

REVISTA CIENTÍFICA

INVESTIGACIÓN

ISSN 1994 - 1420 (Versión Impresa)

ISSN 1995 - 445X (Versión Digital)

Valdizana



INDIZADA EN:

VOLUMEN 14, NÚMERO 1, ENERO - MARZO DE 2020

reDalyC.org

Dialnet

latindex
catálogo
2.0

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS



UNHEVAL

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN UNIVERSITARIA

Huánuco - Perú



INVESTIGACIÓN VALDIZANA

Revista Científica de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco



Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2007-03927

VOLUMEN 14, NÚMERO 1, ENERO - MARZO, 2020

**Esta revista y sus artículos son de acceso abierto distribuido
bajo los términos de la Licencia de Creative Commons
Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)**



Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente esta obra bajo las condiciones siguientes:

- Debe reconocer los créditos de la obra

Fecha de Publicación: Enero 2020

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS:

Dr. REYNALDO OSTOS MIRAVAL

Rector

Dr. EWER PORTOCARRERO MERINO

Vicerrector Académico

Dr. JAVIER LÓPEZ Y MORALES

Vicerrector de Investigación



INVESTIGACIÓN VALDIZANA

REVISTA CIENTÍFICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

VOLUMEN 14, NÚMERO 1, ENERO - MARZO, 2020

DIRECTORA - EDITOR

Dra. Verónica Cajas Bravo

Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco - Perú

CO-EDITOR

Franz Kovy Arteaga Livias

Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco - Perú

COMITÉ EDITORIAL

Dr. Bernardo Dámaso Matta

Universidad Nacional Hermilio Valdizán - Perú

PhD. Jessica Ruth Figueroa Pinedo

Universidad de Girona - España

Dr. Antonio Ponce Rojo

Universidad de Guadalajara - México

Dr. Emilio Flores Mamani

Universidad Nacional del Altiplano - Perú

Dr. PhD. Tomas Fontaines Ruiz

Universidad Técnica de Machala

Dra. Arcelia Rojas Salazar

Universidad Nacional del Callao - Perú

Dra. Maida Osorio Barcelay

Universidad de Guantánamo - Cuba

Dra. Magnolia Sanabria Rojas

Universidad Nacional de Colombia - Colombia

Dra. Olga Bardales Mendoza

Universidad Cayetano Heredia, Perú

Dra. Luzmila Mendivil Trelles de Peña

Pontificia Universidad Católica del Perú

Dra. Nora Consuelo Casimiro Urcos

Universidad Nacional de Educación

Enrique Guzmán y Valle - Perú

COMITÉ CIENTÍFICO

Dra. Lorena Arellano

Universidad de Girona Emb. - España, Pontificia

Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra - PUCESI

Dra. Pilar Sánchez González

Universidad Complutense de Madrid, España

Dra. Ana Bertha Vidal Fócil

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Msc. Pablo Calderón Villalobos

UNA-Campus Sarapiquí - Costa Rica

Dra. Beatriz Pérez Sánchez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Dr. José Antonio Fernández Gallardo

Universidad de Córdoba - Colombia

Dra. Ana Cecilia Valencia Aguirre

Instituto de Educación Superior Públicas, Universidad de Guadalajara - México

Dr. Eury José Villalobos Ferrer

Universidad Bolivariana de Venezuela

Dr. Rafael Núñez López

Universidad de Guantánamo - Cuba

Mg. Silvana Molina Espinoza

Universidad del Zulia - Venezuela

Dr. José Luis Solís Veliz

Universidad Nacional de Ingeniería Lima - Perú

Med. Franz Kovy Arteaga Livias

EsSalud Hospital Nivel II Huánuco - Perú

Dr. Rizal Alcides Robles Huaynate

Universidad Nacional Agraria de la Selva. Tingo María - Perú

Dr. Ewer Portocarrero Merino

Universidad Nacional Hermilio Valdizán - Perú

Dr. Hugo Alfredo Huamani Yupanqui

Universidad Nacional Agraria de la Selva. Tingo María - Perú

REVISORES TÉCNICOS

De estilo

Mg. Gino Damas Espinoza

De inglés

MD. Juan Fernández Tarazona

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Mg. Carlos Leopoldo Bao Córdor

PUBLICACIÓN TRIMESTRAL

enero - marzo, 2020

INVESTIGACIÓN VALDIZANA

Es una publicación de la Dirección de Investigación Universitaria de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, en ella se presentan artículos científicos relacionados al campo de Ciencias de la Salud, Ingenierías, Ciencias Agropecuarias, Ciencias Pedagógicas y Ciencias Sociales, con propuestas de innovación científica y tecnológica que aporten a la competitividad y al desarrollo regional y nacional.

RESERVA DE DERECHOS

Los derechos son reservados y transferidos a la revista Investigación Valdizana de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

PERIODICIDAD Y DISTRIBUCIÓN

La edición de la Revista Científica se realiza trimestralmente, su distribución es gratuita a las Bibliotecas Municipales y Escolares, Universidades, Institutos Superiores, Institutos de Investigación y Desarrollo, Colegios Profesionales del país y del extranjero; asimismo, contamos con una edición digital en línea disponible para el público en general de acceso libre y gratuito en: www.investigacionvaldizana.com

LAS REVISTAS DE INVESTIGACIÓN VALDIZANA ESTÁ INDIZADA EN:

- **LATINDEX CATÁLOGO 2.0** <https://www.latindex.org/latindex/ficha?folio=17016>
- **REDALYC** <https://www.redalyc.org/toc.oa?id=5860>
- **Dialnet** <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=26539>
- **DOAJ** <https://doaj.org>
- **ROAD** <https://portal.issn.org/resource/ISSN/1995-445X>
- **Cz3** <http://ezb.uni-regensburg.de>
- **REDIB** https://www.redib.org/recursos/Record/oai_revista_4593-investigaci%C3%B3n-valdizana
- **MIAR** <http://miar.ub.edu/issn/1994-1420>
- **EDINA** <https://thekeepers.org/journals?query=1995-445X>
- **DRJI** <http://olddrji.lbp.world/JournalProfile.aspx?jid=1995-445X>
- **BASE** <https://www.base-search.net/Record/e82c19c7abd7e575bb6cdda45d14197944e744a66b921e1c350e739dad8a46cd/>
- **JournalTocs**
http://www.journaltocs.ac.uk/index.php?action=browse&subAction=subjects&publisherID=17&journalID=41146&pageb=1&userQueryID=&sort=&local_page=1&sortType=DESC&sortCol=2
- **ESJI** <http://esjindex.org/search.php?id=3183>
- **OCLCWorldCat**
https://www.worldcat.org/search?qt=worldcat_org_all&q=investigacion+valdizana
- **ActualidadIberoamericana**
http://www.citrevistas.cl/actualidad/b2b_g22.htm

DIRECCIÓN Y CORRESPONDENCIA

Av. Universitaria 601 - 607 - Pillco Marca - Huánuco - Perú

E-mail: revistavaldizanaunheval.edu.pe

DESCARGO DE RESPONSABILIDADES

Los conceptos y demás contenidos en los artículos científicos, incluidos en esta edición, son de responsabilidad exclusiva de los autores y no reflejan, necesariamente, los criterios institucionales.

La reproducción total o parcial de los artículos contenidos en esta revista debe efectuarse citando esta fuente.

VERSIÓN ELECTRÓNICA

La Revista Científica de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán no se solidariza necesariamente con el contenido de los trabajos que publica, ya que los artículos son de entera responsabilidad de los autores.

ISSN 1995 - 445X (Versión Digital)

La gestión pedagógica en la mejora del desempeño docente <i>Pedagogical management in improving teacher performance</i> Marleni Quispe-Pareja	7-14
Modelo de gestión de conocimiento para el programa nacional de alimentación escolar Qali Warma <i>Knowledge management model for the national schoolar feeding program Qali Warma</i> Blanca F. Simón Díaz Gerardo Garay Robles Wilber C. Calsina Ponce	15-21
Gestión del talento humano y la satisfacción laboral de los trabajadores de una institución educativa privada <i>Management of human talent and the job satisfaction of workers from a private educational institution</i> Karen I. Bendezú Pacífico	22-28
Estrategias de aprendizaje y rendimiento académico en estudiantes de Secretariado Ejecutivo, Machala – Ecuador <i>Learning strategies and academic performance in students of Executive Secretariat career, Machala - Ecuador</i> Jessenia Betancourt Pereira	29-37
El Insigth y el posicionamiento en empresas distribuidoras de productos de consumo masivo en Huánuco <i>The Insigth and the positioning in distributors companies of massive consumption products in Huánuco</i> Quintidiano N. Céspedes Galarza Mélida S. Rivero Lazo Juan García Céspedes	38-47
Gestión pedagógica y el rendimiento escolar en el área de matemática <i>Pedagogical management and school performance in the area of mathematics</i> Julio C. Bravo Aranibar Guillermo A. Bocángel Weydert Guillermo A. Bocángel Marín	48-54

La gestión pedagógica en la mejora del desempeño docente

Pedagogical management to improve the teacher performance

Marleni Quispe-Pareja^{1,a,*}

Resumen

El presente trabajo de investigación buscó demostrar cómo la gestión pedagógica del directivo se relaciona con el desempeño docente en el nivel secundario de la Institución Educativa Privada "Bertolt Brecht" del distrito Cercado de Lima, 2017. Es una investigación cuantitativa, con diseño correlacional de corte transversal. La muestra fue de 234 estudiantes, 49 docentes y 9 directivos a quienes se les aplicó una encuesta. La validación se realizó a partir del juicio de expertos con un resultado de 92%; además se empleó la prueba el Alfa de Cronbach dando como resultado 0,819, observándose que luego de su aplicación, los resultados tienen una excelente validez. La hipótesis alterna sostiene que existe una relación significativa entre la gestión pedagógica de directivo y el desempeño docente en el nivel secundario de la institución en estudio. Para la contrastación de hipótesis se utilizó la correlación de Pearson entre las variables: gestión pedagógica y desempeño del docente. Como el valor $p = 0.000 < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto ambas variables tienen una correlación directa y alcanza un nivel de 0.576 que corresponde a un nivel correlación positiva. Se concluye que a una óptima gestión pedagógica del directivo, mayores serán los niveles de desempeño de los docentes. De manera contraria, si la gestión pedagógica del directivo no es priorizada, el desempeño de los docentes será limitado y con deficiencias.

Palabras clave: gestión pedagógica, desempeño docente.

Abstract

This research demonstrated how the pedagogical management of the director was related to the teaching performance at the secondary level of the private educational institution "Bertolt Brecht" of the Cercado district of Lima-2017. It was a quantitative investigation, with a cross-sectional correlational design. The sample was 234 students, 49 teachers and 9 directors to whom a survey was applied. The validation was carried out based on the expert judgment with a result of 92%; in addition the Cronbach's Alpha test was used, resulting in 0.819 observing that after its application, the results have excellent validity. The alternate hypothesis held that there is a significant relationship between the pedagogical management of the director of the director and the teaching performance at the secondary level of the Institution under study. For the hypothesis test, Pearson's correlation was used between the variables: pedagogical management and teacher performance. As the p -value = $0.000 < 0.05$, the null hypothesis is rejected, and the alternate hypothesis is accepted. Therefore, both variables have a direct correlation and reach a level of 0.576 that corresponds to a level of positive correlation. It is concluded that the optimal educational management of the manager, the higher the levels of teacher performance. Unlike, if the pedagogical management of the manager is not emphasized, teacher performance will be limited and with deficiencies.

Keywords: pedagogical management, teaching performance.

¹Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú

E-mail, ^amarleniqp@gmail.com

Orcid ID: ¹<https://orcid.org/0000-0001-5728-5834>

Recibido: 13 de noviembre de 2019

Aceptado para publicación: 13 de enero de 2020

Esta obra está bajo una Licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)



Introducción

En la actualidad, según Sánchez y Araya (2013), la educación demanda la implementación de una escuela que responda a los distintos cambios acelerados que vive nuestra sociedad, producto del avance tecnológico y las nuevas formas de acceso al conocimiento, por ello que se requieren directivos y docentes innovadores y comprometidos a brindar una educación de calidad.

Según el Minedu (2014) señala a la gestión educativa como el conjunto de acciones que orientan y conducen los distintos componentes de la institución educativa que se ejecutan para el logro de los objetivos institucionales planteados en el proyecto educativo institucional.

Así mismo, el artículo 64 de la Ley n.º 28044, Ley General de Educación, señala que quienes dirigen una institución educativa deben tener la capacidad de planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de la institución educativa como soporte de acciones para la enseñanza y aprendizaje realizándose en un marco de respeto a la autonomía pedagógica que favorecerá la acción educativa. Una gestión adecuada pasa por distintos momentos: diagnóstico, planeación, ejecución, seguimiento y evaluación en concordancia. Simón (2013) afirma que dichos momentos están en constante interacción, conducidos a obtener resultados definidos por los equipos directivos. Sobre lo señalado anteriormente la presente investigación permitirá identificar que una eficiente gestión pedagógica del directivo, generará óptimas condiciones de calidad educativa, como lo señala Guillén (2015) que es fundamental que se tomen acciones para el logro de los objetivos, cuya responsabilidad son de ambos: directivos y docentes.

En el Perú, el Marco del buen desempeño directivo (2014), señala que quien dirija la institución educativa, tenga el conocimiento pedagógico, así podrá llevar una gestión eficaz, eficiente donde promueva las fortalezas de todos los integrantes de la institución, buscando “un modelo de gestión escolar centrado en aprendizajes, a partir del liderazgo pedagógico en el equipo directivo, que dote al docente de las condiciones necesarias para alcanzar los aprendizajes fundamentales”. Asimismo, Camarero (2015) señala que el directivo es un modelo de líder transaccional y transformacional, que pone en práctica los diferentes estilos directivos; en nuestro contexto se requiere un directivo que transforme y consolide una gestión pedagógica acorde al contexto educativo.

A partir de lo mencionado se planteó la siguiente interrogante: ¿Existe relación entre la gestión pedagógica del directivo y el desempeño docente? Para responder la interrogante se llevó a cabo una investigación de tipo cuantitativa, teniendo como

población a directivos, docentes, estudiantes de la Institución Educativa Privada Bertolt Brecht, durante el 2017.

Con relación a lo mencionado en el Marco del buen desempeño directivo (2014) en los últimos años la gestión de las escuelas ha sido asumida como una función básicamente administrativa, centrada en la formalidad de las normas y las rutinas de enseñanza, desligada de los aprendizajes.

Refuerza esta idea, Guerrero (2012), basado en una estructura piramidal cerrada, donde las decisiones y el control las toma solo el directivo; manteniendo a través de un sistema esencialmente punitivo a docentes, estudiantes y padres de familia; dicho enfoque de gestión escolar tradicional parte de la idea que la escuela forma personas que acepten y reproduzcan, costumbres, creencias, modos de actuar y de pensar.

Para que la gestión educativa esté enmarcada dentro de una organización sistémica donde interactúan los miembros: director, docentes, estudiantes, personal administrativo, de mantenimiento, padres y madres de familia, la comunidad local, asimismo es importante la afirmación hecha por Tabares y Miranda (2015), quienes consideran que todos los miembros deben interactuar, coexistir, articularse en un contexto educativo basado en normas, principios, reglas, donde los espacios de interacción y condiciones aprendizaje sean óptimos.

Según López (2010), señala que la gestión pedagógica del directivo es un proceso que conduce hacia el logro del mejoramiento curricular a través del desempeño docente; procurando buscar mejora e innovación curricular, el desarrollo profesional y personal del docente.

Por otro lado, Siliceo (2007) añade: *la gestión pedagógica del directivo es importante en el proceso de formación de los estudiantes porque su acción está enfocada en lograr aprendizajes a través del logro de capacidades, competencias útiles en su desarrollo personal, social y profesional, por ende el directivo hará uso de los medios que requiere para lograrlo* (p. 41).

Asimismo, Medina y Gómez (2014) señalan que es necesario construir un modelo para formar directores con competencias técnica y humana. Es decir que desempeñen una gestión educativa acorde al contexto educativo y se identifiquen con la labor docente.

Por esto el Marco del buen desempeño docente (2014) reconoce a la profesión docente como un accionar que demanda una reflexión constante respecto a su desempeño pedagógico a través de la dinámica de interacciones entre el aprendizaje y el funcionamiento de la organización escolar, entre estudiantes y comunidad educativa en una

constante reflexión de su desempeño laboral, buscando su perfeccionamiento profesional.

En esta medida el Marco del buen desempeño directivo (2014) señala que para la mejora de la calidad educativa se requiere que la gestión pedagógica de la institución educativa tome en cuenta las dimensiones: planeación, organización, dirección y control que permite dinamizar el proceso de gestión educativa y pedagógica.

La UNESCO (2011) plantea que es fundamental la formación de los directivos en temas de gestión que le brinden estrategias, conocimientos y recursos para la organización e intervención en la gestión de la institución que dirige basada en los principios de eficacia, relevancia, pertinencia, eficiencia y equidad. Asimismo Herrera y Buitrago (2015) mencionan que un directivo preparado posee conocimientos, capacidades y habilidades que permiten la interacción con la comunidad educativa en un contexto social y cultural, donde la innovación y el conocimiento en el aprendizaje de los estudiantes son decisivos, viene reforzada por lo que Rivas (2017) añade que para poder llevar a la práctica la innovación del sistema educativo tradicional se requiere propiciar entornos innovadores oportunos en correspondencia con la necesidad de la comunidad.

Metodología

La presente investigación cuenta con dos variables: Gestión pedagógica del directivo y Desempeño docente.

A continuación se presentan las variables de estudio.

Gestión pedagógica del directivo: Según el Marco del buen desempeño directivo (2014) la gestión educativa en su conjunto relacionada con el desempeño docente en el proceso enseñanza aprendizaje; dirigido a lograr las competencias pedagógicas para su desempeño personal, profesional, teniendo en cuenta las prácticas pedagógicas institucionales, la evaluación de los aprendizajes, la utilización de materiales, las programaciones sistematizadas en el proyecto curricular, gestión de las sesiones y seguimiento académico y recursos didácticos.

Desempeño docente: Según el Marco del buen desempeño docente (2014) reconoce a la profesión docente como un quehacer complejo que demanda una reflexión constante de su desempeño pedagógico dentro de una dinámica de interacción entre docentes, estudiantes y comunidad educativa, comprendido en los principios pedagógicos que orientan la práctica educativa en el actuar pedagógico de la institución educativa.

Dicho trabajo de investigación se llevó a cabo en el nivel secundario de la Institución Educativa Privada "Bertolt Brecht" del distrito de Lima, Cercado de

Lima, 2017. Se contó con una muestra de 234 estudiantes, 49 docentes y 9 directivos.

El problema principal planteado fue: ¿Cuál es la relación entre la gestión pedagógica del directivo y el desempeño docente de la Institución Educativa Bertolt Brecht del Cercado de Lima, 2017?

Los problemas específicos planteados fueron:
¿Qué relación existe entre la planeación de la gestión pedagógica del directivo y el desempeño docente?

¿Qué relación existe entre la organización de la gestión pedagógica del directivo y el desempeño docente?

¿Qué relación existe entre la dirección y control de la gestión pedagógica del directivo y el desempeño docente?

En cuanto a la hipótesis alterna se plantea que la gestión pedagógica del directivo se relaciona de manera significativa con el desempeño docente.

En la hipótesis nula se sostiene que la gestión pedagógica del directivo no se relaciona de manera significativa con el desempeño docente.

En cuanto al instrumento de recolección de datos se empleó un cuestionario el cual fue definido por Arias (2010), como *la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un formato o instrumento con una serie de preguntas planteadas en el cuestionario*. Para ello se formuló un conjunto sistemático y ordenado de preguntas en relación a la hipótesis del trabajo de investigación y consiguientemente a las variables y dimensiones de la investigación.

Para la variable gestión pedagógica del directivo se aplicó un cuestionario de 15 ítems, en la escala Likert de la dimensión: planeación, organización, dirección y control; aplicado a directivos y coordinadores pedagógicos. Así mismo, para la variable desempeño docente se aplicó un cuestionario de 15 ítems, en la escala Likert de la dimensión: planificación y organización, ejecución, evaluación y monitoreo. Según Pelekais et al. (2012), la validez comprueba si un instrumento mide o no lo que pretende medir, y su nivel lo juzga el experto quien considera si el mismo está constituido por los reactivos pertinentes.

Se evaluaron la validez y confiabilidad del instrumento de medición. Para la validez se empleó el procedimiento denominado juicio de expertos, cuya confiabilidad fue de 92% y para estudiar la confiabilidad del instrumento utilizado, se aplicó la prueba de Alfa de Cronbach.

De acuerdo a los resultados del análisis de fiabilidad de 0,819 y según el rango de la tabla categórica, se establece que el instrumento de medición es de consistencia interna con excelente validez.

El procesamiento de la información estuvo conformado por la organización de los elementos que se obtuvieron en la ejecución del trabajo de campo. Se interpretó la información que provenía directamente de los instrumentos de manejo para la recopilación de datos. Dichos datos fueron procesados e interpretados convenientemente a través del software SPSS y Excel.

Respecto al tipo y diseño de investigación, se basó en un enfoque cuantitativo, debido a que para probar la hipótesis se utilizó la recolección de datos. Esto permitió el análisis estadístico y la medición numérica de la información recopilada por los instrumentos aplicados.

El diseño de la investigación fue descriptiva correlacional, ya que describe la relación entre las variables gestión pedagógica del directivo y desempeño docente.

Al respecto Sánchez y Reyes (2015) menciona: *los estudios descriptivos nos llevan al conocimiento actualizado del fenómeno tal como se representa.*

Así mismo Hernández, Fernández y Baptista (2010) investigaron la relación entre las variables demostrando en alguna medida que el hecho de conocer que dos variables se relacionan, en términos que una influye en la otra, aportando información explicativa.

Análisis de datos y discusión

Proceso de contrastación de hipótesis

La contrastación de hipótesis es la actividad mediante la cual se comprueba de forma adecuada si la hipótesis es verdadera o falsa. La contrastación de los datos sean congruentes o incongruentes con la hipótesis de investigación para luego considerarla falsa o verdadera.

Para ello se ha realizado la prueba de Kolmogorov-Smirno, que es aplicado para contrastar la hipótesis de normalidad de la población; el estadístico de prueba es la máxima diferencia: $D = \max |F_n(x) - F_0(x)|$. La distribución del estadístico de Kolmogorov-Smirnov es independiente de la distribución de la población especificada en la hipótesis nula y los valores críticos de este estadístico están tabulados. Si la distribución postulada es la normal y se estiman sus parámetros, los valores críticos se obtienen aplicando la corrección de significación propuesta por Lilliefors. Pruebas no paramétricas K-S. En el planteo de las hipótesis, donde (Ho) es la hipótesis nula y Ha es la hipótesis alterna (Ha), se tiene los siguientes resultados:

Ho: El conjunto de datos del presente trabajo de investigación no sigue una distribución normal.

Ha: El conjunto de datos del presente trabajo de investigación sigue una distribución normal.

Al aplicarse la regla de contraste:

Si el valor $p \geq 0.05$ se acepta la hipótesis nula. Si el valor $p < 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis Nula, nos quedamos con la hipótesis alternativa.

Tabla N.º 1
Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

		Gestión Pedagógica del directivo	Desempeño docente
N		58	58
Parámetros normales ^{a,b}	Media	38,41	23,95
	Desv. Desviación	3,934	2,812
Máximas diferencias	Absoluto	,111	,098
	Positivo	,071	,098
extremas	Negativo	-,111	-,095
Estadístico de prueba		,111	,098
Sig. asintótica(bilateral)		,073 ^c	,200 ^{c,d}

Fuente. Elaboración propia

Como se observa en la tabla N°1 las variables referidas son mayores que 05; entonces se rechaza la Hipótesis Nula y se puede afirmar con un 95% de probabilidad que: El conjunto de datos del presente trabajo de investigación siguen una distribución normal, por lo tanto se utilizará el estadígrafo paramétrico de r de Pearson para determinar la correlación entre las variables en la versión de datos de razón o intervalo.

Sobre la hipótesis general (Ha) y la hipótesis nula (Ho) se planteó que:

Ho: Gestión Pedagógica del directivo **no se relaciona de manera significativa** con el desempeño docente de la Institución Educativa Bertolt Brecht del Cercado de Lima, 2017

Ha: Gestión Pedagógica del directivo **se relaciona de manera significativa** con el desempeño docente de la Institución Educativa Bertolt Brecht del Cercado de Lima, 2017

Para la contrastación de hipótesis se utilizó la correlación r de Pearson entre las variables: gestión pedagógica del directivo y variable desempeño docente.

Tabla N.º 2
Matriz de correlación entre la gestión pedagógica del directivo y el desempeño docente

		Gestión Pedagógica	Desempeño Docente
Gestión Pedagógica del directivo	Correlación de	1	,576**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	58	58
Desempeño Docente	Correlación de	,576**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	58	58

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente. Elaboración propia

Resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos con relación a los Objetivos e Hipótesis planteados en el presente trabajo de investigación, cumplen las siguientes condiciones si:

Si el valor $p \geq 0.05$ se acepta la Hipótesis Nula (H_0).
Si el valor $p < 0.05$ se acepta la Hipótesis Alternativa (H_a)

H_0 = Se rechaza

H_a = Se acepta

Con relación al primer objetivo y la hipótesis general, el estudio realizado ha demostrado que la gestión pedagógica del directivo se relaciona de manera significativa con el desempeño docente, un valor $p=0.000 < 0.05$; se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa. Por lo tanto, la gestión pedagógica del directivo se relaciona de manera significativa con el desempeño docente de la Institución Educativa Privada Bertolt Brecht del Cercado de Lima; asimismo la correlación es significativa y alcanza un nivel de 0,576 que corresponde a un nivel correlación positiva.

La investigación afirma lo planteado por Freire y Miranda (2014) que el aprendizaje de los estudiantes depende del desempeño docente, que responde a la importancia que el directivo le presta a su función de gestor pedagógico y los procesos de gestión que ejecuta en la I.E.

Según Anderson (2010) señala que un director, cuya gestión está enfocada a mejorar las condiciones de aprendizaje y procesos pedagógicos a través de un acompañamiento al proceso de enseñanza-aprendizaje, centrado en lo pedagógico, logrará mejores desempeños en los docentes.

Sobre el primer Objetivo Específico y la Hipótesis Específica 1 como el valor $p = 0.000 < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa. Por lo tanto la dimensión planeación de la gestión pedagógica del directivo se relaciona de manera moderada con el desempeño docente, en el nivel secundario de la Institución Educativa Privada Bertolt Brecht del Cercado de Lima 2017; asimismo la correlación es directa, significativa y alcanza un nivel de 0,429 que corresponde a un nivel correlación moderada. Son competencias importantes en los docentes [...] la preparación y planificación del aprendizaje; generando ambientes propicios para el proceso enseñanza-aprendizaje; a la vez reflexionando sobre la práctica docente, las actividades y responsabilidades profesionales (Assaél y Pavez 2008: 48). No obstante diversas, estas acciones individuales podrían verse desaprovechadas si la organización y las condiciones dentro de la institución no están dadas.

El segundo objetivo y la Hipótesis Específica 2 como el valor $p = 0.000 < 0.05$ se rechaza la

Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa. Por lo tanto la dimensión organización de la gestión pedagógica del directivo se relaciona de manera moderada con el desempeño docente, en el nivel secundario de la Institución Educativa privada Bertolt Brecht del Cercado de Lima, 2017; asimismo la correlación es directa, significativa y alcanza un nivel de 0,244 que corresponde a un nivel de escasa correlación.

Por otro lado, Rodríguez (2016) indica que el director cobra mayor relevancia, importancia porque es quien fomenta el diálogo y la búsqueda de acuerdos entre los miembros de la comunidad educativa. Esta dimensión organizativa guarda relación con la estructura de orden jerárquico. Es muy importante ya que es el ámbito donde se concreta el aspecto pedagógico real, donde los elementos de esta dimensión se consideran: obstáculos o condicionantes para el desarrollo de la actividad pedagógica de los docentes hacia los estudiantes.

Con relación al tercer objetivo y la Hipótesis Específica 3, como el valor $p = 0.000 < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa. Por lo tanto, la dimensión dirección y control de la gestión pedagógica del directivo se relaciona de manera moderada con el desempeño docente, en el nivel secundario de la Institución Educativa "Bertolt Brecht" Cercado de Lima, 2007; igualmente, la correlación es directa, significativa y alcanza un nivel de 0,530 que corresponde a un nivel correlación moderada.

Asimismo, el Marco del buen desempeño docente 2014, a través de la dimensión: dirección y control, liderado por el director; en torno al uso de herramientas pedagógicas, materiales educativos, uso del tiempo, que son los docentes los ejecutores, dichas herramientas priorizan el desarrollo de actividades de alta demanda cognitiva, haciendo uso de distintos materiales pedagógicos para desarrollar actividades pedagógicas significativas para la mejora de la calidad educativa. Por ello Rodríguez y Molina (2011) plantean que el trabajo del director, orientado al desempeño pedagógico, tiene un impacto real y efectivo en el docente, que se evidencia en la presente investigación al demostrar que sí hay una relación positiva entre la gestión pedagógica del directivo y el desempeño docente. En esta medida para garantizar una gestión escolar efectiva y de calidad, el director de la institución educativa no debe dejar de lado el aspecto pedagógico en su quehacer. Sin embargo, un estudio cualitativo realizado por Vila (2015) señala que los directivos reconocen que invierten mayor parte de su tiempo en funciones administrativas y burocráticas, lo que los lleva a restringir su quehacer pedagógico a un limitado acompañamiento de las actividades que el docente realiza en el aula, actividades que son determinadas para la mejora de la calidad

educativa.

Para Lepeley (2006), la gestión del directivo debe estar enfocada en fortalecer la calidad educativa, así como alinear la misión y la visión orientadas a enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje en las instituciones educativas. Al respecto, Carreto (2012) destaca que dentro de las funciones como director se contempla el cumplimiento de las etapas de planificación estratégica, tales como formulación, implantación y evaluación de la gestión educativa. En esta medida García y Caballero, (2015) señala que los directivos deben crear espacios y tiempos para planificar las acciones siguiendo procesos como la dirección, organización, control a través del liderazgo compartido que contribuye a la mejora de la calidad de la institución educativa y la comunidad educativa.

Asimismo, el funcionamiento de los procesos de gestión óptima da una direccionalidad del servicio educativo que satisface la necesidad de los miembros de la comunidad educativa e instituciones vinculadas, con miras a conseguir los objetivos institucionales, mediante la colaboración de todos los miembros de la comunidad educativa (Amarate, 200: II), con el objetivo de ofrecer un servicio un servicio de calidad y coordinar las actividades y tareas de los integrantes hacia la logro de sus proyectos comunes (Alvarez, 1983: 23). Dicho servicio de calidad implica la mejora continua en los procesos de gestión y en actividades pedagógicas.

Conclusiones

Existe una correlación significativa positiva entre la gestión pedagógica del directivo y el desempeño docente. Por lo tanto si la gestión pedagógica del directivo debe centrarse en la mejora de los aprendizajes significativos a través de los docentes quienes orientan y dirigen la planificación escolar, considerando estrategias para el trabajo pedagógico a desarrollarse en la institución educativa; los cuales tendrán repercusión en la mejora de los resultados académicos y por ende en la calidad educativa (Contreras, 2016).

Por su parte, Medina y Gómez (2014), en su estudio respecto al desempeño pedagógico, señala que las competencias más apreciadas en el directivo son el manejo de una gestión óptima para la toma de decisiones claras y coherentes, comprometido con la mejora de la docencia y las prácticas pedagógicas en el logro del aprendizaje de los estudiantes; sin dejar de lado la parte humana que demanda los valores educativos: empatía, sensibilidad, solidaridad, comunicación, liderazgo que deben aterrizar en proyectos, acciones realizables en bien de los aprendizajes de los educandos.

Asimismo, Marina (2015) plantea que los buenos

resultados educativos son reflejo de la calidad del personal directivo y docente, de ahí que los estudiantes con profesores de alto desempeño obtendrán avances significativos que los estudiantes con bajo desempeño; desde esta perspectiva, según Trejo (2014), el directivo es un líder comunitario social y un agente de cambio de acuerdo con Alarcón (2016). Colas (2015) menciona que los métodos de gestión del directivo para desenvolverse deben responder a un entorno en constante cambio y transformación.

Por esto la dirección de la institución educativa debe planificar, organizar, dirigir, monitorear, dar seguimiento al desempeño docente, optimizando el uso de los recursos materiales, financieros, tecnológicos; dichos procesos de gestión dan una direccionalidad y funcionamiento integral a la institución educativa para satisfacer las necesidades de los miembros de la comunidad educativa y las instituciones vinculadas para conseguir los objetivos institucionales en bien del servicio educativo. Asimismo, Smith y Smith (2015), plantea que las prácticas actuales de la evaluación de los directivos deberían cambiar con el objetivo de maximizar desempeño docente y rendimiento de los estudiantes.

Referencias Bibliográficas

- Alarcón, R. (2016). *Universidad innovadora por un desarrollo humano*. (Trabajo presentado en "X Congreso Internacional de Educación Superior Universidad 2016). La Habana, Cuba. En: <http://scielo.sld.cu/pdf/rces/v37n1/rces01118.pdf>
- Arias, C. (2010). *Gestión del director para el fortalecimiento del proceso educativo en las escuelas primarias*. Bogotá, Colombia.
- Assaél, J. y Pavez, J. (2008). *La construcción e implementación del sistema de evaluación docente chileno*. Chile. En: <http://www.rinace.net/riee/numeros/vol1-num2/art3.pdf>
- Camarero, M. (2015). *Dirección escolar y liderazgo: Análisis del desempeño de la figura directiva en centros de educación primaria de Tarragona*. (Tesis doctoral) Universidad Rovira i Virgili. Tarragona. En: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/403206/TESE.pdf?sequence=1>
- Carreto, J. (2012). *Gestión del director para el fortalecimiento del proceso educativo en las escuelas primarias*, Bogotá: Editorial Politécnico Granacolombiano. Bogotá, Colombia
- Colás, O. (2015). *Un acercamiento a la competencia comunicativa de nuestros directivos educacionales en los nuevos escenarios del siglo XXI*. Universidad de Ciencias Pedagógicas "Frank País García". En: <https://rieoei.org/histórico/deloslectores/1089Tejada.pdf>
- Contreras, T. (2016). *Liderazgo pedagógico*,

- liderazgo docente y su papel en la mejora de la escuela: una aproximación teórica*. Propósitos y Representaciones. Lima-Perú. En: <http://revistas.usil.edu.pe/index.php/pyr/article/view/123>
- Freire, S. y Miranda, A. (2014). *El rol del director en la escuela: el liderazgo pedagógico y su incidencia sobre el rendimiento académico*. Lima-Perú.
- García M. y Caballero, K. (2015). *Explicación de la satisfacción en la dirección escolar a partir del desempeño de la función directiva- Universidad de Sevilla*. España. En: <http://revistas.usal.es/index.php/eks/article/view/eks20181917795/18538>
- Guerrero, L. (2012). *Modelo Escuelas Marca Perú. Rasgos y resultados que las definen y procesos requeridos para alcanzarlos*. Documento de trabajo. Lima, Perú: Ministerio de Educación, 2012. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/1682>
- Guillén, R. (2015). *II Congreso Internacional de Transformación Educativa Alternativas para nuevas prácticas educativas Libro 9. Gestión educativa y docencia*. México D.F. En: <https://bit.ly/38iAYoj>
- Herrera, L., & Buitrago, R. E. (2015). *Educación Rural en Boyacá, Fortalezas y Debilidades desde la Perspectiva del Profesorado*. Praxis & Saber, 12(6), 169-190. <https://doi.org/10.19053/22160159.3768>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. 5ta Edición. México.
- Ley General de Educación. Ley Nro. 28044. Lima, Perú. En: http://www.minedu.gob.pe/p/ley_general_de_educacion_28044.pdf
- Lepeley, M. (2006). *Gestión del director para el fortalecimiento del proceso educativo en las escuelas primarias*, Bogotá: Editorial Politécnico Grancolombiano. Bogota, Colombia.
- López, R. (2010). *Gestión del director para el fortalecimiento del proceso educativo en las escuelas primarias*. Bogotá, Colombia. En: <https://dialnet.unirioja.es>
- Marina, J.A. (2015). *Libro blanco de la profesión docente y su entorno escolar*. España. En: <http://www.funciva.org/wp-content/uploads/2016/11/Libro-blanco-de-la-profesi%C3%B3n-docente.pdf>
- Medina, A. y Gómez, R.M. (2012). *La dirección escolar-liderazgo para intervenir en programas de atención a la diversidad y bilingüismo en un centro de Educación Secundaria*. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso Viña del Mar. Chile. En: <https://www.redalyc.org/pdf/3333/33332970007.pdf>
- Medina, A. y Gómez, R. (2014). *El liderazgo pedagógico: competencias necesarias para desarrollar un programa de mejora en un centro de educación*. Viña del Mar, Chile. En: <http://www.perspectivaeducacional.cl/index.php/peducacional/article/view/127>
- MINEDU. (2014). *Marco del Buen Desempeño Directivo*. Lima, Perú. En: <http://www.minedu.gob.pe/pdf/ed/marco-de-buen-desempeno-docente.pdf>
- MINEDU. (2014). *Marco del Buen Desempeño Docente*. Lima, Perú. En: <http://www.minedu.gob.pe/pdf/ed/marco-de-buen-desempeno-docente.pdf>
- Pelekais, C. (2012). *Gestión del director para el fortalecimiento del proceso educativo en las escuelas primarias*. Bogotá, Colombia
- Rivas, A. (2017). *Cambio e innovación educativa*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Santillana
- Rodríguez-Molina, Guillermo (2011). Funciones y rasgos del liderazgo pedagógico en los centros de enseñanza. *Educación y educadores*, 14(2), 253-267. Universidad de La Sabana Bogota, Colombia. En: <https://www.redalyc.org/pdf/834/83421404003.pdf>
- Rodríguez (2016). *Micropolítica escolar y el liderazgo directivo en la escuela. Micropolítica escolar y el liderazgo directivo en la escuela*. Zaragoza, España. En: <http://www.scielo.sa.cr/pdf/edu/v41n1/2215-2644-edu-41-01-00189.pdf>
- Sánchez, M y Araya, R. (2013). *Desafíos de la educación en la sociedad actual*. Costa Rica.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2015). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima, Perú.
- Yabar, I. (2013). *La Gestión Educativa y su relación con la Práctica Docente en la Institución Educativa Privada Santa Isabel de Hungría de la ciudad Lima* (Tesis de maestría). Lima, Perú. En: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/1680/yabar_si.pdf;jsessionid=2FA65B455BEC0B1B4B3C547C243141DC?sequence=1
- Siliceo, C. (2007). *Gestión del director para el fortalecimiento del proceso educativo en las escuelas primarias*. Bogotá, Colombia. En: <https://dialnet.unirioja.es>
- Smith, J.R. y Smith, R.L. (2015). *Evaluating Instructional Leadership. Recognized Practices for Success*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Stephen Anderson (2010). *Liderazgo directivo: claves para una mejor escuela*. Toronto, Canadá <http://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/view/127/141>
- Tabares y Miranda (2015). *La gestión directiva: un concepto construido desde las comprensiones de los directivos docentes de las escuelas públicas bogotanas*. Bogotá, Colombia. En: <https://bit.ly/2Ruwm8s>
- Trejo, A. (2014). *Competencias directivas; el nuevo rol del directivo y el cambio educativo*. Unidad de Servicios Para la Educación Básica en



el Estado de Querétaro. En:
<https://registromodeloeducativo.sep.gob.mx/Archivo;jsessionid=bcba5f19a22694924756ed07ac78?nombre=4901Ponencia+Competencias+directivas%3B+el+nuevo+rol+del+directivo+y+el+cambio+educativo.pdf>

UNESCO. (2011). *Manual de gestión para directores de instituciones educativas*. Lima, Perú. En:
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000219162?posInSet=4&queryId=N-EXPLORE-0239f1f9-d1c2-45fc-b18c-c956542b98d0>

Vila, A. (2015): *Explicación de la satisfacción en la dirección escolar a partir del desempeño de la función directiva*. Universidad de Sevilla
<http://revistas.usal.es/index.php/eks/article/view/eks20181917795/18538>

Modelo de gestión de conocimiento para el programa nacional de alimentación escolar Qali Warma

Knowledge management model for the national scholar feeding program Qali Warma

Blanca F. Simón-Díaz^{1,a,*}, Gerardo Garay-Robles^{2,b,#}, Wilber C. Calsina-Ponce^{3,c,%}

Resumen

La presente investigación muestra los resultados de la investigación desarrollada, cuyo objetivo fue diseñar un modelo de gestión del conocimiento para el PNAEQW de Huánuco. El desarrollo de la investigación estuvo dividido en dos fases: la primera cualitativa, que nos permitió desarrollar el modelo conceptual propuesto y la segunda cuantitativa, que nos permitió confirmar empíricamente el modelo conceptual. Se analizó a través de estudio de casos a tres áreas del PNAEQW con entrevistas semiestructuradas dirigidas a los jefes de dichas áreas, también mediante la observación directa y documentación del PNAEQW. Se exploró empíricamente el modo que los trabajadores gestionan conocimiento y mediante ello se desarrolló el modelo constituido por tres fases: la generación, transferencia e integración del conocimiento. El modelo conceptual obtenido se contrastó empíricamente utilizando una población de 19 colaboradores de diferentes áreas, se aplicó la prueba estadística Chi cuadrado para verificar los elementos organizativos e individuales del proceso de gestión del conocimiento. Los resultados muestran que la gestión del conocimiento depende de los trabajadores, de su cultura organizacional y estilo directivo; la transferencia del conocimiento depende de una cultura organizacional abierta y receptiva y un estilo directivo que genere participación hacia la integración del conocimiento que fomente una cultura organizacional propiciadora de la asimilación del conocimiento en los colaboradores.

Palabras clave: gestión del conocimiento, PNAEQW, gestión.

Abstract

This research shows the results of the research developed, whose objective was to design a knowledge management model for the Huánuco SFPQW. The research was divided into two phases: the first qualitative, which allowed developing the proposed conceptual model and the second quantitative, which empirically confirmed the conceptual model. It was analyzed through case studies in 3 areas of the SFPQW with semi-structured interviews addressed to the bosses of mentioned areas, also through direct observation and documentation of the SFPQW. It was explored empirically the way through which workers employed the knowledge management and through this was developed the model divided in three phases: the generation, transfer and integration of knowledge. The conceptual model obtained was empirically contrasted using a population of 19 collaborators from different areas; the Chi square statistical test was applied to verify the organizational and individual elements of the knowledge management process. The results show that knowledge management depends on the workers, their organizational culture and management style; the transfer of knowledge depends on an open and receptive organizational culture and a directive style that generates participation towards integration of knowledge to foment on an organizational culture that promotes the assimilation of knowledge in collaborators.

Keywords: Knowledge management, PNAEQW, Management.

¹Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, Huánuco, Perú

²Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú

³Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú

E-mail, ^ablancasimondiaz@hotmail.com, ^bgerardogaray2004@hotmail.com, ^ccsarartista@hotmail.com

Orcid ID: ^{*}<https://orcid.org/0000-0002-6167-5138>, [#]<https://orcid.org/0000-0002-9945-1498>,
[%]<https://orcid.org/0000-0002-9945-1498>

Recibido: 18 de octubre de 2019

Aceptado para publicación: 13 de enero de 2020

Esta obra está bajo una Licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)



Introducción

El trabajo de investigación tuvo por objetivo diseñar un modelo conceptual de gestión del conocimiento para el Programa Nacional de Alimentación Escolar Cali Warma, Huánuco, con el fin de crear, transmitir e integrar el conocimiento necesario a emplearse.

El trabajo de investigación desarrollado abre oportunidades para los profesionales y colaboradores, para los que pueden aportar sus conocimientos y su experiencia en la explotación adecuada de los recursos intangibles.

Por otro lado, la evidencia empírica de este modelo de conocimiento se basó en el trabajo de campo con el apoyo de diferentes instrumentos de recolección de datos, entre ellos un cuestionario, entrevista estructurada y no estructurada y el empleo de la observación como técnica.

Desde principios del siglo XX, la producción de conocimiento se ha incrementado sustancialmente en distintos ámbitos y para funcionar y prosperar en la sociedad del aprendizaje; cabe mencionar que la gestión del conocimiento se convirtió en un desafío nuevo y crucial tanto para empresas privadas como para las organizaciones públicas (Estado), lo cual conlleva a que, con frecuencia, las empresas y las organizaciones produzcan, compartan y utilicen el conocimiento (OECD, 2000).

Este incremento ha sido tan sustancial, que desde finales del siglo mencionado, se comenzó a hablar y valorar la economía del conocimiento, como una producción y servicios basados en actividades intensivas en conocimiento que ayuda a un ritmo acelerado el avance técnico y científico, así como a una rápida obsolescencia (Powell & Snellman, 2004), que como su nombre lo indica, se caracteriza por el uso del conocimiento como su principal activo e insumo para la producción de más conocimiento.

Nuestra época ha sido escenario de tantas transformaciones y cambios radicales, cuando se seguía hablando de una tercera revolución industrial (UNESCO & Bindé, 2005).

Ante tales desafíos, las organizaciones del sector público (OSP) no están ajenas; al contrario, desde los años 80 distintas transformaciones han ocurrido en su interior. La nueva gestión pública (New Public Management), trajo consigo una serie de preceptos (normas) que transformaron a las organizaciones (estructura) públicas convencionales (igual sistema), como por ejemplo: control, eficiencia, efectividad y la mejora continua de estas organizaciones (Bezales et al., 2011; Osborne, 2006). En la sociedad del conocimiento las organizaciones públicas o los gobiernos son uno de los mayores consumidores y productores de conocimiento. Ello, a raíz de una fuerte motivación por la actualización y modernización de las

organizaciones públicas.

Así, la Economía del Conocimiento ha sido configurada como lo que distintos autores, denominan: Sociedades del Conocimiento (Bindé & Matsuura, 2005; Minati, 2012; Pellegrino, 2012; Stehr, Adolf, & Mast, 2013), en las que este factor es el recurso más importante, el de mayor valor, y que generalmente se caracteriza por tener economías industrialmente avanzadas, porque se actualizan de manera inmediata y se renuevan sistemáticamente.

Entre los trabajos similares, Cabeza (2006), tuvo por objetivo general proporcionar a las empresas un mecanismo eficiente y capaz de gestionar (crear y mantener) el conocimiento inmerso en una unidad organizacional mediante procesos que permitan la compilación del conocimiento de forma distribuida e incremental (...), el trabajo concluyó que por sí misma, la tecnología, no es la clave de la ventaja competitiva; el componente humano sigue siendo lo más importante.

Vílchez, Rojas y Barrionuevo (2018) en los resultados de su investigación indican a los recursos Web como elementos eficaces para la adquisición de nuevas habilidades en el estudiante, induciéndolo a comportarse crítica y creativamente en la generación y gestión de conocimientos de aprendizajes en línea; a través de la promoción de la investigación, del trabajo colaborativo, el aprendizaje significativo social, reforzado por un conjunto de actividades guiaron a los estudiantes hacia el desarrollo de dichas capacidades digitales. De los resultados obtenidos en el trabajo de campo llegamos a la conclusión de que la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a través de servicios "web experta" mejoran en forma significativa las competencias académicas y tecnológicas de los docentes en formación de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

Bustos, Cerecedo y García (2016) diseñaron un modelo de gestión del conocimiento administrativo basado en el capital estructural que se puede implementar en unidades administrativas a nivel de posgrado, como en el caso de la división de apoyo al posgrado del IPN, que presenta cuatro elementos clave relacionados entre sí: las relaciones con las personas, los procesos de gestión del conocimiento, el uso de las TIC y el conocimiento administrativo.

Calvo (2018) nos dice que los Sistemas Regionales de Innovación, las Regiones de Aprendizaje y las Organizaciones Basadas en el Conocimiento cobra un papel fundamental, por lo tanto la gestión del talento humano y el desarrollo de competencias blandas son fundamentales. A nivel regional, el conocimiento debe ser gestionado a partir de la interacción entre los actores Universidad-Empresa-Estado, quienes deben tener unos roles claramente

definidos y en los que exista un modo articulador.

El trabajo de investigación se desarrolló con la finalidad diseñar un modelo conceptual de Gestión del Conocimiento para el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y para el aprovechamiento de las capacidades de los colaboradores que se encuentran activamente laborando.

El objetivo general de la investigación fue diseñar un modelo conceptual de Gestión del Conocimiento para el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma de Huánuco. Para alcanzarlo se desarrollaron los siguientes objetivos específicos: se identificó los elementos contextuales que facilitaron o impidieron la generación del conocimiento, se identificó los elementos contextuales que facilitaron o impidieron la transferencia del conocimiento, se identificó los elementos contextuales que facilitaron o impidieron la integración del conocimiento, se diseñó un modelo conceptual de generación, transferencia e integración del conocimiento en el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y, por último, se confirmó empíricamente el modelo conceptual diseñado.

Con el desarrollo de la investigación se contribuyó con un nuevo modelo de gestión, el cual por su metodología es posible de replicar.

Los resultados del trabajo nos muestran que la rotación y el despido, dificultan la generación, transferencia e integración del conocimiento, por lo que se sugiere generar la estabilidad laboral. Así mismo, evaluar la recarga laboral de cada colaborador, ya que es uno de los factores que impiden la generación, transferencia e integración del conocimiento por la disponibilidad de tiempo. En el desarrollo de la investigación se evidenció otras líneas de investigación, como la cultura organizacional, el liderazgo, la gestión del tiempo, etc., por lo que se sugiere a los interesados iniciar nuevas investigaciones al respecto. Para el desarrollo de la investigación no se presentaron dificultades.

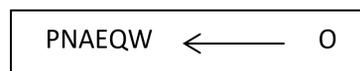
Metodología

La estrategia metodológica adoptada para determinar el Modelo de Gestión del Conocimiento para el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma de Huánuco, fue a través de una investigación mixta (Hernández, Fernández y Baptista 2014) dadas las necesidades, las cuales son la fase cualitativa o exploratoria y la fase cuantitativa.

- a) **Fase cualitativa.** La fase cualitativa se desarrolló mediante la modalidad de estudio de casos de las nueve (09) áreas que tiene el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma de la Unidad Territorial Huánuco. Rovira, Codina, Carmen y Del Valle, (2004)

aseguran que el estudio de caso es un método de investigación cualitativa y empírica orientada a la comprensión de profundidad de un objetivo, hecho, proceso o acontecimiento en su contexto (...), Wimmer y Dominick, (2001) y Neiman y Quarante, (2006) indican que el estudio de casos es una técnica que se fundamenta en un razonamiento inductivo, es particular y hecho concreto, hechos de la misma característica. Con esta fase permitió identificar los procesos para generar, transferir e integrar los conocimientos en las diferentes áreas del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma de Huánuco. El resultado nos proporcionó un Modelo Conceptual de Gestión del Conocimiento para el PNAEQW, Huánuco. Se llegó al resultado tomando en cuenta para la selección de toma de muestra a Avolio, (2015: 87), para el muestreo Maxwell, (1996), tipo de muestreo a Patton, (1990) y Huberman y Miles, (1994), para la recolección de la información se utilizaron tres fuentes de evidencia: recolección de información mediante fichas textuales, observación directa y entrevistas a los colaboradores del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma (técnica de la triangulación de la información).

- b) **Fase cuantitativa.** Se determinaron los elementos contextuales que facilitan o dificultan la generación, transferencia e integración del conocimiento, además se prueban las hipótesis formuladas a partir del Modelo Conceptual de Gestión del Conocimiento para el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, Huánuco. El resultado de esta segunda fase fue la confirmación empírica del Modelo Conceptual de Gestión del Conocimiento Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, Huánuco. El diseño y esquema de investigación del trabajo fue no experimental Gómez, (2006) y transversal según Keineman, (2008). Para el desarrollo de la investigación no se manipuló variable alguna, solo se hizo indagaciones en el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, mediante un cuestionario sobre la cultura organizacional, el estilo directivo, la motivación personal, la disponibilidad del tiempo, la distribución física, la rotación del personal, etc., para luego proponer un modelo de gestión del conocimiento. El esquema de la investigación fue: PNAEQW



Donde:

PNAEQW: Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma

O: Cultura organizacional, el estilo directivo, la motivación personal, la disponibilidad del tiempo, la

distribución física, la rotación del personal, etc. de las áreas del Programa de Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma.

La población objetivo estuvo constituida por 3,000 colaboradores del Programa de todo el Perú y la población accesible fueron 90 colaboradores del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, Huánuco. Dado que en esta segunda fase la investigación fue del tipo cuantitativo, el tipo de muestra para el desarrollo de la investigación fue no probabilístico de tipo intencionado o criterial, según lo menciona Namakforoosh (2011). Las técnicas e instrumentos para la recolección de datos de la investigación cuantitativa fueron la encuesta y el instrumento el cuestionario impreso, donde la encuesta fue aplicada a los 19 colaboradores. Para la validación del instrumento de medición el cuestionario final fue validado mediante juicio de expertos, para lo cual se tuvo en cuenta que el instrumento contenga todos los aspectos o ítems del dominio de la variable gestión del conocimiento. Para determinar esta fiabilidad, estabilidad o confianza del instrumento, se aplicó el instrumento a una muestra piloto conformada por seis (06) colaboradores (test), luego de un mes este mismo instrumento se volvió a aplicar a los mismos colaboradores (postest), para luego determinar el valor "r" (correlación significativa). Para la técnica de recojo, procesamiento y presentación de datos se tuvo en cuenta la aplicación de los cuestionarios. En este cuestionario se usó la escala de Likert. En el procesamiento de los datos se usó el SPSS 22, y la presentación se hizo mediante estadística descriptiva. Para la contratación de la Hipótesis se usó el estadístico Chi cuadrado, esta prueba contrasta frecuencias observadas con las frecuencias esperadas de acuerdo con la hipótesis nula.

Resultados

El resultado de la investigación es la elaboración del modelo de gestión de conocimiento para el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma (PNAEQW), mediante el estudio de casos (áreas) más importantes, donde la muestra lo constituyó tres áreas como son de Jefatura, Coordinación Técnica Territorial y Administración del PNAEQW.

Investigación cualitativa; Se realizó el análisis individual de casos que se explicarán a continuación:

- La generación del conocimiento es el resultado de la adquisición externa de este factor: capacitación externa, uso del internet para adquirir conocimiento mediante los vídeos, conferencias que realizan las empresas privadas o la misma sede; mientras que la creación interna del conocimiento se produce por lo siguiente: capacitación interna por los mismos jefes de las áreas y los trabajadores y hacen uso del Internet mediante la creación de Nubes informáticas para

almacenar informaciones. Ahora bien, los elementos organizacionales que favorecen la generación del conocimiento son: motivación, estilo directivo, solución inmediata del problema y cultura organizacional. Pero los elementos organizacionales que dificultan la generación del conocimiento tienen que ver con: la cobertura del Internet, disponibilidad del tiempo, y la rotación y renuncias del personal.

- La transferencia interna del conocimiento es el resultado de mecanismos de transferencia interna del conocimiento: documentos de trabajo, reuniones, conferencias y la utilización de correo electrónico, el USB, equipos móviles y página web institucional. Mientras que los elementos organizacionales que favorecen la transferencia interna del conocimiento son: buen ambiente y clima laboral dentro de la institución, el estilo directivo, la cultura organizacional. Y los elementos organizacionales que dificultan la transferencia interna del conocimiento están constituidos por: la disponibilidad de tiempo y rotación y renuncia de los trabajadores.
- La integración del conocimiento es el resultado de mecanismos como: manejo de informes, conocimientos guardados en USB e informes impresos, uso del Sistema Informático SIGO y a la Georreferencia, AIZA QW). Los elementos organizacionales que favorece la integración del conocimiento tiene que ver con: la cultura organizacional y el estilo directivo. Pero los elementos organizacionales que más bien dificultan la integración de ese conocimiento son a saber: la disponibilidad de tiempo, la rotación y la renuncia de los trabajadores.

Investigación Cuantitativa permitió contrastar las hipótesis planteadas a partir del modelo de gestión del conocimiento. Esta segunda fase está constituida por las siguientes etapas: revisión del modelo conceptual, definición de variables, operacionalización de variables, determinación de indicadores de las variables, determinación de la técnica de investigación para la recolección de datos, diseño de la encuesta, planteamiento de la hipótesis, diseño y selección de la muestra, confiabilidad y validez de la recolección de datos, modelo de ecuaciones estructurales, análisis de las variables dependientes, prueba de hipótesis y conclusiones de la investigación. Además dentro de la determinación de la técnica e instrumento de investigación para la recolección de datos, la encuesta fue la técnica aplicada y como instrumento se utilizó el cuestionario. La confiabilidad del instrumento se probó mediante la aplicación de la metodología del retest. La confiabilidad es el grado de consistencia de los puntajes obtenidos por un mismo grupo de sujetos en una serie de mediciones con el mismo test. Es la estabilidad o constancia de los puntajes logrados en un test. (Sánchez 2009: 155)..

Contratación de las hipótesis General; se llegó a estos resultados durante la investigación.

HO (nula): Los facilitadores y la barrera para generar, transferir e integrar los conocimientos son independientes.

Ha (alterna): Los facilitadores y la barrera para generar, transferir e integrar el conocimiento no son independientes.

Contrastación de las hipótesis Específicas; se llegó a estos resultados durante la investigación.

Tabla N° 1

Variables	Hipótesis Específicas	Conclusiones
GENERACION DEL CONOCIMIENTO	H ₁₁	Los facilitadores para crear conocimiento no son independientes con la generación del conocimiento
	H ₁₂	Las barreras para crear conocimiento no son independientes con la generación del conocimiento
TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO	H ₁₃	Los facilitadores para transferir conocimiento no son independientes con la transferencia interna del conocimiento
	H ₁₄	Las barreras para transferir conocimiento no son independientes con la transferencia interna del conocimiento
INTEGRACION DEL CONOCIMIENTO	H ₁₅	Los facilitadores para la integración del conocimiento no son independientes con la integración del conocimiento
	H ₁₆	Las barreras para la integración del conocimiento son independientes de la integración del conocimiento.

De la tabla N° 1, se indica que el 83 % de la hipótesis específica no son independientes, entonces acepta la hipótesis alterna.

El modelo propuesto de gestión del conocimiento para el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, Huánuco fue nuestro objetivo, el cual indicó además que se desarrolle la mejora continua, identificando los factores que impiden o faciliten la generación, transferencia e integración del conocimiento y que repercuten en un servicio eficiente y eficaz.

En este contexto, para diseñar el modelo se tuvo en cuenta varios criterios como la cultura organizacional, estilo directivo, motivación del personal, disponibilidad de tiempo, rotación de los trabajadores, uso de Internet, capacitación interna, desarrollo de nuevos procesos y tecnología.

Además de la información recogida a través de entrevistas en forma directa (face to face) a los directivos y colaboradores de diferentes áreas, indicamos que para la generación del conocimiento existen dos contextos: los facilitadores como la motivación, el estilo directivo, la solución inmediata y cultura organizacional; y respecto a las barreras, se tiene: la cobertura de Internet, disponibilidad de tiempo y la rotación, la renuncia del personal. Para la transferencia interna del conocimiento se consideran dos contextos: los facilitadores como el ambiente y clima laboral, estilo directivo, cultura

organizacional y las motivaciones; y entre las barreras: la disponibilidad de tiempo y la rotación, y la renuncia de los trabajadores. Con respecto a la integración del conocimiento se aprecian también dos contextos: los facilitadores que integran el conocimiento de cultura organizacional y el estilo directivo; y en cuanto a las barreras identificamos: la disponibilidad de tiempo y la rotación, y la renuncia de los trabajadores.

Discusión

En tal sentido, se puede decir que el modelo diseñado es factible en su aplicación, ya que un 83% de las hipótesis específicas están relacionadas con los facilitadores y las barreras para generar, transferir e integrar conocimiento.

Bustos (2008), en los resultados que encontró, enfatiza que la propuesta más sólida se conjuga en el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, con el uso de indicadores, y destaca el cuadro de mando integral y el reporte de capital intelectual para su implementación.

Los resultados encontrados por Cabeza (2006), que por sí misma la tecnología no es la clave de la ventaja competitiva, el componente humano sigue siendo lo más importante.

En el ámbito local Garay (2015), en su trabajo de investigación, concluyó en un modelo conceptual que está diseñado por elementos contextuales que generan, transfieren e integran el conocimiento, la cultura organizacional, el estilo directivo y la motivación del personal (generación), distribución física, cultura organizacional, estilo directivo (transferencia) y la cultura organizacional (integración).

Estas conclusiones se concretizan en los resultados de nuestro trabajo, indicando que el 74% opina que el Jefe de la unidad Territorial fomenta el desarrollo de iniciativas y la creatividad del personal, un 68 % dice que en el PNAEQW existe apoyo para que el personal aplique el conocimiento recientemente adquirido, y un 74 % manifiesta que el jefe de la Unidad Territorial es consciente de la relevancia de la generación del conocimiento, resultados según la opinión de los colaboradores.

Conclusiones

De los resultados obtenidos del trabajo de investigación se concluye con el modelo diseñado para el PNAEQW, teniendo en cuenta la generación, transferencia e integración del conocimiento diseñado por elementos contextuales muy importantes: motivación, estilo directivo, solución inmediata a las dificultades, cultura organizacional (generación), ambiente y clima laboral, estilo directivo, motivación (transferencia), estilo directivo (integración); mientras los que factores que impiden la generación, transferencia e

integración del conocimiento son: cobertura del Internet, disponibilidad del tiempo, rotación y renuncias del personal (generación y transferencia), disponibilidad de tiempo, rotación y renuncia de los trabajadores.

Agradecimientos

A los colaboradores del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, al Jefe de la Unidad Territorial, al Coordinador Técnico Territorial y al Administrador por facilitarme la información solicitada, por su participación y apoyo en el desarrollo de esta investigación.

Referencias bibliográficas

- Avolio, B. (2016). *Métodos cualitativos de investigación: Una aplicación al estudio de casos*. Perú: Cengage Learning.
- Bezes, P., Demazière, D., Le Bianic, T., Paradeise, C., Normand, R., Benamouzig, D., Evetts, J. (2011). New Public Management et professions dans l'État : au-delà des oppositions, quelles recompositions ? *Sociologie Du Travail*, 53(3), 293–348. Recuperado de <http://doi.org/10.1016/j.soctra.2011.06.003>.
- Bindé, J., & Matsuura, K. (2005). *Towards Knowledge Societies*. UNESCO world report (Vol. 1).
- Bustos, E. (2008). *La influencia del capital intelectual en la gestión de la calidad en Instituciones de educación Superior: El caso de la Escuela Superior de Cómputo del Instituto Politécnico Nacional; desarrollado en la Escuela Superior de Comercio y Administración de la Unidad Santo Tomás de la sección de Post Grado e Investigación en México* (tesis de doctoral). Instituto Politécnico, México, D.F.
- Bustos, E., Cerecedo, M. y García, M. (2016). Modelo de gestión de conocimiento para el desarrollo de posgrado: estudio de caso. *Revista electrónica de investigación educativa*. 18(1).
- Cabeza, W. (2006). *Mecanismo distribuido para la gestión del conocimiento organizacional* (tesis de doctoral). Universidad de Ingeniería, Lima, Perú.
- Calvo, O. (2018). La gestión del conocimiento en las organizaciones y las regiones: una revisión de la literatura. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*. Universidad de Nariño. Vol. XIX No. 1 - 1er Semestre 2018, Enero - Junio - Páginas 140-163. DOI: <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.181901.91>
- Garay, G. (2015). *Modelo de Gestión del Conocimiento para las MYPES del sector Panificación de Huánuco* (tesis doctoral). Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de investigación científica*. 1ra Ed. Cordova. Brujas. p. 102.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6a. Ed. México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores.
- Huberman, A.M. y Miles, M.B. (1994). *Data management and analysis methods*. En Denzin, N.K. y Lincon, Y.S., *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage. Pp. 428-444.
- Keinemans (2008). *Digi-interventionisme*, In: *Journal of Social Intervention: Theory and Practice* 17(3): 3-14.
- Maxwell, J. (1996). *Qualitative research design: An integrative approach*, Thousand Oaks. Ca: Sage Publications.
- Minati, G. (2012). *Knowledge to manage the knowledge society*. The Learning Organization, 19(4), 350–368. Recuperado de <http://doi.org/10.1108/09696471211226707>
- Namakforoosh, M. (2011). *Metodología de la investigación*. 2da Edición, México: Editorial Limusa.
- Neiman, G. y Quaranta, G. (2006). *Los estudios de caso en la investigación sociológica*. En Vasilachis de Gialdino, I. (Ed.) *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 213-237). Barcelona: Gedisa.
- OECD. (2000). *Knowledge Management in the Learning Society*. OECD Publishing. <http://doi.org/10.1787/9789264181045-en>.
- Osborne, S. P. (2006). The New Public Governance? *Public Management Review*, 8(3), 377–387. Recuperado de: <http://doi.org/10.1080/14719030600853022>.
- Osborne, S. P. (2006). The New Public Governance *Public Management Review*, 8(3), 377–387. Recuperado de <http://doi.org/10.1080/14719030600853022>
- Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*, Thousand Oaks. Ca: Sage Publications.
- Pellegrino, G. (2012). Beyond an IT-driven Knowledge Society: Knowledge Management as Intertwined Sociotechnical Circulation. *European Review*, 20(02), 164–172. Recuperado de <http://doi.org/10.1017/S1062798711000408>
- Powell, W.W., & Dnellman, K. (2004). The Knowledge Economy. *Annual Review of Sociology*, 30(1), 199-220. Recuperado de <http://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.010202.100037>.
- Rovira, C., Codina, L., Carmen, M. y Del Valle (2004). *Información y Documentación Digital*. Recuperado: https://books.google.com.pe/books?id=64zzePg6aBEC&pg=PA11&dq=definicion+estudios+de+casos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwimo36t_fZAhVR7VMKHZzdBMsQ6AEIJAA#v=onepage&q=definicion%20estudios%20de%20casos&f=false.
- Sánchez, H. (2009), Reyes, C. Metodología y

- diseños en la investigación científica. 4ta. Ed. Lima: Edit. Visión Universitaria. p 37.
- Stehr, N., Adolf, M., & Mast, J. L. (2013). *Knowledge Society, Knowledge-Based Economy, and Innovation*. In E. G. Carayannis (Ed.), *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship* (pp. 1186–1191). New York, NY: Springer New York. Recuperado de http://doi.org/10.1007/978-1-4614-3858-8_440
- UNESCO, & Bindé, J. (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. París: UNESCO. Retrieved from <http://www.unesco.org/new/es/communicationandinformation/resources/publications-and-communicationmaterials/publications/fulllist/towards-knowledge-societies-unesco-worldreport/> Gestión y medición del conocimiento en organizaciones públicas.
- Vílchez, J., Rojas, A., & Barrionuevo, C. (2018). Integración de las TIC a través de servicios "web experta" en el proceso de formación del docente. *Investigación Valdizana*, 10(4), 194-205.
- Wimmer, R.D., Dominik, J.R. (2001) *La investigación científica de los medios de comunicación*. Una Introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch.

Gestión del talento humano y la satisfacción laboral de los trabajadores de una institución educativa privada

Management of human talent and the job satisfaction of workers from a private educational institution

Karen I. Bendeuzú-Pacífico^{1,a,*}

Resumen

El objetivo del trabajo de investigación fue determinar la relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada "Mave School", San Juan de Lurigancho, Lima, 2019. La metodología empleada fue descriptiva correlacional. Para la recolección de datos se elaboraron dos instrumentos para ambas variables tomados de la Escala de Satisfacción Laboral SL / SPC – por Sonia Palma, con una muestra de 18 docentes y 06 administrativos. Los resultados indicaron que la gestión del talento humano se relaciona significativamente con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada "Mave School", San Juan de Lurigancho, Lima; entonces se concluyó que la correlación fue significativa y alcanzó un nivel de 0.892 que corresponde a un nivel de correlación fuerte.

Palabras clave: gestión del talento humano, satisfacción laboral, motivación, relaciones interpersonales.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between the Management of Human Talent and the Job Satisfaction of the workers from a Private Educational Institution "Mave School" San Juan de Lurigancho–Lima, 2019. The methodology used was descriptively correlational. For data collection two instruments were developed for both variables taken from the SL / SPC Work Satisfaction Scale – by Sonia Palma, with a sample of 18 teachers and 06 administrative. The results indicated that Human Talent Management is significantly related to the Job Satisfaction of workers from the Private Educational Institution "Mave School" San Juan de Lurigancho–Lima, it was concluded that the correlation was significant and achieved a level of 0.892 that corresponds to a level from heavy correlation.

Keywords: human talent management, job satisfaction, motivation, interpersonal relationships.

¹Institución Educativa Privada Mave School, San Juan de Lurigancho, Perú

E-mail, ^akbendezu@outlook.com

Orcid ID: ^h<https://orcid.org/0000-0002-6654-169X>



Introducción

En los países de Europa, la preparación del ciudadano, constituye un factor desde el cual se generan fuertes demandas sobre la tarea educativa. Estas demandas incluyen desde las clásicas propuestas de formación en el respeto a los derechos humanos y la paz hasta las más actuales preocupaciones por rebrotes racistas, defensa de las minorías y protección ambiental. Pero al mismo tiempo, la necesidad de mejorar las capacidades productivas de las personas ha adquirido actualmente una importancia crucial, el de gestar el talento humano.

El mundo del trabajo se ha hecho complejo en forma notoria y la actividad productiva se articula cada vez más estrechamente con la actividad intelectual: por un lado, la producción requiere mayores niveles como la creatividad, la inteligencia, la selección de información; por el otro, la actividad productiva no solo consume conocimientos, sino que los produce. Por esta razón, actualmente una educación desligada del mundo del trabajo no solo es regresiva desde el punto de vista económico que debilita el desarrollo integral de la personalidad individual.

Las modificaciones en los paradigmas a partir de los cuales se analiza el papel de la educación también reflejan cambios en la concepción del propio proceso de desarrollo. En este sentido, la modificación más importante consiste en concebir lo que ahora se denomina “talento humano” y sus productos (información, creatividad, inteligencia, etc.), desde una perspectiva sistémica. En este sentido, las personas y sus capacidades comienzan a ser consideradas como el objetivo del desarrollo y como factor central de las estrategias para lograrlo.

Para Chiavenato (2009), la gestión del talento humano es el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos. Además incluyen la planificación del recurso humano, reclutamiento, selección, capacitación y compensaciones (Palma, 2010). Al respecto Ibáñez (2011) dice que la gestión del talento humano es el proceso administrativo aplicado al acrecentamiento y conservación del esfuerzo humano; las experiencias, la salud, los conocimientos, las habilidades y todas las cualidades que posee el ser humano como

miembro de la organización, en beneficio de la propia organización y del país en general. Cuestas (2010) lo definió como el conjunto de actividades que ponen en funcionamiento, desarrollan y movilizan a las personas que una organización necesita para realizar sus objetivos.

Urquijo & Bonilla (2008) mencionan que: *La remuneración es el retorno monetario y no monetario entregado a los empleados como intercambio por su tiempo, talento, esfuerzo y resultados.* (p.19)

Según Chiavenato (2006), la gestión del talento humano es un conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluidos reclutamiento, capacitación, recompensas y evaluación del desempeño.

Hellriegel y Slocum (2009) refieren que el comportamiento organizacional es el estudio de personas y grupos en la realidad de una institución y el estudio de los procesos y prácticas en el interior de la misma que incide en la efectividad de los individuos, los equipos y la institución. Para Gibson, Ivancevich, Donnelly y Konospake (2007) es el campo de estudio que se sustenta en la teoría, métodos y principios de diferentes disciplinas para conocer acerca de las percepciones, valores, capacidades de aprendizaje de las personas mientras trabajan en grupos.

Por otro lado, Salgado, Remeseiro e Iglesias, (1996) manifiestan que la cultura organizacional es toda una red de elementos que identifican y diferencian a todos los miembros de un centro laboral; formando parte de este conjunto, los hábitos de comportamiento y las reglas internas. Dentro de ella se establecen las relaciones humanas que estudian la interacción de las personas en ámbitos organizacionales o personales (Amaro, Gonzáles y Pérez, 2015; Alva y Domínguez, 2013).

En los países de Europa, la preparación del ciudadano, constituye un factor desde el cual se generan fuertes demandas sobre la tarea educativa (Pecino, et.al., 2015 y Zuñiga, 2016). Estas demandas incluyen la necesidad de mejorar las capacidades productivas de las personas y ha adquirido actualmente una importancia crucial, el de gestar el talento humano (Robbins, 2004 y Del Ángel, 2017).

Una educación desligada del mundo del trabajo no solo es regresiva desde el punto de vista económico que debilita el desarrollo integral de la personalidad individual (Martínez, 2004 y Altair, 2014). Las modificaciones en los paradigmas a partir de los cuales se analiza el papel de la educación también reflejan cambios en la concepción del propio proceso de desarrollo (Dalton y Watts, 2007).

Tedesco (2012) manifiesta que, en América Latina, el debate educativo no ha alcanzado ni la prioridad ni la articulación que se aprecia en dichos países. Los modelos mencionados tuvieron una vigencia parcial y fueron reemplazados sin que los problemas a los cuales estaban respondiendo hubieran sido resueltos (Uribe, 2015).

A lo largo de las décadas la gestión del talento humano y la satisfacción laboral continúan siendo un reto para toda organización educativa, esto se da porque en la mayoría de organizaciones no se ha realizado un estudio que determine o identifique los factores principales por los cuales no se puede establecer estrategias para afrontar y mejorar el presente reto (Ferreiro y Alcázar, 2005).

De acuerdo a lo que manifiesta Huamani (2015) el Perú se sitúa en esta problemática, la falta de incentivos para el maestro hace que los mejores no quieran ejercer la docencia, los que acceden por una plaza docente son los que no encuentran otra opción. De modo recurrente, se ha exigido al Estado precisar las políticas, estrategias y mecanismos que garanticen el derecho a una educación de calidad para todos. En esta exigencia se ha hecho presente la interrogación por la calidad, la pertinencia y la eficacia del trabajo docente, por su formación y las condiciones del ejercicio de su labor.

Romani, Ferrer y Zuta (2018) concluyen que el trabajo en equipo y la satisfacción laboral tienen una asociación significativa, principalmente los indicadores compromiso y coordinación.

Calderón (2018) en su trabajo de investigación concluyó que a mayor aplicación de las políticas de desarrollo del talento humano orientadas, mejorará la calidad de servicio hotelero en los casos de estudio, lo que se puede manifestar a través de una percepción regular de los indicadores de ambas variables.

El departamento de Lima no se escapa a esta problemática, pues se observa que los directivos de las diferentes instituciones presentan problemas en cuanto a gestionar el talento humano y la satisfacción laboral de los trabajadores de la institución educativa en mención que vienen realizando un sinnúmero de esfuerzos por dar solución a las deficiencias observadas, tanto a nivel de Unidad de Gestión Educativa Local, instituciones, directivos a quienes se les prepara en diferentes áreas como el liderazgo, para que puedan realizar un trabajo eficiente en beneficio de la educación peruana. En la institución educativa en estudio del distrito de San Juan de Lurigancho continúa la problemática, es por ello esta investigación se planteó como objetivo determinar la relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada "Mave School", San Juan de Lurigancho, Lima, 2019.

Metodología

Por su carácter la investigación fue cuantitativa, se midieron las variables a través de un estudio de campo (Mejía, 2005).

El tipo de investigación fue básica, con un nivel correlacional (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) porque se relacionaron dos variables. El diseño fue no experimental, transeccional descriptivo, ya que no se realizó manipulación de variables, solo fueron estudiadas en su contexto real tal y como se presentaron.

La población estuvo constituida por los trabajadores de la Institución Educativa Privada "Mave School", San Juan de Lurigancho, Lima, 2019; la muestra se obtuvo por muestreo no probabilístico de tipo intencional, siendo seleccionados 06 directivos y 18 personales administrativos, conformando un total de 24 trabajadores de dicha Institución Educativa.

La técnica empleada fue la encuesta y se utilizó como instrumento un cuestionario estructurado tomado de la Escala de Satisfacción Laboral SL / SPC – por Sonia Palma, para ambas variables.

La fuente de información en el estudio ha sido primaria y personal, ya que se tuvo acceso inmediato para la recolección de datos en forma directa y personal desde la unidad de

análisis.

Resultados

Se ha realizado la comparación sucinta de los resultados con otros hallazgos en trabajos de similar temática que ha radicado en determinar la relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada "Mave School", San Juan de Lurigancho, Lima, que han permitido analizar y demostrar a través de las dimensiones del comportamiento organizacional, comunicación, y compensación laboral, en la primera variable y las condiciones físicas y/o materiales, beneficios laborales y/o remunerativos, políticas administrativas, relaciones interpersonales, desarrollo personal, desempeño de tareas, relación con la autoridad para la segunda variable.

Tabla N° 01:
La gestión del talento humano y su relación con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada "Mave School", San Juan de Lurigancho, Lima.

		GESTIÓN TALENTO HUMANO	SATISFACCIÓN LABORAL
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,892**
		N	24
			24
		Coefficiente de correlación	,892**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	24
			24

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: En la tabla 1 se muestra que la R de Spearman es mayor a 0.5, señalando que existe relación significativa entre la variable gestión del talento humano y satisfacción laboral; en este sentido, se afirma la primera hipótesis general, la cual manifiesta que ambas variables se relacionan entre sí con una fuerte correlación.

Interpretación: En la tabla 2, se muestra que la R de Spearman es mayor a 0.5, indicando que existe relación significativa entre la dimensión de comportamiento organizacional y la satisfacción laboral; en este sentido, se confirma la primera hipótesis específica, la cual manifiesta que el comportamiento

organizacional se relaciona en la satisfacción laboral con una correlación buena de 0.875.

Tabla N° 02:
El comportamiento organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada "Mave School", San Juan de Lurigancho, Lima.

		COMPORTEAMIENTO ORGANIZACIONAL	SATISFACCIÓN LABORAL
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,785**
		N	24
			24
		Coefficiente de correlación	,785**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	24
			24

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Tabla N° 03
La comunicación y su relación con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada "Mave School", San Juan de Lurigancho, Lima.

		COMUNICACIÓN	SATISFACCIÓN LABORAL
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1000
		Sig. (bilateral)	,789**
		N	24
			24
		Coefficiente de correlación	,789**
		Sig. (bilateral)	1000
		N	24
			24

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: En la tabla 3 se muestra que la R de Spearman es mayor a 0.5, dando a notar que existe relación significativa entre la dimensión de la comunicación y la satisfacción laboral; entonces se confirma la segunda hipótesis específica, la cual manifiesta el que entre la dimensión y la segunda variable existe relación, asimismo, la correlación es significativa y alcanza un nivel de 0.813 que corresponde a un nivel correlación positiva alta.

Interpretación: En la tabla 4 se muestra que la R de Spearman es mayor a 0.5, dando a notar que existe relación muy significativa entre la dimensión de compensación laboral y la satisfacción laboral; en este sentido, se confirma la tercera hipótesis específica, la cual manifiesta que la dimensión compensación laboral se relaciona significativamente con la

segunda variable, la correlación es significativa y alcanza un nivel de 0.815 que corresponde a un nivel correlación positiva alta.

Tabla N° 04
La compensación laboral y su relación con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada “Mave School”, San Juan de Lurigancho, Lima

		COMPENSACIÓN LABORAL	SATISFACCIÓN LABORAL
Rho de Spearman	COMPENSACIÓN LABORAL	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,815**
			,000
	N	24	24
Rho de Spearman	SATISFACCIÓN LABORAL	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,815**
			,000
	N	24	24

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Se realizó la comparación sucinta de los resultados con otros hallazgos en trabajos de similar temática que ha radicado en determinar la relación entre la gestión del talento humano y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada. Al respecto, estos resultados difieren de los hallazgos de Gómez, (2013) quien en sus resultados obtenidos señala que hay una baja correlación entre las variables gestión del talento humano y la motivación laboral docentes en la I.E. República de Colombia, UGEL N° 02-2012, con un nivel de significancia de 0.05.

Por otro lado, los resultados de esta investigación confirman lo planteado por Di-Carlo (2012), quien concluye que para el logro del talento humano se requiere en cada uno de los docentes coordinadores, la presencia de ejes de formación, nivel de competencias y conocimientos organizacionales; siendo esta una responsabilidad directa de la institución de formar al personal ya que, se evidenció una carencia de talento humano que entorpece la dinámica organizacional, lo cual se hace notoria en la incapacidad de gerenciar y administrar con éxito los puestos se le asignaron.

Esta investigación se refuerza con la investigación realizada por Sánchez (2014), quien concluyó que para establecer la relación entre la gerencia estratégica y la gestión del talento humano en las organizaciones educativas, se evidenció que existe una alta

correlación alta y estadísticamente significativa entre las variables, es decir que a medida que aumentan los valores de la variable gerencia estratégica aumenta de forma alta positiva los valores de la variable gestión del talento humano, con los resultados que se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0,845 a nivel de significancia de 0,001.

Asimismo, se concuerda con los resultados de Guerrero (2012), al manifestar que hay una relación media y estadísticamente significativa entre las variables gestión del talento humano y la variable y cultura organizacional en las instituciones educativas objeto de estudio y viceversa. Manifiesta que existe una relación estrecha entre gestionar el talento humano con el clima organizacional ya que todo gerente debe de utilizar técnicas y conceptos de administración de personal para el mejoramiento del desempeño de los trabajadores y por ende de la productividad.

Conclusiones

El estudio realizado ha demostrado que existe relación significativa entre la gestión del talento humano a través de sus dimensiones: comportamiento organizacional, comunicación y compensación laboral con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada “Mave School”, San Juan de Lurigancho, Lima; con un nivel de significancia del 5% y un valor $p = 0.000 < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa que sostiene que: la correlación es significativa y alcanza un nivel de 0.892 que corresponde a un nivel correlación positiva alta.

Se ha determinado que con un nivel de significancia del 5% y un valor $p = 0.000 < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa; es decir la dimensión: el comportamiento organizacional a través de los indicadores cultura organizacional y las normas se relaciona con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada “Mave School”, San Juan de Lurigancho, Lima; asimismo la correlación es significativa y alcanza un nivel de 0.789 que corresponde a un nivel correlación buena.

Como el valor $p = 0.000 < 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa. Por lo tanto, la dimensión: la comunicación a través de sus indicadores relaciones humanas

y trabajo en equipo, se relaciona de manera significativa con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada "Mave School", San Juan de Lurigancho, Lima; asimismo la correlación es significativa y alcanza un nivel de 0.789 que corresponde a un nivel correlación positiva buena.

Se manifiesta que como el valor $p = 0.000 > 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa. Por lo tanto, la dimensión: la compensación a través de sus indicadores motivación y reconocimiento, se relaciona de manera significativa con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Privada "Mave School", San Juan de Lurigancho, Lima, es decir que la correlación es significativa y alcanza un nivel de 0.789 que corresponde a un nivel correlación buena.

Referencias bibliográficas

- Amaro, L., Gonzáles, R. y Pérez, F. (2015). Diagnóstico de clima organizacional y satisfacción laboral en instalaciones hoteleras. *Revista retos turísticos*, 14.
- Altair, G. (2014). Elaboración del plan estratégico. México. Eco colecciones.
- Alva, J. y Domínguez, L. (2013). Clima organizacional y satisfacción laboral en los trabajadores de la universidad San Pedro de Chimbote. *Revista In Crescendo*. 6, 90-102.
- Calderon, J. (2018). Propuesta de una política de desarrollo del talento humano para la mejora de la calidad del servicio en una muestra de hoteles de 3 y 5 estrellas en Lima y Huánuco. *Investigación Valdizana*, 12(2), 105-113.
- Chiavenato, I. (2006). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional. La Dinámica del Éxito en las organizaciones*. Segunda edición McGraw-Hill.
- Cuesta A. (2010). La gestión del talento humano y del conocimiento. Bogotá: Ediciones ECOE. Pp. 448 *Revista Latinoamericana de Psicología*, vol. 45, núm. 1, 2013, pp. 157-160 Fundación Universitaria Konrad Lorenz Bogotá, Colombia.
- Dalton, H. y Watts, M. (2007). *Relaciones Humanas*. Cengage Learning México. Editores S.A. de C.V.
- Del Ángel, E. (2017). Clima organizacional del personal docente y administrativo de una institución de educación superior en México. *Revista de la alta tecnología y sociedad*, 9, 79-83.
- Di-Carlo, M. (2012). Grado de satisfacción laboral y condiciones de trabajo: una exploración cualitativa Enseñanza e Investigación en Psicología, vol. 14, núm. 1, enero-junio, 2009, pp. 105-118 Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Psicología A.C. Xalapa, México
- Ferreiro, P.; Alcázar, M. (2005). *La motivación laboral*. Quinta Edición. Lima. PAD: Universidad de Piura.
- Gibson, J., Ivancevich, J., Donnelly, J., & Konospake, R. (2007). *Organizaciones: Comportamiento, Estructura y Procesos*. Duodécima Edición. Mexico: Editorial Mc Graw Hill.
- Gómez, M. (2013). *Gestión del talento humano y la motivación laboral docentes en la I.E. República de Colombia- UGEL N°02-2012* (Tesis de maestría) Universidad de Cali.
- Guerrero, G. (2012). Gestión del talento humano y Cultura organizacional en las instituciones educativas. *Revista ciencia y trabajo*, 51, 185-191.
- Hellriegel, D. y Slocum, J. (2009). Administración. México, Thomson Editores.
- Hernández, S., Fernández, A. y Baptista, A. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Huamaní, J. (2015). Impacto de la motivación del en la productividad empresarial. *Revista investigaciones educativas unmsm.edu.pe*. Lima Perú.
- Ibañez, M. (2011). *Gestión del talento humano en la empresa*. Lima Perú: Editorial El Búho.
- Martínez, L. (2004). Gestión social del talento humano. México: Mc. Graw Hill.
- Mejía, E. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima, Perú: Centro de Producción Editorial e Imprenta de la UNMSM.
- Palma, S. (2010). Motivación y clima laboral en el personal de entidades universitarias. *Revista de investigación en psicología*, 11-21.
- Pecino, V. et al. (2015). Clima y satisfacción laboral en el contexto universitario. *Revistas anales de psicología*, 31, 658-666.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. México. Editorial litografía ingramex.
- Romani, S., Ferrer, M., & Zuta, N. (2018). Trabajo en equipo y satisfacción laboral en profesionales de Enfermería del Hospital de

- Ventanilla. *Investigación Valdizana*, 12(3), 165-170.
- Salgado, J., Remeseiro, C. e Iglesias, M, (1996). Clima organizacional y satisfacción laboral en una PYME. *Revista psicothema*, 8, 329-335.
- Sánchez, A. (2014). Relación entre la gerencia estratégica y la gestión del talento humano en las organizaciones educativas I. *Revista estudios gerenciales*, 27, 47-64.
- Tedesco (2012). *Educación y Desigualdad en América Latina y El Caribe*. Producción editorial: Imbunche. Chile. Ediciones Ltda.
- Uribe P. (2015). *Clima y ambiente organizacional: trabajo, salud y factores psicosociales*. México: El manual moderno.
- Urquijo, J. y Bonilla, J. (2008). *La remuneración del trabajo, manual para la gestión de sueldos y salarios*. Caracas. Primera edición: Editorial texto.C.A.
- Zuñiga, C. (2016). *Gestión del talento humano y gestión de procesos en las instituciones educativas de la Policía Nacional de la UGEL 02 y 03*, Lima 2015.

Estrategias de aprendizaje y rendimiento académico en estudiantes de Secretariado Ejecutivo, Machala – Ecuador

Learning strategies and academic performance in the executive secretarial course students, Machala – Ecuador

Jessenia Betancourt-Pereira^{1,a,*}

Resumen

La investigación tuvo como objetivo conocer la relación que existe entre las estrategias de aprendizaje y el rendimiento académico de los estudiantes de Secretariado Ejecutivo. Es una investigación de nivel descriptivo con diseño correlacional. La población y muestra estuvo conformada por 25 estudiantes. Se aplicaron dos instrumentos: la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario estructurado para medir la variable estrategias de aprendizaje, otro instrumento de medición fue una lista de cotejo de actas finales de notas de estudiantes del IV semestre para medir la variable rendimiento académico; dichos instrumentos fueron evaluados y validados mediante el juicio de expertos llegando a un nivel de confiabilidad de 0,921, el cual tiene alto nivel de confiabilidad. Para medir la correlación que existe entre ambas variables, se utilizó el coeficiente de relación de Pearson; se observa que existe correlación de 0.846, demostrándose así que existe una relación significativa; es decir que a medida que se aplica las estrategias de aprendizaje se produce un buen rendimiento académico en la muestra estudiada. Llegando a la conclusión que existe relación significativa entre las estrategias de aprendizaje y el rendimiento académico de los estudiantes con un nivel de confianza del 95%.

Palabras clave: estrategias de aprendizaje, motivacionales, cognitivas, metacognitivas, administración de recursos y rendimiento académico.

Abstract

The main objective of the research was to know the relationship between the learning strategies and the academic performance in the executive secretarial course students. This was a descriptive level research with correlational design. The population and sample was constituted of 25 students. Two instruments were applied: the survey technique and the structured questionnaire instrument to measure the learning strategies variable, another measuring instrument was a checklist with the final report card of the students of fourth semester to measure the academic performance variable, these instruments were evaluated and validated through expert judgment reaching a level of reliability of 0.921, which has a high level of reliability. To measure the correlation that exists between both variables, the Pearson's correlation coefficient was used, where it was observed that there is a correlation of 0.846, where it is shown that there is a significant relationship; In other words, as the learning strategies are applied, a good academic performance is produced in the sample studied. It was concluded that there is a significant relationship between the learning strategies and the academic performance of the students with a 95% confidence level.

Keywords: learning strategies, motivational, cognitive, metacognitive, resource management and academic

¹Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú

E-mail, ^ajessenia_betancourt@hotmail.com

Orcid ID: ¹<https://orcid.org/0000-0001-9821-8048>

Recibido: 07 de octubre de 2019

Aceptado para publicación: 15 de enero de 2020

Esta obra está bajo una Licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)



Introducción

En estos últimos años, han ido surgiendo diferentes formas de aprender, diferentes estrategias. En ese sentido se sabe que en las escuelas, institutos superiores y universidades se imparte una formación integral. El presente estudio abarca especialmente el instituto tecnológico superior que forma a los futuros profesionales y técnicos en diversas áreas de conocimiento, por ende se debe impartir una formación de calidad y que los egresados del instituto en estudio mantengan el compromiso de cumplir con las exigencias que pide la sociedad ecuatoriana.

De allí que es indudable que cada profesional necesita actualizarse, para ello debe ser reflexivo de sus capacidades y de la aplicación de estrategias que favorezcan su aprendizaje.

El individuo tiene diferentes maneras de aprender. Autores como Ausubel (2002), en su teoría de aprendizaje significativo describe al estudiante como un procesador reactivo de la información mediante un aprendizaje sistemático organizado. Por lo tanto, el estudiante se enfrenta a una gran cantidad de información a la que deberá hallarle significado. Estas características presentadas por diversas teorías son acordes a las exigencias de los estudiantes de la carrera de Secretariado Ejecutivo en la actualidad.

Amaya (2019) en su trabajo de investigación concluye que el programa de estrategias didácticas mejora el aprendizaje en el área de comunicación en los niños de 5 años de las instituciones educativas estatales de la provincia de Trujillo, 2016.

Los estilos y las estrategias de aprendizaje describen las preferencias de los estudiantes durante las actividades de aprendizaje que involucran la incorporación y conciliación exitosa de la información novedosa con la preexistente. Los participantes fueron 438 estudiantes universitarios de diferentes carreras, entre 19 y 36 años. Los resultados evidencian diferencias significativas en algunas dimensiones de estilos y estrategias según variables sociodemográficas y académicas, así como asociaciones significativas entre algunas estrategias y la cantidad de recursos tecnológicos que emplean los alumnos. Se verificó la influencia de determinadas estrategias y estilos sobre el rendimiento académico. Estilos y estrategias

varían en los estudiantes según características académicas y sociodemográficas. Se han aislado algunos estilos y estrategias que afectan significativamente el rendimiento de todos los educandos analizados (Freiberg, Ledesma & Fernández, 2017).

Gao (2013) determinó la efectividad del programa basado en la aplicación de estrategias didácticas hacia el fortalecimiento de competencias cognitivas, procedimentales y actitudinales, por parte de los estudiantes de 1.º de secundaria en el área de Ciencias Sociales; se reportó que la aplicación de este programa es efectiva al reflejarse diferencias marcadas de estas competencias entre el pretest y el postest del grupo experimental y control, 100 afirmando que estos estudiantes fortalecieron tales competencias a partir de las estrategias didácticas recibidas, consiguiéndose, así, los objetivos propuestos.

Orozco (2016) en su artículo induce al maestro a que cree, innove e implemente sus propias estrategias didácticas, haciendo del aula de clase un laboratorio para experimentar una cantidad de estrategias didácticas innovadoras.

Las estrategias de aprendizaje utilizadas por los estudiantes afectan las metas de un modelo educativo; inciden en el tipo de aprendizaje que se pretende lograr. En el análisis sobre estas estrategias que utilizan los alumnos de las carreras de educación superior, cuyo modelo institucional está centrado en el estudiante con el enfoque por competencias, se encontró que la mitad de ellos se auxilian de tácticas acordes con este modelo como el ensayo, la elaboración, las metacognitivas, la autorreguladora, la autoevaluación y el apoyo afectivo; los demás combinan estrategias que conllevan a la memorización con las del aprendizaje significativo; las que menos utilizan son las de organización (León, Risco del Valle & Alarcón, 2014).

El estudiante de la carrera profesional, debe combinar diversas estrategias cognitivas, meta-cognitivas y motivacionales que le garanticen ser competitivo en su campo de estudio. Se reconoce que las estrategias bien utilizadas le permiten al estudiante el éxito en su rendimiento académico y por ende disfrutar de otros beneficios que el instituto puede otorgar como becas institucionales, premios

por sus logros y reconocimientos académicos.

El rendimiento académico es un factor importante para el estudiante en el desarrollo de su carrera profesional. Es considerado por las organizaciones educativas como una medida estándar de calidad educativa. El instituto Tecnológico Superior “Ismael Pérez Pazmiño” de Machala, Ecuador, mide el rendimiento académico a través del tiempo de estudio, las diversas formas de evaluación, el esfuerzo estudiantil y el uso de las estrategias de aprendizaje por parte del docente.

El Objetivo general de la investigación planteado fue: Conocer la relación que existe entre las estrategias de aprendizaje con el rendimiento académico de los estudiantes del cuarto semestre de la carrera de Secretariado Ejecutivo del ITSIPP.

Estrategias de aprendizaje

En la actualidad, hay una variedad de definiciones sobre estrategias de aprendizaje, entre las cuales destacamos las siguientes:

Según Wertsch (1988), una estrategia de aprendizaje es: *El camino para desarrollar destrezas, que desarrollan capacidades por medio de contenidos y métodos. Los pasos a dar para redactar una estrategia de aprendizaje son los siguientes: Primero es necesario identificar la capacidad a desarrollar y las destrezas que la componente. Posteriormente se seleccionan un contenido y un método o técnica adecuada para desarrollar dicha capacidad. En este caso la estrategia sería situar y localizar los acontecimientos más relevantes de la primera revolución industrial promedio de la elaboración de mapas y planos.*

Dimensiones de las estrategias de aprendizaje

Estrategias motivacionales. De acuerdo a Castilla (2000), presenta las principales estrategias motivacionales:

1. Relacionar lo estudiado con los objetivos de la vida real: consiste en establecer la relación entre lo que se enseña y la realidad circundante, con las experiencias de la vida de los estudiantes.
2. Elogios: los elogios son tónicos espirituales, poderosos recursos de motivación, siendo especialmente útiles con los estudiantes flojos, Los elogios deben ser oportunos y no exagerados.
3. Acontecimientos de actualidad: el docente, atento a las novedades y acontecimientos

de actualidad que ocupan la opinión pública, debe aprovechar los mismos para fines didácticos.

4. Participación del estudiante: el docente mediante preguntas y el planteo de situaciones problemáticas, hace participar a los estudiantes, aprovechando las iniciativas de los estudiantes, sus sugerencias, los compromete a participar.
5. El material didáctico: la presentación de un material didáctico ingenioso y variado posee efectos motivadores.
6. Ambiente estimulante: el ambiente debe ser estimulante al trabajo, ser limpio, decorado adecuadamente; con el mobiliario y material didáctico necesarios. Que el ambiente invite a estudiar.
7. Conocimiento de los objetivos a alcanzar: el conocimiento de los objetivos de la lección o de la unidad, tienen un efecto motivador. Se trabaja con más entusiasmo y dedicación cuando se sabe a qué están destinados los esfuerzos y se conoce la meta.
8. Interés por el educando: el profesor debe mostrar un sincero interés por el estudiante y sus problemas, conversar en privado, el docente es amigo del estudiante y dispuesto a colaborar. Es condición indispensable establecer buenas relaciones entre el profesor y el estudiante.
9. La personalidad del profesor: se refleja en su manera de ser, su entusiasmo, su simpatía, tolerancia, comprensión. Los estudiantes deben sentir que sus profesores se dan plenamente al trabajo. El efecto por el profesor se traduce en afecto por la materia.
10. Aplicar los conocimientos adquiridos: los temas puramente teóricos son poco atractivos para los estudiantes y tiene escaso poder motivador. Por esto, toda teoría debe rematar en la práctica.
11. Presentación de dificultades: la presentación del tema en la clase debe ser de manera problemática, que incite a la reflexión a buscar alternativas de solución al dialogo.
12. Trabajos graduados: consiste en presentar a los estudiantes tareas adecuadas y graduadas según su dificultad, partiendo que su nivel real de conocimiento y capacidad se elevará paulatinamente, a conocimientos más difíciles y complejos; pero el éxito no debe ser logrado fácilmente sino con el esfuerzo.

Estrategias cognitivas: Son un conjunto de tácticas de aprendizaje. Consisten en actividades y procesos mentales que los

aprendientes realizan de manera consciente o inconsciente; con ellas mejoran la comprensión del lenguaje, su asimilación, su almacenamiento en la memoria, su recuperación y su posterior utilización. El estudio de este tipo de estrategias nace del interés de la Psicología cognitiva por la forma en que las personas comprenden el mundo que les rodea, aprenden de su experiencia y resuelven problemas (Bermeosolo, 1997).

Estrategias metacognitivas: La palabra metacognición es un término compuesto en el cual "cognición" significa conocer y se relaciona con aprender, y "meta" hace referencia a la capacidad de conocer conscientemente; es decir, de saber lo que sé, de explicar cómo lo aprendí e incluso de saber cómo puedo seguir aprendiendo (Flavell, 1979).

Entonces, además de una serie de pasos y procedimientos que nos permiten acceder, procesar e interiorizar conocimientos, las estrategias metacognitivas son acciones concretas que realizamos conscientemente para mejorar o facilitar el aprendizaje (Araujo, 2011).

Las estrategias metacognitivas, implican conocer el propio conocimiento, reconocer las propias habilidades cognitivas para evaluar, saber qué tanto se aprendió y qué falta por conocer, así como modificar el aprendizaje si lo considera conveniente.

Las estrategias pertenecen a esa clase de conocimiento llamado procedimental (conocimiento cómo), que hace referencia a cómo se hacen las cosas (cómo hacer un resumen).

El término metacognición hace alusión a los aspectos activos de la cognición, aunque se distinguen dos definiciones: conocimiento de la cognición y regulación de la cognición.

De acuerdo con Ramírez, Olarte y García (2014), las estrategias metacognitivas le permiten al estudiante planear su aprendizaje, observar su desempeño y valorar su estado de aprendizaje para ajustar sus métodos o reformular sus metas. De tal manera, que el aprendiz realiza procesos metacognitivos cuando analiza qué desea aprender y fija sus propias metas antes de estudiar (planeación), cuando se autointerroga sobre si comprende lo que está estudiando (observación) y

autoevalúa y ajusta sus métodos de estudio para alcanzar las metas de aprendizaje fijadas (valoración).

El aprendizaje colaborativo permite la interacción de los colaboradores y esto resulta ideal para alcanzar objetivos a corto plazo, al permitir en cada uno de ellos nuevos aprendizajes. Propicia un clima sociopsicológico a través de la articulación y la necesidad de explicarle al grupo las ideas propias de forma concreta y precisa.

Casamayor (2010) piensa que el aprendizaje colaborativo propicia el desarrollo de competencias transversales necesarias para el desempeño profesional como: la planificación del tiempo, la comunicación, solución de problemas, toma de decisiones, fomento de la capacidad innovadora y creativa, y potenciar mayor profundidad en el aprendizaje.

La estrategia tecnológica es el proceso de adopción y ejecución de decisiones sobre las políticas, estrategias, planes y acciones relacionadas con la creación, difusión y uso de la tecnología. Una Estrategia de Tecnología considera los cambios por los cuales atraviesa una organización, tanto interna como externa, junto con las oportunidades potenciales disponibles a esta. Las oportunidades de tecnología pueden incluir formas de usar la tecnología para ganar una ventaja competitiva, para reducir costos, aumentar ingresos, etc. Las oportunidades de la tecnología se sopesan contra las fortalezas y debilidades del entorno actual, tanto tecnológico como organizacional para establecer la estrategia tecnológica que se adoptará.

Rendimiento académico, encontramos diversas definiciones a continuación se ha considerado los siguientes que dan sustento al presente trabajo de investigación.

Herán y Villarroel (1987) señalan que el rendimiento académico se define en forma operativa y tácita afirmando que se puede comprender el rendimiento previo como el número de veces que el estudiante ha repetido uno o más cursos.

En tanto Nováez (1986) sustenta que el rendimiento académico es el resultado obtenido por el individuo en determinada actividad académica. El concepto de rendimiento está ligado al de aptitud, y sería el

resultado de esta, de factores volitivos, afectivos y emocionales, además de la ejercitación.

El aprendizaje colaborativo es un sistema de interacciones diseñado para organizar e inducir la influencia recíproca entre los integrantes de un equipo. De acuerdo con Johnson (1998), este va desarrollando en cada uno de los miembros el compromiso con el aprendizaje en los demás; al crear una interdependencia que no implica competencia ellos, se comparte la autoridad y se acepta la responsabilidad, respetando el punto de vista del otro para generar nuevo conocimiento en conjunto; permite la interacción de los colaboradores y esto resulta ideal para alcanzar objetivos a corto plazo, al dejar que cada uno adquiera sus aprendizajes. A este respecto, Del Valle (2008) observa que los estudiantes participan al exponer sus inquietudes, puntos de vista y reflexiones diversas, lo que propicia el desarrollo de las competencias transversales necesarias para el desempeño profesional: planificación de tiempo, comunicación, solución de problemas, toma de decisiones, fomento de la capacidad innovadora y creativa, y potenciar con más profundidad el aprendizaje. Aunado a estos conceptos, Casamayor (2010) opina que es un proceso social en el que a partir del trabajo conjunto y el establecimiento de metas comunes se genera la construcción de conocimientos; además facilita la reciprocidad entre un amplio conjunto de individuos que saben diferenciar y contrastar sus puntos de vista, de tal manera que elaboren procesos de generación de conocimiento.

Montenegro & Santacruz (2018) han demostrado que el módulo Aprender a Aprender produce efectos favorables y significativos en las estrategias de aprendizaje en los estudiantes II ciclo de la Especialidad de Lengua y Literatura de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco.

La trascendencia del pensamiento complejo en el sistema curricular para la formación docente, basado en el diseño, desarrollo y gestión curricular; desde los principios metodológicos que promuevan la formación efectiva, eficaz y eficiente de los futuros maestros, y concluir planteando la necesidad de poner en práctica la comprensión, partiendo desde niveles simples hasta llegar a los más complejos (Ortega, Monago & Crisostomo).

Metodología

La presente investigación se desarrolló con los estudiantes del cuarto semestre de la carrera de Secretariado Ejecutivo del Instituto Tecnológico Superior “Ismael Pérez Pazmiño” de Machala, Ecuador, 2017.

El tipo de investigación es no experimental, sustantiva y transversal.

Kerlinger y Lee, (2002) señalan que la investigación es no experimental por la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables.

Desde su naturaleza el presente trabajo de investigación cuantitativa corresponde al diseño no experimental, descriptivo. Esta investigación es de diseño correlacional, ya que se relaciona las Variables estrategias de aprendizaje y rendimiento académico. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) señala que este tipo de estudio tiene por finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular.

La población y muestra estuvo conformada por 25 estudiantes. Se aplicaron dos instrumentos: la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario estructurado para medir la variable estrategias de aprendizaje, otro instrumento de medición fue una lista de cotejo de actas finales de notas de estudiantes del IV semestre para medir la variable rendimiento académico; dichos instrumentos fueron evaluados y validados mediante el juicio de expertos llegando a un nivel de confiabilidad de 0,921, el cual tiene alto nivel de confiabilidad.

Resultados

Para la contrastación de la hipótesis general se utilizó la correlación de Pearson entre la variable estrategias de aprendizaje y la variable rendimiento académico.

Tabla 01

		Estrategias de aprendizajes	Rendimiento Académico
Estrategias de aprendizaje	Correlación de Pearson	1	,846**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Rendimiento Académico	Correlación de Pearson	,846**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: La matriz de correlación presenta por pares de variables el coeficiente de Pearson y el nivel de significancia obtenido; se tiene una significancia de 0.000, menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: existe una relación significativa entre la variable estrategias de aprendizaje y la variable rendimiento académico. Se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa positiva considerable ($r P=0.846$, $p < 0.05$).

Hipótesis específica 1: La contrastación de hipótesis utilizó la correlación de Pearson entre la dimensión estrategias motivacionales y la variable rendimiento académico.

Tabla 02

		Estrategias Motivacionales	Rendimiento Académico
Estrategias Motivacionales	Correlación de Pearson	1	,823**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Rendimiento Académico	Correlación de Pearson	,823**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: La matriz de correlación presenta por pares de variables el coeficiente de Pearson y el nivel de significancia obtenido; se tiene una significancia de 0.000, menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: existe una relación significativa entre la dimensión estrategias motivacionales y la variable rendimiento académico. Se encontró una asociación lineal

estadísticamente significativa positiva ($r P=0.823$, $p < 0.05$).

Hipótesis específica 2: La contrastación de hipótesis utilizó la correlación de Pearson entre la dimensión estrategias cognitivas y la variable rendimiento académico.

Tabla 03

		Estrategias cognitivas	Rendimiento Académico
Estrategias cognitivas	Correlación de Pearson	1	,815**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Rendimiento Académico	Correlación de Pearson	,815**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: La matriz de correlación presenta por pares de variables el coeficiente de Pearson y el nivel de significancia obtenido; se tiene una significancia de 0.000, menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: existe una relación significativa entre dimensión estrategias cognitivas y la variable rendimiento académico. Se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa positiva muy fuerte ($r P=0.815$, $p < 0.05$).

Hipótesis específica 3: La contrastación de hipótesis utilizó la correlación de Pearson entre la dimensión estrategias metacognitivas y la variable rendimiento académico.

Tabla 04

		Estrategias metacognitivas	Rendimiento Académico
Estrategias Metacognitivas	Correlación de Pearson	1	,825**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Rendimiento Académico	Correlación de Pearson	,825**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: La matriz de correlación presenta por pares de variables el coeficiente de Pearson y el nivel de significancia obtenido;

se tiene una significancia de 0.000, menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: existe una relación significativa entre dimensión estrategias metacognitivas y la variable rendimiento académico. Se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa positiva muy fuerte ($rP=0.825, p < 0.05$).

Hipótesis específica 4: La contrastación de hipótesis utilizó la correlación de Pearson entre la dimensión estrategias de administración de recursos y la variable rendimiento académico.

Tabla 05

		Estrategias de Administración de recursos	Rendimiento Académico
Estrategias de Administración de recursos	Correlación de Pearson	1	,804**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Rendimiento Académico	Correlación de Pearson	,804**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: La matriz de correlación presenta por pares de variables el coeficiente de Pearson y el nivel de significancia obtenido; se tiene una significancia de 0.000, menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: existe una relación significativa entre dimensión estrategias de administración de recursos y la variable rendimiento académico. Se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa positiva muy fuerte ($rP=0.804, p < 0.05$).

Hipótesis específica 5: La contrastación de hipótesis utilizó la correlación de Pearson entre la dimensión estrategias colaborativas y la variable rendimiento académico.

Tabla 06

		Estrategias Colaborativas	Rendimiento Académico
Estrategias Colaborativas	Correlación de Pearson	1	,848**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Rendimiento Académico	Correlación de Pearson	,848**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: La matriz de correlación presenta por pares de variables el coeficiente de Pearson y el nivel de significancia obtenido, se tiene una significancia de 0.000, menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: existe una relación significativa entre la dimensión estrategias colaborativas y la variable rendimiento académico. Se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa positiva media ($rP=0.848, p < 0.05$).

Hipótesis específica 6: La contrastación de hipótesis utilizó la correlación de Pearson entre la dimensión estrategias tecnológicas y la variable rendimiento académico.

Tabla 07

		Estrategias tecnológicas	Rendimiento Académico
Estrategias Tecnológicas	Correlación de Pearson	1	,831**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Rendimiento Académico	Correlación de Pearson	,831**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: La matriz de correlación presenta por pares de variables el coeficiente de Pearson y el nivel de significancia obtenido, se tiene un resultado de 0.000, menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, entonces: existe una relación significativa entre la dimensión estrategias tecnológicas y la variable rendimiento académico. Se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa positiva media ($rP=0.831, p < 0.05$).

Se determinó respuestas divididas de parte de la muestra, representadas en la variable estrategias de aprendizaje cuyas respuestas resolvieron que el 75% lo identifica como buena frente a un 25% como malo. De acuerdo a los resultados obtenidos por Van der Sluys Veer (2015) establecieron que los sujetos, de manera general y en su mayoría, aplican estrategias variadas y bajo un enfoque socioconstructivista cuando activan presaberes y presentan nuevas estrategias de resolución de problemas; sin embargo, en la evaluación siguen aplicando preguntas y resúmenes finales que no necesariamente evalúan procesos ni resolución de problemas

como tal, lo que confirma el tradicional problema de separación o divorcio entre actividades y objetivos de aprendizaje, por una parte y, la evaluación por otra, coincidiendo con algunos de los resultados del presente estudio.

Asimismo, en el análisis de la primera hipótesis específica se determinó en las estadísticas un coeficiente de correlación moderada de $r P = .823$ entre la dimensión estrategias motivacionales y la variable rendimiento académico. En los resultados obtenidos por Saldaña (2014) encuentra que las estrategias que más usan los alumnos son las de repetición y el componente de la motivación más alto fue la motivación externa. Igualmente, las estrategias de aprendizaje se correlacionaron casi en su totalidad de forma significativa con los diferentes elementos de la motivación. En relación al rendimiento académico se encontró que el componente de la motivación con más alta correlación fue la regulación del esfuerzo; y respecto a las estrategias de aprendizaje, fue eficaz para dicha actividad; todo ello se puede comprobar puesto que uno de los resultados coincide con los obtenidos en este presente estudio.

En el análisis de la segunda hipótesis específica, las estadísticas establecieron un coeficiente de correlación moderada de $r P = .8255$, entre la dimensión estrategias motivacionales y la variable rendimiento académico. De acuerdo a lo manifestado por Roux & Anzures (2015) las estrategias más utilizadas fueron las motivacionales y las metacognitivas. La estrategia que mostró mayor correlación con el rendimiento académico fue: tomar apuntes en clase, que es una estrategia de procesamiento y uso de información.

En el análisis de la tercera hipótesis específica, las estadísticas hallaron un coeficiente de correlación moderada de $r P = 0.804$, entre la dimensión metacognición y la variable rendimiento académico. Ante esto, Velarde (2017) presenta sus resultados que las competencias pedagógicas y la estrategia de aprendizaje en el rendimiento académico se tiene la variabilidad del rendimiento académico y se debe a las competencias pedagógicas y la estrategia de aprendizaje la cual tiene una similitud a los resultados que muestran esta investigación.

Respecto a la quinta hipótesis específica, las

estadísticas determinaron un coeficiente de correlación buena de $r P = .848$, entre la dimensión y la variable rendimiento académico. Ante ello los resultados indicaron que existen correlaciones significativas y positivas entre las estrategias de aprendizaje, la motivación para el estudio y la comprensión lectora.

De igual forma, para la sexta hipótesis específica, las estadísticas determinaron un coeficiente de correlación buena de $r P = 0.831$, entre la dimensión estrategias colaborativas y la variable rendimiento académico, de acuerdo a los resultados, que presenta Alvear (2017) señala que el factor más influyente es la motivación, por lo que se procedió a elaborar un grupo de estrategias motivacionales, coincidiendo con uno de los resultados obtenidos en esta investigación.

Conclusiones

Luego del análisis de los resultados podemos decir que existe relación significativa entre las estrategias de aprendizaje y el rendimiento académico de los estudiantes del cuarto semestre de la carrera de Secretariado Ejecutivo del Instituto Tecnológico Superior "Ismael Pérez Pazmiño" de Machala, Ecuador, 2017.

Referencias Bibliográficas

- Alvear, A. (2017). *Estrategias didácticas para fortalecer el aprendizaje de inglés en los estudiantes de los cursos intensivos de la PUCE* (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias de la Educación, Ecuador.
- Amaya, R. (2019). *Programa de estrategias didácticas para mejorar el aprendizaje en el área de comunicación en los niños de 5 años de las Instituciones Educativas Estatales de la Provincia de Trujillo-2016*. Repositorio Institucional de la Uladech Católica. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9926>
- Araujo, R. (2011). *Estrategias pedagógicas para fomentar el pensamiento crítico en los estudiantes de la escuela de Ciencia Política* (Tesis de maestría), Universidad del Zulia, República Bolivariana de Venezuela.
- Ausubel, D. (2002). *Adquisición y retención del conocimiento. Una perspectiva cognitiva*. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica. ISBN: 9788449312342.

- Bermeosolo, J. (1997). *Cómo aprenden los seres humanos*. Depto. Educación Especial, PUC.
- Casamayor, G. (2010). *La formación on-line. Una mirada integral sobre el e-learning, blearning*, Barcelona, España. Graó.
- Castilla, E. (2000). *Didáctica universitaria*. Lima: San Marcos.
- Del Valle, I. (2008). *Propuesta para promover el aprendizaje colaborativo y su aporte a los salones de clases divergentes*, IX Encuentro Internacional Virtual Educa Zaragoza, recuperado agosto de 2014. <http://www.virtualeduca.info/congresozaragoza>.
- Flavell, J. (1979). *Metacognition and Cognitive Monitoring*. *American Psychologist*, 34(10), 906-911.
- Freiberg, A., Ledesma, R. & Fernández, M. (2017). Estilos y estrategias de aprendizaje en estudiantes universitarios de Buenos Aires. *Revista de Psicología (PUCP)*, 35(2), 535-573. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92472017000200005&lng=es&tlng=es.
- Gao, J. (2013). *Aplicación de estrategias didácticas y el desarrollo de aprendizaje por competencias en ciencias sociales* (Tesis maestría). Universidad San Martín de Porres, Perú.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6 ed., págs. 88-101. México: McGraw-Hill.
- Johnson, D., Johnson R. y Hobulec, E. (1998). *El aprendizaje cooperativo en el aula*. Buenos Aires: Paidós.
- Kerlinger, F. & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales* (4ª ed.). México: McGraw-Hill. P. 124.
- León, A., Risco del Valle, E. & Alarcón, C. (2014). Estrategias de aprendizaje en educación superior en un modelo curricular por competencias. *Revista de la educación superior*, 43(172), 123-144. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602014000400007&lng=es&tlng=es.
- Montenegro, H. & Santacruz, A. (2018). Módulo aprender a aprender en las estrategias de aprendizaje en los estudiantes de la Especialidad de Lengua y Literatura de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco. *Investigación Valdizana*, 11(1), 13-17. Recuperado a partir de <http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/article/view/86>
- Nováez, M. (1986). *Psicología de la actividad*. México. Editorial iberoamericana.
- Orozco, J. (2016). Estrategias didácticas y aprendizaje de las Ciencias Sociales. *Revista Científica de FAREM-Estelí*. Medio ambiente, tecnología y desarrollo humano.17. 65-80. Recuperado de: <http://repositorio.unan.edu.ni/6473/1/242-901-1-PB.pdf>
- Ortega, A., Monago, J. & Cárdenas, O. (2017). Los desempeños de comprensión en el desarrollo de capacidades complejas en la educación superior universitaria. *Investigación Valdizana*, 10(3), 129-132. Recuperado a partir de <http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/article/view/74>
- Ramírez, J., Olarte, F. & García, A. (2014). Estrategias de aprendizaje usadas por estudiantes de ingeniería eléctrica e ingeniería electrónica de primer semestre. *Revista Educación en ingeniería*. 9(18), 216-227.
- Roux, R. & Anzures, E. (2015). Estrategias de aprendizaje y su relación con el rendimiento académico en estudiantes de una escuela privada de Educación Media Superior. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*. 15(1), 1-16. Doi: [dx.doi.org/10.15517/aie.v15i1.17731](https://doi.org/10.15517/aie.v15i1.17731).
- Saldaña, L. (2014). *Estrategias de aprendizaje, motivación y rendimiento académico en alumnos de nivel medio superior* (tesis de maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León. Facultad de Psicología. Monterrey, Nuevo León.
- Van der Sluys Veer, A. (2015). *Aplicación de las estrategias de aprendizaje enseñanza por los profesores de matemáticas del nivel primario y secundario del Colegio Monte María, para lograr aprendizajes significativos* (tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar. Guatemala de la Asunción.
- Velarde, L. (2017). *Competencias pedagógicas y estrategias de aprendizaje en el rendimiento académico de la matemática en estudiantes universitarios* (tesis de Doctor). Universidad Cesar Vallejo. Lima.
- Wertsch, J. (1988). *Vygotsky y la formación social de la mente*. Barcelona: Paidós.

El Insigth y el posicionamiento en empresas distribuidoras de productos de consumo masivo en Huánuco

The Insigth and the positioning in distributors companies of massive consumption products in Huánuco

Quintidiano N. Céspedes-Galarza^{1,a,*}, Mélida S. Rivero-Lazo^{1,b,#}, Juan García-Céspedes^{1,c,%}

Resumen

El *insigth* como perspectiva empresarial, son aspectos no tangibles de la forma en que el consumidor piensa, siente o hay en su mente sobre la marca de productos. El objetivo de la investigación fue conocer la incidencia del *insight* intelectual, emocional y estructural en el posicionamiento de los productos de consumo masivo que distribuyen las empresas en la provincia de Huánuco. Se utilizaron el método inductivo y deductivo, en el estudio de las dimensiones del *insight*: estructural, intelectual y emocional; el método analítico permitió tener una visión global de la incidencia del *insight* en el posicionamiento de los productos y el método estadístico para el procesamiento, análisis e interpretación de resultados presentados en tablas. Demostrándose antes (preprueba) de la aplicación de los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight*, que las empresas comercializadoras no tenían conocimiento y preocupación en saber lo que el cliente pensaba de los productos, tampoco la parte estructural de los mismos; al aplicar el tratamiento experimental (posprueba), en la comercialización de productos como: lácteos, abarrotes y conservas se evidenció un mejoramiento en lo cognitivo, emocional y estructural de los productos, y mejoró significativamente su posicionamiento. Concluyendo que en las empresas distribuidoras de productos no había innovación en la oferta diversificada de productos; en estrategias de comercialización y no utilizaban el branding para construir una marca definida lo que generó un bajo posicionamiento de productos en el mercado.

Palabras clave: Insigth, posicionamiento, productos, consumo masivo.

Abstract

Insigth as a business perspective, are non-tangible aspects of the way in which the consumer thinks, feels or is in his mind about the brand of products. The objective of the research was to know the incidence of intellectual, emotional and structural insight in the positioning of mass consumption products distributed by companies in the province of Huánuco. The inductive and deductive method was used in the study of the dimensions of insight: structural, intellectual and emotional; The analytical method allowed to have a global vision of the incidence of insight in the positioning of the products and the statistical method for the processing, analysis and interpretation of results presented in tables. Demonstrating before (pre-test) the application of the theoretical, doctrinal and practical foundations of insight, that the marketing companies had no knowledge and concern in knowing what the customer thought of the products, nor the structural part of them; when applying the experimental treatment (post-test), in the commercialization of products such as: dairy, groceries and preserves an improvement in the cognitive, emotional and structural products was evidenced, and significantly improved its positioning. Concluding that in the product distribution companies there was no innovation in the diversified supply of products; in marketing strategies and did not use branding to build a defined brand which generated a low positioning of products in the market.

Keywords: Insigth, positioning, products, mass consumption.

¹Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú

E-mail, ^anapoleon.cespedes@hotmail.com, ^bmelida_81_79@hotmail.com, ^jjngarcia2009@gmail.com

Orcid ID: ^{*}<https://orcid.org/0000-0003-0943-5820>, [#]<https://orcid.org/0000-0002-8571-7021>,
[%]<https://orcid.org/0000-0002-8227-4237>



Introducción

El *insight* como perspectiva empresarial, constituye los aspectos no tangibles de la forma en que el consumidor piensa, siente o lo que hay en su mente sobre la marca de los productos. El 85 % de lo que adquiere el consumidor lo hace en forma inconsciente, a veces las personas no saben por qué compran lo que compran (Klaric, 2014). Las ventajas de aplicar los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* en el *márketing* son muy diversas; entre ellas alimentar nuestros productos añadiéndole las demandas y necesidades que el usuario tenía antes ocultas y que desconocíamos; en este sentido Klaric (2015) se enfoca en el principio de los tres cerebros: racional, emocional y reptiliano, logrando identificar las marcas y sus errores más comunes que surgen de estar a ciegas ante el consumidor. De la misma forma Quiñones (2013) manifiesta que *...las empresas deben conectar más que vender y la mejor forma de hacerlo es revelando las verdades humanas (insights) y traduciéndolas en las estrategias de marca.* (p.30)

El uso adecuado de los *insights* por las empresas les permitirá mejorar su estrategia de posicionamiento y encaminar sus esfuerzos en fidelizar al consumidor de una forma óptima; por ello es necesario establecer una comunicación adecuada con los clientes. Actualmente, mucha gente no comprende la importancia de la comunicación en los negocios, a pesar de ser una sociedad sobre comunicada, en realidad nos comunicamos poco. Por ello, las empresas deben crear una "posición" de los productos en la mente del cliente, considerando las fortalezas y debilidades. (Ries & Trout, 2011).

Para Rodríguez (2013) *El posicionamiento es un programa general de mercadotecnia que influye en la percepción mental (sensaciones, opiniones, impresiones y asociaciones) que los consumidores tienen de una marca, producto o grupo de productos o empresa en relación con la competencia* (p. 37). Las empresas distribuidoras de productos de consumo masivo en la provincia de Huánuco, no utilizan los fundamentos del *insight* en sus actividades comerciales, teniendo un bajo posicionamiento de sus productos. Sabemos que en el mundo de la publicidad, el reto es poder conocer o descubrir qué es lo que está pensando el consumidor, qué es lo que exactamente necesita que tenga el producto o

servicio para elegirlo. (Moncayo, 2018)

Para Manhas (2010) posicionar una marca requiere hacer elecciones, mientras tener una posición significa que la gente prefiere una marca sobre la otra. Por tanto las empresas deben evidenciar el uso de la innovación en la oferta diversificada de sus productos y modernizar sus estrategias de comercialización utilizando el *branding* referido a construir una marca definida y comunicar al consumidor, para lograr un mejor posicionamiento.

Actualmente como consecuencia de la globalización el mundo se ha abierto como un mega mercado, incrementándose la competitividad, por tanto las organizaciones tienen que innovar sus estrategias de comercialización buscando saber lo que el consumidor necesita y tiene en mente adquirir; por lo que el valor de las marcas han adquirido un significado importante en la mente de los clientes; en este sentido el *insight* es un paradigma de la administración posmoderna, que busca el posicionamiento de los productos en la mente de los clientes, basado en percepciones, imágenes o experiencias del consumidor con la marca.

El valor que las marcas han logrado en las negociaciones y adquisiciones entre grandes compañías son, en realidad, adquisiciones de posicionamiento en la mente de los clientes potenciales, con su conjunto de asociaciones, calidades y diferencias (Kapferer, 1992, p. 16)

Piñero (2017) establece varias características a la hora de buscar nuestros *insight*, que surgen de una necesidad, deseo o motivación no revelada, latente y usualmente inconsciente, se pueden reflejar en nuestro comportamiento, aunque no reparamos en ello. Keller (2003, p. 45), manifiesta que el posicionamiento debe convencer a los consumidores de las ventajas de sus productos contra la competencia y a la vez, resolver preocupaciones en relación con las posibles desventajas. Para este autor, el posicionamiento requiere también la especificación de valores como atributos y beneficios de la marca o promesa. Al revisar los antecedentes no se han encontrado investigaciones relacionadas con el presente trabajo; sin embargo, podemos mencionar que González y Malache (2015) en el artículo científico de su investigación, que estuvo enfocada en recopilar y describir los conceptos

y métodos que usan los *insights* para seleccionar uno relevante en el proceso de caza de *insights* y en el proceso de *márketing*.

La nuestra fue una investigación cualitativa, la herramienta utilizada fue la entrevista semiestructurada. Estuvo enfocada en captar información personal, opiniones y percepciones sobre el tema de investigación. El término *insight* nace dentro del ámbito psicoanalítico o psicológico, sin embargo, recientemente la Antropología y la comunicación publicitaria aprovecharon la tendencia de la investigación interdisciplinaria para vincularse al término. Por ello, aún es difícil tanto definir el término como estandarizar un proceso de búsqueda del mismo. Ávila y Mogollón (2019) en su artículo científico titulado **Análisis de estrategias comerciales para la empresa *insights* S.A. en la ciudad de Guayaquil**, concluyen que su pensar llegó al punto de emprender en una nueva área que son los *workshops* en diferentes ámbitos como: *márketing*, comunicación, management, diseño; los capacitadores son *speakers* de diferentes partes del mundo. En cada edición, *workshop* y congreso, el *know-how* de *insights* sumado a la energía e imaginación de su equipo humano, construyen el camino hacia el cumplimiento de su *leit-motive* para convertirse en el principal promotor del desarrollo de la industria creativa y estratégica de Ecuador.

La competitividad y gestión de las empresas en el Ecuador se enfoca en la gran necesidad de impulsar las formas de proceder, un desafío para facilitar el crecimiento económico y en el cual se invita a participar a las micro, pequeñas y medianas empresas, con políticas orientadas a obtener un clima de negocios abierto, así se promueve su formalización y ofrece facilidades para garantizar su financiación y estímulo de su capacidad innovadora. El factor nuclear de éxito tiene que ver con todo recurso, conocimiento, tecnología, capacidad tangible e intangible, claves para el éxito, es decir, son las características en las que se apoyan las actividades según la naturaleza de la empresa determinando su éxito. Es por esto que se realiza un análisis de todas estrategias que se estén usando en la empresa, así como las diferentes unidades de negocios para llegar a conocer si se está trabajando de la mejor manera para poder llegar al objetivo de toda empresa que es posicionarse y mantenerse dentro del mercado.

La justificación para realizar la presente investigación sobre el *insight* y el posicionamiento en las empresas distribuidoras de productos de consumo masivo en la provincia de Huánuco fue saber en qué medida los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* en el conocimiento, en la parte emocional y en lo estructural se conocen y utilizan y de qué manera inciden en el posicionamiento de productos de consumo masivo. El objetivo principal fue conocer la incidencia del *insight* intelectual, emocional y estructural en el posicionamiento de los productos de consumo masivo que distribuyen las empresas en la provincia de Huánuco. Según Medina (2010) las estrategias de posicionamiento se basan en el atributo, los beneficios, el uso o aplicación del producto enfocado en el perfil del consumidor, teniendo en cuenta también la competencia. Además, Trout (1997) también menciona como estrategias de posicionamiento las necesidades que satisfacen los productos, ocasiones de uso y beneficios que ofrecen. Para Hills (1994), las ventajas de aplicar el *insights* en las estrategias de *inbound* *márketing* son muchas y muy diversas; gracias a ellos logramos alimentar nuestro producto añadiéndole las demandas y necesidades que el usuario tenía antes ocultas y que desconocíamos, así como mejorar la estrategia de posicionamiento y que ayuden a encaminar nuestros esfuerzos en fidelizar al consumidor de una forma más óptima. La hipótesis formulada fue: el *insigth* tiene una incidencia significativa en el posicionamiento de los productos de empresas distribuidoras de productos de consumo masivo en la provincia de Huánuco.

El método científico permitió plantear el problema, establecer el diseño que fue el preexperimental, transversal, descriptivo y causal; utilizando la inducción, la deducción y el análisis. Empleando la Estadística Descriptiva e Inferencial para el procesamiento, análisis e interpretación de los de los datos.

Los resultados de la investigación evidencian que existe la necesidad y el deseo de lograr un involucramiento de los trabajadores en poder aplicar los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* en las actividades comerciales de las empresas, con la finalidad de buscar el posicionamiento de marcas de los productos de primera necesidad que ofrecen las empresas distribuidoras de productos de

consumo masivo, en la mente de los consumidores.

Se considera que el estudio fue importante porque con la aplicación de los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight*, los clientes interiorizaron en sus mentes las características y bondades de los productos, al estar posicionados motivó su decisión de compra en forma permanente y continua, y como consecuencia de ello las empresas mejoraron considerablemente sus ventas y por ende se incrementarán sus ganancias, en base indudablemente a la aplicación de las estrategias del *insight* empleadas en la empresas distribuidoras de productos de consumo masivo, lo que tendrá posteriormente un impacto significativo en las otras empresas comercializadoras de la provincia.

Metodología

Para Hernández, Fernández, y Baptista (2014), el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer comportamientos y probar teorías. La investigación se ubicó en el enfoque cuantitativo, porque se aplicaron instrumentos de evaluación.

Para concretizar el objetivo general de investigación que fue determinar la incidencia del *insight* (intelectual, emocional y estructural) en el posicionamiento de los productos en las empresas distribuidoras de artículos de consumo masivo en la provincia de Huánuco; el diseño (Caballero, 2008) orienta el desarrollo de la investigación, en ese sentido en este estudio se utilizó el diseño experimental en su variante preexperimento (Gómez, 2012). El esquema del diseño preexperimental fue el siguiente G: O1 X O2, donde la G significa que se trabajó con un solo grupo experimental que fue la empresa DISLAC SRL; la O1 representa la aplicación de los instrumentos diseñados para la preprueba, con la finalidad de conocer la real utilización de los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos de *insight* y su incidencia en la posicionamiento; la X representa el tratamiento experimental que consistió en la manipulación de la variable independiente, consistente en la aplicación de los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight*, para lo cual se promovieron charlas

a los trabajadores y clientes, se distribuyeron folletos a los clientes, se proyectaron videos y se realizaron demostraciones prácticas sobre el *insight*; la O2 consistió la aplicación de los instrumentos diseñados para la posprueba, lo que permitió obtener datos referentes a la incidencia del *insight* (variable independiente) en el posicionamiento (variable dependiente) de los productos de consumo masivo, llegando a la conclusión que el *insight* influye determinantemente en dicho posicionamiento. La población estuvo constituida por 12 empresas dedicadas a la distribución de artículos de consumo masivo de la provincia de Huánuco. La muestra del trabajo de investigación se caracterizó por ser no probabilística, que fue intencional, sin normas, y circunstancial: estuvo constituida por la empresa distribuidora de lácteos, abarrotes y conservas DISLAC S.R.L., con 18 trabajadores. La fuente de información primaria fue precisamente la indicada empresa y las secundarias, la bibliográfica y los antecedentes.

Carrasco (2006) define el método como los modos, las formas, las vías o caminos más adecuados para lograr los objetivos previamente definidos. Los métodos que se emplearon durante el desarrollo de la investigación fueron el método inductivo (que permitió realizar un razonamiento lógico de lo particular a lo general, es decir del *insight* intelectual, emocional y estructural, al *insight* en forma general). El método analítico (que permitió analizar detalladamente y en forma minuciosa la influencia del *insight* en el posicionamientos de los productos de consumo masivo), el método experimental que permitió la manipulación intencional o adrede de la variable independiente (el *insight*) para determinar su influencia en la variable dependiente (posicionamiento); y el método estadístico que permitió realizar el procesamiento de los datos para posteriormente realizar su análisis, interpretación y comportamiento. Se usó la técnica de la encuesta con su instrumento: el cuestionario; la observación, con su instrumento: la lista de cotejo para el acopio de datos de las etapas de la preprueba y la posprueba. Para el procesamiento, análisis e interpretación se utilizó la Estadística Descriptiva e Inferencial, respectivamente (Caballero, 1995).

Análisis de datos y discusión

A continuación, se presentan los resultados de la preprueba y de la posprueba administrados durante el trabajo de campo, de acuerdo al diseño establecido para la presente investigación, los mismos que se detallan a continuación.

Tabla N.º 01
Resultados de la preprueba y posprueba sobre *insight* intelectual

DIMENSIÓN: <i>INSIGHT</i> INTELECTUAL						
PREGUNTAS	RESPUESTAS DE LA PREPRUEBA			RESPUESTAS DE LA POSPRUEBA		
	N	A V	S	N	A V	S
1. ¿El gerente de la empresa utiliza estrategias adecuadas para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	15	2	1	1	4	13
2. ¿El gerente de la empresa utiliza servicios adecuados para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	16	1	1	2	1	15
3. ¿El gerente de la empresa utiliza diseños adecuados para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	18	0	0	2	3	15
4. ¿El gerente de la empresa utiliza tecnología adecuada para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	14	2	2	0	3	15
5. ¿El gerente de la empresa utiliza innovación cerrada para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	15	1	2	2	2	14
6. ¿El gerente de la empresa utiliza innovación abierta para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	17	1	0	1	3	14
7. ¿El gerente de la empresa utiliza innovación abierta para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	18	0	0	2	1	15
MEDIA ARITMÉTICA	16,1	1,0	0,8	1,2	2,2	14,2

Fuente: Resultados del cuestionario de la pre y posprueba.

Elaboración: Los investigadores.

En la tabla anterior se presentan las frecuencias relacionados a las respuestas de las siete preguntas sobre el *insight* intelectual que está relacionado directamente con lo que es la innovación. Para un mejor análisis e interpretación se ha calculado la media aritmética como estadígrafo de tendencia central de mayor confiabilidad, en este sentido se puede observar que la media aritmética en lo que concierne a la respuesta SIEMPRE de la preprueba es de 0,1 y de la posprueba, de 14,2; situación que evidencia que la aplicación de los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* intelectual ha influenciado determinantemente en el posicionamiento de

los productos de consumo masivo en la provincia de Huánuco, demostrando que el uso del *insight* intelectual en la gestión comercial de las referidas empresas ha tenido efectos positivos.

Tabla N.º 02
Resultados de la preprueba y de la posprueba sobre *insight* estructural

PREGUNTAS	DIMENSIÓN: <i>INSIGHT</i> ESTRUCTURAL					
	RESPUESTAS DE LA PREPRUEBA			RESPUESTAS DE LA POSPRUEBA		
	N	A V	S	N	A V	S
1. ¿El gerente de la empresa elabora el Pro-yecto de branding, para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	15	2	1	2	2	14
2. ¿El gerente de la empresa utiliza el branding personal para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	16	1	1	2	3	13
3. ¿El gerente de la empresa utiliza el branding emocional para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	18	0	0	2	3	13
4. ¿El gerente de la empresa utiliza estrategias de branding para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	17	1	0	2	1	15
MEDIA ARITMÉTICA	16,5	1,0	0,5	2,0	2,2	13,7

Fuente: Resultados del cuestionario de la pre y posprueba

Elaboración: Los investigadores.

Los resultados de la dimensión del *insight* estructural se evidencian en la presente tabla. Las frecuencias de las respuestas de SIEMPRE en la preprueba tienen una media aritmética de 0,5 y en la posprueba, una media de 13,7; situación que corrobora de que la adecuada utilización de los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* estructural, materializados durante el tratamiento experimental, han influenciado determinantemente en el posicionamiento de los productos de consumo masivo en la provincia de Huánuco; hecho que demuestra que el *insight* estructural es una herramienta válida y fundamentalmente útil.

Tabla N.º 03
Resultados de la preprueba y de la posprueba sobre *insight* emocional

PREGUNTAS	DIMENSIÓN: <i>INSIGHT</i> EMOCIONAL					
	RESPUESTAS DE LA PREPRUEBA			RESPUESTAS DE LA POSPRUEBA		
	N	A V	S	N	A V	S
1. ¿El gerente de la empresa utiliza comunicación no verbal para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	16	1	1	0	0	18
2. ¿El gerente de la empresa utiliza comunicación verbal para dar a conocer la marca de los productos a los clientes?	17	1	0	1	1	16
MEDIA ARITMÉTICA	16,5	1	0,5	0,5	0,5	17

Fuente: Resultados del cuestionario de la pre y posprueba.

Elaboración: Los investigadores.

En cuanto se refiere al *insight* emocional la tabla que antecede demuestra las frecuencias relacionadas a la preprueba y la posprueba. En cuanto se refiere a la preprueba se observa una media aritmética de 0,5 referente a la respuesta SIEMPRE y la media aritmética de la posprueba sobre la respuesta SIEMPRE obtiene un resultado de 17, lo que indica que luego de la aplicación de las sesiones de trabajo relacionados con la dimensión del *insight* emocional, durante el tratamiento experimental, evidencia que los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos inciden fuertemente en el posicionamiento de los productos de consumo masivo en la provincia de Huánuco.

Tabla Nª 04
Resumen del posicionamiento simbólico

PREGUNTAS	DIMENSIÓN: POSICIONAMIENTO SIMBÓLICO					
	RESPUESTAS DE LA PREPRUEBA			RESPUESTAS DE LA POSPRUEBA		
	N	A V	S	N	A V	S
1. ¿El gerente de la empresa promocionó la propia imagen de la marca y así logró el posicionamiento de sus productos?	16	2	0	1	1	16
2. ¿El gerente de la empresa identifica el ego de los clientes y así logró el posicionamiento de sus productos?	15	2	1	0	0	18
3. ¿El gerente de la empresa propicia la pertenencia y significatividad social de los clientes y así busca el posicionamiento de sus productos?	17	1	0	1	2	15
4. ¿El gerente de la empresa busca la filiación afectiva de los clientes y así logra el posicionamiento de sus productos?	18	0	0	1	1	16
MEDIA ARITMÉTICA	16,5	1,2	0,2	0,7	1,0	16,2

Fuente: Resultados del cuestionario de la pre y posprueba.

Elaboración: Los investigadores.

La tabla adjunta referente al posicionamiento simbólico nos muestra que luego de utilizar los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* se evidencia que la media aritmética de la respuesta SIEMPRE de la preprueba es de 0,2 y la media aritmética de la posprueba es de 16,2; situación que señala que las empresas comercializadoras de productos de consumo masivo han logrado un posicionamiento simbólico de artículos como: lácteos, abarrotes y conservas; es decir han logrado colocar sus productos en sus clientes gracias a la aplicación del *insight* durante el tratamiento experimental de la presente investigación, incrementado considerablemente las ventas de los productos mencionados, evidenciando consecuentemente ganancias y utilidades muy considerables.

Tabla N.º 05
Resumen posicionamiento experimental

PREGUNTAS	DIMENSIÓN: POSICIONAMIENTO EXPERIMENTAL					
	RESPUESTAS DE LA PREPRUEBA			RESPUESTAS DE LA POSPRUEBA		
	N	A V	S	N	A V	S
1. ¿El gerente de la empresa proporcionó estimulación sensorial a sus clientes y así se logró el posicionamiento de sus productos?	17	1	0	1	0	17
2. ¿El gerente de la empresa proporcionó estimulación cognitiva a los clientes y así logró el posicionamiento de sus productos?	16	1	1	2	0	16
MEDIA ARITMÉTICA	16,5	1,0	0,5	1,5	0,0	16,5

Fuente: Resultados del cuestionario de la pre y posprueba.

Elaboración: Los investigadores.

Referente al posicionamiento experimental, la tabla muestra que las empresas comercializadoras de productos de consumo masivo han logrado en sus clientes el posicionamiento experimental, es decir la estimulación sensorial, y la cognitiva de sus artículos de consumo masivo, demostrando de esta manera que luego del tratamiento experimental concretizado en las empresas se evidencia que los clientes conocen tanto las características exógenas (estimulación sensorial) de los productos, como las endógenas (estimulación cognitiva); esto lo demuestran las medias aritméticas de la pre y posprueba, con respecto a la respuesta SIEMPRE; lo que marca una enorme diferencia entre los resultados de la preprueba en comparación a la posprueba.

Teniendo en cuenta los antecedentes del estudio, citamos a Argandoña (2016) quien

comprobó que al existir accesibilidad a distintos tipos de negocios y marcas en el mercado, el consumidor huanuqueño alteró su preferencia y lealtad ante sus marcas, y más aún en lo referido a las marcas de los productos de primera necesidad.

Los resultados de la presente investigación se evidencian luego de concluido el tratamiento experimental, donde se utilizaron los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* y sus dimensiones: *insight* intelectual, *insight* emocional e *insight* estructural, los cuales han influenciado significativamente en el posicionamiento de los productos de primera necesidad en los clientes de las referidas empresas. En tal sentido las marcas que comercializa la Empresa DISLAC han sido conocidas por los clientes, es por ello que los trabajadores de la empresa han manifestado que se ha generado un posicionamiento notorio y evidente de los productos en el mercado; contradictoriamente Argandoña (2016), manifiesta referente a los resultados de su trabajo de investigación, las marcas no estaban posicionadas en los clientes del supermercado, situación que no ocurrió con los resultados de la presente investigación.

Con Castro (2015), quien refiere en los resultados de su investigación, que la interacción entre los consumidores y los productos han ido cambiando desde el inicio del intercambio comercial hasta hoy; el autor comprobó que el perfil del consumidor es el de un joven que adquiere sus prendas guiado por la simpatía hacia una marca que le provee pertenencia a un estatus social superior, por apariencias y por moda. Comparando los resultados que logró en su investigación y los resultados que se lograron en la nuestra, se evidencia que existen coincidencias muy cercanas, en el sentido de que si existe un acercamiento permanente entre los clientes y los artículos (*insight* emocional), indudablemente se va a lograr, por añadidura, el posicionamiento de los productos en la mente de dichos clientes (*insight* estructural), concluyendo tajantemente que los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* intelectual, emocional y del estructural, influyen determinantemente el posicionamiento de los productos de consumo masivo en la provincia de Huánuco.

Así mismo, Sánchez (s/f) sostiene: mi consigna es revalorar aquellas cosas que la

gente ya no valora, el autor estudió el *insight* en cinco dimensiones:

1. Espíritu Handmade:

El autor plantea que en un mundo tan industrializado lo que vale es el espíritu artesanal: *menos automatización y más humanización*.

Si tomamos el último comentario del autor, en el sentido que se necesita *menos automatización y más humanización*, se puede comentar que, efectivamente, los clientes necesitan y requieren ser tratados como seres humanos y el encargado de ello es el *insight*, es decir, de que si aplicamos adecuadamente los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* intelectual y emocional, se lograrán resultados muy halagüeños en cuanto se refiere al posicionamiento de los productos de consumo masivo. Esto se ha evidenciado en los resultados de la presente investigación, cuando al ser tratados como seres pensantes, los clientes han reaccionado acertadamente, mostrando un cambio de conducta notoria en cuanto se refiere al conocimiento de las características endógenas y exógenas de los productos de consumo masivo y el posterior posicionamiento de los mismos.

2. Modo Vintage:

El autor manifiesta: en una sociedad que valora el cambio y la innovación constante, el reto es generar una actitud de trascendencia.

Referente a esta idea, podemos señalar que efectivamente luego de la aplicación de los fundamentos teóricos y prácticos del *insight* intelectual que promueve la innovación en los clientes, se ha podido observar que en ellos (los clientes) se ha promovido el cambio y la innovación constante, en el sentido de que han utilizado nuevas estrategias y maneras de conocer las características internas y externas de los productos y así interiorizarlos en sus mentes; para que posteriormente dichos productos de consumo masivo lleguen al posicionamiento (actitud de trascendencia) como menciona y llama el autor señalado.

3. Democratización:

El autor comenta: *una sociedad de restricción, la apertura es el nuevo «mindset», la lucha es de todos, no solo de algunos, sigue manifestando el autor, los nuevos rostros del éxito son los que se abren ante un Perú más igualitario, las diferencias ahora ya no son económicas, y la “A” de la pirámide ahora es la “A” de actitud.*

4. Equipo:

Lo manifestado por el autor es de suma importancia en el enfoque del *insight*, en el sentido de que el trabajo de la promoción de la marca debe darse en equipo y no a personas aisladas e independientes; así mismo cabe enfatizar en lo que comenta el autor de que en estos tiempo ya no es tan importante el aspecto económico, sino la actitud de las personas. En el presente trabajo investigación, se comprobó que la actitud de los agentes organizacionales (gerentes, trabajadores y clientes) debe ser una actitud de positiva y proactiva, la cual se logra con una adecuada aplicación del *insight* emocional. Es por ello que luego de la aplicación de los fundamentos teóricos doctrinales y prácticos del *insight* emocional, se ha logrado, en primera instancia, el conocimiento de las características de los productos de consumo masivo y posteriormente el posicionamiento de los mismos.

4. Involucramiento:

El autor manifiesta que el mundo actual se encuentra más conectado. Las reglas de juego han cambiado, no podemos pensar solo en lo que queremos decir, sino pensar en lo que la gente quiere escuchar, y la voz del consumidor es la nueva fuerza. No nos amilanamos ante los grandes, porque hoy al consumidor grande se le ve chico, y al consumidor chico, se le ve grande. Si hoy se ve una causa injusta, uno no se queda callado porque para este nuevo consumidor, si algo es injusto su lucha se vuelve la mía.

Lo planteado por el autor en referencia, coincide con los resultados de nuestro trabajo de investigación en el sentido de que luego de aplicar los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight*, se evidenciaron que existe un alto involucramiento de los trabajadores en la comercialización de los productos de consumo masivo con la finalidad de buscar el posicionamiento de los productos de primera necesidad; situación que concuerda con lo que plantea el autor de la referida investigación, en el sentido de que en toda organización debe haber un involucramiento pleno y comprometido de los agentes organizacionales, con el objetivo de fidelizar la marca de los productos de consumo masivo y posteriormente lograr el posicionamiento de los mismos; siempre, teniendo en cuenta que la voz del consumidor es la nueva fuerza del posicionamiento.

Espinoza (2005) en su investigación sobre el mercadeo directo aplicado al lanzamiento y posicionamiento de nuevos productos y servicios concluye que es una herramienta que brinda la oportunidad de realizar las transacciones y las ventas en cualquier lugar y a través de cualquier medio. El Mercadeo Directo es una herramienta que bien dirigida y bien planeada puede ayudar a hacer más efectivos los lanzamientos de los nuevos productos y/o servicios que salen al mercado; además ayudará a las empresas a optimizar sus recursos y sus esfuerzos, y sobre todo que las relaciones entre los clientes y las organizaciones sea cada vez más cercana. Se coincide plenamente ya que las empresas de consumo masivo tienen que utilizar estrategias de vinculación directa con los clientes para hacerles conocer los nuevos productos o servicios y logren un posicionamiento en el mercado.

De la Cruz & Saavedra (2018) en su artículo científico. **El insight como recurso creativo en las campañas ganadoras de los premios de "Igual a Igual"**, determinaron que este medio es un recurso importante a la hora de realizar una campaña social, pues se logra conectar con el público objetivo cuando este es poderoso; normalmente, apela a las emociones para que pueda ocurrir ese cambio de conciencia frente al problema social comunicado; sin embargo, hoy día, hay tanta exposición de publicidad, que quizá las campañas sociales pasan a tener un kilometraje corto. Coincidimos con los autores mencionados en cuanto a la utilidad del *insight* para conectarnos y comunicarnos con el cliente, buscando incidir en sus emociones y necesidades de compra y dentro de ello tiene un papel importante la publicidad de las marcas.

Conclusiones

1. Luego de haber aplicado los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* en las actividades comerciales de las empresas distribuidoras de productos de consumo masivo, se evidencia que los lácteos, abarrotes y conservas que comercializan las referidas empresas, se han posicionado simbólicamente y experimentalmente en los clientes.
2. La aplicación de los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del *insight* intelectual en las actividades comerciales de las empresas distribuidoras de productos de

- consumo masivo, han permitido que los lácteos, abarrotes y conservas que comercializan las referidas empresas, se han posicionado simbólicamente en la mente de los clientes.
3. La utilización de los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del insight emocional en las actividades comerciales de las empresas distribuidoras de productos de consumo masivo, han permitido que los lácteos, abarrotes y conservas que comercializan las referidas empresas, se han posicionado experimentalmente en los clientes.
 4. El uso de los fundamentos teóricos, doctrinales y prácticos del insight estructural en las actividades comerciales de las empresas distribuidoras de productos de consumo masivo, han permitido que los lácteos, abarrotes y conservas que venden las referidas empresas, se han posicionado simbólica y experimentalmente en los clientes.

Referencias bibliográficas

- Argandoña, K. (2016). *El Insight y la decisión de compra de los consumidores para productos de consumo de primera necesidad en los supermercados del distrito de Huánuco*. Tesis para optar el título profesional. Huánuco-Perú: Universidad Nacional Hermilio Valdizán.
- Ávila, X. y Mogollón, M. (2019). *Análisis de estrategias comerciales para la empresa Insights s.a. en la ciudad de Guayaquil*. Tesis en Ingeniería en Gestión Empresarial. Ecuador: Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Administrativas. Url: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38734>
- Caballero, A.W. (1995). *Introducción a la Estadística*. Costa Rica: Editorial Ica.
- Caballero, A. (2008). *Innovaciones en las guías metodológicas para los planes y tesis de maestría y doctorado*. Lima-Perú: Instituto metodológico ALEN CARO.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la investigación científica*. Perú: San Marcos.
- Castro, A. (2015). *Insights de los estudiantes del I ciclo período II, para la elección de una marca de ropa casual*. Tesis de título profesional. Chiclayo-Perú: Universidad Señor de Sipán.
- De la Cruz, C. y Saavedra, I. (2018). *Estudio de caso: El insight como recurso creativo en las campañas ganadoras de los premios de "Igual a Igual" en el año 2017*. Colombia: Universidad Autónoma de Occidente. Url: <http://red.uao.edu.co/handle/10614/11630>
- Espinoza, E. (2005). *El Mercadeo directo aplicado al lanzamiento o posicionamiento de nuevos productos y servicios. Diseño de un modelo práctico para portar celular*. Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. Url: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/11418>
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Red Tercer Milenio S.C.
- González, C. y Malache, L. (2015). *Proceso de Reconocimiento o "Caza" de Insights Publicitarios*. Licenciatura en Comunicación Social y Publicidad. Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Ecuador: Universidad AZUAY Cuenca URL: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4818>
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta. ed. México: Mc Graw Hill.
- Hills, W. (1994). *Administración en mercadotecnia*. México: CECSA.
- Kapferer, J. (1992). *Strategic Brand Management*. 2da. ed. New York: Free Press.
- Keller, K. L. (2003). *Medición y gestión de la marca equity*. 2da ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Klaric, J. (2014). *Véndele a la mente no a la gente*. Ed. Kindle, México: Paidós.
- Klaric, J. (2015). *Estamos ciegos*. Colombia: Paidós.
- Manhas, P. (2010). Strategic Brand Positioning Analysis through Comparison of Cognitive and Conative Perceptions. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 15(29), 15-34. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-18862010000200003&lng=es&tlng=en
- Medina, R. (2010). *Diseñar y activar propuestas de valor*. México: Lid.
- Moncayo, M. (2018). Insight funcional, insight emocional y códigos simbólicos. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (abril 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/insight-funcional-eemocional.html/hdl.handle.net/20.500.11763/oel1804insight-funcional-emocional>
- Piñero, J. (2017). *La guía del Insight consejos y ejemplos prácticos de marketing*. Colombia: YMKT.
- Quiñones, C. (2013). *Desnudando la mente*

- del consumidor*. México: Paidós. Recuperado de: https://www.planetadelibros.com.co/libros_contenido_extra/31/30494_1_Desnudadnolamente.pdf
- Ries, A. & Trout, J. (2011). *Posicionamiento: la batalla por su mente*. Ed. Especial. México: Mc Graw Hill. Recuperado de: <https://www.uv.mx/cendhiu/files/2018/02/Posicionamiento-la-batalla-por-su-mente.pdf>
- Rodríguez, A. (2013). *Fundamentos de mercadotecnia antología*. Universidad de Guanajuato. México: eumed.net Biblioteca virtual.
- Sánchez, L. (2017). *Insight trainee in consumer tridh. Administrador Insider*. Enamorado hace 5 años· GA. Orgulloso nieto de doña Aurora y Catlover. Mi consigna. Revalorar aquellas cosas que la gente ya no valora.
- Trout, J. (1997). *The new positioning: the latest ton the worlds 1 business strategy*. New York: Mc Graw Hill.

Gestión pedagógica y el rendimiento escolar en el área de matemática**Pedagogical management and school performance in the area of mathematics**Julio C. Bravo-Aranibar^{1,a,*}, Guillermo A. Bocángel-Weydert^{1,b,#}, Guillermo A. Bocángel-Marín^{1,c,%}**Resumen**

La investigación planteó como objetivo demostrar la incidencia de la gestión pedagógica en el rendimiento escolar del área de matemática en estudiantes de educación secundaria de la institución educativa Santo Domingo de Jicamarca-Lima 2018. La investigación es cuantitativa, con un tipo y diseño descriptivo correlacional. El instrumento de recolección de datos que se utilizó es la encuesta, validado mediante juicio de expertos y estableciéndose la confiabilidad de 0.91 en la escala del Alfa de Cronbach. Se trabajó con una muestra conformada por: 72 estudiantes de cuarto año y 60 estudiantes de quinto año. Los resultados muestran que existe una relación positiva de 0.862 entre la gestión pedagógica y el rendimiento escolar del área de matemática en los estudiantes de educación secundaria; por lo que se concluye que es importante realizar profundos cambios en la concepción de los ambientes educativos y en el campo curricular, incluyendo contenidos y gestiones pedagógicas.

Palabras clave: gestión pedagógica, rendimiento escolar, matemáticas.

Abstract

The research aimed to demonstrate the incidence of pedagogical management in the school performance of the area of mathematics in secondary school students of the educational institution Santo Domingo de Jicamarca-Lima 2018. The research is quantitative, with a type and descriptive correlational design. The data collection instrument that was used is the survey, validated by expert judgment and establishing the reliability of 0.91 on the Cronbach Alpha scale. We worked with a sample consisting of: 72 fourth-year students and 60 fifth-year students. The results show that there is a positive relationship of 0.862 between pedagogical management and school performance in the area of mathematics in secondary school students; Therefore, it is concluded that it is important to make profound changes in the conception of educational environments and in the curricular field, including contents and pedagogical managements.

Keywords: pedagogical management, school performance, mathematics.

¹Institucion Educativa Santo Domingo de Jicamarca, Lima, Perú

²Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú

³Universidad San Martín de Porres, Perú

E-mail, ^acejul_5@hotmail.com, ^bgbocangel@hotmail.com, ^cguillermo.bm21@gmail.com

Orcid ID: ^{*}<https://orcid.org/0000-0002-5326-067X>, [#]<https://orcid.org/0000-0003-1216-0944>,
[%]<https://orcid.org/0000-0002-5431-9805>

Recibido: 16 de agosto de 2019

Aceptado para publicación: 13 de enero de 2020

Esta obra está bajo una Licencia de Creative Commons
Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)



Introducción

El perfil del docente que las escuelas de hoy necesitan es el de un profesional orientado hacia una gestión reflexiva y contextual (Chacón, Chacón & Alcedo, 2012). Debe incluir un conjunto de capacidades y herramientas que son necesarias para que los docentes puedan elaborar propuestas de enseñanza que aseguren un mínimo de ajuste entre las ofertas institucionales escolares y las necesidades locales (Rodríguez-Sosa, Cáceres-Cruz & Rivera-Gavilano, 2017).

Cabezas y Chava (2014) define la gestión pedagógica como el campo teórico y praxiológico en función de la peculiar naturaleza de la educación, como gestión política y cultural comprometida con la formación de los valores éticos que orientan el pleno ejercicio de la ciudadanía y la sociedad democrática.

Reyes (2006) la define como el quehacer coordinado de acciones y recursos para potenciar el proceso pedagógico y didáctico que realizan los profesores en colectivo, para direccionar su gestión al cumplimiento de los propósitos educativos.

Es la actividad diaria que desarrollan los profesores en sus aulas y fuera de estas, con base en sus conocimientos, experiencias y formación académica que son orientadas por el currículo, y con el propósito de la formación de sus alumnos. (Díaz, 2006; Serres, 2007)

Los proyectos educativos generados en el aula obligan al docente a considerar la investigación como actividad gestión orientada a la búsqueda de conocimientos ya establecidos (Vásquez y Martínez, 2006) a fin de conocer más sobre un hecho concreto que permita el planteo de nuevas visiones, adecuación a un contexto, resolución de problemas, e introducir cambios y sumar esfuerzos para que estos se concreten (Nano, 1998, Subaldo, 2012).

Según Pérez (2010), el abordaje y concreción de proyectos educativos en el aula, demandan a los docentes convertirse en investigadores de su propio quehacer cotidiano, en especial si asumen una actitud crítica y experimental con respecto a su trabajo en el aula. Sin embargo, el docente necesita apoyo en el intento de generar una nueva cultura de investigación en la escuela. Esta acción de investigación debe

concentrarse en la interacción, utilizando preguntas y respuestas, cambios de temas, comentarios evaluativos entre otros. (Rivas, Leite y Cortés, 2014)

Los docentes investigadores reconocen que el proceso de enseñanza aprendizaje es muy complejo, en el cual intervienen distintas variables los educadores investigadores pueden realizar acciones en el proceso enseñanza aprendizaje de forma sistemática. De manera que estos docentes se puedan dar cuenta de que uno de los objetivos de la investigación en el aula, es documental el modo en que ellos enseñan y en el que los estudiantes aprenden. (Rodríguez, 2009; Ruiz, 2001)

En el Perú hay un alto índice de reprobación en el área de matemática por el bajo nivel académico de los alumnos, y esto se debe a factores como falta de buenas metodologías de parte de los profesores, problemas familiares de los alumnos que hace que su rendimiento no sea el mejor, faltas de hábito de estudio, entre otros (Serna, 2017). El mejoramiento en la calidad de la educación ha sido una de las grandes preocupaciones del Sistema Educativo en nuestro país, en los últimos años. (Vargas, 2006)

Muestra de ello son los grandes esfuerzos realizados en la búsqueda de factores asociados a dicha calidad. Uno de estos factores es precisamente la gestión pedagógica en el rendimiento escolar en el área de matemática en los estudiantes de secundaria, ya que la mayoría de los profesores no utilizan estrategias adecuadas para lograr un aprendizaje significativo en los alumnos. Uno de los factores que influye en el alto índice de reprobación y en el nivel académico de los alumnos, son las dificultades de aprendizaje que enfrentan los estudiantes.

Una buena gestión pedagógica permite que los estudiantes capten mejor lo que se les enseña y con ello mejoren, conscientemente, sus prerrequisitos de estudio desarrollen procedimientos o actividades, con el propósito de facilitar la adquisición, almacenamiento y la utilización de la información. Si los poseen, unidos con otras habilidades, se convierten en unos aprendices exitosos. (Ruiz, 2012)

Dolorier (2018) en su investigación concluye que existe relación significativa entre el proyecto de innovación pedagógica y el

rendimiento escolar en el área de Comunicación de los alumnos del 4° grado de Primaria de la Red N° 08 de la UGEL de Ate-Vitarte, con un nivel de significancia de 0,05. Este resultado indica que dicha relación beneficia a los estudiantes, lo que debe ser tomado en cuenta por otras instituciones educativas.

Holguin y col. (2019) concluyeron que los estudiantes de zonas andinas presentan más dificultades que el estudiante ciudadano en cuanto a la numeración y resolución de problemas. Los docentes utilizan estrategias directivas, caracterizadas por métodos tradicionales de construcción del aprendizaje; no obstante, se planifican siguiendo plantillas de sesión de aprendizaje exigidas por el Ministerio de Educación.

Se considera así que el objetivo de esta investigación es hacer un análisis sobre la gestión pedagógica y su incidencia en el rendimiento escolar del área de matemática de los alumnos del cuarto grado y quinto de secundaria. La investigación que se desarrolló tiene su importancia en el sentido que se profundizaron los conocimientos teóricos respecto de la gestión pedagógica y el rendimiento escolar del estudiante.

En este sentido, se planteó como objetivo determinar la incidencia que produce la gestión pedagógica en el rendimiento escolar del área de matemática de los estudiantes de educación secundaria, Institución Educativa Santo Domingo de Jicamarca – Lima 2018

Metodología

La investigación se desarrolló en la Institución Educativa Santo Domingo de Jicamarca, Lima, durante el período 2018. Fue cuantitativa (Hernández, Fernández y Baptista, 2006), con un tipo y diseño de investigación descriptiva correlacional (Mejía, 2005, Nino, 2011).

La población para este estudio estuvo constituida por los 243 alumnos de cuarto y quinto grado de secundaria que forman parte de la institución educativa y que fueron seleccionadas en forma aleatoria, obteniéndose una muestra de 132 estudiantes (72 de cuarto grado y 60 de quinto)

El instrumento de recolección de datos para la variable Gestión Pedagógica que se utilizó es la encuesta aplicado a los estudiantes, tuvo

una escala de Likert: Siempre = 5; casi siempre = 4; a veces = 3; casi nunca = 2; nunca = 1; y el instrumento de recolección de datos para el aprendizaje de los estudiantes evaluó su rendimiento escolar mediante el acta de notas, con una escala vigesimal: muy bueno=18-20; bueno=14-17; regular=11-13 y malo =0-10.

El instrumento fue validado mediante juicio de expertos y estableciéndose la confiabilidad de 0.91 en la escala del Alfa de Cronbach.

Resultados y discusión

Se evidencia un total de 58 estudiantes del 4° grado de secundaria encuestados del curso de Matemática de la I.E. Santo Domingo de Jicamarca, de los cuales el 36,2% manifiesta que a veces se desarrollan los siguientes indicadores: les gusta la metodología de enseñanza del profesor en las clases, el profesor utiliza técnicas de motivación al desarrollar los temas, aplica técnicas de enseñanza – aprendizaje para cada clase de matemática, propicia la creatividad de sus alumnos durante las clases, promueve la participación en el aula, el profesor organiza grupos de trabajo para obtener buenos resultados. Por otro lado, el 22,4% señala que casi nunca, el 17,2% que casi siempre, el 13,8% que siempre y el 10,3% señala que nunca se desarrollan estos indicadores.

Estos resultados coinciden con los estudios de Guerra, Leguizamo y Rincón (2016), señalan que en la enseñanza de las matemáticas es común observar en los profesores diferentes tipos de gestiones, lo cual obedece, entre otras cosas, al conocimiento y a la experiencia que cada docente ha adquirido a lo largo de su vida personal y profesional.

Es importante considerar en estos resultados una adecuada planificación para el desarrollo de las clases, ya que como lo señalan Jiménez, Limas y Alarcón (2016), una planeación debe tener presente los intereses, fortalezas y debilidades de los estudiantes, a través de una evaluación permanente y desde aquí realizar el desarrollo de los contenidos curriculares. Por ello, las estrategias de aprendizaje han demostrado ser eficaces para el aprendizaje y las estrategias pedagógicas son eficaces para mejorar el rendimiento académico. (Saldaña, 201) y Pérez, 2009)

Asimismo, el 27,6% manifiesta que casi siempre los docentes de matemáticas utilizan

materiales visuales y audiovisuales, el 25,9% señala que a veces, el 25,9% que casi nunca, el 12,1% que nunca y el 8,6% señala que siempre. Según Valenzuela y Madeley (2017) afirman que existe una correlación muy buena entre las variables materiales educativos audiovisuales y aprendizaje de un área en particular. Zevallos (2016) afirma que la aplicación de los videos y las fichas mejoran el rendimiento académico y Flores (2009) precisa que existe relación moderada entre el uso de medios y materiales didácticos del arma de comunicaciones y el rendimiento académico de los alumnos.

Al respecto, es importante considerar lo planteado por Godino, Batanero y Font (2003), para quienes la utilización de recursos didácticos no solo hace referencia a material tangible, sino también a aquellas tareas que se proponen en la clase de matemáticas. Por tanto, lo que se debe considerar como recurso didáctico no es solo el material concreto o visual, sino la situación didáctica integral que atiende tanto a la gestión como al discurso, de la que emergen las técnicas y estructuras conceptuales matemáticas (Jiménez, Limas & Alarcón, 2016).

El 22,4% manifiesta que siempre el docente de matemática aplica la autoevaluación, evaluación y heteroevaluación, el 20,7% señala que casi siempre, el 20,7% que casi nunca, el 19,0% que a veces y el 17,2% señala que nunca. Al respecto, Farrell (2013) precisa sobre la importancia de la evaluación para la descripción de incidentes de clase y el posterior análisis de los mismos, lo cual posibilita al profesor mejorar sus gestiones de enseñanza en el aula.

El 35,8% indica que a veces les gusta la metodología de enseñanza del profesor en las clases, que el profesor utiliza técnicas de motivación al desarrollar los temas, aplica técnicas de enseñanza – aprendizaje para cada clase de matemática, además propicia la creatividad de sus alumnos durante las clases, promueve la participación en el aula, el profesor organiza grupos de trabajo para obtener buenos resultados, el 26,4% manifiesta que casi siempre, el 18,9% señala que siempre, el 9,4% que casi nunca y el 9,4% señala que nunca. Hussein (2006) señala que la reflexión como proceso motivador puede tratarse de simples descripciones de los eventos de clase, como también pueden ser evaluaciones críticas de estos. En el mismo

orden de ideas, los hallazgos de Barbarán (2012) muestran que existe una correlación positiva entre la motivación y el rendimiento académico de los alumnos.

Estos resultados son consistentes con lo reportado en experiencias que emplearon metodologías de investigación-acción en el fortalecimiento de las habilidades de identificación y exploración de problemas en el aula (Yamin-Ali, 2010), o en el desarrollo del pensamiento reflexivo del docente con fines de mejora de sus gestiones (Halim, Buang & Meerah, 2010).

Prueba de hipótesis

H_1 . La gestión pedagógica incide significativamente en el rendimiento escolar en el área de matemática de los estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa Santo Domingo de Jicamarca – Lima 2018.

H_0 . La gestión pedagógica no incide significativamente en el rendimiento escolar en el área de matemática de los estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa Santo Domingo de Jicamarca – Lima 2018.

Tabla 1
Prueba Tau b de Kendall entre la gestión pedagógica y el rendimiento escolar en el área de matemática

Correlaciones	La gestión pedagógica	El rendimiento escolar en el área de matemática	
	Coefficiente de correlación	1,000	,862**
La gestión pedagógica	Sig. (bilateral)		,010
	N	243	N 243
El rendimiento escolar en el área de matemática	Coefficiente de correlación	,862**	
	Sig. (bilateral)		,010
	N	243	N 243

Según la tabla 1 los resultados del análisis estadístico dan cuenta de un valor de un coeficiente de correlación “Tau b” de 0.862 entre las variables. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva y tiene un nivel moderada de correlación.

-Decisión estadística: Así también la significancia de $p = 0.010$ muestra que p es menor a 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto, se

rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En consecuencia, se interpreta que: Incide significativamente la gestión pedagógica en el rendimiento escolar del área de matemática en los estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa Santo Domingo de Jicamarca – Lima 2018.

Por ello, se coincide con los resultados de Monroy (2012), quien afirmó que el decisivo rol de los docentes en cualquier proceso de cambio educativo profundo constituye el elemento activo más importante del mismo; sin embargo, los órganos descentralizados del Ministerio de Educación realmente hacen poco por brindar soluciones efectivas en el proceso enseñanza - aprendizaje de los estudiantes con el propósito de mejorar el rendimiento académico y la calidad de la educación en nuestro medio.

Sobre este aspecto es importante tener presente la investigación realizada por Akcan (2016), quien reporta que los programas de educación deben conectar la teoría general con la gestión específica, para que los futuros docentes puedan estar mejor preparados para lidiar con la realidad de sus aulas de clase.

Asimismo, es necesario un cambio de actitud por parte de los docentes; es importante que sea él mismo quien a través de la reflexión sobre su gestión proponga alternativas de mejoramiento y supere las dificultades encontradas. Es decir, (re)signifique sus gestiones (Jiménez, 2002).

Conclusiones

La gestión pedagógica incide significativamente en el rendimiento escolar del área de matemática de los estudiantes, por lo tanto es importante visualizar ambientes de clases no como una simple agrupación de personas reunidas en un espacio para “enseñar” y “aprender”; sino como contextos culturales, donde entre contradicciones y ambigüedades las personas interactúan de formas diversas.

Todo esto lleva a la necesidad de realizar profundos cambios en la concepción de los ambientes educativos y en el campo curricular, incluyendo contenidos y gestiones pedagógicas. Se deben fomentar ambientes educativos más cercanos a la realidad que

abarquen nuevas posibilidades y hagan evidente las complejidades existentes, las contradicciones, y los problemas susceptibles de análisis.

Es imperativo, para lograr lo anterior identificar y tomar en cuenta las descripciones fenomenológicas de la realidad que tienen los estudiantes y que reflejan en gran parte, las tipificaciones de la realidad y que explican la comprensión e interpretación que de ella hacen, situación de gran incidencia en el desempeño escolar y de grandes repercusiones en su futura participación en la sociedad.

Finalmente, el hecho de que los docentes puedan analizar su gestión y sus actividades de enseñanza de las matemáticas, les permitirá un espacio de reflexión para repensar e intentar transformar la dinámica de sus clases.

Bibliografía

- Akcan, S. (2016). *Novice Non-Native English Teachers' Reflections on their Teacher Education Programmes and their First Years of Teaching*. *Profile Issues in Teachers' Professional Development*, 18(1), 55-70. <https://doi.org/10.15446/profile.v18n1.48608>
- Barbarán, N. (2012). *Relación entre la motivación y el rendimiento académico de los alumnos del programa de complementación académica universitaria de la facultad de educación* (Tesis de maestría) Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Cabezas, L. y Chava, M. (2014). *Gestión Pedagógica del Director y su relación con el Desempeño Docente del nivel de secundaria en la Institución Educativa N°2027 José María Arguedas del distrito de San Martín de Porres, UGEL 02- 2011II*. (Tesis para optar el grado de Magister en Educación).UCV, Lima, Perú.
- Chacón, M., Chacón, C., & Alcedo, Y. (2012). Los proyectos de aprendizaje interdisciplinarios en la formación docente. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 17(54), 877-902.
- Díaz, V. (2006). Formación docente, práctica pedagógica y saber pedagógico. *Laurus: Revista de Educación*, 12, 88-103. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76109906>
- Dolorier, R. (2018). *El proyecto de innovación*

- pedagógica y su relación con el rendimiento escolar en el área de comunicación en alumnos del 4º grado de primaria de la red nº 08 de la UGEL de Ate-Vitarte. *Investigación Valdizana*, 11(4), 262-272.
- Farrel, T. (2013). *Evidence-Based Reflective Practice*. Retrieved from https://earlyreflections1.files.wordpress.com/2016/06/etas-j-spring-2013_ss-evidence-based-rp.pdf
- Flores, F. (2009). *Influencia de los medios y materiales didácticos en el rendimiento académico de los alumnos del arma de comunicaciones de la EMCH*. (Tesis de pregrado) Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Godino, J.; Batanero, C., & Font, V. (2003). *Fundamentos de la enseñanza y el aprendizaje de las matemáticas para maestros*. Granada, España: ReproDigital.
- Guerra, L. M., Leguizamo, C. P., & Rincón, D. (2016). *La práctica docente en la enseñanza de las matemáticas: investigación narrativa a nueve docentes de tres instituciones educativas de Bogotá* (Tesis de maestría). Universidad de la Salle, Bogotá, Colombia.
- Halim, L., Buang, NA., & Meerah, S. (2010). *Action research as instructional supervision: Impact on the professional development of university based supervisors and science student teachers*. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 2868-2871. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.430>
- Hernández, R. Fernández, O. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Holguin, J., Villa, C., Montalvo, M., Villena, M., Carrasco, Y., & Espinola, L. (2019). Significado del aprendizaje-enseñanza de la matemática en contextos lingüísticos del quechua y ciudadanos. *Investigación Valdizana*, 13(3), 143-155.
- Hussein, J. W. (2006). Which one is better: Saying Student Teachers don't reflect or systematically unlocking their Reflective Potentials: A Positive Experience from a Poor Teacher Education Faculty in Ethiopia. *Australian Journal of Teacher Education*, 31(2).
- Jiménez, A. (2002). *Quando professores de matemática da escola e da universidade se encontram: ressignificação e reciprocidade de saberes* (Tesis doctoral). Faculdade de Educação – Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP): Campinas SP – Brasil.
- Jiménez, A., Limas, L., & Alarcón, J. (2016). *Prácticas pedagógicas matemáticas de profesores de una institución educativa de enseñanza básica y media*. *Praxis & Saber*, 7 (13), 127 - 152. doi: <https://doi.org/10.19053/22160159.4169>
- Mejía, E. (2005); *Metodología de la Investigación Científica*. Centro de Producción Editorial e Imprenta de la UNMSM
- Monrroy, M. (2012). *Desempeño docente y rendimiento académico en matemática de los alumnos de una Institución Educativa de Ventanilla - Callao*. (Tesis de Maestría). Universidad San Ignacio de Loyola. Lima.
- Nano de Mello, G. (1998). *Nuevas propuestas para la gestión educativa*. México. Mc. Graw Hill
- Niño, V. (2011). *Metodología de la Investigación (Diseño y Ejecución)*. Primera Edición. Bogotá-Colombia.
- Pérez, H. (2009). *Estrategias Pedagógicas para mejorar el rendimiento académico en estudiantes de la Facultad de Educación* (Tesis de maestría) Universidad Nacional Federico Villarreal".
- Pérez, J. (2010). *Administración y gestión educativa desde la perspectiva de las prácticas de liderazgo y el ejercicio de los derechos humanos*. Honduras: Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán.
- Reyes, L. (2006). *Estándares de desempeño docente*. Chile: Universidad Silva Enríquez.
- Rivas, J.; Leite, A. y Cortés, P. (2014). *Práctica profesional docente*. *Revista Prax. Educ.* vol.18 Nro.2. Santa Rosa. España: Universidad de Málaga.
- Rodríguez, S. (2009). *Auto-eficacia docente, motivación del profesor y estrategias de enseñanza*. España: Universidad de La Coruña.
- Rodríguez-Sosa, J., Cáceres-Cruz, M., & Rivera-Gavilano, P. (2017). New scenarios in latin american schools. The needs for a contextualized teaching practice. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 15-19. Doi: <https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.193>.
- Ruiz, Á. (2001). *La educación superior en Costa Rica: tendencias y retos en un nuevo escenario histórico*. San José: EUCR-Conare.
- Ruiz, G. (2012). *Influencia del estilo de liderazgo del director en la eficacia de las instituciones educativas del consorcio Santo Domingo de Guzmán de Lima Norte*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima
- Saldaña, Y. (2014). *Metodología de Enseñanza y su influencia en el rendimiento*

- académico de los estudiantes de educación secundaria de la institución educativa 3073 El Dorado (Puente Piedra – Zapallal) Región Lima* (Tesis de maestría) UCP. Lima
- Serna, B. (2017). *La gestión educativa y el desarrollo del clima escolar de la I. E. Nro. 32207 Colegio Nacional de Mujeres, La Unión de Dos de Mayo, región Huánuco, en el año 2014.* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Lima.
- Serres, Y. (2007). *El rol de las prácticas en la formación de docentes de matemáticas* (Tesis doctoral). Instituto Politécnico Nacional, México D.F, México. Recuperado de https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/11430/1/serres_2007.pdf
- Subaldo, M. (2012). *Las repercusiones del desempeño docente en la satisfacción y el desgaste del profesorado.* (Tesis Doctoral). España: Universidad de Valencia.
- Valenzuela, K. y Madeley J. (2017). *Uso de materiales educativos audiovisuales y su relación con el aprendizaje del inglés en los estudiantes de la especialidad Lengua Extranjera, Facultad de educación.* (Tesis de maestría) Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo – Huaraz, 2015”
- Vargas, J. (2006). *Desarrollo institucional, crecimiento y desarrollo económico social.* México: Instituto Tecnológico de Ciudad Guzmán
- Vásquez, C. y Martínez, I. (1996). *La socialización en la escuela. Una perspectiva Etnográfica.* Barcelona: Paidós.
- Yamin-Ali, J. (2010). Translating concerns into action in the foreign language classroom. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 11(2), 21-38. Recuperado de: <http://ejournal.ukm.my/gema/article/view/54>
- Zevallos, E. (2016). *Estilos de aprendizaje y rendimiento académico en alumnos de V semestre 2002-I de la Facultad de Pedagogía y Humanidades* (Tesis de pregrado) Universidad Nacional del Centro del Perú.

**AGRADECIMIENTOS A LOS PARES EVALUADORES DE LA REVISTA DE INVESTIGACIÓN
VALDIZANA, VOLUMEN 13, NÚMERO 4, 2019**

Dr. Jorge Yangali Vargas, Universidad Nacional del Centro del Perú, Perú

Dra. Ana Cecilia Valencia Aguirre, Universidad de Guadalajara, México

Dr. Antonio Ponce Rojo, Universidad de Guadalajara - México

Mg. Silvana Molina Espinoza, Universidad del Zulia – Venezuela

Mg. Olga Bardales Mendoza, Universidad Peruana Cayetano Heredia, Perú

Dra. María Suárez Zozaya, Universidad Nacional Autónoma de México

//...NORMAS E INSTRUCCIONES PARA LA PRESENTACIÓN DE ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

El punto de partida para la elaboración del artículo es tomar en cuenta la política editorial de Investigación Valdizana.

La primera página debe incluir el título en español y en inglés, los nombres de los autores, la filiación institucional y el correo electrónico de cada autor. Asimismo, el resumen y palabras claves en español y en inglés.

El artículo debe tener 15 páginas o 7 mil palabras. Escribir el texto en Word para Windows, con tipo de letra Times New Roman, con márgenes de 2 cm. en los lados derecho e inferior, 3.0 cm en los lado izquierdo y superior de la página. Espaciado interlineal: 1.5 cm., excepto para el resumen y abstract que se redacta a espacio simple. Preparar las tablas y figuras posibles en Word o Excel.

Las referencias bibliográficas solo se considerarán únicamente las que han sido citadas en el cuerpo del artículo.

El trabajo debe contener de 1 a 2 páginas de introducción y 4 páginas de marco teórico, éste debe contener un cuadro teórico bien desarrollado y articulado, conceptos claramente definidos, revisión bibliográfica completa y apropiada y, cuando fuera el caso, hipótesis bien construida, la redacción en el cuerpo del artículo debe ser en tercera persona.

El artículo debe presentar como mínimo 25 autores consultados e insertados coherentemente en el texto como citas, los cuales deben ser publicaciones hechas en los últimos 5 años, consignados en referencias bibliográficas con todos los datos. Buen porcentaje (40%) de las referencias deben ser de revistas científicas indizadas.

El artículo debe ser redactado considerando en cada caso los siguientes elementos:

- **Investigación Cuantitativa**

El resumen, palabras clave, Abstract, Key words, introducción, revisión bibliográfica/literatura, métodos y técnicas de investigación, análisis de datos y discusión, conclusiones/consideraciones finales. Las ilustraciones y tablas deben ser insertadas en el cuerpo del trabajo. Referencias.

Resumen: presenta la idea general del tema, objetivos, métodos de investigación, resultados y conclusiones, redactados de forma objetiva y concisa (en un solo párrafo de 200 palabras promedio).

Palabras clave: conjunto de tres a cinco palabras que representen el contenido del trabajo.

Abstract y Key words: traducción del resumen y de las palabras clave al inglés.

Introducción: Presentación del tema, justificación del problema, objetivos (debe presentarse de modo explícito, demostrando a lo largo del texto coherencia con el objetivo, con apoyo de conceptos teóricos y datos secundarios), hipótesis y fundamento metodológico, exponiendo de forma ordenada y detallada el tema, teniendo como base los antecedentes, variables estudiadas y resultados obtenidos. La introducción debe contener todos los elementos señalados, evitando subtítulos en su presentación y redactado en tiempo presente pues representa aspectos que mantienen su vigencia en el tiempo. (de una a dos páginas).

Metodología: describe el procedimiento, los métodos y técnicas empleadas en la recolección y análisis de datos, con respaldo en autores del área.

Análisis de datos y Discusión: presenta los resultados de la investigación de campo, interpreta y califica tomando en cuenta la teoría y los antecedentes.

Consideraciones finales / conclusiones: presenta las inferencias del autor y las enseñanzas en relación al tema investigado, debe corresponder a los objetivos del estudio. Referencias.



mayor información: <http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/>



UNHEVAL

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
Av. Universitaria N° 601-606 - Cayhuayna - Huánuco - Perú
Teléfono +51-(062) - 591060 - Anexo - 2048
Web Site: <https://www.unheval.edu.pe/>
<http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/>
<http://diu.unheval.edu.pe/>
E-mail: revistavaldizana@unheval.edu.pe
Ciudad Universitaria - UNHEVAL - Huánuco