo?

—Bueno, yo creo que ahorita con todo este tema de todas estas herramientas de la inteligencia artificial, de todas esas dinámicas en el sentido de utilizar herramientas que atraigan mucho más al estudiante en la parte didáctica, todo eso, sí, todo eso hay que fortalecerlo definitivamente. Pienso que hay un ejercicio que me da la impresión de que no se le dedica el tiempo que se le debería dedicar en la universidad, con pares académicos es el cambio y la renovación de actividades aplicadas.

Yo pienso que eso es un ejercicio al que deberíamos dedicarle mucho más tiempo, pero en la universidad, en los tiempos de la universidad, por ejemplo, en un intersemestral, yo que ahora tengo contrato a 10 meses, digo que entre junio y julio, qué maravilloso sería que pudiéramos hacerlo ahí, no cuando uno empieza el corte, cuando uno empieza el semestre o el módulo, no en ese momento, mirar cómo ajusta, cómo cambia, que incorpora todo este tema que es bien interesante en los proyectos de aula, en los proyectos integradores, todo eso muy pertinente, pero qué maravilloso sería que lo pudiéramos hacer me refiero de junio a julio. Eso sería una maravilla.

Se nos está presentando una situación muy compleja, lo hemos compartido con algunos compañeros y es que empezamos ya el semestre; ya se ha hecho un primer encuentro sincrónico y anda en la parte virtual, donde al estudiante se le ha dicho cuál es la planificación didáctica, cuáles son las actividades. Se supone que todo eso hay que socializarlo; de hecho, el estudiante este semestre ya puede ver todo lo que va a suceder allí con las actividades. Con tres actividades aplicadas, el estudiante ya se siente copado en la medida que va pasando la segunda semana, una tercera semana, porque se le vienen todas las otras asignaturas que está viendo. Y una a una, segunda o tercera semana al decir, "Oye, mira, hay otra actividad". Entonces, no dejemos la tercera actividad, el proyecto de aula o el proyecto integrador porque se les vuelve una cuarta actividad. Más ejercicios todavía que no está dicho desde el inicio.

Entonces, eso para el estudiante es desorganización de uno. Ellos no ven que es una situación académica, que hay que manejarlo así, que hay que cumplir con unos indicadores de esos ejercicios académicos. El estudiante lo que ve es el profesor tal, a la profesora tal, me dijo al principio esto y ahora me está cambiando. Yo pienso que eso sí, junio y julio es espectacular para hacer eso, tenemos tiempo, estamos yendo de día, no tenemos que dictar clase, estamos con los padres, nos podemos coordinar; entonces, yo digo que ahí sí me parece que deberíamos hacer un ajuste sobre eso.

¿Qué competencias consideras tú que son fundamentales que debe tener un docente para su desarrollo profesional? Cualquier docente del programa independientemente del área, pero el programa de Mercado y Publicidad, **¿qué competencias debe tener un docente para el desarrollo profesional de él?**

—En principio, conocimiento por asignatura, diría yo, conocimiento de la asignatura. Yo considero que a pesar de no tener una formación académica con algunos saberes, aparte de eso, el campo real sí es importante, pero no estoy de acuerdo con el ejercicio de que tú tienes tal formación académica, independientemente, si tienes grado profesional o si tienes maestrías o si tienes dos doctorados, que tú puedes dictar diferentes asignaturas y cualquier asignatura, yo no estoy de acuerdo con eso. Yo pienso que una de las competencias y que el estudiante se da cuenta, es que el estudiante no es tonto, nosotros tenemos estudiantes, incluso de la noche y virtuales, muy preparados en varias cosas y que siente que ya conoce, a veces, hasta el área que uno les va a explicar o va a orientar. Después que ni siquiera explicar sin orientar o dar algunos tips, él fácilmente se da cuenta cuando uno se patina; es decir, a mí me colocan a orientar ventas y la gente se da cuenta que yo de ventas no.

Diré dos, tres cosas pertinentes, una competencia es precisamente conocer del tema, estar actualizado en el tema, eso pienso yo, conocer del tema no solamente a nivel teórico, sino a nivel práctico, eso me parece muy bien, estar actualizado en información de ahora, me parece transmitir respeto, yo por ejemplo digo siempre en mis clases sobre todo en las presenciales, chicos, yo la única condición o la única regulación o lo único que de pronto me parece muy importante y muy relevante, para compartirlas a ustedes, es que haya respeto de lado y lado, de aquí para allá y de allá para acá. Eso a mí me parece importante y me parece que funciona bastante que las actividades que uno orienta allí, y esa pertinencia con el contexto empresarial también tiene que uno tener habilidades en conocimiento y en saber impartir ese tipo de actividades, para que el estudiante lo encuentre pertinente.

Están todas las habilidades blandas, por supuesto, hay que saber entender, escuchar, hay casos especiales, hay casos, situaciones especiales, actualmente, tengo una jerarquía de marketing, hay un estudiante que tiene una situación particular y hay que saberlo entender. Eso también, que no se vuelva solo, que yo voy y oriento mi tema y chao, sino que hay situaciones a nivel de esa parte emocional, de esa parte de circunstancias especiales, que tienen algunos estudiantes, porque sí los hay, he tenido en virtual también tú, creo que tú viste tal vez algún caso que tuve y esas cosas también hay que saberlas manejar.

A veces hay clases en las que tú no haces nada de teoría, podría decirte y se te va la hora en otras situaciones personales, emocionales que ameritan realmente hablar de esos temas. Yo he convocado a gente de Bienestar para virtual y para presencial en todas esas charlas que ellos hacen a nivel de trabajo en equipo, tengo situaciones donde he tenido situaciones de estudiantes que alcanzo a percibir algún riesgo en su parte de su vida personal, de que están con ideas hasta suicidas y cosas como esas, entonces, ese apoyo conviene, a mí me ha servido bastante y lo he utilizado para presencial y lo he utilizado para virtual. Así que eso me parece que uno también tiene que tener esa capacidad de ver hasta dónde uno puede, porque uno no es psicólogo, ni mucho menos, pero sí de ver cómo se integran esos apoyos que le brindan a uno el de Bienestar Estudiantil. A mí eso me ha parecido pertinente.

Ese acompañamiento docente que he hecho algunas veces, de que hay que llamar al estudiante, preguntarle qué le ha sucedido porque va mal, algunos no contestan, la gran mayoría ni contestan, ni dicen, pero en algunos casos sí. Y a mí me han escrito por el correo, a veces hacemos llamada por Teams y se enteran de una cantidad de situaciones, a veces son estudiantes que yo he tenido, a veces son estudiantes que yo no he tenido y se enteran de unas situaciones complejas y dice, "Bueno, no, aquí hay que hacer algo, lo mejor que uno pueda con los limitantes que uno puede tener como persona y como profesional". Entonces, hasta dónde lo puedo apoyar y hasta donde lo remito a Bienestar, a cualquiera de estas actividades que ellos tienen que son importantes. Eso a nivel de conocimiento, sí, perfecto, pero también es toda esa parte personal, emocional, de formación integral, diría yo que uno también debe perfeccionar eso y mantener esa mente abierta, a que no todos los estudiantes realmente tienen las mismas circunstancias de vida.

Vamos al segundo eje que es el de estrategias pedagógicas y metodológicas. Entonces, **¿qué estrategias utilizas tú para planificar tus clases presenciales?** Para **¿qué estrategia utilizo para planificar?** Desde lo que haces para tus clases. Sí, para planificar y organizar tus clases, para poderlas hacer, no virtuales sino las presenciales.

—Sí entiendo el tema de estrategia, es decir, desde lo que yo hago. Me gusta ir revisando los temas de acuerdo con el syllabus. Me gusta este tema hay acá y yo pienso, bueno, este tema ya lo hemos visto así, yo veo que en la última experiencia este tema se requirió fortalecer en esto. Hay esto nuevo, porque siempre hay algo nuevo, normalmente hay algo nuevo que está bien y me gusta compararlo mucho con los casos que yo tengo, sobrinos que están en la parte de análisis de datos, de toda la parte de diseño también.

Entonces, de lo que yo de pronto no tengo muchas fortalezas, lo tomo de ahí y digo, "Bueno, esto cómo lo aplican, qué están haciendo". También me gusta mucho ver con mis sobrinos, los que están laborando, qué se hace, qué están manejando, cómo lo están manejando, para complementar lo mío. Eso es una cosa que hago y, evidentemente, hay que preparar una presentación, hay que alimentar los temas, hay que cambiar diapositivas, previo a eso, eso de llegar a la clase a improvisar porque yo sé, eso no me gusta. A mí eso, así sepa el tema, me pone mal. Entonces, es esa preparación de la clase antes de y eso, generalmente, yo lo manejo.

Si tú me preguntas al día de hoy, el fin de semana tengo clase presencial, hoy 4 horas, mañana tengo 2 horas, y eso ya lo tengo presencial, yo en el fin de semana saco las presentaciones, lo que debo complementar, ya lo tengo listo, para no estar haciendo eso el día anterior, si hoy tengo clase, entonces, hoy lo preparo por la mañana. Por supuesto, yo paso un cronograma a Carolina donde dice que yo trabajo entre semana y preparo mis clases entre semana.

Normalmente yo el sábado, el domingo, le dedico un tiempo y dejo de preparar las clases presenciales, más que ahorita sabiendo que tengo toda esta semana, un poco de actividades que recibo el 11, el 11 recibo todo lo de virtual. Y más cuando está así, ahí sí que yo digo, voy a necesitar esos tiempos donde me va a calificar y en eso se le va a una cantidad de tiempo horas y horas. Entonces, yo sé que eso es así, siempre dejo anticipado. Me gusta antes de la clase organizar qué es lo que voy a orientar, qué estrategias empleas para manejar grupos diversos. Cuando tienes diversos en edades, diversos de programas, ¿no? Que a veces vienen de un programa, de otro, de otro, ¿sí? Entonces, tienes en varios programas o en varias edades o unas diferencias de edades enormes.

¿Cómo qué estrategias utilizas para esa diversidad de grupos?

—Bueno, me había pasado, vamos a mirar una asignatura Tendencias, si algo particular sucedió el semestre pasado. Tendencias es una asignatura que la están colocando como electiva, entonces, allí me llegan estudiantes, por ejemplo, de Diseño Visual, me llegan de ingenierías, ahí es donde lo que tú dices aplica perfectamente, también va mucho en la actitud del estudiante. Eso es fundamental. Si bien es cierto, uno tiene que hacer un ejercicio importante allí a nivel de motivar, de la dinámica, de la integración, la actitud del estudiante Mira, yo tuve, por eso te lo recuerdo tanto y te lo digo ahorita, tuve tres estudiantes de Ingeniería de software, Ingeniería de telecomunicaciones, dos de Software y uno de Telecomunicaciones.

Qué actitud de esos muchachos. Terminando carrera casi, porque esa de Tendencias la ven, yo no sé, la verdad, no entiendo ni por qué es así, pero bueno. Una actitud tan positiva, porque me ayudaron, incluso, con los otros chicos en una unidad que es Análisis de información, me ayudaron a explicarle a otros muchachos, entonces, los incorporé. Y cuando me di cuenta de esa diferencia entre Mercadeo y Publicidad, que esto estos tres ingenieros, queda uno; chicos, estratégicamente, uno mira, por decir algo, yo tengo 20 estudiantes, grupos de cuatro, grupo de cinco, pero no todos de la misma carrera, aliméntense, apóyense, sean estratégicos. Mire que aquí tenemos tales unidades y estos los pueden apoyar en esto, ustedes tienen tales o tales, a veces tengo, tenía de Finanzas y negocios internacionales, que me les ayuden mucho a los de Mercadeo. Entonces, sean estratégicos, chicos, hay que buscar un socio aquí que nos ayude.

Entonces, lo que hago es integrarlos, tratar de que sea fácil, hay unos que son muy radicales y no, profe, pero es que vengo trabajando y eso que son de segundo semestre. Es dos meses, dos semestres, pero bueno, y quieren solamente con los de Mercadeo, pero hay otros que sí y se dan cuenta de los buenos resultados cuando se puede incorporar. Esos ingenieros se me fueron con una chica de Mercadeo, bien, la actitud de los muchachos súper, por eso te digo que influye. Ahorita tengo de Comunicación Social con Mercadeo y también, las dos de Comunicación Social solitas no, chicos grupos de cuatro, dos y dos. Entonces, de ahí parte que yo los motivo así, hay fortalezas en una carrera, entonces, ustedes aprenden. Y qué bueno, les digo, "Muchachos, y en el contexto laboral acaso uno puede decir, sí, en el departamento ustedes pueden decir, yo con este sí, con este no", también lo llevo ahí, porque la gran mayoría trabaja.

Entonces, en el contexto laboral uno se puede poner con eso. Con A con B con C, mi jefe puede ser mayor o puede ser menor que yo. Entonces, integrémonos, aquí hay gente, mire, yo tengo Adolfo, creo que es, era un estudiante ya un señor, un señor va a venir presencial y cuando Rodolfo, cuando él intervenía, ¿no?, con una propiedad de una cantidad de cosas que trabajaban en importaciones, eso para una clase de Marketing. Y le dije, "Mira, aprovechemos a Rodolfo, desde el primer día yo les decía, porque siempre les digo, yo siempre hago ese ejercicio rápido de saber en qué empresa trabajan y a qué se dedican". Y eso me ayuda mucho porque mira, él tiene fortalezas en esto, nosotros vamos a habilitar esto para la asignatura. Ayudémonos, entonces, trato de que a partir de que miren la venta, que puedan sacar, de unirse, lo logren hacer y sí.

Y sí, sí, hay unos muy receptivos, hay otros radicales y somos los cuatro, especialmente, cuando están en séptimo, noveno, eso no quieren moverse de su grupito, pero otros sí y después terminan dándose cuenta, como te digo, de los beneficios de la integración a nivel de diferentes carreras o diferentes edades.

¿Qué estrategias utilizas?

—Para evaluar el aprendizaje de los estudiantes. Cualitativas y cuantitativas. Y digamos que la parte cualitativa hay unos que a veces no son tan participativos, en estar comunicando verbalmente tanto lo que pueden saber, pero cuando tú les preguntas ya directo, bueno, tú porque, te das cuenta que hay cinco que participan casi siempre; así que cuando tú lo haces a nivel individual, cuando se puede, no siempre se puede porque a veces tienes muchos estudiantes, pero ahorita yo he tenido unos grupos manejables, tengo 17 o algo así, 20 máximo, Entonces, se logra preguntar individual. Tú miras cómo argumentan, cómo construyen a partir de algunos elementos construyen información y así, tú puedes ver el proceso que van adelantando cuando están trabajando en el equipo, yo no me siento y me quedo allá haciendo otras cosas en el escritorio mío. Yo siempre paso por todos los grupos y estoy escuchándolos.

¿Quién participa? ¿Quién no? ¿Quién se pone directamente todo el tiempo con el celular y los otros hablando? Oye, me encantaría mucho saber que estás utilizando tu dispositivo para compartir con tus compañeros. A ver, ¿en qué parte van? ¿Qué están discutiendo? Bueno, ¿tú qué opinas? Y yo en ese trabajo que los veo haciendo en grupo, ya con ellos cuatro o cinco, los estoy escuchando y eso me ayuda a ir mirando cómo va ese desarrollo y cómo va ese desempeño, porque a veces en una prueba mental se pueden sacar dos, tres, cinco, no sé, se copiaron, no sé, a veces no dice mucho la prueba escrita. En el sentido prueba mental individual escrita, a veces no dice mucho. Y un trabajo que entreguen, por decir algún documento, un documento puede tener en la portada cinco estudiantes, pero ve tú a saber qué es lo que pasa en virtual, que ahí sí le toca a uno suponer, asumir porque siempre, por ejemplo, hoy tiene sustentación tanto Tendencias como Planeación de marketing y le dije, "Chicos, yo respeto lo que hacen otros docentes de sacar un solo estudiante a representar el grupo", pero yo no hago eso.

Aquí todos participan, miro la participación que sea activa, la propiedad del manejo del conocimiento, la argumentación, la posición crítica que ustedes tengan con respecto a este tema que estamos viendo. Todos salen y participan. Eso también los invita y le dije, "Chicos, por favor, no vayan a decir, ni me digan a mí que es que de la diapositiva uno a las 5 la hizo Pepito y que de las 6 a las 10 la hizo Juanito y que ustedes no saben y se enteran de eso, les dije, "No, distribución de tareas es una cosa, pero todo el mundo tiene que saber del tema". Aquí no estamos, ustedes no están pagando por pedazos el semestre, así les digo yo, y les pagan por una información particular. Y bien puede ser que ese día no llegue el que hizo la diapositiva uno a las 5, los demás tienen que saber. Entonces, invitarlos a participar y eso le permite a uno definitivamente mirar ese proceso que van adelantando, ya el trabajo en equipo en clase. eso, eso te deja ver lo que tú no puedes ver en otro momento.

Con esto. ¿Cómo adaptas tus estrategias de enseñanza a diferentes tipos de contenidos que impartes o mantienes una misma línea?

—No, no porque hay temas que son un poquito, digámoslo, todavía existe la palabra ladrilludo y es así. Es que tú no te puedes inventar una dinámica, ni un juego porque es que no aplica un juego, ni ninguna dinámica, sino que tú tienes que tener unas bases teóricas con respecto a esto porque es que es así, porque es que se han desgastado muchísimos investigadores en ver que, por ejemplo, una investigación cuantitativa, cualitativa, no puedo hacerle un jueguito al estudiante para que me saque la fórmula. La fórmula la tiene que sacar matemáticamente y eso es así como tiene que hacerlo.

Entonces, no, uno tiene que definitivamente mirar qué temas son pertinentes para manejar ciertas dinámicas. No todas las estrategias, ni todas las dinámicas de que aplican a todos los temas y a todos los escenarios. Eso sí, eso no, definitivamente no, es que hay cosas tan teóricas, tan puntuales que no se pueden emplear estas dinámicas didácticas, no. Yo diría que sí debe uno, sí o sí, lo hago de esa manera. De mirar qué temas aplican para ciertas didácticas y qué temas no.

¿Cómo adaptas tus estrategias según el feedback que recibes de los estudiantes?

—Bueno, es lo que te decía en la cara del estudiante, la reacción del estudiante y las respuestas de los estudiantes a veces en una evaluación, en una prueba mental de 10 puntos, por decir algo. Y a veces me dicen, "Uy, 10 puntos" pero realmente, le digo, sí, chicos, esos cinco, no, sino 10, uno a veces puede creer que ha formulado las preguntas y las respuestas de la forma adecuada, porque yo lo hago con selección múltiple. Y cuando uno nota, oiga, pero miren las respuesta siete, casi todos usaron tal cosa, uno dice, "No, no, no, ahí fue que yo pregunté mal porque es que esto sí no está bien". Esto está raro que todos hayan ido por tal lado. Entonces, eso también le ayuda a uno.

Ahora hay ciertas dinámicas que de pronto dice la actitud del estudiante, volvemos a lo mismo en presencial, en el aula de clase tú ves la actitud cuando se propone una determinada actividad, si la gran mayoría están apáticos, están dispersos, uno dice no aquí tocó ajustar en el momento, si tú puedes traer la programación pensada y todo eso, pero en el salón de clase tú ves otra cosa, tú tienes rápidamente que adaptar, empiezas a preguntar, o bueno, ya van ahí, chicos, bueno, pasemos un grupo para que oriente al otro, porque entonces, tú los pones a que vuelvan a entrar en el contexto de actividad, no de pasividad, no de pereza y hasta la forma de sentarse, uno se da cuenta, cuando dicen, "No, esto está más aburrido que nada", entonces, el aula de clase es la mayor forma para uno como docente darse cuenta, definitivamente. Si son dos o tres, los cuatro, los de siempre, uno dice, "Ay, no, que parece, a ellos nunca les gusta nada", entonces, nada. ¿Sí? Pero cuando tú notas que la gran mayoría está desanimada, hay que hacer algo inmediato en el aula de clase. Sobre todo imagínate que yo tengo clase de 8 a 10 de la noche. Esa es una hora superpesada, entonces, hay que mirar cómo se dinamiza el asunto.

¿Cómo fomenta el pensamiento crítico y creativo en los estudiantes?

—Ay, Dios, a veces podrán decir que soy muy estricta, pero ¿qué le vamos a hacer? yo sí, porque es que uno ve que eso es lo que funciona, no repetir ahí una antena repetidora, sino que yo les digo, cuando ellos me dicen que leamos algún artículo, "vamos a ir a la clase Marketing internacional que está tan dinámica", leemos el artículo, chicos, listo, aquí yo no vengo a volcar ninguna afiliación política en ustedes, ni nada de eso, pero sí miremos cómo la situación de Venezuela puede afectar el comercio acá, la situación que está pasando con las decisiones de nuestro dirigente afecta la situación con el comercio bilateral con Estados Unidos. Así los llevo a que vayan aplicando y mirando, relacionando y escucharlos, ¿cuál es su posición con respecto a esas situaciones y cómo pueden afectar las industrias, la sociedad, el comercio?

Esa es una asignatura que, realmente, se presta muchísimo para eso. La misma de Tendencias, las tendencias de mercado, ahorita los tengo revisando tendencias a nivel laboral, porque a veces se concentran mucho en lo tecnológico. Entonces, ¿cómo estas situaciones van a desplazar algunos puestos laborales. Entonces, sí, sí los llevo a eso a partir de elementos que de pronto puede ser una visión desde las noticias; que podamos ver desde un documento en Portafolio, desde un documento en Semana, desde un documento que haya expedido el Ministerio de Industria y Comercio,

diferentes elementos de fuentes primarias o secundarias, uno puede desde ahí generar una discusión para encontrar qué tanta posición crítica y argumentativa tienen,

¿Qué recursos tecnológicos, si habláramos ya de esa parte tecnológica, estás incorporando en tus clases?

—Bueno, ahorita vamos a lo actual, cada vez se va incorporando algunas cosas más. Estamos viendo todo lo que tiene que ver con inteligencia artificial, entonces, uno ya empieza a mirar cómo pueden las presentaciones, cómo puede utilizarla también, a partir de esa necesidad que uno ve que hay que hacerle bastante ejercicio; yo creo, desde mi perspectiva, que no lo estamos dedicando, debería de ser en la universidad, repito, con los pares académicos de las actividades aplicadas, uno se da cuenta que a la inteligencia artificial puede decirle, "Oye, ayúdame a crear una actividad que haga esto, que tenga esto, tales elementos y uno se da cuenta que sí, es un apoyo muy grande.

La verdad, sí. Le coge todos los elementos que uno necesita. Claro, uno le hace algunos ajustes sobre algunas cosas porque, de pronto, uno tampoco da la instrucción bien y entonces, a veces dice, "Ah, es tuyo". Uy, no, eso por ahí no es. Si se apoya en una inteligencia artificial necesita ajustarle, porque por aquí se fue y no, no era, porque le di mal la instrucción. Entonces, yo le ajusto. Ayer estaba casualmente en eso y dije, "Muéstrame las tendencias para el segundo momento, porque ya voy terminando el primero. Voy a cambiarle esto, no, preste, me voy a acudir a la inteligencia artificial para que me diga cómo me gustaría esto y cómo puedo programar fase dos con fase tres". Y acabo de hacerlo.

Entonces, si estoy aplicando lo que estamos manejando a través de esas capacitaciones que brinda la universidad, digamos que ahí vuelvo y refuerzo, es muy importante para uno tener ese tipo de capacitación, de actualización, a veces, se queda uno con corto con los tiempos, pero hay que sacarle el tiempo a ese tipo de ejercicio y de conocimiento, para aplicarlo en lo que se está utilizando en el momento y que le puede facilitar a uno el trabajo; también, porque sí, sí ayuda muchísimo. Hay que racionalizarlo, hay que ajustarlo. Es un modelo que le da a uno, pero uno tiene que ajustarlo, pero es muy importante es una manera de lograr incorporar nuevas cosas, nuevas formas de orientar los nuevos aprendizajes.

Vamos para el eje tres, que es el de competencias específicas en el área de mercado y publicidad.

Entonces, ¿qué competencias técnicas tú consideras que son esenciales para enseñar, obviamente, en tu contexto, lo que dictas hacia marketing? Entonces, esas competencias que tú dices es importantísima identificarlas en esa en esas áreas que tú estás desempeñando.

—¿Competencias más? Ay, me quedo sin saber cómo contestarte, pero creo entender. Vamos a ver, tú me dices si voy bien en lo que yo entiendo porque me pareciera que cuando te hablaba del conocimiento de la asignatura, esa sería una competencia. ¿Sí? Ahí sería una competencia. Ahí estaría bien el conocimiento del área que es importante, más allá del conocimiento del área.

¿Consideras que hay algo más?

—En esas, competencias sí, la pertinencia de la información con lo que se está viendo en el contexto real, la capacitación, la actualización para transmitir información que se esté utilizando en el mercado, porque es que eso es lo importante, definitivamente, te voy a poner un ejemplo de Marketing internacional que tiene que ver mucho con Comercio internacional y Negocios internacionales, uno puede mirar los cinco terms 2020, una cosa es lo que dice la teoría y otra cosa

es en la práctica nosotros, digo nosotros, porque yo siempre he estado en esa área desempeñándome en el campo real, uno utilizamos algunos términos de la manera que debería, pero eso es lo que ve. Eso es lo que está.

En contratación internacional se dice que según la parte de contratación interna nacional, aquí en el Código de Comercio dice que las leyes que deben regir son las de Colombia, no es cierto. Yo tengo contratos internacionales que en su gran mayoría para las empresas que he trabajado se rigen la ley de los Estados Unidos, por ejemplo, y por Estado. Entonces, ese es un tema tan particular, tan especial, que solamente lo sabe uno en el desempeño en el campo real. Digamos que eso para mí es importante y no solamente para mí, veo que el estudiante dice, "Oye, sí, yo veo que lo aplico así, volvemos a lo mismo". El tema de formación académica es muy importante, el tema de capacitación es muy importante, pero es tema de nosotros, los que no somos licenciados. A ver a ver, estar trabajando en el campo real, pienso que nos da un plus bastante importante, para ver qué es lo que sucede, así tal cual voy a compararlo, así uno va aprendiendo en el aula de clase y el estudiante le va enseñando; cuando tú estás en el campo real, tú ves cosas que de pronto desde la licenciatura no la ves.

Y, ¿utilizas alguna herramienta digital específica en ese campo, en el marketing internacional, en el comercio internacional? ¿Utilizas algo específico a esa área?

—Digamos que sí, por ejemplo, obviamente allí hay que utilizar todo el tema que tiene que ver con Legis, en la parte de estudios de mercado, toda esa plataforma de leyes es muy importante. Está todo el tema de las plataformas que tiene ProColombia, está las plataformas que tiene el Ministerio de Educación, está el Invima, todo ese tipo de plataforma sanitaria y para la investigación cualitativa, estamos utilizando el software Atlas Ti, para el análisis de datos cualitativos. Y para tendencias, estamos utilizando Google Analytics, para mirar las tendencias del mercado. Estamos utilizando ahora inteligencia artificial, hay una actividad para que utilicen el Chat GPT y otras herramientas de inteligencia artificial, que las racionalicen y que las ajusten, también a nuestra necesidad, si estamos manejándolas de esa manera con los estudiantes.

Vamos a pasar al eje cuatro que es el de relacionamiento con el entorno profesional. Entonces, ¿qué actividades extracurriculares tú estás organizando para los estudiantes, en este caso los presenciales, claro está?

—Bueno, en este momento el tema de "Vamos a ver que he tenido", yo no sé si eso entra dentro de tu concepto de extracurricular, pero aquí ya hemos tenido charlas de expertos en el aula, no sé si eso, entonces, de hecho, para el 17 de marzo ya tengo programada una charla para Planeación de marketing con una persona experta en toda el área de mercadeo, no solamente a nivel nacional, sino internacional. Esa charla la hemos venido manejando ya hace algunos semestres; para el área de Tendencias tengo un experto en todo lo que tiene que ver con análisis de datos, maneja Python, maneja Power BI, maneja Excel avanzado, maneja SQL service y trabaja haciendo análisis de datos y mirando tendencias de mercado. Entonces, también esa persona me va a hacer una charla.

En la parte de virtual ya llevo en marketing internacional dos personas que han estado en dos encuentros sincrónicos, una me ha hablado de la cultura árabe y los negocios con Arabia; la otra, persona de origen venezolano, me habló de todo el contexto social, político y económico de Venezuela, el impacto en los negocios, en las industrias a nivel local e internacional.

¿Realizas algún proyecto directo con empresas reales en tus clases?

—*Que si tengo por escoger una empresa real y la llevo a las clases para que los estudiantes apliquen algo real en esa empresa. Sí, se hace también, pensé que me decías, esos proyectos que a veces hacen propuestas, donde ayudan a las empresas en los retos como Retos; así de esa modalidad no la he tenido, no la he manejado, pero sí, digamos que en los Aprendizajes Basados en Proyectos sí, se maneja una empresa, a veces les digo a los estudiantes para que se les facilite, miremos una empresa en la cual ustedes estén trabajando.*

De hecho, ahorita en Gerencia de marketing estamos haciendo eso, estamos trabajando una empresa de combustibles y estamos haciendo el diagnóstico, es una empresa en la cual, una de las estudiantes está vinculada y normalmente, se maneja en cualitativa y en cuantitativa; cuando se hace el proyecto ellos tienen que generar un reporte final cualitativo o cuantitativo; a veces, se les dice que sea, incluso, se les segmenta muy bien para que no tomen Juan Valdés, para que no tomen Arturo Calle, sino una empresa de máximo 100 empleados, que sea colombiana, les toca segmentarlas bien o sino empiezan a repetir los ejercicios que vienen haciendo de otras asignaturas, eso sí lo hemos notado con el profe Pedro, lo hemos notado porque una vez él me decía, "Oye, yo a ti te he oído con tal herramienta, yo no utilizo esa herramienta". Le dije, "Ah, sí, profe, es que te pusieron ese curso, eso yo lo he hecho". Y entonces, ya le han tomado gusto. Eh, sí, sí se hace con empresa real, por supuesto, porque es más fácil para la consecución de información por parte del estudiante.

¿Cómo fomenta el desarrollo de redes profesionales entre los estudiantes? Me refiero a que entre los mismos estudiantes logren crear redes en comunidad y se compartan información, se ayuden y se orienten a través de alguna red, ¿algún contexto donde ellos sean los que son forjadores de esas redes?

—*No, mira que eso que tú me dices yo no lo evidencio. Lo hacen en el momento en la clase, en la asignatura, para el trabajo de pronto, pero que eso sea algo que lo alimenten posteriormente, que sigan en contacto y que se unen con otros profesionales, no tengo conocimiento, la verdad, no tengo ese conocimiento. No, es un manejo que se hace. Sí sucede que cuando se vinculan estudiantes en una misma aula, de diferentes carreras, de pronto en el ejercicio que se hace en esa asignatura, permite que de alguna manera tengan contacto y a veces, por decirlo así, se llevan bien y siguen un contacto, pero de ahí que yo sepa que eso crezca exponencialmente, no, la verdad. No, no tengo conocimiento que eso que eso se maneje.*

¿Qué papel juega la innovación en tu práctica docente?

—*Esencial porque, como te digo, hay que actualizarse, hay que mirar qué está funcionando en el momento. Lo que está bien hay que dejarlo quieto porque es que eso es otra cosa. Eso es cuando uno entra a una empresa; les he dicho mucho a los creativos de publicidad, ojo con su creatividad porque ustedes no pueden llegar a hacer un cambio radical en una empresa cuando lleguen. Se tienen que engranar y mirar que hay cosas que están bien, porque son empresas que llevan 10, 15, 20 años en el mercado y, seguramente, tienen cosas por mejorar, pero hay otras que se están haciendo bien o si no ya habían salido el mercado hace rato y eso choca laboralmente; el que viene acá a pasar por encima de los que están allí.*

Entonces, a veces los llevo, he trabajado en empresas, para mí la forma de llevar ese conocimiento es viendo lo que sucede en el campo real, en diferentes departamentos, no solamente

en el mío. Y les digo, sí, que bueno innovar, traer buenas ideas, mejorar los procesos ahí, por eso se llama mejora continua, sí, hay manera de mejorar, pero hay cosas que seguramente se están haciendo bien y hay es que fortalecer esas cosas que se están haciendo bien. Entonces, sí, hay algo que es con el tema del inglés. Les insisto muchísimo, hay muchos que chocan porque hay una situación, en la cual los syllabus también le están diciendo que debe tener un B2, cuando uno llega a ciertas asignaturas. Yo tengo en Marketing internacional gente que me dice, creo que tengo menos de A1, que ni siquiera existe el nivel Pro. Entonces, esa parte también yo los incentivo mucho.

Chicos, si saben otro idioma y especialmente el inglés, ustedes van a tener mejores posibilidades a nivel nacional, a nivel internacional. Ustedes tienen una carrera que la mayoría de la terminología está en inglés y qué bueno que pudieran internacionalizarse ya con un idioma. No importa que vayan a Pakistán, no importa que vayan a la India, yo lo he hecho, yo lo he manejado, he sido traductora de mesas de negociación en la India, en Pakistán, en Alemania con el inglés. Entonces, los incentivo con el tema de esa práctica del inglés, de esa motivación a que estudie el inglés, porque no es que sea una cosa innovadora, pero eso definitivamente un conocimiento que lo deben tener y lo deben incorporar. Entonces, yo les ejemplifico mucho sobre eso acá, por ejemplo, con los call center, partamos de ahí.

Una persona que sabe inglés se puede poner hasta 4 millones de pesos con las bonificaciones, a veces muchos profesionales en otras carreras en el campo real no lo pueden hacer. No es para que se queden en call center, ni mucho menos, pero tengo estudiantes que sí trabajan y de pronto se apoyan para pagarse la universidad y van aprendiendo algo de aquí, se trabaja con mucha empresa de Estados Unidos. El que no habla inglés se gana el mínimo. Entonces, yo a veces les pongo esos ejemplos extremos para que traten de, si podemos llamarlo, innovar, que innoven en sus vidas con el tema del inglés. Entonces, les hago ejercicios, depende el curso, ejercicios muy básicos de lecturas, todo eso. Ya te digo, algunos se chocan, desafortunadamente a la gran mayoría les molesta. Hay otros que son felices, ahorita tengo en Tendencias unos tres o cuatro, que están contentos porque tienen algunos hasta con B1.

Y otros tienen A2 y quieren seguir aprendiendo, entonces, les gusta, otros hacen una cara de que jartera y yo te digo, nuevamente en Marketing internacional hay una exigencia de un B2 que no lo tienen, entonces, también se está colocando decir algo es una cosa que no es real, porque no lo tienen, no dan para el B2. No, difícilmente llegan a la A2. Hay a veces un reto para uno, pero yo sí les insisto mucho, por eso, porque a mí a nivel personal, a nivel profesional, para los diferentes cargos que he desempeñado ha sido una fortaleza.

¿Qué tipo de colaboraciones mantienes con otros profesionales hoy en día?

—Bueno, te decía hace un momento, hace un ratito, el tema de los pares académicos en la universidad es fundamental, uno tiene docentes que definitivamente, compañeros tienen unas fortalezas que uno, ¡wow! Entonces, comparto con varios de ellos, conversamos en una charla trascendental a veces, en una nota trascendental, pero se va aprendiendo mucho. Entonces, esa es una forma; la otra forma es que obviamente algunos de mis excompañeros de las dos carreras que tengo, todavía tenemos contacto y compartimos experiencias a nivel de la docencia en diferentes universidades con diferentes disciplinas. Tengo amigas que son licenciadas como tal.

Entonces, a veces, me dicen que les ayude porque también tienen todo el tema de criterios de realización, de no sé qué y a veces ayudo a hacer esta parte de planeación, con amigas que son

licenciadas de colegio y uno se da cuenta porque digo, "Ay, ustedes a veces nos mandan unos estudiantes, hasta hacen un cosa y ahí se sí tiene toda la razón, aquí se ve esto", yo digo, "Uy, con razón que tiene tanta falencia en esto, esto es del colegio, lo estoy viendo de atrás". Y por supuesto, está uno con todo el tema de los sobrinos, que están en diferentes profesiones, ahorita en un mundo de muchísima tecnología, ya te digo, prefieren trabajar de casa.

Eso realmente lo alimenta bastante a uno. Tengo contacto con algunos exalumnos que también me dicen, "Profe, ya llegué aquí, estoy haciendo esto, estoy haciendo lo otro". Y, ya son profesionales, tienen unos muy buenos cargos y uno dice, y uno les pregunta, yo les pregunto, bueno, ¿y tú qué haces? ¿A qué te dedicas? ¿Qué se ve? ¿Qué crees que te hizo falta en la universidad? No por criticar a la universidad, ni mucho menos, porque a todos nos pasa; si a mí me preguntan de lo que yo estudié también digo, "Uy, a mí me hubiese gustado que me enseñaran esto, pero eso lo supe, fue ya en el trabajo". Entonces, uno pregunta que se debe fortalecer. ¿Qué crees que se debe fortalecer? Que de ahí, uno se actualiza, interioriza toda esa información que dice, "Oiga, de pronto desde mi lado yo podría impartir esto". O si estoy con un par académico decirle, "Oye, profe, mira, que con los estudiantes encontré tales y dicen que en tal asignatura les gustaría que se les fortalecieran esto, o que vieron que ya en el trabajo se podría fortalecer.

Me imagino que igual mantienes tus conexiones en el ámbito de la industria, en la que te mueves, todas esas conexiones de tus colegas en las empresas que estuviste y todo eso, **¿mantienes todavía todas esas conexiones?**

—Tengo varios compañeros de jefe de Planta de Producción, parte de Contabilidad, gente que tuve que acompañar, a tantas compañeras y compañeros, de la parte comercial, en varias de las empresas donde trabajé, representantes de personas de empresas en Estados Unidos, en Europa. Entonces, venía por decir algo, los comerciales de Ventas de esas empresas y tenía que acompañar la gente de Mercadeo y los comerciales a visitar clientes, para hacer la interpretación del inglés, entonces, también mucha gente está de mercadeo, yo tengo contacto con ellas, actualmente, hago asesorías en una empresa que es manufacturera y está en la en toda la industria del plástico, entonces, también tengo contacto con la gente de Desarrollo de color, sí, por supuesto, lo de las empresas, todos han no todo y cada uno de los empleados, pero los más cercanos; entonces, ya te digo, tengo gente a nivel de Contabilidad, la gente de Planeación, de Desarrollo, de Producción, en diferentes industrias así.

Vamos con el último eje que es el de alineación con ese famoso Proyecto Educativo Institucional, obviamente, lo que sepas del Proyecto Educativo Institucional y lo que vinculas en ese ejercicio docente, entonces, vamos a hablar un poquito de esa alineación con ese proyecto educativo, el famoso PEI y el desarrollo institucional. Entonces, **¿qué valores institucionales estás promoviendo actualmente en la enseñanza?**

—La parte de liderazgo, la parte de una formación integral ahorita con los cursos que está ofreciendo la universidad autogestionados para los estudiantes, que son cuatro y la parte de los cursos de Conecta, entonces, uno también le da al estudiante demasiada carga, pero bueno, uno hace todo el esfuerzo para decir, "Mire, la universidad, la oportunidad que nos da", siempre hablo, así, en general, nos da de formarnos en herramientas que se están utilizando en el mercado.

Entonces, formación integral, la parte de liderazgo, la parte en ese sentido del valor, del respeto por la por la información, por la humanidad, por el ser humano, la parte de sostenibilidad,

en esa parte uno insiste muchísimo en tendencias, incluso, cuando se ven los tipos de marketing, uno les habla de sostenibilidad, de integración, de no solamente fortalecer los conocimientos teóricos, sino de esa formación individual y de concientización de sostenibilidad y del medio ambiente. Diría tal vez que son esos aspectos en los que de pronto he hecho de énfasis.

¿Cómo contribuyes actualmente al desarrollo del programa académico, en este caso, de Mercado y Publicidad? ¿Cómo estás contribuyendo a ese desarrollo del programa?

—Bueno, pienso que del programa, a partir de la formación y la capacitación que uno tiene, si puedo impartir unas orientaciones que sean pertinentes, con el sí, la voz con los criterios de realización, con esas competencias que se esperan, es una manera de fortalecer y de ir en el lineamiento, que espera el programa de capacitarse en nuevas tecnologías, para incorporarlas dentro de las clases e incentivar el tema de inglés. Todas esas cosas que nos van diciendo en las reuniones, que debemos de incorporar. Pienso que de alguna manera, no todas en el mismo nivel, pero sí hay granitos que se colocan allí y para mí es importante transmitir una información, que sea muy pertinente con el contexto real.

Eso es lo que digo, "No, es que uno, que tuvo la experiencia de estudiar una cosa y otra", se da cuenta cómo tantas cosas que le impartieron después dice, "Bueno, ya esto". Qué es información, qué hago con esa información, si esa información no; sí estaba ahí, si era parte de la formación y supuestamente, el Ministerio de Educación te dice qué hacer, ABCD, hacer esto, pero no, entonces, es eso, es presentar los informes que le solicitan a uno en el momento que es, porque eso también tiene que ver si se te solicita un informe, un diligenciamiento de formatos, bueno, a veces hay información que a uno le parece está en tres partes repetida, pero hay que asistir a las reuniones, atenderlas, que se dice en las capacitaciones.

Pienso que ahí estaría todo. Y si tuvieras que hacer sugerencias, ¿qué sugerencias harías tú para mejorar el programa de Mercado y Publicidad?

—Es decir, si es que las actividades aplicadas realmente debemos manejarlas para que sean funcionales o debemos manejarlas en un intersemestral. Por ejemplo, entre junio y julio, podíamos hacer maravillas con las actividades aplicadas, podíamos coordinar de mejor forma, como te digo, no hagamos entonces, no planeemos tres actividades para una materia de tres créditos, que la tercera sea el proyecto integrador o el proyecto de aula, no le aumentemos una asignatura, perdón, una actividad más a los estudiantes porque eso molesta.

No sé, qué se podría mejorar para que los estudiantes no se sintieran tan sobrecargados precisamente por eso. Al principio, pareciera que todo funciona bien, pero después en a las dos semanas están desesperados, porque ya vieron todas las asignaturas, todo lo que hay que hacer y que uno no tenga que cambiarle, precisamente, esa planeación didáctica al estudiante a la segunda o a la tercera semana. Eso es molesto para el estudiante, uno también se siente que está entrando en un desorden que no debe ser, así que yo diría, me parece esencial que lo pudiéramos manejar.

¿Cómo evalúas la efectividad de tus estrategias como docente? ¿Cómo haces tú para decir, esta estrategia resultó perfecta o hay que cambiarla?

—El estudiante me dice, "Ya no soy yo", porque eso se volvería como es el estudiante, esa es la respuesta del estudiante ante la actividad. Eso me va diciendo a mí, "Oh, no, por ahí no era", hay una gran mayoría, ahí sí no lo vemos, ni siquiera cuantitativo sino cualitativo, la gran mayoría

contestó de una manera que yo no esperaba que contestara, esta respuesta en la actitud en presencial, ¿no? Hablando de presencialidad, la actitud en clase, están molestos, están cansados, no sé qué.

Entonces, en este escenario que estamos ahorita donde se hace un encuentro sincrónico por cada curso, así sea de la misma asignatura, porque yo ya lo dejé así, a pesar del comunicado que llegó, que podíamos unir, ya lo dejé así porque si no se deja así desde mi perspectiva, eso el estudiante lo ve como desorden del docente. Entonces, no lo ve como otra cosa, porque es el estudiante, quien está con uno. Uno es el que está, con la cara allá, al frente del estudiante. Entonces, lo que uno haga que, él lo considera bien, mal o regular. Y para mí eso te digo, desde mi propia perspectiva, hubiera sido una muestra de desorden de mi parte. Hagámoslo juntos, pero ahora no, hagámoslo separados. Ya seguí así, este primer momento de tiro largo, pueda que para el otro sí, dieron la alternativa de unirlos, ojalá los unan. Pero vuelvo a lo mismo.

A pesar de que, supuestamente, dijeron que se había hecho una, no sé si encuesta, entrevista o bueno, se aplicó algún instrumento de levantamiento de datos, llegaron a la conclusión de que los estudiantes querían más encuentros sincrónicos, no sé, representativamente, estadísticamente, ¿cuál sería el tamaño de muestra?, ¿cuál sería la población que escogieron para eso?, pero la realidad es que uno ve que no cambió absolutamente nada. No se conectan, hablo de lo mío, no sé qué les pasará a otros docentes. Para cursos como los míos que son de cuartos, quintos y novenos, se me están conectando 5, 6, 7, 8, 9 estudiantes, máximo. En Quala y en Marketing internacional están en lo mismo, digamos que uno dice, "Bueno, no sé, ahí estamos tratando del lado de la pedagogía, del lado virtual, se está tratando de hacer alguna estrategia para tener mayor participación en los encuentros sincrónicos, pero no es así. Entonces, volviendo al tema de cómo se cambian las estrategias de algunas actividades, definitivamente, en virtual se tienen muchos limitantes.

No atienden los estudiantes, ya están montados los cursos, hay que hacer las actividades están montadas, por ejemplo, un curso de Investigación cualitativa, ese sí que está bien cambiado porque es de los últimos que se hicieron, entonces, ese sí está que uno no tiene margen de moverse, de hacer cambios; el de Marketing internacional en virtual, hace dos o tres años hicieron unos cambios que dije, "Bueno, no sé de qué perspectiva los vio el docente que hizo esto". No tengo ni idea, no soy tampoco la superexperta, pero después consultamos con algunas otras personas.

Esto que está aquí, yo no sé con qué perspectiva lo vieron, pero no es lo que se orienta. Y logro bajar las actividades y monto las que yo tengo, estoy haciendo en su gran mayoría lo que está ahí, un curso como ese tiene actividades individuales en Reconocimiento, en Contextualización, cuando uno tiene hasta 40 estudiantes en un curso. Y la de Reconocimiento, se parece mucho a la de Contextualización, haga un cuadro, no sé qué, haga una tabla, ¿qué es lo que ve el docente? Me ves a mí. La profesora lo que coloca que es bastante en Reconocimiento, un cuadro, en Contextualización una tabla y otro cuadro, nunca hice el curso yo, lo hizo otra persona.

Creo que fue hasta una persona externa y bueno, ahí dice uno, "Bueno, no sé qué criterios tendrían para hacerlo así". Entiendo que hubo quien lo evaluó a nivel de la universidad y no le aceptaron los comentarios que hizo, pero sin embargo, se dejó así. Es decir, ya te digo, en lo virtual no tiene uno mucho margen de cambiar, la verdad no es difícil, de pronto y todo lo que se propone hacer en un encuentro sincrónico; realmente, lo que nos proponen que hagamos no es funcional, porque cuando tú tienes cuatro o cinco estudiantes, no siempre los mismos, a veces dos o a veces

ninguno ¿y cuál dinámica se hace ahí? Cuando el estudiante a veces llega a preguntar, ¿profe, cuál es el punto cuatro, qué hago?

En el cinco qué hago, en el tres, no han leído, no leen las actividades, llegan es a que uno se las lea y se las explique, punto por punto y, no solamente en uno, si tú, bueno, ahora le revisan los encuentros sincrónicos, ustedes podrán ver que yo tengo a veces hasta tres encuentro sincrónicos, donde se esté repitiendo lo mismo, no porque yo lo quiera hacer. Yo tengo preparada mi clase, qué es lo que voy a decir y el estudiante vuelve a lo mismo. ¡Profe!, ¿ahí si nos ayudas?, ¿cómo es qué es lo que hay que hacer en el primer punto? Y voy en el encuentro tres, entonces, aquí a veces uno se pregunta, ¿bueno, nosotros como docentes tenemos que hacer muchas cosas porque nos dicen que hay que hacer muchas cosas?, hay que motivar, hay que dinamizar, hay que... y qué es lo que el estudiante está entendiendo cuando se vincula a una modalidad virtual, ¿qué es lo que está entendiendo?

Está entendiendo, realmente, el modelo de educación de la universidad está entendiendo que tiene que leer anticipadamente, que el encuentro sincrónico es para resolver inquietudes y que obviamente, uno da un soporte teórico allá, ¿está entendiendo de eso o no está entendiendo eso? Hay estudiantes que te digo, los que entregan ahorita el 11, hay estudiantes que ahorita, hasta el jueves o viernes, me estaban preguntando que qué se hacía en el punto dos y en el punto tres; después de que en la etapa de Profundización se tienen veinte días con tres encuentros sincrónicos. Y en general, él está preguntando qué hay que hacer y que cómo hay que hacerlo. Y tú llevas tres encuentros sincrónicos diciendo que hay que hacer, aparte de la de la clase. Yo digo, sí, a nosotros nos insisten muchísimo en todo lo que debemos hacer. Mi pregunta es, ¿qué es lo que está entendiendo el estudiante virtual cuando llega a manejar el escenario universidad, que sí entiende todo el tema del modelo de educación, sí entiende todo el tema de criterio, sí entiende su rol como estudiante virtual, ¿sí lo entiende?

Porque no puede hacer el mayor esfuerzo, pero si el estudiante no lo entiende, ahí seguiremos y ustedes verán los encuentros sincrónicos donde dicen, "Pero profesores, es que no hay que explicar la actividad. Pero si el estudiante lo lleva a uno a eso". Yo no le voy a decir al estudiante, "Mire, estimado estudiante, ya dije, ya socialicé la actividad en el encuentro uno, la primera, ya no puedo insistir en eso porque tengo que hacer otra cosa". Yo no le puedo decir eso al estudiante, si tres veces pregunta, si cuatro veces, si cinco veces pregunta, vuelve y repasa los puntos. ¿Cómo era que yo ahora estoy dejando la actividad al final de las presentaciones y la estoy dejando ahí? Porque sé que el estudiante me va a llevar al final a eso. Si no pregunta maravilloso, yo la dejo ahí una parte.

Pero, si no otra vez, bueno, espérame, bajamos al final de la presentación que ahí tengo la actividad y volvemos a ver el punto uno, tal cosa, el punto dos, tal cosa. Para uno es fastidiosísimo., y ahora que toca, para separar los cursos de la misma asignatura, verán esa repetición, la verán ahí. Verán que uno preparó, sí, que uno tiene cómo hacerlo, pero que se vuelven a repetir los puntos de la actividad, de forma general, en tres encuentros sincrónicos se repiten, ahorita me pasó una etapa de Profundización. Yo, el jueves, viernes, toda la gente preguntándome, hasta ahorita el sábado, una niña también preguntó, "Ay, yo no sabía tal cosa, ay, de eso no me llegó la información". Menos mal que yo corto y pego de mi correo institucional. Te decía a ti, pregunté en algún momento que yo tengo un ejercicio muy grande a nivel de correo institucional. Corto y pego, estimado estudiante, el día tal de febrero yo le mandé la información, así y así, porque al rato escriben y después ya no vuelven a leer la respuesta, no sé, viven muy ocupados, seguramente sí,

tendrán muchas ocupaciones, pero, eso tienen que medir el tiempo entre el trabajo y el estudio, porque uno no les puede hacer ese ejercicio.

Bueno, y la última pregunta, Priscilla, **¿cómo se alinea tu práctica docente con los objetivos institucionales?** Con lo que conoces del famoso PEI, ¿sí? Bien sea del programa. Entonces, **¿cómo lo que tú haces se articula con esos objetivos de la universidad?**

—Bueno, yo creería que te mentiría si te dijera que me acuerdo de todos los artículos y de todas las cosas, pero pienso que, en general, trato e intento seguir los lineamientos de la universidad, del programa, trato de compartir con los estudiantes bien esos mismos lineamientos, soy una persona que vengo, como te digo, mi mayor experiencia viene de laboral en el campo real, en diferentes empresas, y en todas las empresas hay unas directivas, hay unos lineamientos, hay una misión, hay una visión, hay unos objetivos empresariales y te lo digo así, yo nunca, en ninguna de las empresas para las que he trabajado he tenido llamados de atención, memorandos, que indiquen que de pronto no sigo esos lineamientos, hago mis observaciones sí, porque se supone uno también debe tener un pensamiento crítico y argumentativo, el hecho de entender los lineamientos no quiere decir que uno no pueda decir, "Mira, hay ciertas cosas que yo diría".

Como lo que te estaba diciendo ahorita de los encuentros sincrónicos, con todo el respeto por el trabajo de las personas y lo que están haciendo, pero definitivamente, es que una cosa es lo que se dice que se haga y otra cosa lo que uno en el aula virtual puede hacer. Entonces, pienso que de forma general, te lo digo así, te lo repito, yo vengo a trabajar mucho en empresas y no he tenido nunca un llamado atención, nunca una situación de alguna molestia porque no entienda y comprenda lineamientos y no sepa seguir lineamientos. Entonces, sería eso, yo lo sintetizaría como eso, esta es otra institución, también, es una empresa también y no tiene nada diferente a eso. Estoy acostumbrada a seguir lineamientos, a seguir objetivos empresariales y a hacer mis observaciones.

Anexo D. Panel de expertos

Mónica: —bueno, yo soy socióloga, soy egresada de la Universidad Nacional ya hace un tiempito que me que me recibí como socióloga. Empecé a trabajar con temas de participación ciudadana y la vida me fue poco a poco llevando temas de la gestión y los procesos comunitarios asociados a temas ambientales. Entonces, toda mi experiencia ha estado girando en torno a comunidades y entornos rurales, a la formulación de proyectos para comunidades rurales y agropecuarias y desde 2021 estoy trabajando para el Fondo Nacional de la Porcicultura acompañando a todos los productores de carne de cerdo del país y eso y también, soy especialista en responsabilidad social empresarial de la Universidad Externado y estoy, también como tú Jenny en mi proceso de elaboración de la tesis para para la opción de maestría también en responsabilidad social y sostenibilidad del Externado también.

Jenny: —entonces, eso es lo que yo hago. Muchas gracias, Mónica. Entonces, Diego.

Diego: —bueno, muy buenas tardes a todos. Mónica, bueno, yo soy licenciado en psicología y pedagogía de la Universidad Pedagógica Nacional, ya hace un tiempito largo. También soy magíster en Tecnología Educativa y Competencias Digitales. Y en mi trayectoria laboral he, he tenido modalidades híbridas, primero trabajé en proyectos de competencias a través de la virtualidad en Edupol, en una entidad que se trabajaba, también la virtualidad.

Posteriormente, trabajé en la Universidad Internacional de La Rioja como tutor asesorando, a estudiantes en este caso en su estudio básicamente en las maestrías que ofrecen también aquí en Colombia, que se posicionó esta universidad y ya, posteriormente, dentro de la misma universidad también estuve haciendo algún acompañamiento también de formación interna para los tutores. Posteriormente trabajé también con la Secretaría de Educación de Bogotá, estuve como orientador escolar aproximadamente tres añitos, fue el año pasado que dejé trabajar allí en colegios de Kennedy básica y actualmente trabajo con la Universidad de Anne, como asesor pedagógico de mediaciones didácticas, cesando profesores para la construcción de ambientes virtuales de aprendizaje.

Jenny: —ok, Diego, muchas gracias. Bienvenida, ¿cómo estás? Nos estamos presentando. Entonces, ya Hola, buenas tardes a todos, ¿cómo están? Bueno, Entonces, seguimos con Vladimir y, ya terminamos con Vladimir.

Vladimir: —bueno, un gusto, yo soy Vladimir Clavijo. Soy comunicador social publicista, actualmente estoy en la Maestría de Transformación Digital. He venido trabajando en temas de marketing, publicidad y comercio electrónico desde hace unos 12 años, 13 años. Y bueno, me metí al mundo digital

básicamente por interés con la Cámara de Comercio de Bogotá diseñé el Diplomado de Marketing Digital de la Cámara de Comercio y a partir de ahí, empecé a desarrollar, otros acercamientos a la educación. Siempre me ha gustado la educación, pero me fui por la comunicación, por la educación no, formar, por decirlo así, ¿no? Y poco a poco me fueron ya llevando.

Entonces, ya estoy en universidades, trabajo para la Sergio Arboleda, para la Universidad de Los Andes, para el Rosario, Modelos In Company en externos de educación continuada y soy, actualmente, docente de cátedra de la Conrad Lorenz, allá trabajo con pregrado y estoy en posgrados en la maestría también de transformación digital. Soy consultor, tengo una empresa que se llama Creategia y en Creategia, asesoro a empresas en sus modelos de transformación, en mirar cómo se adaptan a las nuevas tecnologías y ahora estoy de divulgador empresarial del de inteligencia artificial. Entonces, también estoy desarrollando ética modelos con inteligencia artificial para para las empresas y enseñando inteligencia artificial con mi escuela y tengo un medio de comunicación impulsado con inteligencia artificial también que se llama Pyme Noticias, por si lo quieren visitar.

Jenny: —también bienvenidos. Así es. Muchas gracias, Vladimir. Entonces, Iván, te damos la palabra. Se están presentando cada uno un poquito para conocernos y poder arrancar formalmente.

Ivonne: —bueno, hola, buenas tardes a todos. Mi nombre es Ivonne Díaz, soy psicóloga del Politécnico Grancolombiano, digamos que mi experiencia ha sido en toda la parte académica. Soy también trabajé en la Universidad Sergio Arboleda. Allá pude desarrollar toda la parte educativa en mi profesión, apoyé en todo el tema de admisiones inicialmente, luego apoyé todo el proceso de admisiones con personas con diversidad funcional.

Eh, digamos que en el proceso que estuve allá con la universidad y se logró el ingreso de dos estudiantes, uno con diversidad funcional dos, perdón, con diversidad funcional auditiva, que eso fue, muy importante para nosotros desde el área Admisiones, también trabajé con todos, fui coordinadora de Jóvenes a la U, de la Universidad Sergio Arboleda. Trabajé con todos los estudiantes toda la parte académica. Eh, estuve haciéndoles seguimiento y acompañamiento siempre desde esa parte y ahora me encuentro trabajando en la Universidad Uniagraria. Soy la coordinadora del área de Acompañamiento y Acogimiento Estudiantil.

Jenny: —ok. Muchísimas gracias a todos por su presentación. Entonces, vamos a entrar en materia ¿En qué consiste? Yo tengo preparado algunas preguntas para cada uno de ustedes relacionados, con el tema de competencias para el docente, ¿sí? Para dar un poquito contexto a Ivonne, como te comentaba Ivonne, esto es parte de un trabajo que estoy haciendo para la tesis de la maestría que consiste en construir un modelo de competencias de desarrollo profesional para los docentes, ¿sí?

Específicamente del programa académico de pregrado de Mercado y Publicidad de la universidad, en la cual estoy laborando que es la Fundación Universitaria Compensar, y por esa razón, están cada uno de ustedes porque cada uno de ustedes, tiene una experiencia de una área específica, de la cual sumaría un papel muy importante, para lo que es la construcción de este modelo que se suma con las experiencias, como les comentaba los demás, de unas entrevistas a profundidad que realicé con los docentes que, actualmente, se encuentran vinculados al programa.

Entonces, voy a empezar para hacer las preguntas obviamente de manera aleatoria, me refiero, primero le preguntaría de pronto a Diego, luego iría a la pregunta de Mónica, luego iría para Vladimir, luego de acuerdo a lo que está establecido según la experticia que tienen cada uno de ustedes. Entonces, acá lo importante es ser muy breves, muy concretos en su respuesta, cosa de que, podamos hacer el ejercicio y cubrir las preguntas que están establecidas, ¿hm? Entonces, Desde esa experiencia pedagógica que tienes Diego, ¿cuáles son las competencias pedagógicas específicamente que son esenciales que debería poseer un docente universitario en este momento?

Diego: —forma en la que se imparten los contenidos, también en cuanto el profesor Vladimir asumió el tema, también de la inteligencia artificial, las competencias comunicacionales de los docentes deben cambiar, básicamente ya todo el contenido está, la información está. Los profesores deben también tener esa esa esa capacidad, esa actitud también de poder transformar esos contenidos y llevarlos de una manera pedagógica a los estudiantes. Vemos que, tanto a nivel, digamos ya, en niveles por ejemplo de educación media hasta universitaria, se nota que hay una brecha que también se abren con los profesores a los estudiantes.

Los estudiantes ya no aprenden de la misma manera tradicional como lo íbamos haciendo anteriormente, donde te daban un texto, tú sacabas el texto, se concluían que personalmente sí considero que también, si es necesario esos debates que se armaban también, pero, la erupción de las nuevas tecnologías ha cambiado las reglas del juego. Ya un estudiante de pronto acepta o asimila mejor más un conocimiento, adquiere capacidades ya siendo, entrenándose de otra manera y la forma en la cual el profesor comunica, la forma de hacer las cosas puede trascender, básicamente, en los cambios que este estudiante puede tener ya a nivel que va avanzando la unidad de estudio, la asignatura que esté llevando.

Ha pasado también que, hay profesores que de pronto temen hacer ese cambio porque se acostumbran un poquito de pronto a la forma en la cual han venido enseñando muchos años y esa transformación de pronto les cuesta, Entonces, es esa adaptabilidad al cambio, también considero que es una, bueno, no sé si es una competencia, pero es una capacidad que es indispensable en estos tiempos en los cuales, digamos me parece que la tecnología, ya cambió las reglas.

Jenny: —okay, perfecto. ¿Cómo lo ves tú, Mónica, desde esa dimensión social que también es muy importante y por eso estás acá?

Mónica: —¿qué competencias sociales debe tener un docente? Bueno, estoy de acuerdo con Diego en el sentido en que, es rectificar todo lo hacemos con inteligencia artificial, absolutamente todo y que quizás no estábamos preparados para la rapidez en la que está llegando toda esta información y la medida en la que todo lo que se está generando a partir de inteligencia artificial. Y si cuando formulaste la pregunta, yo dije definitivamente, un docente en este momento tiene que ser altamente adaptable a estos contextos, también un poco, cómo entender que ese contexto en el que nosotros veníamos, tal vez, siento que somos personas, tal vez contemporáneas en edad.

Eh, de pronto ese contexto en el que nosotros estábamos, Diego lo decía, ya no venimos, en ese proceso de formación, sino que también que todo ha sido muy acelerado desde la aparición del internet y demás. Entonces, si siento que es una persona que tiene que moldearse fácilmente a entender que son generaciones distintas con contextos completamente diferentes en donde también el tema la interseccionalidad entre el género, la raza, el cómo me autopercibo como persona, ¿cierto?

También es algo que está, que incluso yo te decía ayer en algún momento, yo no tengo experiencia docente, respeto demasiado ese proceso, esa formación o lo que hacen los docentes, porque pararse delante de una persona a enseñar no es fácil y siento que esta persona debe adaptarse muy rápido, moldearse, entender ese contexto y sobre todo inspirar también a las personas que está a las que está rodeando, ¿no? A las que les está transmitiendo su conocimiento. Dado también en la evolución de las redes sociales en donde yo veo una historia inspiradora en un minuto, me vendes algo en un minuto, Entonces, siento que la persona este de docente, esa capacidad debe también girar en torno a todo este nuevo movimiento, a esta nueva, digámoslo así, un autor decía que esta nueva liquidez, esta nueva ligereza o esta rapidez, en la que en la que actualmente todo se está moviendo.

Jenny: —y sumado a eso, Ivonne, por eso es importante tu presencia acá porque desde el aspecto psicológico es fundamental. Entonces, ¿qué competencias psicológicas tú consideras que debe desarrollar un docente universitario?

Ivonne: —bueno, eso es una pregunta bien interesante porque teniendo en cuenta que le acabo Entonces, estoy continuamente con estudiantes. Siempre ellos manifiestan y lo hablo, desde lo que he escuchado que y me parece muy importante, es el tema de la empatía, de la humanización, porque es que a veces suele pasar que soy el docente, pero hay algunos docentes que se les olvida que aparte de ser docentes también son humanos y, qué situaciones que le pasan a los estudiantes hoy en día, que es tan vulnerable el tema de la salud mental, que hoy afecta mucho. Entonces, ese tema de del humanismo, de la

empatía, siento que es fundamental, es fundamental en las aulas, en los docentes universitarios porque además, ¿qué pasa? Los estudiantes vienen de la parte del colegio, que vienen protegidos, que está es tu segunda casa y si te pasa algo yo te cuido, si estás mal, entonces, va vete para allá.

Y acá el choque emocional y el choque de cambio de colegio a universidad impacta mucho, por todo, porque la autonomía y la adaptación y aparte como tratan a sus alumnos, ¿no? Entonces, yo considero que para mí es fundamental el tema de la de la empatía, de la humanización, eso son factores que se debe trabajar continuamente en docentes, que, pues siento que en eso a veces patinamos un poco.

Jenny: —y Vladimir, tú desde esa experiencia, obviamente, en esas dos áreas tan importantes y complementarias que es el mercado y la publicidad, ¿qué competencias específicas? en mercado y publicidad, hablando ya en la materia como tal de esas áreas, ¿consideras que son esenciales para los docentes en el programa de mercado de publicidad?

Vladimir: —claro está. Hubo algo que pasó antes de entrar en materia, con lo específico de las materias y es que la pandemia sí modificó, nosotros tenemos una pandemia y luego tenemos el lanzamiento de la inteligencia artificial, son dos hitos muy importantes en lo educativo. Porque recibimos chicos que tienen problemas de aprendizaje, porque tuvieron que hacer dos años, año y medio, inclusive muchos se graduaron del colegio virtualmente, empezaron año de colegio de universidad virtualmente y cuando los recibimos en las universidades recibimos niños, no recibimos ni siquiera adolescentes. Entonces, ¿qué es lo que sucedió?

Nosotros tuvimos que dar pasos atrás frente al tema de la exigencia y yo considero que se sumó mucho al concepto empatía del que hablaba Ivonne, pero nos obligó a adaptarnos a una realidad de estudiantes donde el criterio evaluativo, la exigencia que antes se podía dar, se podía pedir, no sucedió. ¿Sí? Porque muchos empezaban a decir, como, "Es que esto no lo vi". Entonces, hay tantos vacíos, lo primero que ha tocado desarrollar es que cada docente debe contextualizar desde qué ruta está trabajando su materia para que ellos puedan aterrizar de la manera correcta, porque si no, las pérdidas son brutales. Entonces, lo primero es que, la adaptabilidad frente al contexto, tanto del chico como de la misma materia.

Tenemos que hablar muchísimo de conceptos que no son conceptos inamovibles, porque ha pasado algo con respecto a lo conceptual en la comunicación, en el mercado y en la publicidad. Tenemos muchas vertientes, pero no somos muy exigentes a veces con las vertientes, entonces, se vuelve genéricas, los conceptos se vuelven genéricos. Ahí donde creo que el docente tiene que jugar mucho al contexto de los conceptos. Porque hay algunas vertientes, no todas y no están tan marcadas, lo conceptual es importante.

Entonces, casi que volvimos al glosario. En toda materia que yo dicto, yo considero que hay que crear un glosario que ayude a que los chicos adapten el contenido, entiendan que en cada materia puede

significar algo parecido, pero la aplicabilidad de ese concepto en ciertas materias es diferente. Entonces, también eso ha pasado. Lo que nos obliga a ser muy coherentes frente al discurso, tenemos que trabajar discurso y el docente tiene que tener un discurso claro. Y lo he visto con docentes en otros ámbitos, no necesariamente en las universidades en las que estoy, pero sí he tenido la posibilidad de estar en reuniones en los que veo docentes que creen por el muy ligero, por la coherencia de las materias, como que ah, todo mundo sabe que un objetivo Smart.

Y yo digo, "No, espérate, no, todo el mundo lo sabe". Inclusive, hay gente profesional con posgrados que no sabe que es un objetivo Smart y no lo sabe hacer tampoco. Entonces, yo creo que ahora toca, el reto es recoger de lo que sucedió, para poder hacer coherencia frente a los conceptos y a la forma en que se están aplicando en la realidad y fomentar el pensamiento crítico; porque también es algo que, no sé, que se dejó de trabajar en la pandemia, era justamente por el miedo que existía, entonces, algunas personas creen que exigir un criterio en un estudiante no se puede hacer, no, se tiene que exigir.

Yo creo que el estudiante tenga pensamiento crítico para que el día de mañana no se vaya a equivocar en una ejecución de una estrategia, de un desarrollo, de un concepto, porque las variables pueden ser variables, la empatía puede estar, pero es que aquí hay plata de por medio. Y esa visión entra con la última parte que quiero traer a colación, es que la creatividad la innovación hoy, desde el mundo del mercado y la publicidad está directamente relacionada con la productividad. Y no podemos pensar la creatividad y la innovación sin productividad, porque nosotros venimos de una sociedad que tiene la base económica en la productividad y en la empresarial. Y puede sonar a veces complejo, pero es que la realidad, es 1.5 millones de empresas que necesitan personas ayudando a vender y los países hoy están en crisis, justamente por ese tipo de cosas. Entonces, por ahí va para mí el criterio que los criterios que deben tener el docente en este momento.

Jenny: —okay, perfecto, Vladimir. Entonces, nuevamente, Diego, tú nos hablabas de un tema tecnológico que claramente es supremamente importante hoy en día en todas las áreas, para todos los cargos y, obviamente en la docencia con más razón. Entonces, teniendo en cuenta eso que nos decías, ¿qué papel juega la actualización tecnológica en el desarrollo de las competencias de los docentes?

Diego: —sí, para mí es transversal. Realmente, decía también Vladimir, el tema de la pandemia acelera un proceso o el proceso del avance tecnológico y nos lo puso de una, básicamente, que bueno, nos tocó operar de tal manera, en la cual los chicos no pueden salir, los chicos no pueden ir a la universidad, tenemos que encontrar la manera de entregar o seguir trabajando, seguir viviendo a pesar de que estemos encerrados. Y en ese sentido, las dinámicas y la relación de profesor alumno también cambió demasiado e incluso, también los departamentos de educación virtual de las universidades también empezaron a tomar

mucha fuerza y empezaron a ver realmente que, si bien ahorita, ahorita está más o menos 50/50 podría decirse, un poquito gana más la presencialidad realmente todavía.

La virtualidad está tomando una fuerza increíble, básicamente para todas las universidades. Y un profesor que no se puede adaptar a esta realidad básicamente se va, se va quedando también laboralmente, profesionalmente, académicamente, porque como le decía anteriormente, la comunicación y la forma en la cual los contenidos se transmiten, ya no es tradicional. Y es básicamente, la innovación en donde se busca esa transmisión de conocimiento y que los estudiantes ahorita, básicamente, o bueno, lo que yo también pienso a manera personal, tienen que aprender a saber, a hacer con la información que tienen.

Porque básicamente, la idea te lo dice todo, básicamente toda la información la tienes a la mano y un cambio radical es fundamental, precisamente, hacer que el docente aprenda a manejar los medios, comprender básicamente este entorno tecnológico, para llegarle a sus estudiantes, para que a través de una aula virtual a través de recursos, bueno, no sé, genial y H5P, bueno, los que sean, pueda transmitir un concepto y que el estudiante pueda asimilar y apropiarse ese concepto y, posteriormente, saberlo hacer, que también, otra de las competencias, yo diría, también importantes en este aspecto es el de la evaluación que anteriormente, lo teníamos, hemos concebido, bueno, básicamente va a comprobar a través de una hojita, un papel, usted me dice unos conceptos, bueno, esto sí va con tal, pero, ya obviamente esto teniendo estas herramientas, es un poquito complicado de verificar si el estudiante realmente, lo está haciendo o no. Y el tema, de estudios de caso de que el estudiante pueda acercarse a una proximidad de las cosas, al saber hacer, me parece que es el cambio que se puede hacer y una competencia tecnológica, que el profesor sepa desenvolverse en estos ambientes, yo no diría que es importante, sino que ya es fundamental, ya es implícitamente necesario.

Jenny: —okay, listo. Mónica, ¿tú cómo lo ves desde la parte social? ¿Cómo afectan esas competencias sociales, ese mundo, esa sociedad en la que nos encontramos actualmente tan diverso, tan conflictivo? ¿Desde ese punto social, tú cómo crees que afectan esas competencias a los docentes y a esa dinámica que gira en torno al mundo que estamos viviendo ahora?

Mónica: —claro, ahí de nuevo retomando un en cierta parte lo que decía Vladimir y uniéndolo con lo que también dice Diego y es que también hay que entender que ahorita, los chicos que están ingresando a programas de pregrado son cada vez más jóvenes, ¿no? Son chicos que se están graduando a muy temprana edad, es como chicos que están graduándose del colegio 15, 16 años y que se tienen que enfrentar, como decía a una nueva realidad, me pasó porque tengo una sobrina justamente que está pasando por ese proceso, entonces, fue enfrentarla al mundo sola y es que cada vez están graduando más jóvenes y es justamente este tipo de docentes debe adaptarse a este tipo de entornos y de decía Diego, es fundamental, ¿no? Yo creería que ya la actualización tecnológica es obligatoria, es obligatoria en estos

procesos porque, si no se adapta la persona, el docente no se adapta a ese entorno, va a ser muy difícil poder comunicar, transmitir, va a ser muy difícil poder llegar a dejar su contenido.

Ahora, siento también que aunque se ha vuelto mucho fue la presencialidad, hay mucho en la virtualidad y se perdió también mucha esencia de ese proceso de enseñanza en el que la persona, preparaba su clase iba, dictaba la clase, hacía el procedimiento de la evaluación y ahora es como no sé, se siento que todo esto también ha sido tan permeado por esa facilidad que ofrece, incluso, ya en este punto la inteligencia artificial que, simplemente ya todos tenemos que estar hablando, este tipo de lenguaje, ¿no? Entonces, sí siento que de nuevo ese proceso de adaptabilidad debe ser muy rápido y que no lo puede hacer, simplemente está por fuera y siento también que, eso ya también incluye nuestras dinámicas diarias, cotidianas, porque todo el tiempo lo estamos haciendo todo a través del celular, de WhatsApp, de envío ya es así, no tienes WhatsApp, entonces, cómo te envío la información. Eh, entonces, siento que si tiene que adaptarse ya es casi un proceso obligatorio, incluso ya dicen los bebés de estas generaciones ya vienen con el chip incorporado, entonces, ya es muy difícil desligarse y no pensar en la tecnología ya no como herramienta, sino como algo necesario para estar en el cotidiano.

Jenny: —sumado a eso, entonces, si desde esa parte psicológica y con todo esto que hasta ahora hemos conversado, ¿tú cómo propones o cómo podrían los docentes desarrollar precisamente inteligencia emocional para poder mejorar su práctica docente? ¿De cómo involucrarías ahí la inteligencia emocional en los docentes?

Mónica: —bueno, es que ese es un tema digamos lo que abarca muchas cosas en la parte digamos lo que el tema de implementar la inteligencia emocional. No solo eso es para todos los docentes, presencial, virtual, pero sí creo que eso es un tema de reforzar desde la presencialidad para llevar a la virtualidad porque lo que pasa en la virtualidad es mucho más complejo trabajar eso, porque, al fin y al cabo esto es que acá estamos nosotros, pero la información cómo la procesó yo desde este lado, desde este ángulo, que es diferente a lo que está de manera presencial.

Entonces, también hay que tener en cuenta una cosa y es que hay un tema muy importante, hay que manejar el tema de la inclusión en la parte de tecnología actualmente. Y es el tema de que No todos los docentes son tan hábiles en esta parte, ¿no? Porque a unos se les facilita un montón y entonces, hoy estamos manejando mil herramientas, pero no todos lo entendemos, no todos lo manejamos. Y es ahí cuando tenemos que empezar a trabajar eso.

Por eso a mí siempre me van a escuchar decir eso, la empatía. Lo que para ti es fácil, para mí no lo es. Y eso es lo que se tiene que trabajar. Porque imagínate, llegamos a la pandemia, empezamos a trabajar virtualidad, empezamos a trabajar que con archivos compartidos, que lo uno, que lo otro, pero había

docentes que en su vida, si acaso ahora espera ser correo electrónico. A duras penas. Entonces, compartamos el archivo, subámoslo a la nube. Eso es parte también de empatizar con el otro, ¿no? De claro, yo entiendo que no es fácil, que hoy en día todos manejamos nuestros archivos en las nubes, ¿no? Hoy en día todos los manejamos. Hay dos veces que todavía no lo maneja. hay docentes que les cuesta, así nada más, como entrar a las plataformas, a las aulas virtuales o entrar al simplemente al programa que una institución maneja en contexto general y les cuesta. Entonces, yo creo que eso es más de sensibilización de prevenir desde antes, no cuando estemos ya ahí en la en el tema, sino que eso se debe venir trabajando desde mucho antes.

Más que digamos lo que la inteligencia emocional es la sensibilización para entender que todos hacemos las cosas desde otro punto de vista, que todos aprendemos diferente y que todos manejamos las herramientas de manera diferente. Eso es lo que a mí me parece importante, lo que para el uno es fácil, para el otro no lo es fácil, la reunión es en *Teams*, algo tan sencillo como una reunión en *Teams*. Hay muchas veces que uno se conecta y hay dos veces que no dan, que el micrófono, que la cámara, que lo uno, entonces, son esas cosas que nosotros también debemos empezar a sensibilizar, ¿no? Lo que para ti es fácil, puede que para mí no lo sea.

Jenny: —okay, muchas gracias. Bueno, continuando Entonces, Vladimir desde esa experiencia nuevamente retomando el tema de mercado y publicidad, ¿cuáles serían esas habilidades, Vladimir, y destrezas de un docente? que enseña mercado de publicidad. Para ti, ¿cuáles serían esas habilidades y destrezas concretas que debe tener un docente que imparte asignaturas en mercado de publicidad? Pero en el caso de las habilidades y las competencias enlazadas con el tema de lo tecnológico o en general.

Vladimir: —en general, en general. Okay, mira, lo primero es adaptabilidad, ya lo habían comentado, pero para mí es fundamental la visión de la adaptabilidad, porque no solamente el estudiante es diferente, sino porque los temas que debe abordar, el docente tiene la capacidad de adaptarse a la temática. Muchas veces, los modelos que creamos los docentes a veces son demasiado rigurosos y yo sí creo que los docentes, para esta generación que viene, tenemos que ser muy disruptivos a la hora de construir las metodologías de enseñanza. No siempre tenemos que estar buscando linealidad en los procesos, a pesar de que muchos de ellos si quieren todo el tiempo tener claro hacia dónde van, algunos alumnos son como démelo uno, dos, tres, profe. Y yo soy de todo lo contrario, ¿no? Yo le dije, "No, vamos con el dos, luego con el cinco que no estaba planeado, volvemos al uno". Porque en el mundo real a usted no le van a dar linealidad.

Y ahí es donde llega la siguiente habilidad y es poder inculcar en los chicos, inspirar en los chicos que la realidad es y que la universidad los debe preparar para esa realidad que es diferente, que no es el colegio, entonces, la universidad da, entonces, tenemos que tener docentes que siempre estén invitando a

que se acerquen a la realidad y no a protegerlos de la realidad, que yo les enseñe lo básico, para que ellos entiendan y ya, no, entiendan, pero miren que ahí está pasando algo más. Creo que los docentes sí tienen que acercarse efectivamente, a crear metodologías cercanas a lo tecnológico en todas las categorías. En todas, porque los docentes de Mercadeo y Publicidad, primero tienen un concepto en la cabeza a veces más presente que otras áreas y es el tema de la globalización, que aunque diríamos que ya pasó, internet amplifica todo, entendemos que todo es global, pero realmente los docentes tienen que pensar desde la globalización, ¿no? Estamos pensando en un mundo que es muy grande y todos pertenecemos a ese mundo, entonces, ese lenguaje globalizado lo debemos trabajar también.

Y sí, invitar a la experiencia de vivir lo que significa mercadear, porque cuando uno habla de mercadeo cree que solamente, es lo estratégico y si el mercadeo no está visto en el factor de promoción para la venta o para la transacción, podría estar generando personas que no lleguen al éxito porque no están pensando la materia o las materias como son. Y es que al final en la realidad esto tiene una conversión. Tú pagas, yo me convenciste, yo pago, me das y ya. Entonces, que en esa lógica deberíamos estar los docentes. Y obviamente, todo el uso de tecnologías, la deberíamos tener, los de mercado de publicidad.

Deberíamos estar conectados con las tecnologías porque es que el mercado de la publicidad es comunicando. Y la comunicación, hoy por hoy, a pesar de que hablemos de la comunicación *one to one*, el uno a uno, también estamos globalizados y estamos conectados tecnológicamente. Entonces, los docentes sí debemos tener un compromiso con nuestros estudiantes de estar actualizados en tecnología. No solamente en el uso, planteaba Ivonne, de que hay profesores que no lo sabían hacer, de acuerdo. Estoy de acuerdo, pasó. Pero hoy por hoy tienen, hoy un profesor que no esté manejando híbrido en la cabeza. No lo van a llamar después. Sí, ahí hay una obligación, tenemos que estar ya metidos en esa lógica de tenemos que estar conectados, tenemos que aprender a hacerlo, porque si no en cualquier momento, llega la siguiente generación y esa siguiente generación sí viene conectada con eso, Entonces, va a empujar y ahí donde van a decir, "No, no te adaptaste". Y ahí es donde el tema de la adaptabilidad que hemos hablado al principio. No sé si estoy resumiendo bien las habilidades, pero, es la línea que yo veo en ese espacio.

Jenny: —okay, aparte de las habilidades que debe tener el conocimiento que debe tener. Okay. Dinos, Mónica, sí.

Mónica: —pues no siento que sea una habilidad tal vez obligatoria, pero siento también un poco que todo este proceso docente exige al mismo docente, incluso a hablar otro idioma, ¿no? Otro lenguaje, el inglés. Y justo, es ese manejo también de los idiomas porque, ahora, te hablan todo el tiempo en inglés, Entonces, si no estás tan bien, la vanguardia de esto, de esto que te está exigiendo, esta misma, este mismo

contexto, te quedas atrás como dice Vladimir, hay una brecha gigante en una persona que ha hablado inglés o que es bilingüe o una persona que no lo es. Entonces, no sé si, entra dentro de una habilidad, Jenny, pero, es algo que también hay que tener ahí presente y justo dentro de una carrera Mercado y Publicidad, diría yo, tendría un mayor, sería mayormente valorado el proceso de dominar una segunda lengua.

Jenny: —okay, sí, perfecto, totalmente válido y, así es, efectivamente. Complementando esto, Diego, te iba a preguntar un poco más desde la pedagogía asociada un poco al diseño instruccional, que es un tema bastante importante en la construcción como tal, ¿cierto? Entonces, tú cómo crees o qué competencias el docente universitario podría realmente estructurar para hacer una mejor planificación didáctica, ¿sí? primero que todo y con qué metodologías de diseño instruccional podrían facilitarle ese proceso a ese docente universitario que, eso es un tema muy muy pedagógico.

Diego: —sí, en cuanto a la especificidad es básicamente establecer un patrón de jerarquías. Me ha pasado, por ejemplo, que hay profesores que saben de un tema, conocen mucho sobre un tema, pero llegado el momento de plasmarlo, por ejemplo, a nivel de instruccional a la virtualización, no saben por dónde empezar. Entonces, por ejemplo, establecer un patrón de jerarquizaciones, luego llegar a ser, ya un poquito más específico en planteamiento de logros, micrologros y unos resultados de aprendizaje que se espera que él llegue a buscar. Aquí cobra también mucha importancia el aspecto de la evaluación. Se hace complicada a través de los medios virtuales en los cuales tú realmente, no sabes si es una persona la que está realizándote la prueba. La persona que está hablando, la que está haciendo la prueba. Entonces, bueno, si bien hay soluciones tecnológicas que es a través de bueno de reproductor de algunos seguimientos que se pueden hacer a través de la web o de aplicaciones.

El tema también de llevar a la práctica, el saber hacer me parece que es importante en cuanto a lo que es, creo que lo decía Mónica en algún momento, si bien los componentes virtuales y ese diseño institucional que se hace para esos ambientes, no pierdas cierto punto de interacción de comunicación humana porque eso, finalmente, le brinda esa retroalimentación al estudiante y el componente experiencial que puede tener un profesor, puede ser crucial para la carrera, puede ser inspirador también para un estudiante. Entonces, en ese sentido una guía y una parametrización básicamente del procedimiento que se va a hacer a la hora de elaborar un ambiente, un Sí, un AVA, básicamente.

Debe ya regirse también por, eso también viene a nivel normativo, bueno, de cómo está compuesto el programa, el plan de estudios, el currículum de cada uno que se busca, pero también dentro de ello también, manejar lo que es el currículum oculto y básicamente cómo cada profesor puede personalizar su ambiente y cómo puede encontrar la mejor manera de llevar un conocimiento a una práctica virtual. Es que en la teoría suena bonito, a veces es difícil lograrlo porque hay profesores, hay gente para todo y hay

profesores que lo consiguen de una manera muy fácil, se les hace sencillo poder hacer un ambiente, poder comunicar específicamente, por ejemplo, he pasado con profesores que tengo de publicidad también, que básicamente su habilidad es saber comunicar, saben enviar un mensaje, saben llegar al estudiante, saben por dónde ir. Pero en cambio un profesor, de pronto de estadística, no encuentra otra manera que es hacerlo como siempre lo ha hecho toda la vida, un procedimiento así, esto se desprende de tales modelos estadísticos, tal. Pero es algo que se puede conseguir a partir, por ejemplo, de unos de unos estándares, de unas aclaraciones y posteriormente, también de un componente pedagógico para enlazar básicamente lo que se busca de los profes y lo que se busca institucionalmente.

Jenny: —Para todos, no es el mismo lenguaje, pero integrando todo esto, Mónica, ¿tú cómo podrías identificar cuál es el papel que juega la diversidad en el desarrollo de competencias de un docente ¿Cómo lo podríamos ¿Cómo podríamos hablar de la diversidad en términos de esas competencias docentes?

Mónica: —sí, es bien importante esa pregunta y, de nuevo es que yo me paro mucho en el contexto, ¿no? Y es entender que ahora, nada, perdón, los chinos se autodenominan de todas las formas posibles y, digamos que entender un poco esa diversidad, ¿cierto? Y darse el espacio de entenderla, de conocerla, de sí, ese proceso siento que no es incluso tan fácil cuando no se tiene una mente tan abierta a poder entender cómo es el otro, ahí volvemos a la empatía. Eh, si no es posible en mi cabeza entender cómo para otra persona autoperibirse de una forma, es complicado poder transmitirlo, ¿no?

Y siento que los programas no solo en el pregrado, sino en el posgrado e, incluso, desde el colegio un poco del poder entender ese cuán diverso es el otro y no solo en cómo nos percibimos en temas de género y de sexualidad, sino lo que decía también Ivonne, es a mí, me cuesta aprender un montón una cosa y siempre he hecho la actividad de una forma, planteo metodológicamente un currículum estudiantil de cierta manera, regido bajo un lineamiento un paso a paso, siento que sí, que si no se tiene esa posibilidad de expandir la mente, para entender que todos somos absolutamente diversos, que tenemos unas capacidades completamente diferentes, si este docente no tiene esa capacidad de entender toda esa interseccionalidad con la que vienen las personas, los estudiantes, es bien difícil poderlo plantear.

Siento que es un tema, es un reto muy grande, que tal vez en unos años sea más fácil empezar a entenderlo, pero ahoritica hay tantas maneras de autoperibirse y autoentenderse siento que es bien complejo poderlo definir en una sola oración, una sola frase. No sé, es complejo. Para mí es complejo.

Jenny: —okay. Vladimir, querías decir algo.

Vladimir: —sí, justamente de lo que está comentando Mónica. Para mí el hecho de que los chicos puedan tener estas opciones de decidir siempre ha sido una reflexión que me ha tocado porque además tengo un adolescente de hijo, ¿no? Entonces, la forma en que ve el mundo no es la forma como yo la vi y

para mí, eso ha sido todo una reflexión y tengo estudiantes que son más o menos de la edad de mis hijos. Entonces, ver y entenderlos, escucharlos e incluso, cambiar la forma de decir ciertas cosas es el proceso de adaptabilidad. Digamos que yo no, por qué no lo llamo empatía. Porque es que la empatía me obliga a involucrarme y no siempre lo voy a entender. Como docente y por la edad que tengo, no soy muy viejo, pero por la edad que tengo, yo lo veo y digo no lo entiendo, pero lo respeto, respeto que hay una búsqueda de identidad de alguna manera. La búsqueda de identidad de cada generación ha cambiado. Inclusive antes la gente se identificaba por la música. Entonces, yo con los chicos me burlo y les digo, "Bueno, ¿quiénes son los keipoperos de aquí? ¿Quiénes son los del Army?".

Entre ellos se quedan mirando, cómo de qué está hablando el profesor y se levanta uno de los grupos y dice, "Profe, yo soy Army". Yo, "Ah, okay". Entonces, me preguntan los alumnos, si usted por qué sabe que yo estoy metido en el mundo del adolescente, porque si no lo entiendo, obviamente va a pasar lo que les pasa a muchos docentes, que llegan a una clase, no encuentran una frase en el tablero y no entienden. Y piensan que es grosería o que, entonces, el tema es a veces no alcanza la empatía, sino es la adaptabilidad, esto es sí, es entender que eso está pasando.

Y ahí sumo algo que no he dicho y es el tema de la inteligencia artificial que la han mencionado mucho. Yo hoy por hoy, lo que le enseño a los chicos es cómo la inteligencia artificial no les ayudan en las tareas, sino cómo la inteligencia artificial les puede ayudar en la vida. ¿Por qué? Porque la inteligencia artificial, si no la sabe usar, le arregla la vida. ¿Sí? le arreglan la vida de maneras, en la alimentación, en el horario, en la forma de manejar los procesos. Estoy hablando a nivel personal. ¿Sí? Entonces, yo papá, a mi hermana, a mi esposa, a cada persona que yo conozco le digo, "¿Usted está usando?" No. ¿Usted qué hace en la vida? Yo hago esto. Mire, esto le puede solucionar de esta manera, de esta manera, de esta manera.

Y se quedan como ella, nadie me había dicho esto y yo, ¿por qué le tengo miedo a esto? Dice, "No tengo ni idea, pero yo entre más personas estén entendiendo que esto es un proceso de adaptabilidad, de toda la humanidad, no va a quedar por fuera, ¿sí? Y tenemos que evitar que mucha gente quede por fuera, porque ahí es donde va a haber el gran miedo que todo el mundo tiene y es que unos van a estar acá con un conocimiento y otros van a estar aquí arriba. Entonces, ahí es donde vamos a ver las diferencias de salario, las diferencias de oportunidades que, hoy por hoy son miedo, pero que más adelante pueden ser la realidad para los chicos. Entonces, ahí es donde que el tema de la inteligencia artificial me sigue dando vuelta así es. La adaptación del docente es en que la tiene que ser el primero en usarla, el primero en preguntarse qué está mal y ahí un punto adicional, el pensamiento crítico realmente se puede formar con inteligencia artificial, sino que yo no evalúo al estudiante o yo no lo hago, yo no lo evalúo desde la lógica del resultado de la inteligencia artificial, yo lo evalúo desde cómo se comunicó con la inteligencia

artificial, ¿qué fue lo que creó? ¿Es la forma en la que en la que realmente yo hago la evaluación de un de un estudiante?

Jenny: —así es, correcto. Bueno, y complementando esto, Ivonne, desde todo esto que hemos conversado hasta el momento y algo de lo que estaba diciendo Vladimir, específicamente, ahorita era ese punto entre esa relación docente estudiante, ¿cierto? Y en esa relación, Ivonne, ¿qué papel juegan esas relaciones docentes estudiante en la motivación y en el rendimiento académico?

Ivonne: —bueno, algo que hablábamos hace poco era referente que muchas veces la motivación a veces, para hacer las cosas no es tanto la motivación, sino es acción. Esa acción que muchas veces tanto a docentes como a alumnos, sirve más esa acción que esa motivación. Primero, para tener una motivación muchas veces hay que primero tener una acción. Entonces, digamos que algo puede que sea importante y que, tanto el docente como el estudiante, los dos deben tener motivación, ¿no? Porque uno puede amar su profesión, uno puede amar lo que hace, pero muchas veces a uno se le va la motivación y más trabajando con adolescentes, con estudiantes, que es tan difícil porque yo no sé si les ha pasado que, en mi caso, uno se para a hacer un taller y uno siente que, parece que no estuviera sola, que no viera nada y uno busca la forma, la acción de activarlos, de bueno, motivarlos, de conectarse con ellos que es muy difícil y yo decía hace poco, la semana pasada, precisamente, tuve unos talleres y decía que difícil es la labor del docente.

Pararse ahí y tener al menos la atención por dos horas, qué difícil, ¿no? Entonces, yo siento que para tener motivación, tanto el estudiante como el docente, siempre debe saber cómo preguntarse para qué quiero esto o con qué quiero con esto. Porque como les digo, a veces la motivación no está. Admiro mucho la docencia porque muchas veces la motivación no está. Muchas veces, llegar a al aula y ver que lo que tú llevas y miren que eso se ha perdido muchas veces. En los docentes, hay docentes que van porque, porque es el trabajo. Pero motivación ya no hay, porque a veces el mismo estudiante hace que se pierda, el mismo contexto en el aula también hace que se pierda. Entonces, es trabajar más que todo en la acción, es el pensar si yo me voy a parar allá, con qué objetivo lo hago.

¿Qué espero? ¿Qué espero pero más de mí? No espero de los demás, porque muchas veces si yo me pongo a esperar en los demás, ahí me voy a quedar y ahí se me va la motivación, se me va la acción y se me dan las ganas de todo. Pero, si es cuestión de pensar, bueno, ¿qué quiero de mi parte, de mi profesión, cuál es esa motivación, Yo me voy a parar allá. O cuál es mi acción para tener esa motivación viva, ese espíritu vivo. Yo creo que es eso, ponerlos a analizar el por qué quiero, el por qué, qué es lo que me motiva o cuál es mi acción para estar aquí.

Jenny: —ok, bueno, super válido. Y de todo esto sumado a esa acción, a esa motivación, a esa empatía, Diego, desde esa parte pedagógica, ¿cuáles serían esas estrategias? Que tú podrías visualizar que

serían más efectivas, que tú has observado desde tu experiencia y desde lo que, obviamente, la dinámica que te rodea actualmente. ¿Cuáles serían esas estrategias pedagógicas que serían más importantes y relevantes para la enseñanza universitaria?

Diego: —pues bueno, básicamente, aunque si bien cada profesor o cada por ejemplo, cada programa tiene su particularidad, hay docentes que hacen un quiebre también, eso tiene que ver también mucho con la personalidad que maneja cada docente. Estrategias, por ejemplo, hay una que siempre me ha gustado o bueno, que he visto que algunos profesores hacen, es cómo motivar, presentar un caso de curiosidad, de un dato, alguna cuestión que genere relevancia, que sea actual, básicamente un tema, si un día les estás hablando con un profesor básicamente con el tema este de Trump y los aranceles. Eh, bueno, y cómo meto esto acá, que el comercio exterior, que bueno, es un pregrado en negocios internacionales. Bueno, entonces, estamos aquí en Colombia, entonces, mirémoslo lo desde lo del café. Entonces, metamos el tema del café, empecemos a hablar de café que aranceles se les paga, con un tema actual y ya el hombre después de que tenga los estudiantes contextualizados, en este tema, viene a aplicar conceptualmente, todo lo que tiene que decir sobre una política, bueno, ahí me explicaba más o menos qué era lo que quería hacer.

Entonces, ese componente o esas estrategias de llegada, de esa enseñanza hacia los docentes, hacia los estudiantes, ese componente de motivación y curiosidad. lo que primero impacta o que he visto que los estudiantes como que les llama la atención. Porque en contraste con otros profesores que bueno, ahí, no quiero ser muy, señalar, pero digamos que los profesores que ya son un poquito más veteranos, que ya vienen enseñando de cierta manera, llegan de una vez y se paran al tablero y empiezan, bueno, hoy vamos a ver con políticas de conducta. Vamos a revisar. Entonces, que se vuelve una dinámica, en la cual los chicos de ahora no es buena, si están ahí es porque, les toca estar ahí, pero siento que al finalizar no aprenden, porque bueno, digamos que no tengo mucho contacto con los estudiantes, pero uno los escucha por los pasillos y demás, quejándose de los profes que no, este profesor, no enseña de tal manera y uno hace el contraste, de pronto con otros profesores que también baja y que, sí aplican unas estrategias más no son novedosas, pero, que sí impactan realmente al tema del estudiante.

Y particularmente, por ejemplo, ya lo que es publicidad, todo este tipo de temas considero yo, deben llevar este componente, también esta chispa de saber transmitir, de saber enviar mensaje, capturar la atención. Y eso, digamos ese componente también, los estudiantes lo tendrían que poder vivenciar a través de la experiencia que tiene el profesor. Que obviamente, en ningún momento, estoy diciendo que la teoría no es importante y que hay que dejarla de lado, porque no, eso es un componente que se tiene que ver, sino que evidentemente también, el profesor debe tener algún estilo de pedagogía, debe tener alguna pedagogía porque, pasa muchas veces que, de pronto, hay personas que van directamente del sector a un

aula, sin haber hecho esa mediación de pronto con un estilo de aprendizaje, vamos a ver a estudiar un poquito más o menos de qué tipo de escuela hay o algo así, para poder plantearse ese discurso y saberlo llevar, porque, digamos eso también considero que estructura todo el contenido que se quiere dar en un salón de clase. Sí, total, total y, es parte de los escenarios que pasan en nosotros aquí también pasa mucho. El docente llega de su de su experiencia laboral la lleva al aula, pero desde la parte pedagógica hay muy poco o nulo conocimiento, desde esa parte pedagógica pasan muchos contextos y en muchas instituciones, es verdad, es verdad, así es.

Jenny: —y suma a eso entonces, Mónica, desde esa otra vez desde esa postura social, ¿qué estrategias tú visualizas o sugieres para fortalecer al docente y lo que lo rodea? Que es lo que nosotros denominamos comunidad académica, ¿sí?

Mónica: —todos aquellos que hacen parte de una institución de educación superior, desde los padres, desde los directivos, desde los docentes, desde los administrativos, como cualquier organización que, también tiene su estructura muy similar, ¿cómo qué estrategias tú podrías sugerir para fortalecer, ¿sí? Desde ese componente social. Y yo siempre he sido partidaria del aprender haciendo, es decir, romper el aula siento que es una forma muy vital, muy poderosa de enseñar y de aprender. En el sentido en el que bueno, nosotros acá en por Colombia y hay algo que se llama la extensión rural que es una disciplina, sí, es prácticamente una especialización que se hace que algunos profesionales, sobre todo son técnicos veterinarios hacen mucho, se llaman escuelas de campo. Nosotros y desde la extensión rural, ellos hacen mucha transmiten mucho conocimiento a partir de estas escuelas de campo que son, te hablo desde el sector por sí con la que es donde lo he visto.

Entonces, cogen a las personas, las sacamos de la ciudad, las llevamos a la granja porcícola, se embarran los pies, se untan las botas y tienen ese conocimiento vivo de primera mano, que siento que por eso te decía cómo romper el aula, romper las cuatro paredes del aula, siento que es un proceso demasiado poderoso y que sin duda, las veces que yo estuve en mi pregrado y que tuve la posibilidad de salir a campo, te vas a enterrar. Yo solamente fui una visita de campo en mi pregrado y, por eso, hay mucha gente, uno dice, hay mucho antropólogo de asiento, mucho sociólogo de oficina, justo porque no se fomentó más, estas habilidades de poder ir a campo, de conocerlo, de interactuar con las personas que están allí, cotidianamente.

Entonces, siento que poder romper el aula, la formalidad del aula siento que es algo poderoso, aprender el aprender haciendo, el aprender cómo se hace eso, más allá también del concepto sí, claro, esa teoría es absolutamente fundamental, pero esa práctica es necesaria porque, eso fue tal vez uno de los choques que yo tuve en mi carrera y cuando salgo profesional a enfrentarme a la elaboración de un indicador social no sé, no sé cómo hacerlo. Entonces, yo me hecho que con eso que yo dije, "No sé cómo

hacerlo". Me tocó aprender, me tocó hacerlo, pero sí siento que romper la formalidad del aula, romper esa formalidad también es bueno, en ese momento el docente era el que tenía todo el conocimiento, ¿cierto? Eh, siento que romper esas estructuras, es vital y siento que eso es a la larga lo que a ti te genera el conocimiento.

Jenny: —ok, bien. Y bueno, desde tu alcance como psicóloga, ¿qué estrategias tú sugieres para precisamente para mejorar esa práctica docente, ¿sí? Desde tu punto de vista, ¿cuáles sería esa apuesta que tú haces y dices, "Estas son las estrategias que se podrían recomendar ¿Sí? Para para desarrollar, obviamente, todo eso que veníamos hablando y creo que eso lo resume un poco también cómo la resiliencia tiene que ser como tal, el docente en su ejercicio.

Mónica: —bueno, yo considero que siempre hay que formar a los docentes en esta parte, la parte humana. Siento que eso es también parte fundamental de la institución en que se encuentre. Lo que decía acá una de mis colegas o compañeros. El tema de trabajar mucho en la comunicación asertiva, en saber llegarle a los estudiantes, en saber tener una buena comunicación, el tema de la adaptabilidad es importantísimo tanto, no solo es del estudiante, sino también del docente, adaptarse a sus nuevos grupos de trabajo, tener en cuenta que todos son diferentes, esas son cosas que a mí, me parecen fundamental el tema de formar a un docente y que se debe hacer continuamente.

¿Por qué? Porque es que hay veces que pasa que lo hacemos una vez cada dos años. O sí, eso no, eso es a nivel institucional, universidad, se debe hacer cada semestre, se tiene que reforzar conocimientos sobre comunicación asertiva, adaptabilidad, pensamiento, lo que decían ahorita del pensamiento crítico también, no es solo para los estudiantes, es también para el tema de la docencia. Entonces, eso a mí me parece que siempre estar actualizándolos en información, porque como profesional se tiene que estar actualizando; asimismo, considero que los docentes también deben estar actualizándose en ese tipo de herramientas teniendo que, hoy en día, salen teorías o se transforman las teorías. Entonces, siento que eso es importante trabajarlo semestralmente. Siempre es importante reforzar, recordar. Recordemos que, al fin y al cabo, en la práctica, en el estar recordando es que uno empieza a desarrollar. No es solo una vez cada dos años porque a uno se le olvida. ¿No es? Hay que estar continuamente y brindarles herramientas porque es que, a veces a uno le da duro, pero ¿qué hacemos nosotros con los docentes? Uno los forma, uno les brinda herramientas, Entonces, eso es continuo, eso es una pensada continua.

Jenny: —ok, perfecto. ¿Y tú cómo lo ves? Vladimir desde esa experiencia, no solamente como docente, sino también como empresario, ¿sí? Que tienes esos dos enfoques. ¿Qué estrategias realmente podrían mejorar esa práctica docente en esa visión que tú tienes tan complementaria, ¿no? Desde tu visión como empresario y también como docente.

Vladimir: —yo creo que hay que manejarlo desde el caso de estudio que planteaba, por ejemplo, Diego. ¿Sí? El caso de estudio ayuda a que ellos aterrizen mucho en la realidad y que tengan un *feedback* adecuado. Creo que la retroalimentación del docente no se puede quedar exclusivamente en la nota porque lo que yo he notado y eso sí lo he notado mucho es que los estudiantes se acostumbraban a la no retroalimentación. Inclusive, no les gusta la retroalimentación pública. Y yo al caso tengo una discusión con un par de colegas diciendo es que está prohibido en la universidad, y yo cómo así que está prohibido esa retroalimentación, es que yo la hago entonces, tengo treinta alumnos, tengo que dar en el momento en que estoy viendo el error tengo que decirle, "No, eso toca aquí". Y así, todos aprendemos, esa fue la lógica en la que a todos les dije, "Todos aprendemos de todos". Inclusive, a muchos de ellos he jugado con una metodología de voy a evaluar la capacidad que ustedes tienen de evaluar sus trabajos, pero el trabajo del otro.

Entonces, he puesto evaluar todo el grupo a todo el grupo y al azar. Entonces, usted pasa y usted le va a evaluar el trabajo a esta persona. Inclusive, aparece el trabajo y no viene el nombre de la persona. Evalúe el trabajo. Dígame usted qué ve bien, qué ve mal, qué no puede hacer, qué no haría. Porque cuando uno es colega en el mundo real, uno le tiene que evaluar a los colegas el trabajo también. A mí me llegaban mis colegas y me decía, "Hola, ¿usted qué opina de esto?" Y yo, "Déjeme ver". Uy, no, chino, pilas, esto está mal, esto está bien, esto está chévere, esto. Sí, esa lógica de lo colaborativo debe estar en la primera faceta que debería estar, ahí conectada está primero el caso de estudio, pero el caso de estudio con retroalimentación es válido un proceso interesante en el modelo de aprendizaje.

Dos, algo que yo sí he visto y que lo valoran mucho los estudiantes hoy, es que sean casos de cosas que les puedan llegar a interesar o que tengan relación con ellos. Entonces, lo que yo hago es encuesta de cuáles son las marcas que están utilizando ahora nuevas nuevas cosas. Entonces, cuenten historias, no solamente, el docente trae historias, sino que ellos saben también de lo que les gusta. Entonces, escuchar al estudiante también, se puede convertir en un arma poderosa, porque cuando uno los escucha y dicen, "Mira, es que ahorita las chicas están con trendy, no sé si las conocen". Entonces, es una marca de maquillaje y esa marca de maquillaje fue inventada, el modelo y se conocen toda la historia. Entonces, yo traigo la historia y le digo, "Bueno, ¿qué es lo bueno de la historia?" ¿Qué es lo malo de la historia? Y eso cómo nos afecta a nosotros. Ustedes pueden replicar ese modelo y ahí es cuando entramos con modelos de negocio.

Entonces, creo que el ahí el docente justamente, no siempre tiene que sabérselas todas, pero sí tiene que saber escuchar a sus públicos para que con sus públicos pueda traerlos a eso que les interesa a ellos, yo sé que es difícil y cuando escucho yo le digo, "Sí, a veces hay grupos muy difíciles". Y ahí entra una lógica de las metodologías nuevas. Hay que pensar, que hacer trabajo desde el pensamiento visual y de la

cocreación. Yo estoy, yo me especialicé en temas de cocreación. Entonces, yo llego a la primera reunión y yo no me presento. Yo llego es con tarjetas, creo que Jenny de pronto tuvo alguna vez contacto, con usted, inclusive creé metodología. Yo tengo una metodología creada por mí con tarjetas, lo que yo hago es a cada uno le entrego una tarjeta y la forma que me presento es, soy Vladimir Clavijo, ya me tocó esa tarjeta y voy a responder la pregunta y ya, y después de que todos responden arranco la clase y todos se quedan como... no nos vamos a presentar y no tenemos un semestre para conocernos, arranquemos porque estamos tarde, eso también va liberando poder romper el esquema, sí es una invitación al docente en la práctica, que es por ahí, para no extenderme mucho.

Jenny: —Ok, listo. Vamos con las dos últimas preguntas que son casi que es la misma para todos que, con eso ya cerraríamos este conversatorio. Y es ¿qué tipo de formación ustedes consideran debería priorizarse hoy en día a hoy? Año 2025, ¿qué tipo de formación debería priorizarse para los docentes universitarios? ¿Quién quiere empezar?

Participante. yo considero que lo que dice Vladimir lo que te ha venido contar, todo el tema de la inteligencia artificial es superimportante que hoy en día se tenga, siempre presente. Más allá de la carrera, todo claro, el humanismo siempre va a estar ahí, pero considero que eso es algo fundamental. Todo lo que sean herramientas de inteligencia artificial, porque hoy en día todo se mueve a través de este medio. Hay personas que no salen de su casa porque trabajan, hacen su vida a través de estos medios. Entonces, tenemos que reforzar hoy en día considero yo esos conocimientos, esas habilidades en todo lo que se está manejando hoy en día inteligencia artificial, métodos didácticos y eso aplica, no solo para publicidad o para cualquier cosa, sino para todas las carreras, para todos.

Hoy en día, todos debemos tener esas herramientas a la mano, todos hoy en día debemos tener esos conocimientos porque al fin y al cabo hoy en día se está moviendo el mundo así. Ok. Algo específico en la psicología y vos. En formación, ¿usted es el docente? Hm, Yo creo que el humanismo es algo que debemos trabajar porque como les decía, a veces se nos olvida que tenemos nuestra carrera, que somos profesionales, que tenemos habilidades en cierta área, pero se nos olvida que somos humanos y a veces se nos olvida que también en algún momento en nuestra vida fuimos alumnos.

Entonces, yo pienso que siempre el humanismo hay que trabajarlo, todo lo que son herramientas de habilidades blandas son super fundamentales y eso es para todo, docencia, administrativos y demás.

Diego: —Listo, gracias. Yo considero también, todo el tema de competencias digitales, digamos que es hum fundamental, como lo hemos venido diciendo dentro del conversatorio es fundamental. Ya no solo a nivel usuario por así decirlo, sino que ya a nivel de aplicación a la educación, que eso también sería un nivel, un poquito más arriba, del manejo usuario que todos podemos hacer, me parece fundamental. Hay

otro que también, no sé si se llama técnicamente así, pero bueno, es también un agregado que es el *storytelling*, básicamente, son esa formación en cómo tú aprendes a contar alguna historia, aprender a hacer narraciones.

Esto a nivel discursivo a los profesores les va a servir un montón, que bueno, ya hace un tiempo tuve la oportunidad de ir a uno chiquitico y cambia perspectiva, básicamente, te da herramientas para poder elaborar un discurso a traer, de cierta manera, con unas historias, eso también es fundamental y estoy de acuerdo también con el tema de Ivonne acerca de las de las competencias socioemocionales también para los docentes, porque, finalmente, en un salón de clases va a terminar hablando con humanos, estando en ese entorno, le van a pasar miles de situaciones y esa habilidad que uno con el tiempo también va puliendo, a medida que se presentan casos duros o el tema de la comprensión con otros, con otras personas, también me parece que hace parte de una manera holística de la formación de los docentes.

Jenny: —ok, y desde la pedagogía, ¿algo que digas tú es importante, que él lo sepa?

Participante: —ahí puede ser modelos pedagógicos, realmente, porque si pasa básicamente, como le decía anteriormente, de personas que pasan directamente, el sector a enseñar, si deben tener por lo menos algo chiquito sobre todo el tema de modelos pedagógicos y cómo pueden aplicarlo, también en un salón de clase o bueno, donde vaya a ser básicamente el hecho educativo.

Jenny: —ok, listo.

Participante: —y yo, Diego se me adelantó, pero sí, todo este tema del *storytelling*. De hecho, yo estuve participando en un laboratorio de innovación en el que básicamente, son espacios *boot camps*, en los que te tienen concentrado cierta cantidad de tiempo resolviendo un desafío, prototipando, entonces, siento que estas metodologías ágiles, pueden ayudar mucho en este proceso de la pedagoga o, del ejercicio del docente. Y siento también que, como lo dije tal vez al comienzo, el mundo es mucho más rápido y si yo no capto tu atención en un minuto, minuto y medio que, incluso, ahora, los *reels* y todo el tema en el que, si no capto tu atención rápido, sigo, sigo escurriendo. Entonces, siento que tiene que tener mucha fortaleza en aprovechar estas metodologías ágiles en el sentido de que también la inteligencia artificial, en el sentido de que son herramientas que usadas en sí mismas y de usadas de la mejor manera, tal vez en el que el docente te acompañe a utilizar todas estas herramientas, va a ser de mucha ayuda para para los estudiantes.

Jenny: —ok, y lo mismo, ¿algo específico desde la sociología? Desde la sociología.

Mónica: —pues, es que para nosotros desde la sociología, siempre nos paramos desde entender el contexto. Desde siempre, o sea que todo es muy dinámico, significa entonces, que tienes que adaptarte

rápido. Entonces, yo creería que esta ese dinamismo, tal vez, ser muy dinámico en esos procesos incide mucho desde lo sociológico diría.

Jenny: —ok, perfecto. Y tú, Vladimir. No sé cómo enfocar la pregunta. Todo lo que han dicho ustedes para mí tiene todo el sentido. Que si falta complementar, sí claramente, todo esto suma pero que tú de pronto digas al docente le falta formación en, lo que pasa es que suena mezquino y no quiero sonar a eso.

Vladimir: —hay casos particulares, yo creo que uno tiene que acercar a los docentes a un uso de la tecnología no obligatoria, pero sí productiva. Cuando yo entiendo que la tecnología me va a facilitar procesos y no me va a generar problemas funciona. Entonces, lo decían también. Armar un aula virtual. Yo he visto profesores que no cambian el aula en Moodle durante dos años y son las mismas diapositivas que han dictado durante cinco años. Solo que ahora las subieron a Moodle. Hay una lógica que se debe transformar, porque al docente se le debe vender la idea de que esto le va a facilitar la vida. Yo les voy a decir algo que pasó hoy con Canva. No sé si supieron que Canva, hoy tuvo su Create Canva, que es el gran evento de Canva cada año o dos años, donde ellos cuentan las mejoras que le hacen a la plataforma. Yo les quiero decir que si uno estaba asustado con la IA. No, no, no se asusten. Canva va a cambiar el juego. Y hay docentes que no se han dado cuenta que Canva tiene una escuela para docentes y es certificada.

Entonces, uno entra a Canva como docente y puede hacer esto, yo me canso de decirle a la gente y la gente dice, "No, es que yo no quiero cambiar mi diapositiva porque es que después es un problema y es que no la voy a entender yo, pero es que usted que está dictando física cuántica". No, se está dictando una materia de Mercadeo de creatividad, no tiene ningún sentido. Entonces, la motivación frente al uso de la tecnología debe estar motivado desde la universidad, porque ya realmente no le puedo poner la carga al docente en su motivación, sino que yo debo demostrar al docente desde la universidad que la tecnología que se ha traído, no solamente, es para traerle problema al docente, sino para decirle, esto le va a facilitar a usted la vida. Usted ya no tiene que andar con un computador conectándolo en la oficina, llegando y conectando un computador. Usted tiene un aula conectada en la que puede ingresar y puede mostrar. Usted no califica en papel ya, usted califica en plataforma.

Entonces, se ahorra muchos procesos, pero hasta que el docente no encuentre lo valioso del uso de la tecnología, no la va a lograr. Sí tenemos que hacer una transformación en las organizaciones en general, pero en el aula el docente debe ser educado para las tecnologías. No solamente en formación, no solamente por lo que me gusta mucho el *storytelling*, creo que hay mucho que enseñar a los docentes porque a muchos creen que pararse frente a un tablero y poner números o escribir cualquier cosa en el tablero o hablar de cualquier cosa, ya es dictar clase. Y uno no dicta clase, uno vive el aula. Entonces, sí

hay una cantidad de mitos y hay una cantidad de cosas que se podrían ajustar. Y sí creo que tiene que haber una política, una política superior frente a la tecnológica que casi debería ser obligatoria, porque hay un problema y con esto cierro.

Si yo tengo docentes que no valoran la tecnología, tengo estudiantes que en un futuro tampoco van a poder hacer, hay dos vertientes, el que no va a aprovechar la tecnología para el bien, sino que va a decir, "A mí nunca me enseñaron a adaptarme a lo tecnológico, culpa de mi universidad o los otros que van a ser los aventajados que van a decir, yo supero a mis docentes porque yo sí entiendo el mundo de la tecnología y no me importa". Entonces, no tengo por qué aprender nada. Entonces, en ambos lugares el afectado va a ser el alumno. Entonces, el docente sí tiene una responsabilidad en adaptar, pero más allá de eso, la universidad, las universidades deberían tener programas muy fuertes de adaptación y nuevos modelos de formación también.

Jenny: —finalizamos con la pregunta esencial de este de este trabajo de maestría que estoy haciendo y es lo que les decía al comienzo. La creación de ese modelo de competencias para el desarrollo profesional del docente. Entonces, quisiera que cada uno pensara y expresara ¿Cuáles serían para ustedes los elementos más importantes que irían vinculados dentro de un modelo? Modelo, llámese gráfico, como lo quieran visualizar en este momento, pero ¿cuáles serían esos elementos que vamos a vincular cada uno? Desde sus áreas, desde su experticia, que formarían ese modelo de competencias para que un docente se desarrolle más profesionalmente y pueda mejorar su práctica, puede mejorar sus competencias socioemocionales, pueda mejorar todo eso que hablamos hoy acá en este espacio de todas esas competencias, de todo, ¿cuáles serían esos elementos fundamentales que deberíamos vincular a crear un modelo?

Participante: —¿puedo empezar yo? Yo creo que hice un ejercicio una vez de un arquetipo del comunicador social. Es mi tesis de grado. Y cuando hice el arquetipo me pasó un problema y es que lo que estaba diciendo Mónica y lo que estaba diciendo Ivonne. El contexto del individuo no puede ser arquetipado. Entonces, yo creo primero que debería estar sucediendo es que tenemos que clasificar a los tipos de docentes que tenemos en las universidades, clasificarlos en capacidades de narrativa. Hay docentes que no saben narrar la historia de su propia materia, capacidades de construcción de herramientas. Entonces, cuando seamos capaces de entrar en esa lógica del arquetipo de entendamos cuán diferentes somos, pero agrupemos dentro de esa diferencia, va a ser mucho más factible que podamos crear un arquetipo que permita esas condiciones de las que tú estás hablando. Porque me preocupa y ya aquí hablando un poco en la lógica del desarrollo que tú estás haciendo, es que no se puede generalizar, yo lo intenté, por decirlo así.

Yo lo intenté y me estrellé con ese mismo modelo y es que es difícilísimo crear un modelo. Puede haber variables y creo que la palabra no es qué necesita, sino cuáles son las variables que deberíamos tener presentes para que dándole al dimmer a cada una, podamos tener una línea más o menos aproximada para que todos estemos en el mismo lugar. Entonces, hay alguno que está bajito en *storytelling* debería subir. El otro está muy alto en tecnología, Entonces, se tiene que quedar ahí y tiene que igualar las otras. No sé, lo pienso desde ahí porque son características, porque ya creo que las hemos dicho todas. O creo yo que todas, pero arquetipar me parece complejo, la verdad. Qué elementos podrían dar el modelo de competencias para la formación docente específicamente.

Yo creo que también esto va muy en conjunto con lo que dicta el currículum o el resultado del perfil que se busca del estudiante. En ese sentido, la clasificación de cada uno de los estándares que se planifiquen dentro del modelo tendría que ir acorde, efectivamente, al perfil de cada uno de los de antes, no conozco mucho mercadeo, pero, básicamente asumo que también tiene especificidades en cada uno de los perfiles que se busca de cada uno de los estudiantes que estudian esto. Ahí también podríamos encontrar un componente de centralidad en el estudiante, si básicamente es lo que se busca, bueno, ya bien entre otros componentes de Bienestar y demás. Y ya específicamente, también podríamos hablar, ya del tema de la gradualidad del conocimiento, básicamente, sí, está jerarquizado básicamente, cómo se va a organizar semestralmente, las materias, si van a tener unos prerrequisitos.

Básicamente ahí con estos elementos concuerdo mucho lo que decía Vladimir, la especificidad de cada uno de los profesores con los que se cuenta. Porque ahí, básicamente también ellos a través de esa experiencia van a poder dar un horizonte en la organización, en los cuales los contenidos pueden ir organizados y en cuáles debería tener, mayor precisión. Y lo que venía comentando anteriormente el tema de la experiencia de lo práctico. Es un componente que tiene, que para mí juega un papel trascendental porque me pasa un poquito lo que contaba Mónica al principio del tema, de cuando uno sale de la carrera y se da cuenta que la realidad es otra, que uno hay muchas cosas, hay muchos vacíos que de pronto a nivel teórico no se desarrollaron y ya, hermanito, usted está ahí afuera, mirar cómo resuelve ahí. Esa práctica, esa parte me parece fundamental en un modelo y si puede de una manera transversal atravesando, el tema curricular me parece, muy importante. Yo coincido con Vladimir en el sentido de que, de nuevo, entendiendo el contexto, sería muy difícil dejar hoy plasmado ese ese esqueleto, por decirlo así, cuáles deberían ser las habilidades. Teniendo en cuenta también que, también nos movemos mucho de lo que se espera de que haga un profesional en mercado de publicidad.

¿Qué es lo que la sociedad espera de esta persona que se formó y, ¿cierto? un médico yo espero que salve vidas, ¿cierto? Y siento que también está muy permeado por cómo se espera de un profesional, qué espera incluso el estudiante de lo que va a encontrar dentro de la carrera. Eh, incluso una compañera, él de

la maestría ya decía que, me encontré en la maestría que hay muchas cosas que yo puedo haberlas visto en YouTube y ya. Entonces es como, siento que es muy difícil, si nos pusiéramos hoy a hacer la tarea de cuáles deberían ser esas habilidades.

Siento desde el punto de vista sociológico, depende mucho de lo que está pasando actualmente, lo que se espera de las expectativas o de la percepción que tenemos de lo que debería salir a hacer que, uno dice, "Bueno, un profesional, yo contribuyo a crecimiento del país", o bueno, pero, siento que está muy permeado por eso. Sin embargo, todo el tema, ya lo hemos mencionado, la empatía, las habilidades blandas, esa capacidad de adaptarse, entender y separarse desde lo diverso y entender la diversidad, siento que son absolutamente habilidades necesarias y eso incluido también el tema de una segunda lengua, del manejo de la tecnología, entonces, siento que va muy en relación a todo esto.

Jenny: —okay, claro que sí. Tú cómo lo ves y vos.

Participante: —yo, considero que lo más importante acá, digamos que aplicar o mejor tener estos modelos educativos es conocer cómo también, una parte del área de la Psicología educativa, ¿no? Porque el conocer la Psicología educativa nos va a permitir tener mejores prácticas educativas ¿con qué propósito? Con el propósito que el aprendizaje que tengan nuestros estudiantes sea significativo. Entonces, claramente, que todo lo que hemos dicho es un conjunto, ¿no? Todo forma este modelo, pero para mí es importante que la docencia también tenga un poco más, sobre todo en el área de la Psicología educativa que abarca todo esto de lo que estamos hablando, ¿no?

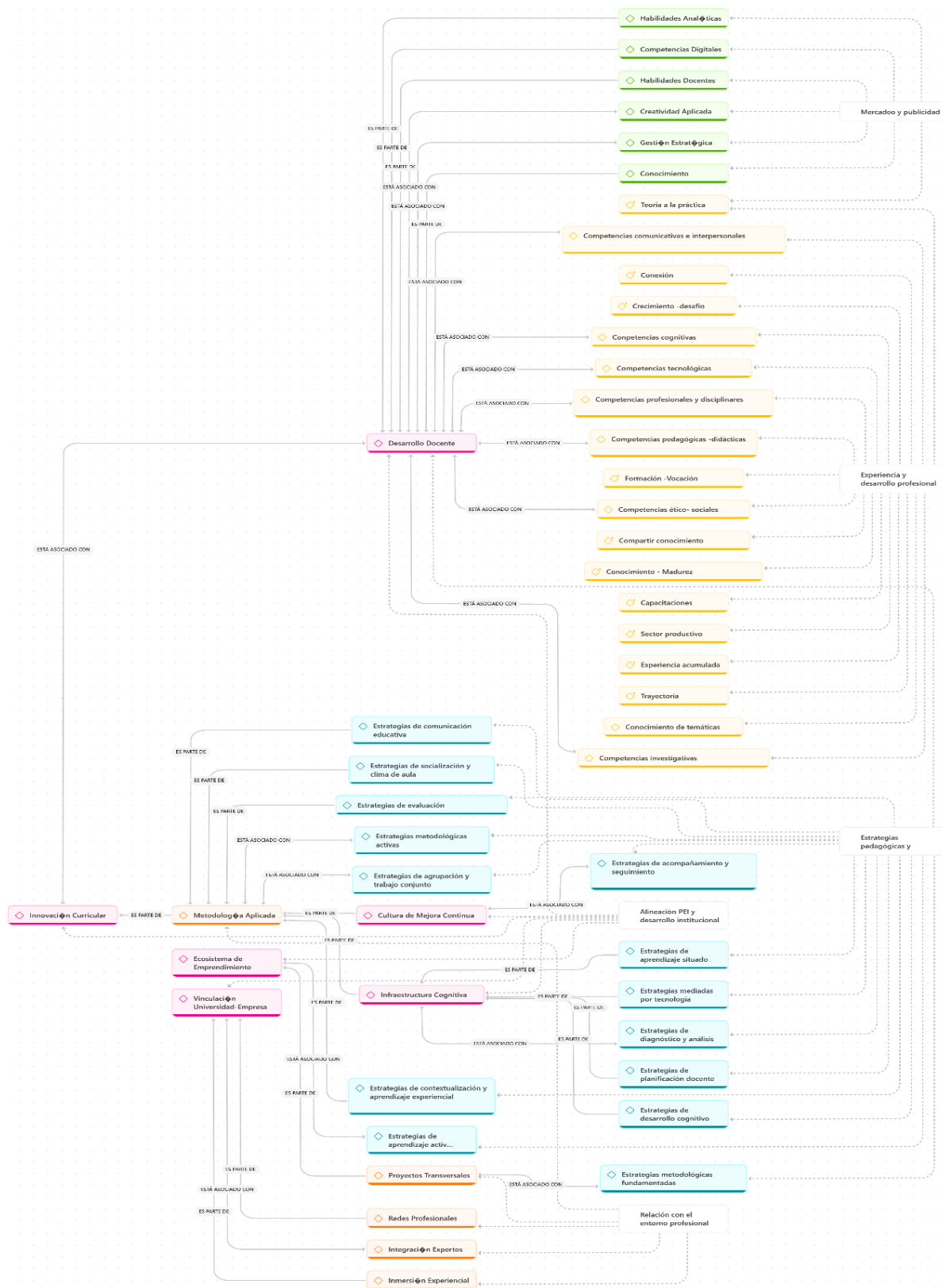
Para que, con el propósito de que lleguemos, creo que todos los docentes buscan desde nuestra profesión dejar una huella, dejar un aprendizaje. Entonces, yo creería que sí se podría hacer que llegue más desde la parte de la Psicología educativa.

Jenny: —okay, listo, perfecto. No, eso era lo que queríamos o lo que quería yo conversar con ustedes. No sé si tienen algún comentario final para cerrar. ¿No? Gracias por la invitación. Muchas gracias por la invitación. Muchas gracias Sí, por este conversatorio, muchas gracias porque podemos conocer la opinión de todos desde una perspectiva diferente que eso es enriquecedor para todos. Sí, exactamente y ese era el propósito, realmente conocer la visión de cada uno de ustedes porque, aquí todos somos una profesión diferente, sobre todo a Vladimir y a mí, pero, el resto aportan muchísimo a este proceso. Yo les quiero agradecer profundamente, de verdad, sé que no es fácil, no es fácil por tema de tiempos, primero, segundo, porque con Diego, con Mónica y con Ivonne, es la primera vez que nos vemos, la primera vez que interactuamos, pero, también desde acá una les digo, queda una colega en lo que yo también les pueda colaborar y servir con mucho gusto.

Muchas gracias a cada uno de ustedes, de verdad, por este tiempo, esta hora, casi hora y media, que se nos pasó un poquito, pero bueno, les agradezco de verdad profundamente el tiempo que me han dedicado, para este proceso. Gracias por sus opiniones, por todo lo que dejaron acá, créame que va a nutrir muchísimo al proceso y a lo que hice con los docentes que, realmente, en esa experiencia les puedo contar que quedaron muchos vacíos en términos, por ejemplo, Diego de Pedagogía el vacío es muy profundo, ¿sí? Nos falta, nos falta mucho, el docente le falta mucho en ese proceso.

Eh, a nivel de las competencias de sociohumanidades también están bastante, todavía en ese ejercicio y en el tema de formación, ni hablar, porque cada quien está en su formación, pero la formación adicional para nutrirse y mejorar esas prácticas, hacer todos esos cambios y todo esto que también, nos decía Vladimir, desde su experiencia como empresario y docente, también hay mucho por mejorar, muchísimo por mejorar, entonces, sé que va a complementar muchísimo este proceso. Entonces, mil gracias a todos de verdad por este apoyo. Muy amables. Muchas gracias.

Anexo E. Análisis y codificación de categorías entrevistas a profundidad con *software Atlas TI*



Anexo G. Modelo de competencias para el desarrollo profesional del profesorado del programa de Mercadeo y Publicidad

