

Comité Editorial

M.Sc. Lic. Abel Guiseppe Cossío
Peña y Lillo.

Editor en Jefe

M.Sc. Ivonne Rojas Cáceres

Secretaria Científica

Pares evaluadores

Ph.D. Ignacio Ruiz Guerra

Universidad Complutense de Madrid (España)

Ph.D. José Carlos Véliz Palomino Pontificia

Universidad Católica del Perú (Perú)

Mgrt. Pablo Nacho Peñafiel

Universidad Mayor de San Andrés (Bolivia)

Ph.D. Sandra Carrillo

Universidad Autónoma Metropolitana (México)

Mgr. Sol María Chávez León

Universidad Autónoma Metropolitana (México)

Ph.D. José Manuel Muñoz Puigcerver

Universidad Nebrija (España)

Mgr. Sergio Astorga

Universidad Nacional de Cuyo / Universidad de Congreso (Argentina)

Mgr. Patricia Daza Murillo

Universidad San Francisco Xavier (Bolivia)

Mgr. Romina Daza Ramos

Universidad San Francisco Xavier (Bolivia)

Lic. Hernán Copa Quisbert

Universidad Privada del Valle (Bolivia)

Mgr. Víctor Hugo Fernández Arraya

Universidad Privada del Valle (Bolivia)

Dr. Samuel Goyzueta Rivera

Universidad Privada del Valle (Bolivia)

Lic. MSc. Yoshida B. Gonzales Ticona

Universidad Privada del Valle (Bolivia)

Ing. Nicos Escobar Prado

Universidad Privada del Valle (Bolivia)

Ph.D. Sergio Rodríguez de la Barra.

Universidad Mayor de San Andrés (Bolivia)

Lic. Nelly Quispe Maydana.

Universidad Mayor de San Andrés (Bolivia)

Ph.D. Fatima Tarifa Illanes.

Universidad Privada del Valle (Bolivia)

Ph. D. (c) María Buitrago Soliz.

Universidad Privada del Valle (Bolivia)

Autoridades universitarias

Gonzalo Vicente Ruiz Ostria, M.Sc.

Rector

Diego Alonso Villegas Zamora, Ph.D.

Vicerrector Académico

Sandra Marcela Ruiz Ostria, M.Sc.

Vicerrectora de Interacción Social

Lic. Daniela Zambrana Grandy

Secretaria General

Ana Cardenas Angulo, M.Sc.

Vicerrectora Académico Sede Santa Cruz

Carlos Torricos Mérida MBA.

Vicerrector Académico Sede Sucre

Franklin Nestor Rada, M.Sc.

Vicerrector Académico Sede La Paz

Lic. Miguel Añez Sameshima

Vicerrector Académico Sede Trinidad

M.Sc. Jorge Ruiz De la Quintana

Director Nacional de Investigación

Equipo técnico

Ing. Giubell Melanie Mercado Franco

Coordinadora de Difusión Científica y Formación en Investigación

Mgr. Luis Marco Fernández Sandoval

Coordinador de Producción Audiovisual digital

Los artículos publicados en esta edición son responsabilidad exclusiva de los autores. Otras publicaciones cuatrimestrales de UNIVALLE:

- Revista Journal Boliviano de Ciencias y
- Revista de Investigación e Información en Salud.

Es parte de:



Universidad Privada del Valle
Telf: (591) 4-4318800 / Fax: (591) 4-4318886.
Campus Universitario Tiquipaya.
Calle Guillermina Martínez, s/n, Tiquipaya.
Casilla Postal 4742.
Cochabamba (Bolivia).

ÍNDICE

	Páginas
Nota editorial	
<i>Editorial</i>	
M.Sc. Lic. Abel Guiseppe Cossío Peña y Lillo.....	4
 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN: PRODUCTOS DIDÁCTICOS CONTEXTUALES Y COMPLEJOS QUE GENEREN APRENDIZAJES SIGNIFICATIVOS Y PERTINENTES	
<i>EVALUATION INSTRUMENTS: CONTEXTUAL AND COMPLEX DIDACTIC PRODUCTS THAT GENERATE MEANINGFUL AND RELEVANT LEARNING</i>	
Katherine Rico Reintsch.....	6-29
 FUNCIONES PRIORITARIAS DEL PSICÓLOGO EDUCATIVO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA: UN ESTUDIO EN UNIDADES DE FE Y ALEGRÍA (SUCRE, 2023-2024)	
<i>Priority functions of the educational psychologist from the perspective of the educational community: A study in Fe y Alegría units (Sucre, 2023-2024)</i>	
Norah Villena Almendras, Tamara Heydi Bohórquez Estrada, María Isabel Vedia Mamani, Jonathan Soliz Palma, Kelly Herbas Monasterios.....	30-63
 OBSTÁCULOS MAS GRANDES A LOS QUE SE ENFRENTAN LOS EMPRENDEDORES EN LA CIUDAD DE LA PAZ	
<i>BIGGEST OBSTACLES THAT ENTREPRENEURS FACE IN LA PAZ CITY</i>	
Yoshida B. Gonzales Ticona.....	64-81
 EL IMPACTO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS VENTAS: UN ANÁLISIS CRÍTICO DESDE EL MARKETING TRADICIONAL Y DIGITAL.	
<i>THE IMPACT OF CUSTOMER SERVICE ON SALES: A CRITICAL ANALYSIS FROM TRADITIONAL AND DIGITAL MARKETING PERSPECTIVES</i>	
Cristian Lima Guardia.....	82-95
 CARTA AL EDITOR: RADIO ONLINE: MEDIO DISRUPTIVO Y GLOBAL PARA LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN.	
Rodmi Rafael Portugal Mendoza.....	96-97

NOTA EDITORIAL

Nota Editorial - Revista Compás Empresarial Vol. 16, N° 40

La educación superior contemporánea enfrenta el desafío constante de reinventarse para responder a las demandas de una sociedad en transformación. Como señalaba Paulo Freire, “(...) *la educación no cambia el mundo, cambia a las personas que van a cambiar el mundo* (...)”. En esta perspectiva, la presente edición de Compás Empresarial reúne investigaciones que evidencian cómo la innovación educativa y el emprendimiento se entrelazan para generar impactos significativos en nuestro contexto boliviano.

Esta edición presenta cinco contribuciones que abordan temáticas centrales en el desarrollo académico y empresarial. El trabajo sobre instrumentos de evaluación demuestra cómo la construcción de evaluaciones puede generar aprendizajes significativos y pertinentes, revalorizando el proceso educativo desde una perspectiva participativa y contextual.

La investigación respecto a las funciones del psicólogo educativo revela una necesidad imperante en el sistema educativo nacional. Los resultados evidencian que el 69% de los encuestados considera muy necesario evaluar la motivación estudiantil, mientras que el 56% destaca la importancia del asesoramiento familiar en casos de separación o divorcio, señalando la relevancia del apoyo psicológico integral en el ámbito educativo.

El análisis de los obstáculos que enfrentan los emprendedores paceños aporta una perspectiva crítica sobre el ecosistema emprendedor. Si bien Bolivia se caracteriza por su capacidad innovadora, la investigación identifica factores que impiden la transición de emprendimientos desde la etapa inicial hacia el crecimiento sostenido, información valiosa para quienes proyectan políticas públicas.

El estudio sobre el impacto de la atención al cliente en las ventas ofrece un análisis comparativo entre marketing tradicional y digital, demostrando cómo una experiencia



M.Sc. Lic. Abel Guiseppe

Cossío Peña y Lillo.

Editor en Jefe de *Compás
Empresarial*

acossiop@univalle.edu

deficiente puede generar pérdidas cuantiosas, destacando la importancia estratégica de la gestión de la experiencia del cliente.

Finalmente, la carta al editor sobre radio online como medio disruptivo para la democratización educativa presenta una reflexión sobre el potencial transformador de las tecnologías digitales en el contexto universitario. La experiencia de UNIVALLE Online Radio ejemplifica cómo estos medios trascienden barreras geográficas y económicas, promoviendo la participación equitativa en la construcción del conocimiento.

Agradecer profundamente a nuestros investigadores, evaluadores y equipo editorial por su dedicación en hacer posible esta publicación. Invitamos a la comunidad académica a continuar enviando sus aportes, fortaleciendo así el diálogo crítico y constructivo que caracteriza a nuestra revista.

Compás Empresarial reafirma su compromiso de ser un espacio de reflexión académica rigurosa, donde el conocimiento se construye colectivamente para enfrentar los desafíos del presente y proyectar un futuro más próspero para nuestra sociedad.

ARTÍCULO CIENTÍFICO

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN: PRODUCTOS DIDÁCTICOS CONTEXTUALES Y COMPLEJOS QUE GENEREN APRENDIZAJES SIGNIFICATIVOS Y PERTINENTES

EVALUATION INSTRUMENTS: CONTEXTUAL AND COMPLEX DIDACTIC PRODUCTS THAT GENERATE MEANINGFUL AND RELEVANT LEARNING



Katherine Rico Reintsch

Compás
EMPRESARIAL

Comunicadora Social - Audiovisual – Publicista - Investigadora

Universidad Privada del Valle, Bolivia.

kricor@univalle.edu

Recibido: 17/10/2022

Revisado: 02/06/2025

Aceptado: 03/06/2025

Citar: Rico Reintsch, K. Instrumentos de evaluación: productos didácticos contextuales y complejos que generen aprendizajes significativos y pertinentes. *Revista Compás Empresarial*, 16(40) p. 6-29. <https://doi.org/10.52428/20758960.v16i40.369>

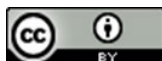
Nota: Los autores declaran no tener conflicto de intereses con respecto a esta publicación y se responsabilizan de contenido vertido.

Fuentes de financiamiento: Esta investigación fue financiada con fondos de los autores.

RESUMEN

El objetivo de la investigación descrita en este artículo es el diseñar instrumentos de evaluación: productos didácticos contextuales y complejos que generen aprendizajes significativos y pertinentes en la asignatura de Lenguaje y Redacción de la carrera de Gastronomía de Univalle Cochabamba en la gestión 1-2022. La investigación realizada tuvo carácter descriptivo – explicativo, en base a los grupos focales formados según el número de equipos de estudiantes inscritos, usando los grupos de discusión guiada con preguntas para la co-construcción de las evaluaciones. De igual forma se trabajó con la observación directa participante no estructurada en la modalidad censo, cuyo resultado fue un registro fotográfico de las evaluaciones/actividades/experiencias de aprendizaje del total de estudiantes de la asignatura. Se considera que el diseño de instrumentos evaluativos co-construidos constituye un elemento que revaloriza el aprendizaje significativo y pertinente desde la evaluación, por lo que profundizar su estudio es importante.

PALABRAS CLAVES: INSTRUMENTO de evaluación: producto, aprendizaje significativo, aprendizaje pertinente, aprendizaje complejo y didáctica.



Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
Derechos de autor 2025: Rico Reintsch, K.

ABSTRACT

The objective of the research described in this article is to design evaluation instruments: contextual and complex didactic products that generate meaningful and relevant learning in the Language and Writing subject of the Gastronomy program at Univalle Cochabamba during the 1-2022 academic period. The research conducted was descriptive-explanatory in nature, based on focus groups formed according to the number of enrolled student teams, using guided discussion groups with questions for the co-construction of evaluations. Similarly, unstructured participant direct observation was employed in census mode, resulting in a photographic record of the evaluations/activities/learning experiences of all students in the subject. It is considered that the design of co-constructed evaluative instruments constitutes an element that revalues meaningful and relevant learning from the evaluation perspective, making it important to deepen its study.

Keywords: Evaluation instrument: product, meaningful learning, relevant learning, complex learning, and didactics.

1.- INTRODUCCIÓN

El boom tecnológico de esta nueva década 2020 no solo ha generado nuevas tendencias en educación, sino que también ha cambiado los roles de los protagonistas, del proceso enseñanza aprendizaje, de los métodos, de los espacios educativos, de la pedagogía, de la didáctica y de la evaluación.

Los actuales paradigmas educativos basados en el estudiante validan su papel como centro, protagonista y principal responsable de que sus aprendizajes; sean significativos y pertinentes tanto para él, como para el contexto que lo rodea.

La educación pertinente para Malagón (2023) es la adecuación de las oportunidades de aprendizaje de los estudiantes, toma en cuenta las tradiciones e instituciones locales, las prácticas culturales positivas, los sistemas de creencias y las necesidades de la comunidad.

El rol docente para Allende (2003) cambia cuando “El profesor deja de ser el centro del proceso educativo para convertirse en orientador, mediador entre el conocimiento y el estudiante, facilitador del aprendizaje, promotor del pensamiento crítico y constructor del conocimiento”; por tanto, los docentes universitarios también han transformado su rol, pasando de simples transmisores del proceso enseñanza-aprendizaje, a acompañantes y arquitectos que facilitan a los estudiantes la oportunidad de construir sus propios saberes; a través de la realización de instrumentos de evaluación/productos que generen en ellos aprendizajes significativos y pertinentes en su área.

Los docentes deben estar preparados para seleccionar, actualizar y utilizar el conocimiento en un contexto específico, ser competentes de aprender en diferentes contextos y modalidades a lo largo de toda la vida, para que puedan entender el potencial de lo que van aprendiendo y así adaptar el conocimiento a situaciones nuevas en sus aulas, permitiendo la innovación en la creación de innovadoras, pertinentes y complejas situaciones de evaluación. (Bozu y Canto, 2009).

La evaluación debe ser un proceso diligentemente ideado, por lo que es muy importante que también se diseñen indicadores o escalas objetivas de evaluación, implementadas en listas de cotejo o rúbricas que incluyan aspectos relevantes de los saberes a ser evaluados dentro del proceso enseñanza aprendizaje. (Esteban, 2011).

Para Benito (2013) “La evaluación basada en competencias se centra en la obtención de evidencias del desempeño real del estudiante en contextos significativos”, por ello para esta investigación los instrumentos de evaluación serán aquellos productos (conjunto de evidencias de la experiencia de aprendizaje realizada por los estudiantes) que permitan evidenciar el desarrollo y adquisición de los aprendizajes esperados, extraídos del criterio temático de la asignatura y sus competencias vinculadas: saber-saber hacer y saber ser-decidir.

Para definir el aprendizaje significativo, se usará lo señalado en Ballester (2002) en *El aprendizaje significativo en la práctica: Cómo hacer el aprendizaje significativo en el aula*, citando a Ausubel (2002):

[...] “que el aprendizaje significativo da sentido a aquello que aprende y puede comprender el alumno, pues existen elementos de anclaje en la experiencia propia de los conceptos nuevos que se presentan de manera coherente e interconectada. El aprendizaje es por tanto un proceso de construcción individual y personal, los humanos integramos dentro de las estructuras de conocimiento aquellos conceptos que tienen en cuenta y se relacionan con lo que ya sabemos” (p. 18).

Concluyendo lo señalado por Ausubel (2002) respecto al aprendizaje significativo, para esta investigación se caracteriza por edificar los conocimientos de forma armónica y coherente, por lo que es un aprendizaje que se construye a partir de conceptos sólidos; lo que interesa es cómo los conocimientos nuevos se integran a los preexistentes en el contexto actual y perduren en el tiempo.

Asimismo, la Red Interagencial para la Educación en Situaciones de Emergencia, en su glosario de términos señala que la educación pertinente:

“Se refiere a la adecuación de las oportunidades de aprendizaje de los estudiantes. Toma en cuenta las tradiciones e instituciones locales, las prácticas culturales positivas, los sistemas de creencias y las necesidades de la comunidad. Prepara a los niños y niñas para un futuro positivo dentro de la sociedad en el contexto nacional e internacional. La educación pertinente es un elemento de calidad educativa y refiere a qué se aprende, cómo se aprende y la eficacia de este aprendizaje.” (INNE.ORG, 2022)

Se tomó la anterior definición sobre la educación pertinente para esta investigación, con el fin de analizar qué, cómo y la eficacia de lo que se aprende en la asignatura de Lenguaje y Redacción.

Por otra parte, Malagón (2023), en su artículo sobre la pertinencia en la educación superior señala:

“La pertinencia constituye el fenómeno por medio del cual se establecen las múltiples relaciones entre la universidad y el entorno. La universidad es una institución social enmarcada en el contexto de una formación social históricamente determinada. La interacción de esta institución social con la sociedad en la cual está insertada se da de diferentes formas y con estructuras diversas, tanto al interior de la universidad como del entorno social” (p. 114)

De lo anteriormente señalado se puede inferir, la necesidad de plantear una educación pertinente, así como un aprendizaje pertinente para lo cual se mencionará lo que señala Díaz (2023).

“Aprendizaje pertinente: adquisición consciente del conocimiento necesario y suficiente mediante el proceso de enseñanza - aprendizaje, que responde al interés individual y social de los estudiantes y docentes, apoyado en mecanismos personológicos y didácticos que estimulan la participación activa y generadora de los participantes, tanto para la transmisión de los conocimientos como para su apropiación con un fin formativo predeterminado.”

La anterior definición planteada por Díaz (2023), ayudará a la investigación en cuanto ayuda a interpretar el interés individual de los estudiantes en su aprendizaje.

Igualmente, es importante señalar también la presencia del aprendizaje complejo que implica la integración de conocimientos, habilidades y actitudes, la coordinación de “habilidades constitutivas” que son cualitativamente diferentes, además de la

transferencia de lo aprendido en la escuela o entorno educativo al ámbito de la vida y el trabajo diarios. El aprendizaje complejo genera “tareas auténticas de aprendizaje” basadas en tareas de la vida diaria como la fuerza motora. La idea principal detrás de este enfoque es que tales tareas ayudan a los aprendices a integrar conocimientos, habilidades y actitudes, los estimulan para que aprendan a coordinar habilidades constitutivas y facilitan la transferencia de lo aprendido a nuevas situaciones problemáticas (Merriënboer y Kirschner 2007).

En el artículo “Caminos Didácticos y Multiautopistas complejas del proceso enseñanza aprendizaje en la Educación universitaria”, escrito el 2018 por mi persona, se explica el contexto de la enseñanza en las universidades bolivianas:

“Enseñar en la universidad es como una pieza de arte: necesita tiempo debido a que es un proceso, un paso de crecimiento del artista, en este caso el docente, que va en busca de las mejores herramientas (estrategias didácticas) para presentar un mensaje que genere un aprendizaje significativo en el discente. En la actualidad, los modelos del conductismo, cognitivismo y constructivismo son los más usados en las universidades de Bolivia; sin embargo, por reglamentación del Ministerio de Educación del Estado, algunas universidades están comenzando a aplicar el modelo por competencias.” (Rico, 2018, p. 35)

La didáctica propia apoya al docente en su labor, donde la enseñanza consiste en presentar, proyectar y registrar las experiencias concretas del aprendizaje de los estudiantes. Enseñar es orientar e incentivar con las técnicas adecuadas el proceso de aprendizaje, previendo, proyectando y encaminando a los estudiantes a prácticas evaluativas concretas para adquirir un conocimiento determinado, también permite diagnosticar las dificultades y fracasos, así como comprobar y valorar objetivamente los resultados a través de la evaluación y porque no de la autoevaluación docente que inclusive puede ser usada como una herramienta de aprendizaje relevante e innovadora para el docente y el estudiante. (Rico, 2019a).

Asimismo, “La docencia implica más que dar a conocer unos contenidos mínimos; es enseñar a descubrir y hasta pensar de otro modo para no sólo aprender sino aplicar, usar y devolver conocimiento al entorno que lo crea” (Rico, 2010, p. 48). Es así que los elementos del proceso enseñanza-aprendizaje están en constante evolución y más aún por el desarrollo tecnológico actual, por lo que es imprescindible seguirles el paso o al menos permanecer a la vanguardia de ellos.

Finalmente, la evolución del proceso-aprendizaje se vio aún más acelerada, por la aparición de la pandemia de Covid-19, que hizo que los contextos de gestión de aula sufran cambios y si bien la currícula (contenidos mínimos) no se puede cambiar cada año, lo que sí se puede hacer es: actualizarla o buscar que esté a la par de los cambios actuales a través de la evaluación.

La educación no solo ha evolucionado en el protagonismo de los componentes del proceso enseñanza-aprendizaje, sino que las nuevas tecnologías la han llevado a nuevos niveles prácticos y aplicativos de evaluación de los saberes en el modelo por competencias: saber, saber hacer y saber ser-decidir.

Lo que permite proponer el diseño de instrumentos de evaluación/productos didácticos contextuales y complejos para una asignatura se convierte no solo en un reto académico, sino una oportunidad de generar una educación de calidad en las aulas universitarias.

La persistencia de métodos evaluativos tradicionales en el ámbito universitario, basados predominantemente en exámenes memorísticos, limita el desarrollo de habilidades analíticas, interpretativas y reflexivas en los estudiantes. Este enfoque, según Ballester (2002), favorece una retención superficial del conocimiento, con una duración efímera, en contraste con el aprendizaje significativo, que promueve la integración de nuevos saberes con estructuras cognitivas previas, garantizando una retención prolongada y aplicabilidad contextual. En consonancia con las demandas educativas actuales, centradas en el estudiante como protagonista de su formación, el modelo por competencias emerge como un paradigma prioritario, enfatizando no solo la adquisición de conocimientos teóricos, sino su transferencia a situaciones reales mediante el saber hacer y el saber ser-decidir (Sampaiolessi, 2021).

Bajo este marco, se plantea la siguiente interrogante: ¿Cómo diseñar instrumentos de evaluación —productos didácticos contextuales y complejos— para la asignatura de Lenguaje y Redacción de la carrera de Gastronomía en Univalle Cochabamba (gestión 1-2022) que promuevan aprendizajes significativos y pertinentes? Esta pregunta se sustenta en la premisa de Santos (2003), quien afirma que la evaluación refleja no solo las competencias profesionales, sino también la identidad pedagógica del docente. Partiendo de experiencias previas en didácticas complejas (Rico, 2019b), el estudio busca trascender métodos convencionales proponiendo herramientas como el teatro de las partes de la oración, juegos ortográficos temáticos, críticas gastronómicas, análisis de proyectos académicos del área y exposiciones contextualizadas. Estas innovaciones se alinean con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4, al fomentar una

educación inclusiva, equitativa y de calidad mediante prácticas evaluativas que vinculan el aprendizaje con necesidades individuales y sociales.

La investigación se orientó hacia el diseño de productos didácticos contextuales y complejos como instrumentos de evaluación, con el fin de generar aprendizajes significativos y pertinentes en la asignatura de Lenguaje y Redacción de la carrera de Gastronomía de la Universidad Univalle (Cochabamba) durante la gestión académica 1-2022. Para ello, se establecieron tres ejes de acción: primero, analizar los tipos de documentos requeridos en el plan curricular de la asignatura, identificando sus características formales y funcionales; segundo, examinar el contexto actual de la literatura especializada en el ámbito gastronómico, con énfasis en su relevancia pedagógica y aplicabilidad en escenarios reales; y tercero, desarrollar prácticas didácticas evaluativas innovadoras que integren competencias lingüísticas, creativas y críticas, alineadas con las demandas formativas del modelo por competencias. Estos propósitos se articularon bajo un enfoque sistémico, buscando garantizar coherencia entre los contenidos disciplinares, las estrategias de enseñanza y los criterios de evaluación, en concordancia con los principios de la educación superior contemporánea.

2.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación realizada fue descriptiva y explicativa, debido a que se describe y explica el proceso de construcción de los instrumentos evaluativos: productos didácticos contextuales y complejos que generen aprendizajes significativos y pertinentes.

La metodología utilizada fue cualitativa – analítica, a través de las técnicas de grupos focales y observación. También se trabajó con revisión bibliográfica y plan global de la asignatura Lenguaje y Redacción.

El método de investigación utilizado fue el inductivo – analítico y las técnicas usadas fueron las siguientes:

- observación directa participante no estructurada con resultados plasmados en un registro fotográfico de las evaluaciones/actividades/experiencias de aprendizaje.
- grupos focales, con sus instrumentos; guías de preguntas y observación.
- Revisión bibliográfica de literatura sobre los tipos de aprendizaje y evaluación.

Las hojas de observación abiertas, fueron aquellas que anotaban los elementos generales de la realización del proceso enseñanza-aprendizaje en todas las clases, categorizando el accionar del docente, estudiantes, curricula y evaluación (productos elaborados como evidencia de aprendizaje).

Las hojas de observación cerrada tenían como objetivo anotar y verificar los procesos de evaluación, sistematizando y fotografiando la realización de productos como experiencia de aprendizaje.

Los grupos focales, a través de la guía de preguntas y observación funcionaron como herramientas para co-crear formas de evaluación acordes al aprendizaje a ser adquirido.

La muestra poblacional para la investigación fue la de censo con cada paralelo:

- Paralelo 1: 15 estudiantes de 20 inscritos.
- Paralelo 2: 12 estudiantes de 19 inscritos.

La “Tabla 1” presenta el análisis de los contenidos, los momentos evaluativos y los 15 instrumentos de evaluación generados.

Tabla 1: Análisis propositivo de instrumentos de evaluación: productos

ANÁLISIS PROPOSITIVO DE INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN/PRODUCTOS			
MOMENTO EVALUATIVO 1	COMPETENCIAS	CONTENIDO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN: PRODUCTO
Unidad 1 – Introducción al Lenguaje	Describe las principales características de la comunicación y el lenguaje respetando las normas de ortografía, para la elaboración de textos, ensayos e investigaciones reconociendo su importancia como parte de la expresión profesional.	1. 1 ¿Qué es la comunicación? 1.2. Tipos de comunicación 1.3. Parte de la oración 1.4. Verbo 1.5 Sustantivo /Adjetivo / Pronombre 1.6 Reglas de acentuación 1.7 Signos de puntuación 1.8 Uso de Mayúsculas 1.9 Uso de la m, b, v, h, g, j, c, s, x, z, ll, y, r, p, d.	Prácticas evaluativas Juego Stop Juego de mesa aplicado – planificado

Unidad 2 – Normas de Redacción	Aplica las normas gramaticales y de comunicación escrita para una correcta redacción de diferentes tipos de textos: descriptivos, narrativos, expositivos, periodísticos, argumentativos y científicos, considerando una actualización permanente.	2.1 Partes de la oración y sus funciones. 2.2. La frase 2.3 El párrafo 2.4 Textos descriptivos 2.5. Textos narrativos 2.6 Textos expositivos 2.7 Textos argumentativos	Prácticas evaluativas propositivas Teatro - Partes de la oración Juego de mesa aplicado – evaluado
MOMENTO EVALUATIVO 2	COMPETENCIAS	CONTENIDO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN: PRODUCTO
Unidad 3 - Nociones y normas actualizadas de redacción académica	Distingue las diferencias entre redacción literaria y académica para su desarrollo en textos académicos y científicos, con base en normas gramaticales y de comunicación escrita.	3.1 Redacción literaria 3.2 Redacción académica 3.3 Cohesión / concordancia 3.4 Estructuras de composición 3.5 Tipos de introducción de textos 3.6 Conectores de ideas	Crítica gastronómica - Restaurant local Reseña gastronómica a la comida de un familiar Trabajo monográfico - trabajo compartido Historia Gastronomía
Unidad 4 - Elaboración de textos científicos	Elabora citas directas e indirectas para la elaboración de textos científicos a partir de la estructura gramatical de los mismos, según Normas APA.	4.1 Citas directas e indirectas 4.2 Buscadores académicos 4.3 Tipos de buscadores 4.4 Ejercicios de búsqueda de información 4.5 Listados bibliográficos 4.6 El ensayo 4.7 Tipos de ensayo 4.8 La tesis de ensayo 4.9 Proceso de escritura	Redacción de un ensayo literario Presentación multimedia de tipos de buscadores académicos Análisis de una tesis de ensayo
EVALUACIÓN FINAL	COMPETENCIAS	CONTENIDO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN: PRODUCTO
Unidad 5 – Comunicación Oral	Comprende la importancia de la comunicación oral para defender y argumentar sus textos científicos, elaborando un discurso convincente, empleando todos los recursos de la comunicación oral.	5.1 Definición e importancia de la comunicación oral. 5.2 Comunicación verbal 5.3 Comunicación no verbal 5.4 Temor escénico. 5.5. Técnicas de presentación frente al público 5.6 Elaboración de mensaje y discurso	Informe de técnicas de presentación frente al público: explicativas y demostrativas Exposición oral - Pitch elevator Ensayo argumentativo

Fuente: Elaboración propia con base en hoja de observación

La “Tabla 1” resume la competencia y el contenido que deben ser alcanzados y demostrados a través del instrumento de evaluación/producto realizado por los estudiantes como evidencia de aprendizaje significativo y pertinente.

Los resultados de la observación directa participante a través de hojas de observación a toda la población mostraban en detalle acciones, participaciones y opiniones de los estudiantes, generando los siguientes resultados:

Paralelo 1: 15 estudiantes de 20 inscritos. Este paralelo tenía estudiantes que antes estuvieron en otras carreras. También estaban estudiantes apasionados por el área gastronómica y otros que solo necesitaban pagar su colegiatura. En general, los estudiantes de este paralelo tenían más edad y eran más desconfiados para trabajar en equipo; si lo hacían era con uno preestablecido.

Paralelo 2: 12 estudiantes de 19 inscritos. Este paralelo en general tenía estudiantes recién salidos del colegio, eso explicaría la deserción de 7 de ellos. Gustan trabajar en equipo más que individualmente y no tenían ningún problema de trabajar con otras personas.

Cada paralelo fue tomado como un grupo focal. La hoja de observación sirvió para elaborar dos tipos de arquetipos representativos de población con la que se trabajó.

El primer arquetipo se lo presenta en el “Gráfico 1” y es el de una estudiante de la carrera de Gastronomía, apasionada e involucrada con la misma. Se la llamó Chefcita.

Gráfico 1: Arquetipo 1


CHEFSITA

ESTUDIANTE

ADULTO JOVEN (19-25)

Mini-bio | Estudiante apasionada de Gastronomía, gusta de estar con su amigos, de lo natural y disfrutar de la música.

**Detalles Personales****Ubicación**

Cochabamba

Ingresos Familiares

+ de 2 salarios mínimos

Nivel Educativo

Estudiante

Situación sentimental

Soltero(a)

**Detalles Profesionales****Empresa**

Aún no trabaja

Tamaño de la Empresa

No tiene

Responsabilidades

Asistir a clases, realizar las prácticas y evaluaciones de todas sus asignaturas.

Objetivos

Su meta es salir con la Licenciatura en Gastronomía.

Desafíos

Manejo del tiempo, distancia y recursos económicos.

**Canales de comunicación****Fuente:** Elaboración propia con base en hoja de observación, 2022.

El segundo arquetipo se lo presenta en el “Gráfico 2” y es el de un estudiante de la carrera de Gastronomía, trabajador y empático. Se lo llamó Julio Cortez.

Gráfico 2: Arquetipo 2



JULIO CORTEZ

ESTUDIANTE

ADULTO JOVEN (19-25)

Mini-bio | Estudiante de Gastronomía, trabajador, gusta del deporte y estar con su amigos.

Detalles Personales

Ubicación

Cochabamba

Ingresos Familiares

+ de 1 salario
mínimo

Nivel Educativo

Estudiante

Situación sentimental

Soltero(a)

Detalles Profesionales

Empresa

Restaurant y/o ayuda con el
negocio de la familia

Tamaño de la Empresa

No tiene

Responsabilidades

Asistir a clases, realizar las
prácticas y evaluaciones de
todas sus asignaturas.
Trabajar entre semana y los
fines de semana

Objetivos

Su meta es pagar sus
estudios, conseguir una
beca, salir con la
Licenciatura en Gastronomía
y generar su propio
negocio..

Desafíos

Manejo del tiempo, distancia
y recursos económicos.

Canales de comunicación



Fuente: Elaboración propia con base en hoja de observación

Ambos arquetipos permiten conocer a detalle las características del universo de estudiantes con los que se trabajó.

3. RESULTADOS.

Los resultados obtenidos serán explicados a través de tres gráficos que presentan los productos según su elaboración como instrumentos evaluativos, y una tabla que muestra los 15 instrumentos de evaluación de forma general cualitativa y cuantitativamente.

El “Gráfico 3” presenta los productos elaborados por la docente como instrumentos evaluativos:

Gráfico 3: Instrumentos elaborados por la docente



Fuente: Elaboración propia con base en grupo focal, 2022.

El “Gráfico 3” presenta seis productos elaborados por el docente como instrumentos de evaluación para una modalidad 70% virtual y 30% presencial. El porcentaje del 70% se determina en función de que las prácticas y la gamificación a realizarse están en la plataforma Teams establecida por la universidad; por otra parte, el 30% corresponden al juego analítico y al teatro deben ser presentadas de forma presencial.

El Gráfico 3, muestra el papel del maestro como aquel que estructura el conocimiento del estudiante, así lo señaló Erika Ortiz, experta en PNL, citada por Vega. Ella mencionó que existen estudios científicos a nivel neurológico, que demuestran que todo individuo desde su nacimiento asimila y filtra información - “aprende” - de tres maneras principales a partir de percepciones visuales, auditivas y kinestésicas. Entendiendo esto, los juegos de ortografía y el teatro de las partes de la oración, fueron trabajados en equipo en busca de productos didácticos contextuales y complejos que generen aprendizajes significativos y pertinentes desde la kinestesia (Vega, 2022).

Finalmente, los dos primeros instrumentos de evaluación: Prácticas evaluativas de ortografía y Prácticas evaluativas propositivas que trabajaron sintaxis y redacción, fueron trabajadas individualmente en busca de aprendizajes desde lo visual.

“Los estudiantes quieren que los hagamos deducir, analizar, quieren hablar, quieren ser escuchados y validados para ser reconocidos en la búsqueda de su identidad” señala Erika Ortiz, confirmando lo que señala Vega:

“Es necesario reformular el rol del educador y “cambiar su matriz” para salir de la zona de confort y convertirse en ese maestro que acompaña el proceso de aprendizaje, que entiende los cambios en el consumo de la información a un “click” y que incentiva un proceso diferenciado entendiendo las necesidades de aprendizaje de cada estudiante creando un espacio de enseñanza y aprendizaje compartido” (Vega, 2022, p. 45).

La definición de Vega ayuda a la investigación a explicar el rol asumido por el docente como creador de un espacio de enseñanza aprendizaje compartido con el estudiante. Teniendo como base los conceptos anteriormente presentados y a través de los dos grupos focales, es que se pudieron desarrollar seis instrumentos co-construidos docente y estudiantes.

Los instrumentos de evaluación: Crítica y Reseña gastronómica y Trabajo monográfico, sin duda alguna, son los tres productos más representativos de esta co-construcción docente-estudiantes, debido a que representan los textos de la literatura actual de la carrera, así como la generación interdisciplinaria y compleja que se hace con otra asignatura llevada en el semestre.

Estos instrumentos son presentados en detalle en el “Gráfico 4”.

Gráfico 4: Instrumentos co-construidos docente y estudiantes



Fuente: Elaboración propia con base en grupo focal

Finalmente, los tres instrumentos de evaluación: productos construidos en fondo (temática) por los estudiantes y en forma (presentación) por la docente se visualizan en el “Gráfico 5”.

Gráfico 5: Instrumentos construidos estudiantes



Fuente: Elaboración propia con base en grupo focal, 2022.

El “Gráfico 5” presenta la capacidad de los estudiantes de utilizar una estructura (forma) y proponer un contenido (fondo), validando lo que Camilloni (1995) señaló:

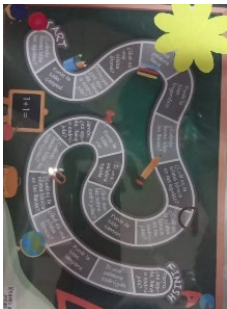
“El alumno es un sujeto joven, con capacidad ilimitada de aprendizaje y a la vez maduro, que debe demostrar los productos de su aprendizaje como individuo adulto. De esta concepción se deriva la noción de un tipo ideal de alumno: Un estudiante que puede aprender todo, un sujeto que es dependiente cuando lo quiere el docente, e independiente cuando debe demostrar que es capaz de pensar o pensar con autonomía.” (p. 2)

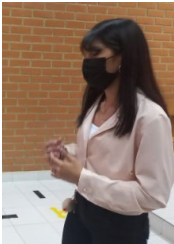
Después de conocer en detalle a través de los tres gráficos los productos realizados, es importante que los productos sean presentados en detalle a través de la Tabla 2.

La “Tabla 2” describe en detalle cada uno de los instrumentos de evaluación: productos propuestos, juntamente con la herramienta que se usó para su corrección y obtener resultados numéricos (calificación) obtenidos por los estudiantes:

Tabla 2: Descripción de los instrumentos de evaluación:

DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN: PRODUCTOS				
Instrumentos de Evaluación: Productos	Descripción	Herramienta de corrección	Media de la calificación cuantitativa generada Paralelo 1	Media de la calificación cuantitativa generada Paralelo 2
PRÁCTICAS EVALUATIVAS Prácticas en la que se debe llenar tablas para recordar el uso ortográfico de las letras		Ejercicios prácticos	72%	87%
JUEGO STOP GASTRONÓMICO Tablas que deben ser llenadas para conocer el vocabulario gastronómico		Instrucciones Trabajo colaborativo	93%	100%

JUEGO DE MESA APLICADO El juego podía ser generado con el contenido de las unidades 1 o 2.		Proyecto escala evaluativa 0-20 Inicial 21-40 Incompleto 41-60 Completo 61-80 Proactivo 81-100 Creativo	90%	98%
EVALUACIÓN JUEGO El juego debía ser evaluado por otro equipo, en cuanto a la lectura de las reglas y aplicación de este.		Prueba oral Verificación del juego a través de la escala evaluativa de co-valoración	77%	87%
PRÁCTICAS EVALUATIVAS PROPOSITIVAS	PRÁCTICA 9 – REDACCIÓN DE TEXTOS ARGUMENTATIVOS - Elabora un texto argumentativo: Título. Introducción: Presenta el argumento llamando la atención. Cuerpo: Exposición de manera ordenada los argumentos. Conclusión: Cierre del texto sintetizando la temática.	Ejercicios prácticos	93%	92%
TEATRO – PARTES DE LA ORACIÓN Cada equipo debía crear una historia donde los personajes fueran las partes de la oración.			93%	98%
CRÍTICA GASTRONÓMICA – RESTAURANT LOCAL Se utilizó la estructura de una crítica para que se distinga la redacción literaria de la académica en los tipos de textos.		Rúbrica	97%	85%
RESEÑA GASTRONÓMICA A LA COMIDA DE UN FAMILIAR Se utilizó la estructura de una reseña para que se diferencie la redacción literaria de la académica en los tipos de textos.		Rúbrica	93%	71%

TRABAJO MONOGRÁFICO - TRABAJO COMPARTIDO HISTORIA GASTRONOMÍA Este trabajo sirvió para que conocieran la estructura de una monografía y/o tesina y practiquen el uso de citas directas e indirectas.		Rúbrica	91%	94%
REDACCIÓN DE UN ENSAYO LITERARIO Usaron ese tipo de redacción para presentar la historia de un alimento que no les gusta.		Rúbrica	73%	69%
PRESENTACIÓN MULTIMEDIA DE TIPOS DE BUSCADORES ACADÉMICOS Buscaban información para citar en 19 buscadores académicos y la biblioteca virtual de Univalle		Rúbrica	71%	74%
ANÁLISIS DE UNA TESIS DE ENSAYO Buscaban una tesina o proyecto de grado para conocer estructura y redacción académica		Rúbrica	71%	85%
INFORME DE TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN FRENTE AL PÚBLICO Ellos escogieron el tipo de presentación: Descriptiva o Demostrativa		Criterio de evaluación creado en Plataforma Teams	99%	92%
EXPOSICIÓN ORAL - PITCH ELEVATOR Ellos escogieron el tema de disertación bajo la estructura del discurso de elevator		Criterio de evaluación creado en Plataforma Teams	99%	80%

ENSAYO ARGUMENTATIVO Realizado para argumentar su decisión de seguir en la carrera de Gastronomía.		Rúbrica	94%	87%
--	---	---------	-----	-----

Fuente: Elaboración propia con base en hoja de observación, 2022

4. DISCUSIÓN.

La “Tabla 2” en general describe los 15 instrumentos de evaluación: productos realizados para la investigación.

Sistematiza los instrumentos de evaluación implementados, organizados según su diseño, metodología y resultados. La actividad inicial, de carácter diagnóstico, consistió en la elaboración de un texto argumentativo sobre las motivaciones para estudiar Gastronomía en Univalle, revelando una media de siete errores ortográficos por estudiante y destacando razones como la vocación, las perspectivas laborales y la obtención de una licenciatura, frente a críticas asociadas a la ubicación geográfica de la institución.

Posteriormente, seis instrumentos correspondientes a las unidades 1 y 2 fueron estructurados íntegramente por la docente, tanto en forma (criterios de presentación) como en fondo (contenidos temáticos), desarrollados en un entorno bimodal (70% virtual, 30% presencial). En contraste, las unidades 3 y 4 incorporaron seis productos co-construidos entre docente y estudiantes, bajo una modalidad 100% presencial y mediante grupos focales, estrategia que, según Sensevy (2007), potencia la acción didáctica como proceso comunicativo y cooperativo, facilitando transacciones dialógicas entre los actores educativos. Para la unidad 5, tres instrumentos priorizaron la autonomía estudiantil en la definición del contenido (fondo), mientras la docente estableció la estructura formal (forma), consolidando un enfoque híbrido que combinó creatividad y rigurosidad académica.

Al analizar los resultados por paralelo, se identificaron divergencias significativas. El Paralelo 1, caracterizado por estudiantes con trayectorias académicas heterogéneas y preferencias individualistas, obtuvo una media del 84% en actividades individuales, superando al Paralelo 2 (80%), integrado principalmente por egresados recientes del colegio. No obstante, este último grupo mostró mayor eficacia en trabajos colaborativos (81% frente al 78% del Paralelo 1), respaldando la premisa de Gaviria (citada por Sánchez,

2018) sobre el trabajo en equipo como catalizador de habilidades socioemocionales — negociación, comunicación y resolución de conflictos—, competencias críticas para el ámbito laboral contemporáneo.

De los quince instrumentos, nueve (60%) cumplieron con los criterios de didáctica contextual y complejidad, distribuidos en cuatro individuales y cinco colaborativos. Destacan iniciativas como el *Teatro de las partes de la oración* y el *Juego Stop Gastronómico*, que alcanzaron calificaciones máximas (93%-100%), evidenciando la efectividad de estrategias lúdicas y kinestésicas en la retención de contenidos. En contraste, la *Reseña gastronómica a la comida de un familiar* registró un desempeño inferior (71%), lo que sugiere desafíos en la articulación entre redacción literaria y rigor académico. Estas variaciones refuerzan la necesidad de adaptar los instrumentos evaluativos a los perfiles socioculturales de los estudiantes, equilibrando estructuras predefinidas con espacios para la innovación estudiantil, tal como se observó en la escala evaluativa progresiva (inicial, incompleto, completo, proactivo, creativo), que permitió cuantificar no solo el dominio conceptual, sino también la proactividad y la creatividad, dimensiones clave en la formación por competencias.

5. CONCLUSIONES.

El diseño e implementación de instrumentos de evaluación como productos didácticos contextuales y complejos en la asignatura de Lenguaje y Redacción demostraron ser una estrategia eficaz para promover aprendizajes significativos y pertinentes en estudiantes de Gastronomía de la Universidad Univalle (Cochabamba). El 87% de los instrumentos desarrollados cumplieron con estos criterios, destacándose por su capacidad para integrar la co-construcción docente-estudiantil, donde la participación activa de los educandos fue fundamental para materializar herramientas adaptadas a sus necesidades formativas y contextos profesionales. Estos productos se caracterizaron como didácticos al ser aplicables en entornos áulicos; contextuales, al vincularse con el ámbito gastronómico; y complejos, al articular dimensiones pedagógicas, disciplinares e interdisciplinarias.

El aprendizaje significativo se consolidó en un 93% de los casos, evidenciado en la capacidad de los estudiantes para estructurar textos académicos con coherencia y aplicar normas gramaticales, fortaleciendo el saber y el saber hacer. Paralelamente, la pertinencia alcanzó el mismo porcentaje, garantizando que las competencias adquiridas —como la redacción de críticas gastronómicas o el análisis de proyectos académicos—

sean transferibles a lo largo de la carrera y en escenarios laborales. Sin embargo, el aprendizaje complejo presentó un avance moderado (78%), lo que refleja la necesidad de profundizar en la integración interdisciplinaria y la articulación de contenidos con problemáticas reales del sector gastronómico.

En cuanto al ensayo argumentativo, se observó una reducción del 29% en errores ortográficos (de siete a cinco por texto), junto con argumentos recurrentes que destacaron la obtención de una licenciatura, la calidad docente y los recursos institucionales como motivaciones centrales. No obstante, persisten desafíos asociados a la infraestructura, como la distancia geográfica de la universidad y la limitación de insumos en laboratorios, aspectos que requieren atención institucional.

La incorporación de una escala evaluativa progresiva (inicial, incompleto, completo, proactivo, creativo) permitió trascender métricas tradicionales, fomentando la autoevaluación y el desarrollo de habilidades actitudinales como la proactividad y la creatividad. Este enfoque no solo elevó los niveles de desempeño académico, sino que también alineó la práctica docente con los principios del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4, al promover una educación inclusiva y adaptativa. En síntesis, el estudio subraya la viabilidad de modelos evaluativos innovadores que, desde la corresponsabilidad educativa, contribuyan a la formación integral de profesionales capaces de responder a las exigencias sociales, académicas y laborales del siglo XXI.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Allende, L. E. (2003). *El rol del profesor en el aprendizaje significativo*. En *Acta Latinoamericana de Educación*, 1(31), 45–58. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80531004>
2. Ausubel, D. (2002). *Adquisición y retención del conocimiento. Una perspectiva cognitiva*. 2ª edición, Barcelona: Paidós Ibérica.
3. Ballester, V. A. (2002). *El aprendizaje significativo en la práctica. Cómo hacer el aprendizaje significativo en el aula*. Barcelona. Seminario de Aprendizaje Significativo.
4. Benito, M., & González, M. (2013). *Evaluación del aprendizaje basado en competencias*. Editorial CCS.
5. Bozu, Z., & Canto, P. (2009). El profesorado universitario en la sociedad del conocimiento: Competencias profesionales docentes. *Revista de Formación e Innovación Educativa Universitaria*, 2(2), 87-97. Recuperado de http://refiedu.webs.uvigo.es/Refiedu/Vol2_2/REFIEDU_2_2_4.pdf
6. Camilloni, A. (1995). Reflexiones para la construcción de una didáctica para la Educación Superior. En *Primeras jornadas trasandinas sobre planeamiento gestión y evaluación "didáctica de nivel superior" universitaria*. Universidad Católica de Valparaíso.
7. Díaz Jaime, K. (2023). Estudio didáctico del aprendizaje pertinente en la formación inicial de los profesionales de la educación. *Educación Médica Superior*, 23(1), 29-45. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-80912023000100029
8. Esteban, M. T. (2011). *Evaluación educativa: ¿hacia dónde vamos?* Madrid: Morata.
9. INNE.ORG. (2022). Educación pertinente. Recuperado de <https://inee.org/es/eie-glossary/educacion-pertinente>
10. Malagón Plata, L. A. (2023). La pertinencia en la educación superior: Elementos para su comprensión. *Revista de la ANUIES*, 127(4), 45-60. http://publicaciones.anuies.mx/pdfs/revista/Revista127_S4A1ES.pdf
11. Merriënboer, J., & Kirschner, P. (2007). *Diez pasos para el aprendizaje complejo: Un acercamiento sistemático al diseño instruccional de los cuatro componentes*. Recuperado de http://www.innovacesal.org/innova_system/archivos/privada/biblioteca/18/archivos/06_diez_pasos_4C.pdf

12. Rico Reintsch, K. (2010). Tipos de evaluaciones que mejoran el rendimiento de los y las estudiantes universitarios. Recuperado de <https://bolivia.vlex.com/vid/tipos-evaluaciones-mejoran-rendimiento-829434225>
13. Rico Reintsch, K. (2018). Caminos didácticos y multiautopistas complejas del proceso enseñanza-aprendizaje en la educación universitaria. *Revista CIEG*, 33 (Julio – Septiembre 2018). Recuperado de <https://revista.grupocieg.org/revista/revista-cieg-no-33-julio-septiembre-2018/>
14. Rico Reintsch, K. (2019a). Uso de autoevaluación docente como herramienta innovadora para el mejoramiento de las asignaturas universitarias. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/335357894_Uso_de_autoevaluacion_docente_como_herramienta_innovadora_para_el_mejoramiento_de_las_asignaturas_universitarias
15. Rico Reintsch, K. (2019b). Implementación de didácticas complejas para generar investigación en aula. Recuperado de [https://www.grupocieg.org/archivos/Katherine%20Rico%20Reintsch%20\(Diapositivas%20e-poster\)%202019.pdf](https://www.grupocieg.org/archivos/Katherine%20Rico%20Reintsch%20(Diapositivas%20e-poster)%202019.pdf)
16. Sampaiolessi, L. (2021). Modelo de aprendizaje por competencias: Conocé la última tendencia en diseño curricular. Recuperado de <https://aulica.com.ar/modelo-de-aprendizaje-por-competencias/#:~:text=Un%20modelo%20de%20aprendizaje%20basado,qu%C3%A9%20se%20hace%20con%20eso>
17. Sánchez, B. (2018). En grupo se aprende más (y mejor). Recuperado de https://elpais.com/economia/2018/07/17/actualidad/1531835822_840423.html
18. Santos, M. A. (2003). Dime cómo evalúas y te diré qué tipo de profesional y de persona eres. *Revista Enfoques Educativos*, 5(1), 69-80.
19. Sensevy, G. (2007). Categorías para describir y comprender la acción didáctica. Recuperado de <http://unige.ch/fapse/clidi/textos/acciondidactica-Sensevy-2007.pdf>
20. Vega, V. (2022). Programación neurolingüística en la educación: Comprender, validar y construir con el estudiante. *Red Innovación Educativa*. Recuperado de [https://redinnovacioneducativa.com/noticias/programacion-neurolinguistica-en-la-educacion-comprender-validar-y-construir-con-el-estudiante\[1\]\(https://unifranz.edu.bo/blog/programacion-neurolinguistica-en-la-educacion/\)](https://redinnovacioneducativa.com/noticias/programacion-neurolinguistica-en-la-educacion-comprender-validar-y-construir-con-el-estudiante[1](https://unifranz.edu.bo/blog/programacion-neurolinguistica-en-la-educacion/)).

ARTÍCULO CIENTÍFICO

FUNCIONES PRIORITARIAS DEL PSICÓLOGO EDUCATIVO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA: UN ESTUDIO EN UNIDADES DE FE Y ALEGRÍA (SUCRE, 2023-2024)

PRIORITY FUNCTIONS OF THE EDUCATIONAL PSYCHOLOGIST FROM THE PERSPECTIVE OF THE EDUCATIONAL COMMUNITY: A STUDY IN FE Y ALEGRÍA UNITS (SUCRE, 2023-2024)

**Norah Villena Almendras**

Docente tiempo completo de la carrera de Psicología,
Universidad Privada del Valle, sede Sucre
nvillenaal@univalle.edu

Compás
EMPRESARIAL**Tamara Heydi Bohórquez Estrada**

Estudiante de la carrera de Psicología, Universidad Privada del Valle, sede Sucre
bet3005650@est.univalle.edu

María Isabel Vedia Mamani

Estudiante de la carrera de Psicología, Universidad Privada del Valle, sede Sucre
vmm3005535@est.univalle.edu

Jonathan Soliz Palma

Estudiante de la carrera de Psicología, Universidad Privada del Valle, sede Sucre
spj3005452@est.univalle.edu

Kelly Herbas Monasterios

Estudiante de la carrera de Psicología, Universidad Privada del Valle, sede Sucre
HMK3005334@est.univalle.edu

Recibido: 11/07/2024 Revisado: 10/06/2025 Aceptado: 10/06/2025

Citar: Villena Almendras, N., Bohórquez Estrada, T. H., Vedia Mamani, M. I., Soliz Palma, J., & Herbas Monasterios, K. Funciones prioritarias del Psicólogo educativo desde la perspectiva de la comunidad educativa: Un estudio en unidades de Fe y Alegría (Sucre, 2023-2024). *Revista Compás Empresarial*, 16(40). p. 30-63 <https://doi.org/10.52428/20758960.v16i40.1156>

Nota: Los autores declaran no tener conflicto de intereses con respecto a esta publicación y se responsabilizan de contenido vertido.

Fuentes de financiamiento: Esta investigación fue financiada con fondos de los autores.



Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
Derechos de autor 2025, Norah Villena Almendras, Est: Tamara Heydi Bohórquez, María Isabel Vedia Mamani,
Jonathan Soliz Palma, Kelly Herbas Monasterios,

RESUMEN

En Bolivia, las unidades educativas fiscales y la mayoría de convenio carecen de ítems para Psicólogos. En la ciudad de Sucre, donde lleva a cabo la investigación, el panorama es el mismo. Ante este panorama se formula como objetivo general de la investigación: establecer las funciones prioritarias del Psicólogo educativo desde la perspectiva de la comunidad educativa de las Unidades educativas de Fe y Alegría de la ciudad de Sucre. En cuanto a la metodología la investigación siguió el enfoque mixto, los métodos deductivo e inductivo, diseño no experimental de tipo transversal y tipo descriptiva. Se delimitó una muestra no probabilística de sujetos voluntarios, 4 directores, 44 maestros y 706 padres de familia. Se recolectó datos mediante Cuestionario, Entrevistas semiestructuradas y Grupos focales. Los resultados reflejan que la muestra de estudio percibe como muy necesario que un Psicólogo educativo cumpla las funciones de evaluar, intervenir y asesorar a los estudiantes, familias y maestros. Se percibe como muy necesario, con 69% evaluar la motivación en los estudiantes de Inicial, 56% asesorar a las familias de Primaria en casos de separación o divorcio y 53% intervenir en elección de carrera profesional en estudiantes de Secundaria. En los resultados cualitativos se destaca la necesidad que el psicólogo evalúe e intervenga en casos de estudiantes que sufren algún tipo de violencia.

Palabras clave: *Psicólogo, funciones, directores, maestros, padres.*

ABSTRACT

In Bolivia, public and most private educational institutions lack positions for psychologists. In the city of Sucre, where the research is being conducted, the situation is similar. Given this situation, the general objective of the research is to establish the priority functions of educational psychologists from the perspective of the educational community at the Fe y Alegría educational institutions in the city of Sucre. Regarding the methodology, the research followed a mixed-methods approach, employing both deductive and inductive methods, a non-experimental cross-sectional design, and a descriptive type. A non-probabilistic sample of voluntary participants was defined, consisting of 4 school principals, 44 teachers, and 706 parents. Data were collected through questionnaires, semi-structured interviews, and focus groups. The results indicate that the study sample perceives it as highly necessary for an educational psychologist to perform the functions of assessing, intervening, and advising students, families, and teachers. Specifically, 69% consider it very necessary to assess motivation in early childhood students, 56% find it essential to provide guidance to primary school families in cases of separation or divorce, and 53% highlight the need for intervention in career choice for secondary school students. Qualitative findings emphasize the necessity for psychologists to assess and intervene in cases of students experiencing any form of violence.

Keywords: *Psychologist, functions, directors, teachers, parents.*

1. INTRODUCCIÓN

La Psicología educativa es considerada un puente entre la Educación y la Psicología, éstas dos ciencias sufren continuas transformaciones, por lo cual se evidencia la necesidad de establecer investigaciones con bases sólidas, tanto desde el punto de vista teórico como desde el punto de vista práctico (Paz y Peña, 2021). En ese marco se hace evidente la necesidad de investigar acerca de la perspectiva que se tiene sobre las funciones del psicólogo educativo. Se demita espacialmente la presente investigación en las nueve unidades del subsistema regular de Fe y Alegría de Sucre porque la carrera de Psicología firmo un convenio interinstitucional y porque es una institución educativa representativa a nivel local. Las unidades de Fe y Alegría al ser de convenio, no cuentan cada una con un profesional en Psicología de planta, en algunas ocasiones son los padres de familia a través de las juntas escolares que se organizan para contratar a un psicólogo de forma particular. En ese contexto se formula el siguiente problema: ¿Cuáles son las funciones prioritarias del Psicólogo educativo desde la perspectiva de la comunidad educativa de las Unidades educativas de Fe y Alegría de la ciudad de Sucre?

Se llevaron importantes investigaciones en torno a las funciones del psicólogo educativo. Alarcón et al. (2016) sostienen que se desprenden diferentes funciones del psicólogo educativo que dependen del escenario y las experiencias que han tenido los miembros de la comunidad con un psicólogo. Estrada et al. (2016) refieren que la mayoría de las funciones del psicólogo educativo son propias del proceso de la enseñanza y aprendizaje.

Sánchez et al. (2016) concluyen que la responsabilidad del psicólogo educativo resulta compleja por su alcance, por su integralidad de influencias y por las exigencias que demandan de su personalidad. Medina et al. (2020) concluyen que las funciones de mayor aplicación del psicólogo educativo son la formación y asesoramiento familiar (69,21%); orientación, asesoramiento profesional y vocacional (64,15%); y la intervención en la mejora del acto educativo (46,21%).

En el marco de la educación inclusiva, Corredor (2016) concluye que el trabajo conjunto y cooperativo entre los docentes especialistas y docentes regulares, así como de todo el equipo interdisciplinario (entre ellos el psicólogo educativo) será fundamental para garantizar las adaptaciones curriculares. En esa misma línea, Yucato et al. (2024) señalan que el psicólogo educativo realiza el diagnóstico de las barreras que pueden interferir con el aprendizaje de los estudiantes, ello puede fundamentar decisiones sobre la elección del tipo o modelo educativo.

Por otro lado, Ávila y Morales (2017) concluyen que “Los psicólogos educativos son la figura central en el manejo situaciones conflictivas en los colegios privados...” (p. 63), haciendo referencia al Cyberbullying (acoso virtual). En la misma línea del problema de la violencia, Cárdenas et al. (2018) concluyen en torno a las funciones del psicólogo:

El psicólogo debe poseer la capacidad de identificar aspectos presentes al interior de las familias o de las instituciones de primera infancia, que puedan tenerse en cuenta como factores protectores para prevenir situaciones de violencia familiar o social.

Asimismo, este profesional debe incentivar a los niños y niñas a que hagan parte de su propio desarrollo, debe generar espacios psicoeducativos, en los que se traten temas como: el autocuidado, exploración de su cuerpo y reconocimiento de sus derechos; que se toman como elementos preventivos en cualquier caso de vulneración. (p. 162)

El objetivo general de la investigación fue establecer las funciones prioritarias del Psicólogo educativo desde la perspectiva de la comunidad educativa de las Unidades educativas de Fe y Alegría de la ciudad de Sucre. Se plantea el tema por la falta de antecedentes de investigaciones en Bolivia y por la pertinencia del mismo, en tanto que la directora departamental de la institución manifestó que los resultados de la investigación se constituirán en un insumo estratégico para la planificación, ello contribuirá a que no se atribuya de manera sesgada al psicólogo educativo toda la responsabilidad de prevenir y solucionar los problemas como “un mago sin magia” tal como lo señalaba Palazzoli et al. (1996, citado en Figueroa – Céspedes et al., 2020, p. 2). La investigación contribuirá a profundizar la sensibilización y reconocimiento sobre la necesidad de incluir psicólogos educativos en el personal de las Unidades educativas de Fe y Alegría de Sucre en particular y del país en general, además se constituirá en un aporte relevante para las políticas de extensión social e investigación de la carrera de Psicología de la UNIVALLE.

De ahí se reconoce que las necesidades humanas vienen expresadas a partir de un marco intrínseco de intencionalidad pues son las condiciones que permiten conseguir algo considerado como valioso por el individuo, de ahí que su insatisfacción le pudiera ocasionar daños y perjuicios graves (Jiménez, 2014, citado en Trujillo, 2018, p. 26). En ese marco se reconoce a una necesidad percibida como aquella basada en la percepción de cada persona o grupo de personas sobre determinada carencia (Escuela de Harvard Bradsaw, 1977, citada en Puig et al., 2012, pp. 6- 7).

2. METODOLOGÍA

La investigación correspondió al enfoque mixto. Con este enfoque puede lograrse un mayor entendimiento del fenómeno abordado en tanto que integra lo cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008; Chen, 2006, citados en Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Con el fin de confirmar los hallazgos, obtener datos más completos, mayor validez y mejor comprensión del fenómeno estudiado se utilizó la estrategia de triangulación metodológica; ésta se refiere al “empleo de múltiples técnicas de recopilación de datos para estudiar un solo problema” (Konecki, 2008, citado en Jiménez, 2020, p. 77). En la investigación se integraron los datos cuantitativos (del cuestionario aplicado a los padres) y los datos cualitativos (de las entrevistas semiestructuradas realizadas a los maestros y del grupo focal realizado con los directores); esta integración se llevó a cabo a partir de las dimensiones (Cuadro 1) y categorías (Cuadro 2) establecidas.

Se siguió los métodos deductivo e inductivo. El método deductivo se siguió a partir de la consideración de los estudios desarrollados en torno a las funciones del Psicólogo educativo (Alarcón et al., 2016; Estrada et al., 2016; Sánchez et al., 2016; Medina et al., 2020; Corredor, 2016; Yucato et al., 2024; Ávila y Morales, 2017; Cárdenas et al., 2018) para el diseño la operacionalización de la variable (Cuadro 1) y posterior diseño del cuestionario. En cambio, el método inductivo se siguió poniendo énfasis en los datos emergentes de las entrevistas con maestros y grupo focal con directores, a partir de los cuales se construyó la categorización pre establecida (Cuadro 2).

La investigación fue de tipo descriptiva, su diseño es fue no experimental de tipo transversal (se eligió este diseño porque la investigación tuvo en carácter básico y no aplicado, es decir que el fin fue estudiar la variable/categoría y no intervenir sobre ella). Se identifica como única variable (en el marco del enfoque cuantitativo) y como única categoría (en el marco del enfoque cualitativo): Funciones del psicólogo educativo. En el Cuadro 1 se presenta la operacionalización de la variable de investigación. En el Cuadro 2 se presenta la categorización.

Cuadro 1.*Operacionalización de la variable de investigación*

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Funciones del Psicólogo educativo.	Funciones del psicólogo educativo con relación a los estudiantes.	Funciones de evaluación a estudiantes.	Encuesta	Cuestionario
		Funciones de intervención con estudiantes.		
	Funciones del psicólogo educativo con relación a las familias.	Funciones de asesoramiento a familias.		
		Funciones de intervención a familias.		
	Funciones del psicólogo educativo con relación a los maestros.	Funciones de asesoramiento a maestros.		
		Funciones de capacitación a maestros.		

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Cuadro 2.*Categorización*

Categoría	Subcategorías	Indicadores	Técnica	Instrumento
Funciones del Psicólogo educativo.	Funciones del psicólogo educativo con relación a los estudiantes.	Funciones de evaluación a estudiantes.	Entrevista semiestructurada	Guía de preguntas
		Funciones de intervención con estudiantes.	Grupo focal	Guía de preguntas
	Funciones del psicólogo educativo con relación a las familias.	Funciones de asesoramiento a familias.	Entrevista semiestructurada	Guía de preguntas
		Funciones de intervención con familias.	Grupo focal	Guía de preguntas
	Funciones del psicólogo educativo con relación a los maestros.	Funciones de asesoramiento a maestros.	Entrevista semiestructurada	Guía de preguntas
		Funciones de capacitación a maestros.	Grupo focal	Guía de preguntas

Fuente: Elaboración propia, 2024.

En cuanto a ética de la investigación, se respetó: no obligar a los sujetos a participar en la investigación, no engañar, evitar ofrecer incentivos excesivos o inapropiados, no plagiar, no causar daño (físico, psicológico o de cualquier otro tipo), mantener la veracidad de los datos, mantener el anonimato, comunicación de los resultados y confidencialidad.

Previo al trabajo de campo, se llevaron a cabo tres actividades: capacitación a estudiantes investigadores, socialización del proyecto con autoridades de Fe y Alegría (Dirección departamental y directores de Unidades educativas) y capacitación a estudiantes auxiliares.

2.1. Participantes

Se trabajó con tres poblaciones de estudio:

- Para padres de familia. Criterios de inclusión: tener por lo menos un hijo o hija inscrito en una de las nueve Unidades educativas de educación regular de Fe y Alegría de Sucre: Gualberto Paredes Ferrufino, San Xavier "A", San Xavier "B", Loyola de Fe y Alegría "A", Loyola de Fe y Alegría "B", Loyola "A", José María Velaz o Sangrada Familia. Nivel Inicial en familia comunitaria (en adelante [Inicial]), Nivel Primaria vocacional (en adelante [Primaria]) o Nivel Secundaria comunitaria productiva (en adelante [Secundaria]). Turno mañana o tarde. Criterios de exclusión: que su hijo o hija no esté inscrito.
- Maestros. Criterios de inclusión: ocupar el cargo de maestro titular en una de las nueve Unidades educativas de educación regular que corresponden a Fe y Alegría de Sucre. Nivel inicial, primaria o secundaria. Turno mañana o tarde. Criterios de exclusión: ocupar el cargo de maestro suplente.
- Directores. Criterios de inclusión: ocupar el cargo de director de una de las nueve Unidades educativas del área de educación regular que corresponden a Fe y Alegría de Sucre. Nivel inicial, primaria o secundaria. Turno mañana o tarde. Criterios de exclusión: ocupar el cargo de director de manera provisional.

Para las tres poblaciones se delimitó una muestra no probabilística de sujetos voluntarios. El tamaño de las muestras fue: 4 directores, 44 maestros y 706 padres de familia.

2.2. Instrumentos

Se utilizaron tres instrumentos: Cuestionario dirigido a padres de familia, Guía de preguntas de entrevista semiestructurada dirigida a maestros y Guía de preguntas de grupos focales dirigida a directores. Los tres instrumentos tienen la misma finalidad, identificar las necesidades percibidas de las funciones del psicólogo educativo, con la diferencia de la población a quién están dirigidos. Los instrumentos fueron sometidos a la revisión y validación de tres jueces expertos (Andrea Carolina Cuevas Lizarazu, Carolina Maldonado Araujo y Nelly Bertha Rocha Arancibia) con grado académico de magister y amplia experiencia laboral en el área de Psicología educativa.

3. RESULTADOS

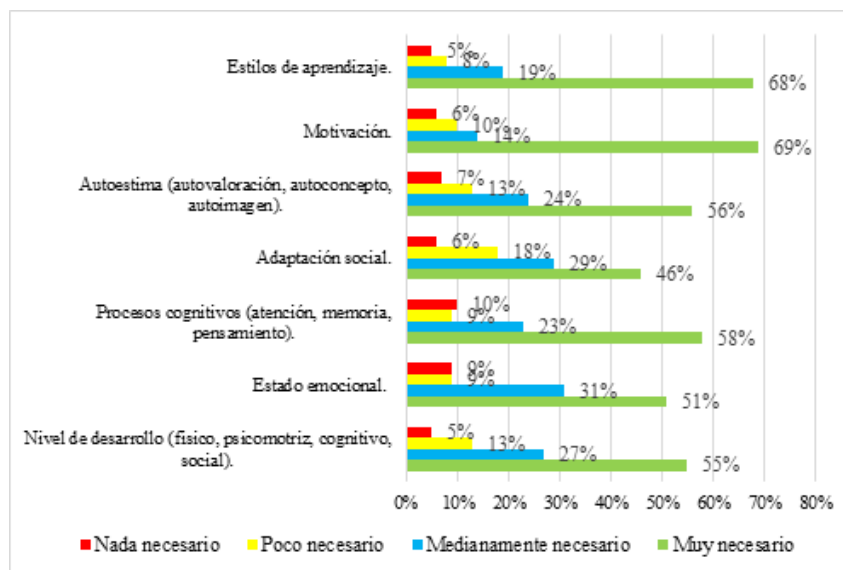
3.1. Funciones del psicólogo educativo para Inicial

3.1.1. Funciones del Psicólogo educativo con relación a los estudiantes

El Gráfico 1 muestra que la mayoría de los padres de familia consideran que es muy necesario que un psicólogo educativo evalúe los siguientes aspectos en los estudiantes: el nivel de desarrollo (55%), el estado emocional (51%), los procesos cognitivos (58%), adaptación social (46%), autoestima (56%), motivación (69%) y estilos de aprendizaje (68%).

Gráfico 1.

¿Cuán necesario sería que un/a psicólogo/a evalúe los siguientes aspectos de los alumnos de Inicial?



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Desde la perspectiva de las maestras y directores es necesario que el psicólogo educativo evalúe los factores que determinan un retraso en el desarrollo del lenguaje, el estado emocional de los estudiantes, casos de autismo, discapacidad y problemas de aprendizaje y el comportamiento de los niños, en el aula y en el contexto familiar.

“Ahora tengo niños que no vocalizan bien las palabras, no hablan hacen sonidos nomás... Es que hay niños que a veces no hablan, necesitamos la intervención del psicólogo para saber por qué razón esos niños no hablan...” (maestra 3, Unidad educativa Sagrada familia)

“... hay estudiantes que muestran un retraso en el habla.” (maestra 1, Unidad educativa San Xavier B)

“... también se puede evaluar... si reciben afecto o no, o si viven con los papás o si no viven con los papás también.” (maestra 1, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino).

“Sin embargo, se ve esa falta de cariño, esa falta de atención...” (director 1)

“Aquí también tengo un caso de un niño que yo sospecho que pudiera tratarse de autismo...” (maestra 2, Unidad educativa San Xavier A)

“Aquellos niños que no trabajan que no entienden o sufren de alguna discapacidad. Por qué no son normales ellos... en mi curso yo diría gracias a Dios no tengo esos niños, pero en los demás cursos hay...”. (maestra 2, Unidad educativa Sagrada Familia).

“... ahora también en la parte de su aprendizaje pues también tienen problemas de aprendizaje...” (maestra 2, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino).

“El comportamiento de un niño lo dice mucho; puede estar sufriendo violencia o agresiones o algún tipo de violencia tanto en su casa o tal vez en algún lugar...”. (maestra 2, Unidad educativa José María Velaz).

“Yo pienso que tendría que, más que todo, ser personal con aquellos niños que demuestren cierta agresividad.” (maestra 3, Unidad educativa Sagrada familia)

La mayoría de los padres de familia consideran que es muy necesario que un psicólogo educativo intervenga en los siguientes aspectos de los estudiantes de Inicial: dificultades de atención y comprensión (60%), estados emocionales negativos (62%), dificultades de aprendizaje (52%), problemas de conducta y disciplina (59%), uso excesivo de celular (40%), autoestima baja (55%), baja motivación (50%), discapacidad (46%), autolesiones (37%), trastornos alimenticios (39%) y elección de carrera profesional (47%).

Las maestras y directores manifiestan que es necesario que el psicólogo educativo intervenga en aquellos casos en que los niños de Inicial presenten problemas de aprendizaje y comportamientos violentos.

“En problemas de aprendizaje que el niño necesita de una persona sombra... nos ha tocado un niño con Síndrome de Down... pienso que necesitan un poco más de apoyo...”. (maestra 1, Unidad educativa José María Velaz).

“Más que todo en los niños que tienen problemas, que presentan problemas en su aprendizaje...” (maestra 2, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino).

“Violencia, porque vienen, son niños tranquilos, pero a veces de la noche a la mañana aparecen y están agresivos, golpean a sus compañeras, los varoncitos, hasta las niñas...” (maestra 1, Unidad educativa San Xavier A)

“... aquellos niños que tengan estas opciones de comportamiento violentos más que todo creo que pueden ayudarnos a analizar esas reacciones esas iras...”. (maestra 1, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino).

3.1.2. Funciones del Psicólogo educativo con relación a las familias

La mayoría de los padres de familia consideran que es muy necesario que un psicólogo educativo intervenga en las familias cuando se presenten los siguientes casos: algún tipo de violencia (57%), duelo (31%), separación o divorcio (43%), alcoholismo y/o consumo de drogas (49%), falta de atención y cuidado al hijo/a (50%), falta de apoyo en el proceso de aprendizaje del hijo/a (46%) y reprobación de curso del hijo/a (41%).

Las maestras y los directores reflejan la necesidad percibida de que el psicólogo educativo intervenga en las familias de los estudiantes en aquellos casos en los que se presenten problemas intrafamiliares como el divorcio.

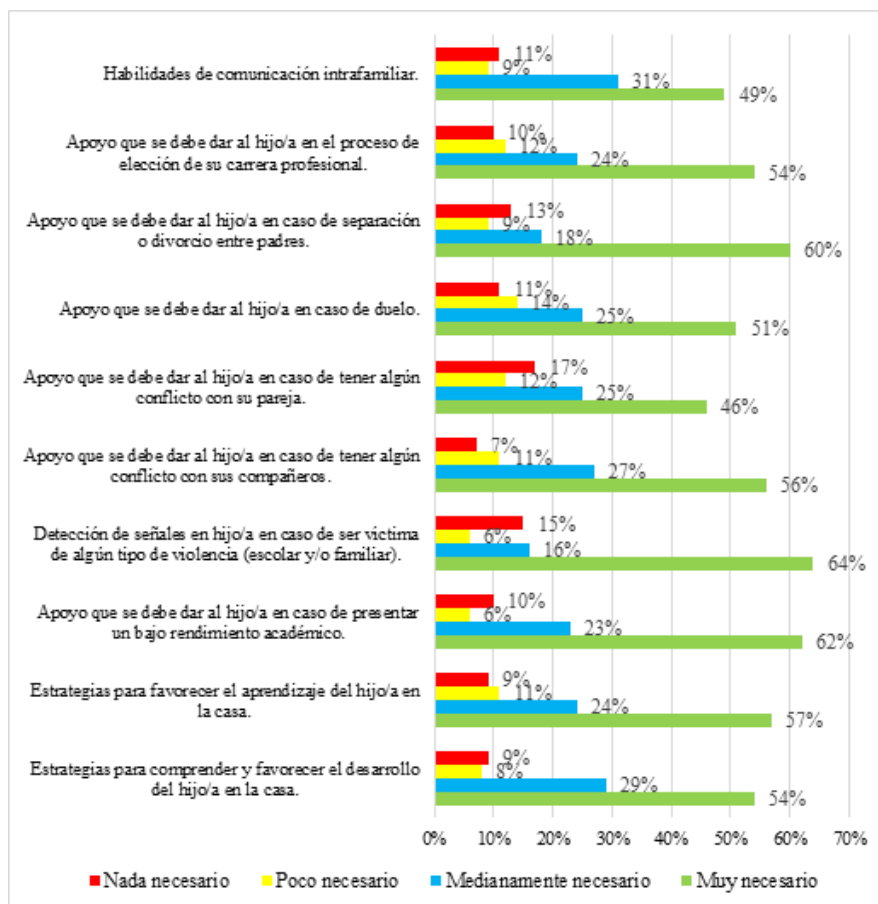
“Los problemas que tienen internos dentro del hogar, problemas con el esposo, o cuando se divorcian, más que todo.” (maestra 1, Unidad educativa Sagrada familia).

“... creo que la raíz de la mayoría de los problemas en los niños adolescentes es la disfunción familiar por ahí empieza, la mayoría de los casos no viven junto con el papá y con la mamá, o viven con el papá o con la mamá, entonces en esto desde luego hay bastantes casos, yo diría que tenemos problemas, sobre todo de conducta, eso se manifiesta en el aprovechamiento académico desde luego del niño ...” (director 2)

El Gráfico 2 muestra que la mayoría de los padres de familia considera que es muy necesario que un psicólogo educativo asesore a las familias de los estudiantes cuando se presenten los siguientes aspectos: estrategias para comprender y favorecer el desarrollo del hijo/a en la casa (54%), estrategias para favorecer el aprendizaje del hijo/a en la casa (57%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de presentar un bajo rendimiento académico (62%), detección de señales en hijo/a en caso de ser víctima de algún tipo de violencia (64%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de tener algún conflicto con sus compañeros (56%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de tener algún conflicto con su pareja (46%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de duelo (51%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de separación o divorcio entre padres (60%), apoyo que se debe dar al hijo/a en el proceso de elección de su carrera profesional (54%) y habilidades de comunicación intrafamiliar (49%).

Gráfico 2.

¿Cuán necesario sería que un/a psicólogo/a asesore en los siguientes aspectos a las familias (padres, madres y/o tutores) de Inicial?



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Las maestras de inicial perciben la necesidad de que el psicólogo educativo asesore a las familias en el tema de violencia además en la calidad de la relación con sus hijos mediante su cariño y la comunicación.

“Ahí sí, es necesario asesorarlas sobre los diferentes tipos de violencia, conductas que normalizamos en el entorno familiar y sin darnos cuenta estamos ejerciendo violencia contra nuestros hijos.” (maestra 2, Unidad educativa San Xavier A).

“... cómo debería enseñar o que enseñar a sus hijos, porque todo sale de casa y así surgen las peleas...” (maestra 2, Unidad educativa San Xavier B).

“...el cariño, porque he notado también niños que no tienen cariño de parte de sus papás...” (maestra 1, Unidad educativa San Xavier A).

“En temas como debería ser o llevarse la relación entre padres e hijos, porque uno de los problemas que hay en los estudiantes son los problemas o la mala comunicación que hay en sus hogares.” (maestra 1, Unidad educativa San Xavier B).

3.1.3. Funciones del Psicólogo educativo con relación a los maestros

Las maestras de Inicial perciben la necesidad de que el psicólogo educativo asesore a los maestros en el manejo de conductas violentas por parte de los niños.

“Nos pueden guiar tal vez, sobre todo lo que se ve las agresiones físicas o violencia familiar, como tratar no tal vez con esos niños como podemos ayudarlos...” (maestra 2, Unidad educativa José María Velaz).

“Quizá con relación a cómo podemos trabajar, de qué forma podemos canalizar, por ejemplo, esas opciones y reacciones con relación a esos niños que tienen esos comportamientos [violencia].” (maestra 2, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino).

Las maestras también perciben la necesidad de que el psicólogo educativo las capacite en detección de problemas de aprendizaje y desarrollo.

“Que nos dé talleres, para descubrir los problemas de nuestros estudiantes.” (maestra 1, Unidad educativa Sagrada familia).

“Detección de problemas de aprendizaje, de conducta, para poderlos apoyar de mejor manera.” (maestra 1, Unidad educativa Sagrada familia).

“La detección de casos de riesgo en el neurodesarrollo.” (maestra 2, Unidad educativa San Xavier A).

4.2. Funciones del Psicólogo educativo para Primaria

4.2.1. Funciones del Psicólogo educativo con relación a los estudiantes

La mayoría de los padres de familia considera que es muy necesario que un psicólogo educativo evalúe los siguientes aspectos en los estudiantes: el nivel de desarrollo (44%), el estado emocional (56%), los procesos cognitivos (54%), adaptación social (42%), autoestima (55%), motivación (54%) y estilos de aprendizaje (57%).

Los maestros manifiestan como necesario que el psicólogo educativo evalúe el impacto que la falta de atención por parte de los padres genera en los niños. Otro aspecto, la violencia, tanto la violencia que experimentan los niños en su contexto familiar como en su contexto escolar; además la evaluación del estado emocional y de la autoestima es también necesaria porque los problemas familiares pueden repercutir en esos dos aspectos.

“... dejadez también de los papas porque la mayoría de los niños de esta zona son... viven solos, los papás migran a diferentes lugares y les dejan con sus tías, tíos, abuelos...” (maestra 1, Unidad educativa José María Velaz).

“... muchos estudiantes viven con sus abuelitos, porque sus Padres viajaron a otros lugares en busca de trabajos, y estos estudiantes se quedan triste y deprimidos... se quedan solos con sus abuelitos que no les da mucha disciplina, no hay equilibrio emocional”. (maestra 1, Unidad educativa Loyola de Fe y Alegría A).

“...he visto un caso que a una niña la habían violado ya y estuvimos con la Defensoría de la niñez y, además... además maltrato de la mamá o del papá... He visto también otro caso, que una niña tenía infección y la niña calladita porque el papá no sé o el tío creo que le estaba violando le daba dinero y ella calladita, no hablaba nada...” (maestra 4, Unidad educativa Loyola de Fe y Alegría A)

“Y el bullying que tenemos que tratar, sobre todo los maestros en la escuela...” (maestra 1, Unidad educativa San Xavier A)

“Principalmente el autoestima y la confianza en sí mismo, la educación viene desde el hogar, generalmente niños que son muy estimados y queridos y que son atendidos por los papás son muy buenos pero los que están abandonados son rebeldes...” (maestra 3, Unidad educativa José María Velaz)

“Más que todo cuestión de sentimientos, emociones después el miedo que tiene... Por ejemplo, puede ser que haya sufrido algo...” (maestra 3, Unidad educativa Loyola de Fe y Alegría A).

Los maestros coinciden que la evaluación de un posible trastorno por déficit de atención e hiperactividad (en adelante [TDAH]) es también necesaria por su impacto en el proceso de aprendizaje.

“...para detectar TDAH, si hay algún retraso, si hay algún problema con los chicos.” (maestra 1, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino).

“Sí, también sería muy necesario con problemas de aprendizaje porque hay niños, incluso tengo un niño que tiene TDAH” (Maestra 1, Unidad educativa San Xavier A)

La mayoría de los padres de familia consideran que es muy necesario que un psicólogo educativo intervenga en los siguientes aspectos de los estudiantes: dificultades de atención y comprensión (53%), estados emocionales negativos (55%), dificultades de aprendizaje (35%), problemas de conducta y disciplina (48%), uso excesivo de celular (38%), autoestima baja (46%), baja motivación (45%), autolesiones (37%), trastornos alimenticios (38%) y elección de carrera profesional (52%). Solo en el aspecto de discapacidad (34%), la mayoría de los padres considera la intervención como nada necesaria.

Los maestros perciben como necesario que el psicólogo educativo intervenga en aquellos casos en que los niños de Primaria provengan de familias disfuncionales caracterizadas principalmente por los problemas de la violencia intrafamiliar y la falta de apoyo a sus hijos.

“... hay familias que son disfuncionales y en cierta medida afecta la parte emocional de los chicos y eso también es algo que afecta en el aprendizaje de los chicos.” (maestra 1, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino).

“De una forma u otra esa situación social, del entorno familiar, afecta en los estudiantes se ven achicopalados como decimos vulgarmente, deprimidos. Cuando hablamos del día del padre o la madre se sienten triste en cualquier de estos casos un apoyo psicológico puede contener.” (maestra 1, Unidad educativa Loyola de Fe y Alegría A).

“Generalmente es lo que son las familias disfuncionales en donde un poco se encuentra un poco de problemas. Incluso los niños se sienten solos, se sienten abandonados en muchos casos. También de los problemas de cuando las mamás se van a trabajar lejos y se quedan al cuidado de abuelos, de hermanos. Entonces también hay un poco de dificultad con ellos en el proceso de aprendizaje, sobre todo.” (maestra 1, Unidad educativa San Xavier A)

“Yo creo que en estos casos de las familias disfuncionadas no, yo creo que necesitan bastante apoyo a estos niños.” (maestra 2, Unidad educativa Loyola de Fe y Alegría A)

“Yo pienso que más que todos los problemas familiares, presentan bastantes problemas familiares. La falta de atención de sus papás o en la separación, el divorcio y hay algunos casos de violencia también.” (maestra 1, Unidad educativa San Xavier B).

“Más que todo yo veo que un niño viene y no está atento a las clases. A veces preguntamos y nos responde que tiene problemas, los papás están peleados, o no viven con el papá o mamá en esos casos”. (maestra 3, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino)

Desde la perspectiva de los directores es necesario que el psicólogo educativo intervenga en aquellos casos en que los niños hagan un mal uso de la tecnología, con la reflexión de que son los padres los que generan directamente esta práctica.

“...un manejo sin control de las redes sociales... un psicólogo nos ayudaría mucho en educación en educar en ese aspecto y creo que requerimos mucho por eso... las redes sociales es uno de los problemas que hace muchos niños a llegar a ser bastante agresivos, luego creo que el bullying, claro se ocasiona allá, por ejemplo esto del Fire ha ocasionado problemas trastornos, trastornos mentales emocionales en los niños, ha ocasionado bastante no entonces porque no hay alguien que les oriente...” (director 2)

“...el mal uso de esta tecnología porque en realidad es lo que está destruyendo familias en todo sentido, ya no hay comunicación, ahora hasta de muy pequeños para que dejen de molestar los mismos niños les dan el celular sepan o no sepan manejar, con eso les han calmado, y aquellos que realmente se hacen adictos lo ven como una necesidad muy emergente hasta llegan a conflictuarse hasta agredir a su misma madre de familia o padre de familia, ósea es un problema muy serio esto de la tecnología.” (director 1)

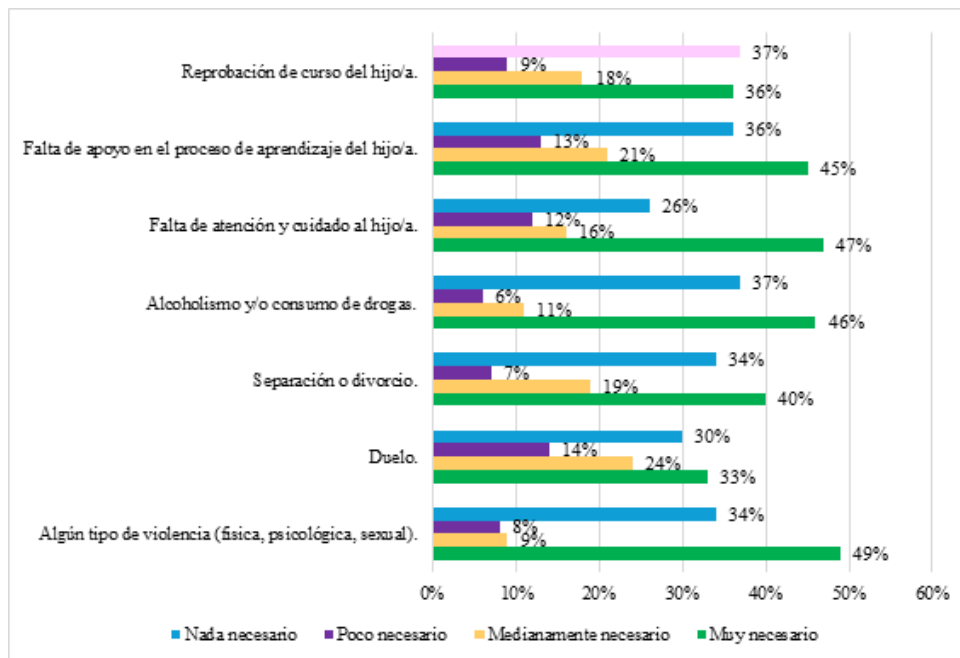
“...creo que si el problema grande que se ha creado es con los celulares que ahora ya son las niñeras de los niños y de verdad que está afectando a la imaginación de los pequeños...” (directora 2)

4.2.2. Funciones del Psicólogo educativo con relación a las familias

El Gráfico 3 muestra que la mayoría de los padres de familia consideran que es muy necesario que un psicólogo educativo intervenga en las familias de los estudiantes de primaria cuando se presenten los siguientes casos: algún tipo de violencia (49%), duelo (33%), separación o divorcio (40%), alcoholismo y/o consumo de drogas (46%), falta de atención y cuidado al hijo/a (47%), falta de apoyo en el proceso de aprendizaje del hijo/a (45%) y reprobación de curso del hijo/a (36%).

Gráfico 3.

¿Cuán necesario sería que un/a psicólogo/a intervenga en las familias de Primaria en los siguientes casos?



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Los maestros consideran que un psicólogo educativo intervenga en los casos de estudiantes víctimas de violencia y en casos de desintegración familiar.

“... también habido algunos casos que hasta les han abusado pero los niños no, recién después se han, han sabido los papás y uno se da cuenta por el comportamiento del niño, nosotros al menos nos damos cuenta y hay veces nos acercamos más hasta que nos avisan pues todo lo que ha sucedido.” (maestra 2, Unidad educativa San Xavier B)

“Cuando hay esos actos de violación mayormente ahí porque esos niños necesitan arto apoyo en los casos cuando los violan imagínate como están ellos destrozados y por las amenazas que reciben de su agresor...” (maestra 4, Unidad educativa Loyola de Fe y Alegría A)

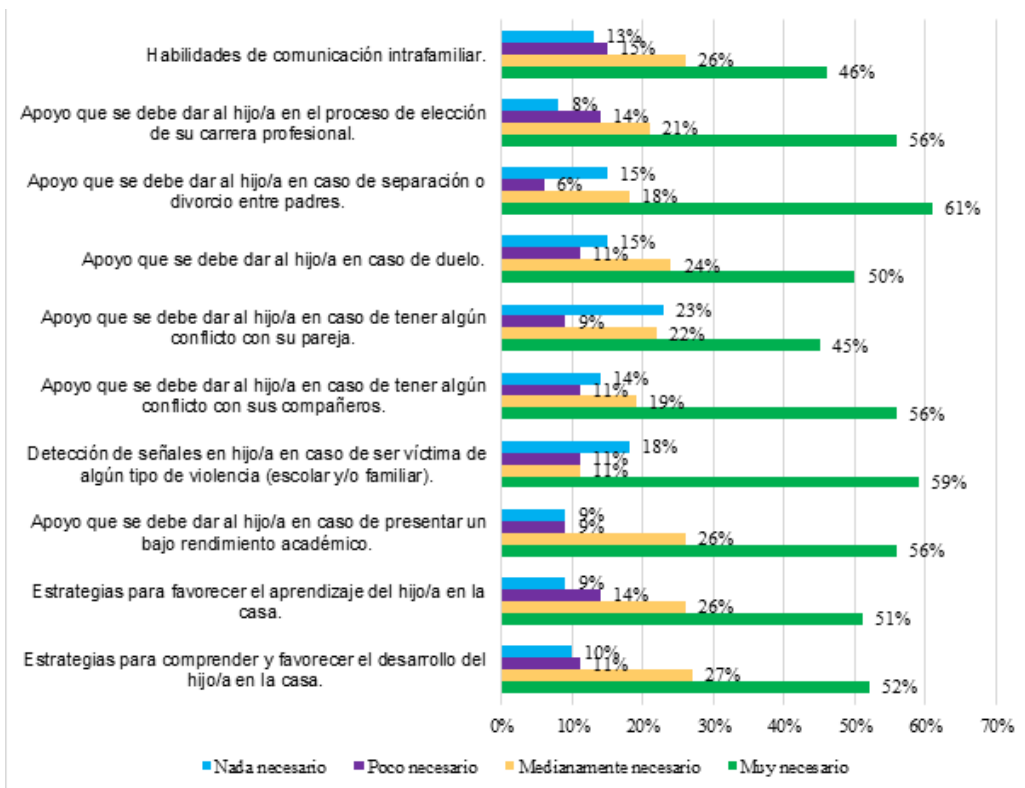
“Sería que instalen gabinete psicológico en el colegio, no solo para los estudiantes, sino también para las familias ya que todos los problemas traen como consecuencia de desintegración de la familia y mal manejo de estos alumnos en la familia... Como le

cuento el 30 % de los niños viven con los abuelitos o los tíos, el 10% viven al cuidado de su mamá de padres divorciados, el distanciamiento por el factor económico es muy relevante porque los padres tienen que ir a trabajar a otros lugares y dejar a sus niños al cuidado de sus familiares. Por eso requerimos Terapia Familiar”. (maestro 1, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino)

El Gráfico 4 muestra que la mayoría de los padres de familia consideran que es muy necesario que un psicólogo educativo asesore a las familias de los estudiantes cuando se presenten los siguientes aspectos: estrategias para comprender y favorecer el desarrollo del hijo/a en la casa (52%), estrategias para favorecer el aprendizaje del hijo/a en la casa (51%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de presentar un bajo rendimiento académico (56%), detección de señales en hijo/a en caso de ser víctima de algún tipo de violencia (59%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de tener algún conflicto con sus compañeros (56%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de tener algún conflicto con su pareja (45%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de duelo (50%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de separación o divorcio entre padres (61%), apoyo que se debe dar al hijo/a en el proceso de elección de su carrera profesional (56%) y habilidades de comunicación intrafamiliar (46%).

Gráfico 4.

¿Cuán necesario sería que un/a psicólogo/a asesore en los siguientes aspectos a las familias (padres, madres y/o tutores) de Primaria?



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Los maestros y los directores sostienen que el psicólogo educativo debería asesorar a las familias en el tema de violencia intrafamiliar entre pareja y hacia los hijos, en el tema de apoyar de forma efectiva a los niños en sus casas y el tema de evitar la desintegración familiar por su repercusión en los hijos, a nivel académico y en su desarrollo integral.

“...lo principal la violencia, porque a veces los chiquitos se quejan de la violencia, de parte de sus papás. Violencia, es lo que más se ve... Violencia intrafamiliar, la economía, la violencia física, psicológica.” (maestra 2, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino)

“Yo pienso que en el caso donde existe más violencia... entre la pareja primero y esa violencia también repercute en los niños hay aquí se ve padres muy violentos...” (maestra 2, Unidad educativa Loyola de Fe y Alegría A)

“... hay muchas familias que piensan que la escuela es una guardería ya, y no les dan ayuda a sus hijos ósea la educación de los niños tiene que ser un trabajo conjunto maestro y padres de familia y nos dejan todo el trabajo a los maestros...” (maestra 1, Unidad educativa San Xavier B).

“... el apoyo escolar de los padres a sus hijos, porque hay familias que de verdad no nos importa casi mínimo la educación de sus hijos, ósea cumplen con lo mínimo de enviarlos al colegio y hay como que se acabara la responsabilidad para los papás, y también pienso que un psicólogo profesional tendría que motivarlos, hacerlos caer en cuenta de que ellos sí tienen que ser más responsables en esta parte con sus hijos.” (director 2)

“... uno tendría que saber sobrellevar no las separaciones entre ellos no de la pareja no, y no digamos estar frente a los chicos, no con este tipo de problemas y que los chicos estén escuchando todo eso...” (maestra 2, Unidad educativa Loyola de Fe y Alegría A)

“... a mí me gustaría que un psicólogo ayudara a las familias en esto de que no lleguen a una separación, por ejemplo, estamos seguros de que si hubiera una intervención oportuna de un profesional posiblemente muchas familias se salvarían, porque ya hemos dicho que el problema complicado es cuando son separados seguro que repercute en los hijos que muchos problemas se van a manifestar en ellos hasta en bajo rendimiento escolar...” (director 2)

Los directores consideran que es necesario que un psicólogo educativo asesore a las familias sobre la importancia de que los padres de familia sean un ejemplo en la práctica de los valores de la verdad y el respeto.

“...padres de familia... vinieron oficialmente hace un día de una queja, una denuncia a la dirección y con qué facilidad miente el niño, y cuando interviene la defensoría o sea completamente el cambio de discurso... mi mamá me enseñó a mentir, mi mamá me enseñó, y mire ya la profesora viene asustada, porque dice pues hoy en día la ley cualquier acto de violencia hay que denunciar... tenemos un conflicto mayúsculo porque simplemente por una pequeña mentira, y eso es para preocuparse.” (director 1)

“...una niña de primero de primaria indica que... había sufrido toques impúdicos en el baño de niños con los cursos superiores y bueno, la mamá no se da cuenta, no sé qué es lo que pasa después de una semana denuncia... inmediatamente se eleva a la defensoría... tampoco nos dan respuesta inmediata... lamentablemente ni las psicólogas no se hacen presentes no hay ese compromiso del trabajo de estos profesionales... a los padres de familia, no les preocupa la situación, y bueno después

de mucho tiempo de insistencia en línea en la defensoría se hace presente la psicóloga en la unidad educativa... había indicado la niña que se ha imaginado que no ha sufrido esos toques impúdicos...” (directora 2)

4.2.3. Funciones del Psicólogo educativo con relación a los maestros

Los maestros y directores de Primaria perciben la necesidad que el psicólogo educativo asesore a los maestros en aspectos relacionados a la Educación especial, concretamente, TDAH, capacidades especiales y problemas de aprendizaje.

“Se podría trabajar para detectar lo que es el TDAH...” (maestra 1, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino).

“En niños con capacidades especiales, que hoy en día como afrontar las reacciones, por ejemplo, el autismo que está muy frecuente...” (maestra 1, Unidad educativa Loyola de Fe y Alegría A).

“... necesitamos detectar problemas de aprendizaje, por ejemplo, tenemos en todos los cursos, la verdad no lo sabemos por qué, porque tenemos este problema con ciertos estudiantes no, esa cosa seguramente un psicólogo los ayudaría mucho a los maestros en el aula.” (director 2)

Los maestros y una directora también consideran necesario que un psicólogo asesore a los maestros en estrategias para mejorar la comprensión y trato a los estudiantes.

“En cuanto a la asesoría a los maestros un psicólogo, tendría que ir a la comprensión y a la empatía que deben tener entre los estudiantes y el maestro.” (maestro 1, Unidad educativa San Xavier B)

“... los maestros necesitamos apoyo para poder identificar este tipo de conflictos no, muchas veces nos hacemos desconocedores de esto y no tomamos en cuenta estos factores que pueden estar afectando el desempeño del estudiante, a veces muy fríamente bueno no rinde, no rinde, no tiene interés, no hace nada, pero no tenemos los instrumentos para ir más allá para poder identificar las causas de porque ese estudiante está mostrando tantas señales de alerta, de dejadez y poco interés de formarse... a veces los maestros no tenemos los recursos o la orientación adecuada de cómo acudir a estos estudiantes, para eso es que necesitamos.” (directora 2)

Los maestros y un director señalan que se necesita que el psicólogo educativo capacite a los maestros en aspectos relacionados a la Educación especial, autoestima y problemas emocionales.

“... más que todo las adaptaciones curriculares, frente a esos niños que tienen dificultades de aprendizaje, más que todo yo quisiera en ese aspecto que me que me oriente un psicólogo.” (maestra 2, Unidad educativa San Xavier B)

“Principalmente técnicas de recuperar valorase, recuperar su autoestima principalmente eso, mientras ellos sientan seguridad ellos van a tener un buen concepto de sí mismos.” (maestra 3, Unidad educativa José María Velaz)

“... creo que también a esto necesitamos ser capacitados en esto de manejo y resolución problemas, de detección y solución de problemas emocionales, afectivos, todos estos problemas. Creo que como les digo sino tenemos un psicólogo en el colegio o la unidad educativa de alguna forma si o si nosotros tenemos que resolver porque no podemos dejarlo el problema, entonces creo que de alguna forma tenemos que estar capacitados en esto...” (director 2)

4.3. Funciones del psicólogo educativo para Secundaria

4.3.1. Funciones del Psicólogo educativo con relación a los estudiantes

La mayoría de los padres de familia consideran que es muy necesario que un psicólogo educativo evalúe los siguientes aspectos en los estudiantes: el nivel de desarrollo (32%), el estado emocional (44%), los procesos cognitivos (47%), adaptación social (34%), autoestima (45%), motivación (47%) y estilos de aprendizaje (50%).

Los maestros perciben como necesario que el psicólogo educativo evalúe la dinámica familiar de los estudiantes.

“...problemas en familia, viven solo con su mamá o con su papá, afectan porque muchas veces los papas se divorcian afectan lo psicológico del niño, muchas veces en el rendimiento” (maestra 3, Unidad educativa José María Velaz)

“... entorno familiar hay algo que está sucediendo entonces el psicólogo tendría que tratar esos casos no...” (maestro 1, Unidad educativa San Xavier B)

Adicionalmente, los maestros y una directora perciben que, durante la etapa de la adolescencia, es necesaria la evaluación psicológica de la esfera afectiva emocional.

“El estado emocional y anímico dentro los estudiantes... sobre todo el estado emocional.”
(maestra 1, Unidad educativa Loyola de Fe y Alegría B)

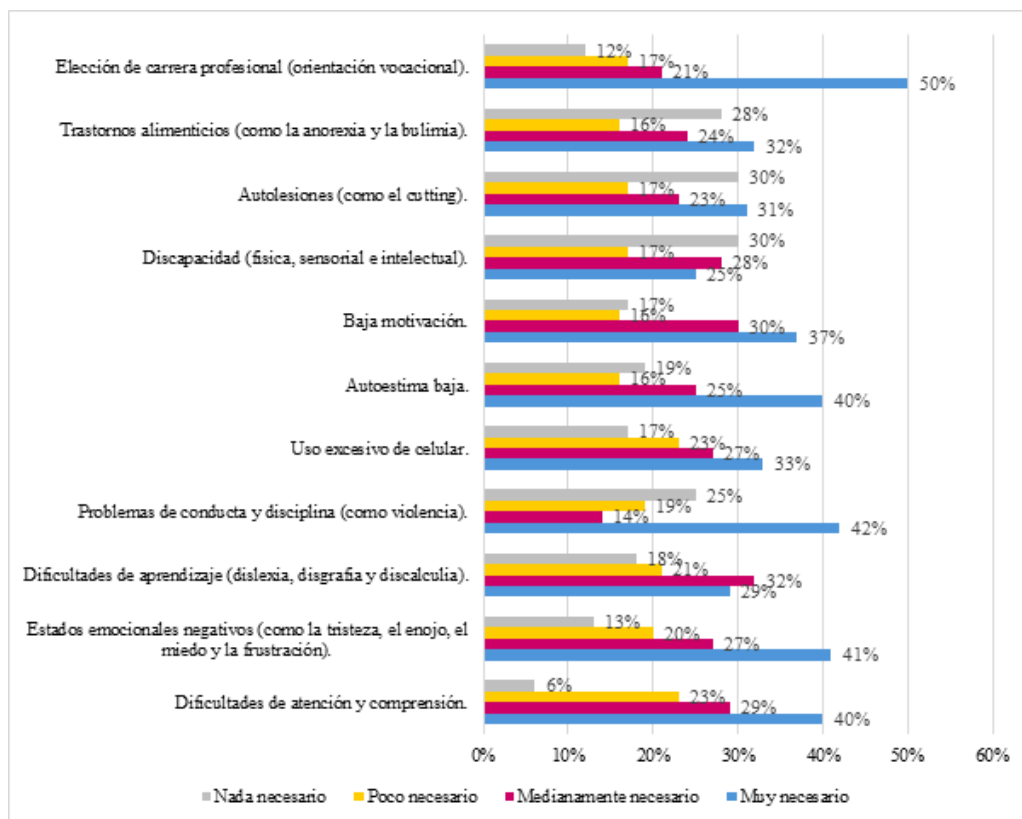
“Más que todo la parte emotiva, de acuerdo en mi punto de vista lo emotivo... cada uno de ellos es un mundo de problemas por tanto la parte emotiva.” (maestra 1, Unidad educativa Sagrada Familia).

“... yo pienso que se tendría que valorar la parte emocional del estudiante por la situación que está pasando, lo cierto es verdad que es muy importante que, en ese momento, pues se encuentre alguien en quien confiar en quien pueda tal vez desahogarse como se dice vulgarmente de todo lo que está pasando de manera interna incluso, entonces sobre todo pienso que la parte emocional es muy importante...” (directora 1)

El Gráfico 5 muestra que la mayoría de los padres de familia consideran que es muy necesario que un psicólogo educativo intervenga en los siguientes aspectos de los estudiantes de Secundaria: dificultades de atención y comprensión (40%), estados emocionales negativos (41%), dificultades de aprendizaje (29%), problemas de conducta y disciplina (42%), uso excesivo de celular (33%), autoestima baja (40%), baja motivación (37%), discapacidad (25%), autolesiones (31%), trastornos alimenticios (32%) y elección de carrera profesional (50%).

Gráfico 5.

¿Cuán necesario sería que un/a psicólogo/a intervenga en los siguientes aspectos de los alumnos de Secundaria?



Fuente: Elaboración propia, 2024.

En las entrevistas los maestros manifestaron la necesidad de intervención de un psicólogo educativo en casos de violencia sexual, violencia entre ellos el bullying (violencia y acoso escolar) y violencia intrafamiliar.

“... recuerdo a mi segunda semana de dirección cuando entraron dos estudiantes de primero de Secundaria me decían directora esta mañana he sido violada en mi trabajo o esa manera entonces en el colegio que estuve pudimos contratar a una psicóloga y a través de ella llegamos todavía a muchos casos donde hemos podido intervenir casos

de violaciones de sus propios papás, padrastros, familiares del entorno, o sea es terrible por eso le digo realmente necesitan nuestros jóvenes con quien abrirse, poder hablar y al mismo tiempo escuchar una orientación que es solamente un psicólogo lo puede dar.” (maestra 1, Unidad educativa Sagrada Familia).

“... casos de violaciones en estudiantes...” (maestra 2, Unidad educativa José María Velaz)

“Mucho bullying en el colegio... maltratos físicos entre estudiantes, y esto del maltrato psicológico.” (maestra 2, Unidad educativa José María Velaz)

“... algunos reciben bullying, para todo eso entonces es muy necesario un psicólogo en la unidad educativa.” (maestra 1, Unidad educativa Gualberto Paredes Ferrufino)

“Hay estudiantes agresivos y otros calladitos, es por algo. He visto casos en los que sus papás les pegan.” (maestra 2, Unidad educativa San Xavier A)

“En casos extremos como violencia familiar...” (maestra 2, Unidad educativa Sagrada Familia).

Otros aspectos sobre los que los maestros perciben la necesidad de intervención en los estudiantes son el cutting (auto corte) y el consumo de alcohol y sustancias psicoactivas.

“... otros casos en los que los niños se cortan sus manos y dicen que les causa satisfacción que les hace sentir mejor y no sé qué, el cutting...” (maestra 1, Unidad educativa José María Velaz)

“... el uso del alcohol, marihuana, se está haciendo bastante frecuente.” (maestro 2, Unidad educativa San Xavier B)

Los directores manifiestan la necesidad de intervención del psicólogo educativo en los estudiantes que hacen un mal uso de la tecnología.

“...un manejo sin control de las redes sociales... un psicólogo nos ayudaría mucho en educación en educar en ese aspecto y creo que requerimos mucho por eso... por ejemplo esto del Fire ha ocasionado problemas trastornos, trastornos mentales emocionales en los niños, ha ocasionado bastante no entonces porque no hay alguien que les oriente...” (director 2)

“Y bueno ya yendo a los más grandecitos incluso en la etapa de jovencitos que están en el enamoramiento fuera del establecimiento, es una pena ver que una pareja de enamorados ya ni siquiera se besan se abrazan charlan, están de enamorados, pero cada uno con el celular se están rompiendo estas relaciones sociales que debería haber, y si yo considero que es un factor muy importante que sabiendo la tecnología está destruyendo familias, gracias.” (director 1)

4.3.2. Funciones del Psicólogo educativo con relación a las familias

La mayoría de los padres de familia consideran que es muy necesario que un psicólogo educativo intervenga en las familias de los estudiantes cuando se presenten los siguientes casos: algún tipo de violencia (42%), alcoholismo y/o consumo de drogas (39%), falta de atención y cuidado al hijo/a (35%) y falta de apoyo en el proceso de aprendizaje del hijo/a (38%). A su vez la mayoría, con un 31% percibe como nada necesario que el psicólogo educativo intervenga en aspectos de separación o divorcio y duelo, a diferencia del 30% que lo percibe como muy necesario. Similar fenómeno se presenta con la reprobación de curso del hijo/a los padres de familia, un 32% considera que es muy necesaria la intervención del psicólogo educativo y otro 32% considera que la intervención de este profesional no es nada necesaria en ese aspecto.

De las entrevistas a los maestros se refleja también la necesidad percibida de que el psicólogo educativo intervenga en las familias de los estudiantes en aquellos casos en los que se presente algún tipo de violencia.

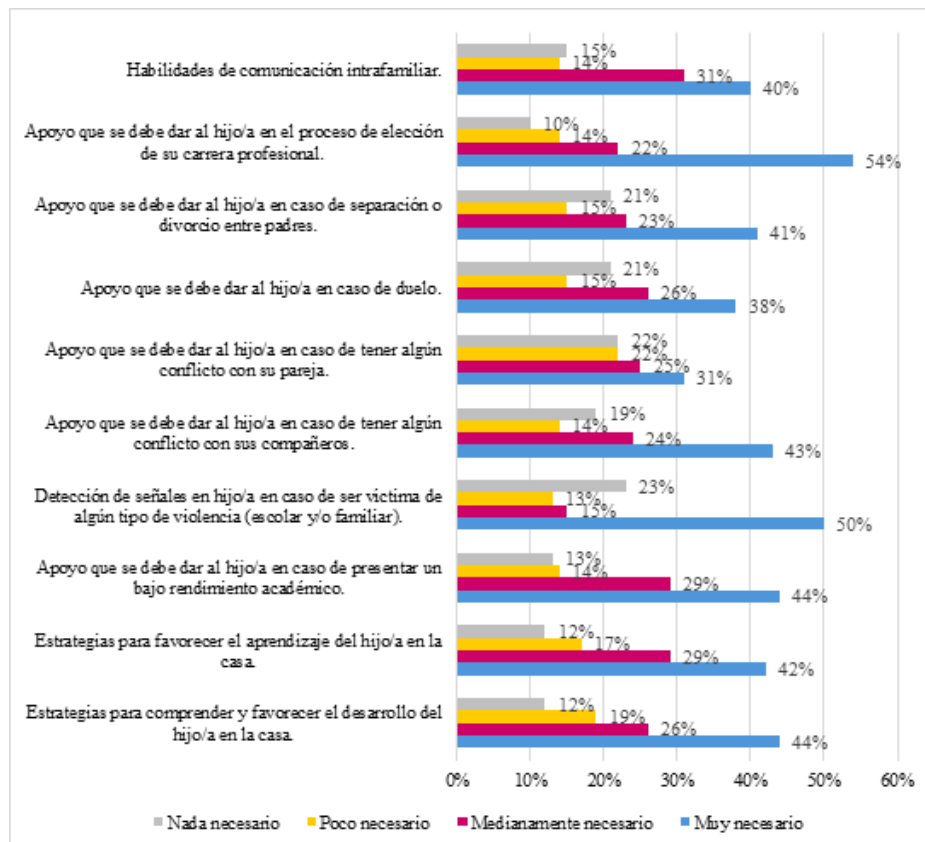
“Abuso sexual, abuso físico, abuso verbal.” (maestra1, Unidad educativa San Xavier A)

“En los problemas de violencia es muy necesario.” (maestra 2, Unidad educativa San Xavier A)

“...un psicólogo tendría que intervenir en... bullying a algunos estudiantes...” (maestro 1, Unidad educativa San Xavier B)

Gráfico 6.

¿Cuán necesario sería que un/a psicólogo/a asesore en los siguientes aspectos a las familias (padres, madres y/o tutores) de Secundaria?



Fuente: Elaboración propia, 2024.

El Gráfico 6 muestra que la mayoría de los padres de familia consideran que es muy necesario que un psicólogo educativo asesore a las familias de los estudiantes de Secundaria cuando se presenten los siguientes aspectos: estrategias para comprender y favorecer el desarrollo del hijo/a en la casa (44%), estrategias para favorecer el aprendizaje del hijo/a en la casa (42%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de presentar un bajo rendimiento académico (44%), detección de señales en hijo/a en caso de ser víctima de algún tipo de violencia (50%), apoyo que se debe dar al hijo/a

en caso de tener algún conflicto con sus compañeros (43%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de tener algún conflicto con su pareja (31%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de duelo (38%), apoyo que se debe dar al hijo/a en caso de separación o divorcio entre padres (41%), apoyo que se debe dar al hijo/a en el proceso de elección de su carrera profesional (54%) y habilidades de comunicación intrafamiliar (40%).

Desde la perspectiva de los maestros el psicólogo educativo debería asesorar a las familias en el tema de violencia desde la perspectiva del trato que ellos tienen con sus hijos, es decir la violencia intrafamiliar.

"Del trato al adolescente con la no violencia." (maestra1, Unidad educativa San Xavier A)

"Sobre los problemas familiares que influyen en esto, los primeros maltratadores son los padres en la casa, ven cosas que no tienen que ver, porque a veces viven en el mismo cuarte, ven actos sexuales de los padres, ven golpes, y eso los papás no lo aceptan". (maestra 1, Unidad educativa José María Velaz)

Otro aspecto que emerge de las entrevistas a los profesores es la necesidad de que el psicólogo educativo asesore a los padres de familia en amor y sexualidad como parte del desarrollo de sus hijos.

"En el tema de enamoramiento y sexual y autoestima, a temprana edad ya están enamorando, sus cabezas están volando, no están concentrados en su estudio y llegan a perder el año." (maestra 2, Unidad educativa San Xavier A)

"... a los padres de familia tendría que ser, sobre educación sexual, tal vez, porque hoy en día los chicos son más despiertos y yo creo que eso viene desde la casa, debería haber más compromiso de parte de los padres." (maestra 3, Unidad educativa José María Velaz)

Del grupo focal con los directores se visualiza la necesidad que el psicólogo educativo asesore a los padres de familia en el impacto de la desintegración familiar en los hijos.

"... uno de los principales conflictos familiares por los que atraviesa nuestra población, es la disfunción familiar, y que los mayores afectados son los hijos..." (directora 2)

"... creo que la raíz de la mayoría de los problemas en los niños adolescentes es la disfunción familiar por ahí empieza, la mayoría de los casos no viven junto con el papá y con la mamá, o viven con el papá o con la mamá, entonces en esto desde luego hay bastantes casos, yo diría que tenemos problemas, sobre todo de conducta, eso se manifiesta en el aprovechamiento académico desde luego del niño, del joven..." (director 2)

Los directores también perciben como necesario el asesoramiento a los padres de familia en cuanto a su rol de apoyo académico y emocional hacia sus hijos adolescentes.

“... el apoyo escolar de los padres a sus hijos, porque hay familias que de verdad no nos importa casi mínimo la educación de sus hijos, ósea cumplen con lo mínimo de enviarlos al colegio y hay como que se acabara la responsabilidad para los papás, y también pienso que un psicólogo profesional tendría que motivarlos, hacerlos caer en cuenta de que ellos sí tienen que ser más responsables en esta parte con sus hijos.” (director 2)

“... bueno la necesidad urgente, es sobre todo en el apoyo socio emocional de los estudiantes, independientemente de la edad es un factor que vemos que todo, todo esto repercute en el desempeño del poco interés incluso ahora en la actualidad del estudiante de permanecer en la unidad educativa no, ya no hay ese deseo de superación de aprender de ver el beneficio personal a través de su formación.” (directora 1)

“...muy poco hacen los padres de familia, muy poco se interesan los padres de familia, de querer resolver algún problema emocional o pedagógico de sus hijos...” (director 2)

4.3.3. Funciones del Psicólogo educativo con relación a los maestros

Los maestros y un director de Secundaria perciben la necesidad de que el psicólogo educativo asesore a los maestros en lo referido a inclusión educativa.

“... en la inclusión, que tenemos que incluir a estudiantes que tienen capacidades diferentes, en esa parte si, por que algunos tienen capacidades muy fuertes pero sus papás no aceptan necesitan otro centro que no sea esta escuela, los perjudican... para detectar otro tipo de problemas que tienen los jóvenes mediante algún test, para saber, ahora nos piden hacer adaptaciones curriculares para estudiantes con problemas de atención, para nosotros es difícil hacer eso, como detectar”. (maestra 1, Unidad educativa José María Velaz)

“... en adaptaciones curriculares, la directora del año pasado nos dijo que tenemos que hacer adaptaciones curriculares, tenemos que aplicarlo de manera correcta, en problemas de aprendizaje.” (maestra 3, Unidad educativa José María Velaz)

“Como profesores algo que tenemos débil es la formación en cuanto a inclusión y adaptaciones curricular, el trabajar con el que no quede sólo en papel sino trabajar en cuanto adaptaciones curriculares. La orientación adecuada de intervención y por ejemplo en estudiantes que ya tenemos su informe psicológico, en los lineamientos de intervención y el modo de trabajo con este tipo de población, con discapacidad o con problemas de aprendizaje.” (directora 1)

Los directores manifiestan la necesidad que el psicólogo educativo asesore a los maestros en lo referido a la detección y manejo de conflictos emocionales en los estudiantes.

“... los maestros necesitamos apoyo para poder identificar este tipo de conflictos no, muchas veces nos hacemos desconocedores de esto y no tomamos en cuenta estos factores que pueden estar afectando el desempeño del estudiante, a veces muy fríamente bueno no rinde, no rinde, no tiene interés, no hace nada, pero no tenemos los instrumentos para ir más allá para poder identificar las causas de porque ese estudiante está mostrando tantas señales de alerta, de dejadez y poco interés de formarse no, entonces a veces directamente lo condenamos y los reprobamos, y no nos ponemos a analizar que puede estar atravesando por situaciones muy tormentosas, muy conflictivas...” (directora 2)

“... en lo conductual y lo emocional desde luego, esas cosas creo que necesitan en ese sentido los maestros, luego de un psicólogo que pueda ayudarnos...” (director 2)

Los maestros de secundaria consideran necesario que el psicólogo educativo los capacite en estrategias didácticas.

“... dar ciertas técnicas o cómo se puede decir estos conocimientos de cómo hacer que el alumno nos entienda y para eso primero tenemos que entender los profesores que no todos aprenden de la misma manera... de qué manera uno puede llegar al estudiante, para eso están las técnicas de proceso de enseñanza aprendizaje, lo cual lamentablemente al pasar los años hemos ido olvidando los maestros aquello que en la normal se nos ha dado...” (maestra 1, Unidad educativa Sagrada Familia).

“... técnicas para poder llamar la atención a los estudiantes, técnicas de evaluación lúdica, reconocimiento de estudiantes super dotados, programas tanto para estudiantes superdotados como para los estudiantes con dificultades de aprendizaje.” (maestro 1, Unidad educativa San Xavier B)

4. DISCUSIÓN

Las funciones prioritarias del Psicólogo educativo desde la perspectiva de la comunidad educativa (directores, maestros y padres de familia) de las Unidades educativas de Fe y Alegría de la ciudad de Sucre surgen a partir de su experiencia personal, estos resultados coinciden con lo manifestado por Alarcón et al. (2016).

En el marco de una comprensión integral de los estudiantes (de Inicial, Primaria y Secundaria), directores, maestros y padres de familia reconocen una carencia en la

atención actual que se da a los mismos, en tanto que las acciones realizadas por los maestros se ven limitadas por la falta de psicólogos educativos de planta, esto confirma lo referido por Harvard Bradsaw (1977, citada en Puig et al., 2012, p. 7) en cuanto a que “la necesidad percibida es la basada en la percepción de cada persona o grupo de personas sobre determinada carencia.” Las necesidades en torno a las funciones del Psicólogo educativo identificadas en la investigación, están orientadas a la prevención de problemas complejos como la deserción escolar, la discriminación, el consumo de drogas, la violencia y el suicidio; esto evidencia que las funciones del Psicólogo educativo son propias del proceso de la enseñanza y aprendizaje (Estrada et al., 2016) pero también de casos individuales.

En los resultados cuantitativos a partir de la aplicación de los cuestionarios a los padres de familia destaca que la mayoría de éstos percibe como muy necesario, con 69% evaluar la motivación en los estudiantes de inicial, 56% asesorar a las familias de primaria en casos de separación o divorcio y 53% intervenir en elección de carrera profesional en estudiantes de secundaria. Los resultados de Primaria y Secundaria confirman lo manifestado por Medina et al. (2020) en torno a la formación y asesoramiento familiar y, orientación, asesoramiento profesional y vocacional como funciones de mayor aplicación del psicólogo educativo.

En los resultados cualitativos a partir de la realización de entrevistas semiestructuradas a maestros y grupo focal a directores destaca que las funciones prioritarias del Psicólogo deben estar en torno al problema de la violencia que pudieran estar sufriendo los estudiantes de Inicial, Primaria y Secundaria. Estos resultados coinciden lo señalado por Ávila y Morales (2017) y Cárdenas et al. (2018) en cuanto a las funciones de evaluar e intervenir ante cualquier caso de violencia en la Unidad educativa o en el contexto familiar.

En el marco de la educación inclusiva, Corredor (2016) y Yucato et al. (2024) señalan la necesidad de que el psicólogo educativo forme parte del equipo interdisciplinario encargado de las adaptaciones curriculares. Los resultados de la investigación se enfocan más en la función del psicólogo educativo en el asesoramiento a los maestros en casos de TDAH, capacidades especiales y problemas de aprendizaje.

En cuanto al enfoque seguido en la investigación, el enfoque mixto, fue de gran utilidad ya que permitió comprender mediante datos cuantitativos y cualitativos desde la mirada de tres actores estratégicos: maestros, directores y padres de familia. “... la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y

discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, p. 612). A su vez, una limitación metodológica de la investigación fue haber trabajado con una muestra no probabilística de sujetos voluntarios, con el riesgo de sesgo de autoselección; a pesar de ello, se eligió este tipo de muestra en el marco de la ética de la investigación. En torno a Voluntariedad en la participación, Ferrero et al. señalan que “Acorde al principio de autonomía, siempre debe respetarse la voluntad de los sujetos de participar o no en una investigación, así como de abandonarla en cualquier momento del proceso sin que ello implique perjuicio alguno para sí.” (2022, p. 63)

De lo señalado en párrafos anteriores surge la imperiosa necesidad de llevar a cabo investigaciones científicas que aporten a la comprensión de las funciones del psicólogo educativo en el marco del trabajo interdisciplinario con maestros, pedagogos, neuropediatras, fonoaudiólogos, fisioterapeutas y trabajadores sociales, en colaboración con los padres de familia. Ello contribuirá a evitar que se atribuya de manera sesgada al Psicólogo educativo toda la responsabilidad de prevenir y solucionar los problemas como “un mago sin magia” tal como lo señalaba Palazzoli et al. (1996, citado en Figueroa – Céspedes et al., 2020, p. 2).

5. CONCLUSIONES

Los padres de familia de las Unidades educativas de Fe y Alegría destacan como funciones prioritarias del Psicólogo educativo, evaluar la motivación en los estudiantes (Inicial), asesorar a las familias en casos de separación o divorcio (Primaria) e intervenir en la elección de carrera profesional de estudiantes (Secundaria). Los directores y maestros de los tres niveles manifiestan varias funciones del psicólogo educativo, como prioritarias la evaluación e intervención con los estudiantes y el asesoramiento con las familias en casos de cualquier caso de violencia en la Unidad educativa.

A partir de las conclusiones, se recomienda incorporar como personal de planta en cada Unidad educativa de Fe y Alegría por lo menos un profesional en Psicología, el mismo deberá contar con un perfil de formación académica especializada y experiencia profesional especializados en Psicología educativa. Para ello será necesario que Fe y Alegría pueda incorporar en su planificación presupuestaria la incorporación de este personal, mediante coordinación con los directores, maestros y juntas escolares.

También, la ampliación del número de convenios interinstitucionales estratégicos entre Fe y Alegría y otras universidades e instituciones, podrá garantizar el logro de esta recomendación.

REFERENCIAS

1. Ávila, M. y Morales, J. (2017). *El rol de profesionales educativos y psicólogos frente a situaciones conflictivas escolares*. Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de psicólogos. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/22147/EL%20ROL%20DE%20PROFESIONALES%20EDUCATIVOS%20Y%20PSIC%20C3%93LOGOS%20FRENTE%20A%20SITUACIONES%20CONFLICTIVAS%20ESCOLARES.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
2. Alarcón, Y., Ramírez, A. y Hernández, D. (2016). *La función del psicólogo en el contexto escolar*. Pontificia Universidad Javeriana. Psicología trabajo de grado. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/21371/AlarconCepedaYuriMarcela2016.pdf?sequence=1>
3. Cárdenas, L., Giraldo, L. y González, V. (2018). El papel del psicólogo en la protección de la primera infancia frente a los fenómenos de violencia en Colombia. *Poiésis*, (34), 152-165. Recuperado de <https://doi.org/10.21501/16920945.2795>
4. Corredor, Z. (2016). Las adecuaciones curriculares como elemento clave para asegurar una educación inclusiva. *Educación en Contexto*, 2(3). Recuperado de [Dialnet-LasAdequacionesCurricularesComoElementoClaveParaAs-6296699.pdf](https://dialnet-lasadequacionescurricularescomoelementoclaveparaas-6296699.pdf)
5. Estrada, E., Hernández, C. y Medina, J. (2016). *Estudio diagnóstico de las necesidades y demandas profesionales de la sociedad salvadoreña en el área de la Psicología Educativa realizado en la zona Metropolitana de San Salvador*. Informe final de investigación de trabajo de grado para optar al título de licenciatura en psicología, Universidad de El Salvador. Recuperado de <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/11873/1/14102986.pdf>
6. Ferrero, A., De Andrea, N. y Lucero, F. (2022). Una revisión de la contribución de la ética en la investigación con seres humanos. Algunos aportes al ámbito de la psicología. *Revista Liminales. Escritos Sobre Psicología Y Sociedad*, 11(21), 53-83. Recuperado de <https://doi.org/10.54255/lim.vol11.num21.654>

7. Figueroa-Céspedes, Ignacio, Ossa-Cornejo, Carlos, & Jorquera-Martínez, Carolina. (2020). El psicólogo educacional como amigo crítico: aportes y posibilidades para el cambio y mejora escolar. *Límite (Arica)*, 15(5). Recuperado de 2020. <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-50652020000100205>
8. Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Education.
9. Jiménez Chaves, V. E. (2020). Triangulación Metodológica Cualitativa y Cuantitativa. *Revista sobre estudios e investigaciones del saber académico (Encarnación)*, 14(14): 76-81. Recuperado de <https://revistas.uni.edu.py/index.php/rseisa/article/view/276/231>
10. Medina, R., Espinoza, T., Valarezo, J. e Iñiguez, B. (2020). Aplicabilidad de las funciones del psicólogo educativo. *Revista Espacios*, 41(16), 10. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n16/a20v41n16p10.pdf>
11. Paz, S. y Peña, B. (2021). *Psicología de la Educación*. Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20369/4/PSICOLOGI%CC%81A%20DE%20LA%20EDUCACIO%CC%81N%2018-8.pdf>
12. Puig, M., Sabater, P. y Rodríguez, N. (2012). Necesidades humanas: evolución del concepto según la perspectiva social. *Aposta, Revista de ciencias sociales*, (54), 1-12. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950250005>
13. Sánchez, P., González, M., y Zumba, I. (2016). El psicólogo educativo y su responsabilidad en la sociedad ecuatoriana actual: compromisos, retos y desafíos de la educación del siglo XXI. *Universidad y Sociedad*, 8(4), 123-129. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>
14. Trujillo, B. (2018). *Necesidades humanas prioritarias de los trabajadores próximos a jubilarse de la Unidad de negocios de Prosegur Cash, Sede Lima, Periodo 2018*. Trabajo de Suficiencia Profesional. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Recuperado de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3281/TRAB.SUF.PROF_Vanessa%20Trujillo%20Nano.pdf?sequence=2&isAllowed=y
15. Yucato, J., Melo, V., Montenegro, M. y Gudiño, C. (2024). Seguimiento de adaptaciones curriculares para estudiantes con necesidades educativas específicas. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(5), 2338 – 2349. Recuperado de <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2783>

ARTÍCULO CIENTÍFICO

OBSTÁCULOS MAS GRANDES A LOS QUE SE ENFRENTAN LOS EMPRENDEDORES EN LA CIUDAD DE LA PAZ

BIGGEST OBSTACLES THAT ENTREPRENEURS FACE IN LA PAZ CITY



Yoshida B. Gonzales Ticona

Docente Tiempo Completo de la Carrera de Ingeniería Comercial

ygonzalest@univalle.edu

Compás
EMPRESARIAL

Recibido: 14/10/2024 Revisado: 07/06/2025 Aceptado: 10/06/2025

Citar: Gonzales, y. Obstáculos más grandes a los que se enfrentan los emprendedores en la ciudad de La Paz. *Revista Compás Empresarial*, 16(40) p. 64-81. <https://doi.org/10.52428/20758960.v16i40.1211>

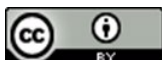
Nota: Los autores declaran no tener conflicto de intereses con respecto a esta publicación y se responsabilizan de contenido vertido.

Fuentes de financiamiento: Esta investigación fue financiada con fondos de los autores.

RESUMEN

Los emprendedores enfrentan varios obstáculos que pueden afectar el crecimiento de sus emprendimientos. Si bien los obstáculos son varios, mediante la investigación es importante determinar cuáles son los más grandes o los más importantes. Se considera a Bolivia como un país muy innovador y emprendedor. El problema no es la carencia de ideas innovadoras ni la materialización de estas, más bien, es lograr que el emprendimiento pase de la etapa inicial a una etapa de crecimiento. Algunos emprendedores tienen grandes ideas y son capaces de llevarlas a cabo, pero antes de los dos años, estos emprendimientos terminan cerrando por diversos motivos. Para brindar soluciones precisas, es necesario conocer las causas subyacentes que dificultan el crecimiento y consolidación del emprendimiento en Bolivia en específico en la ciudad de La Paz. A través de la investigación se utilizaron instrumentos cuantitativos y cualitativos para recolectar información de emprendedores bolivianos en la ciudad de La Paz. Se realizó una encuesta a una muestra de 400 propietarios de emprendimientos. Además, se realizaron entrevistas para recabar información más precisa sobre lo que está afectando el desarrollo de los emprendimientos. Con la ayuda de estos instrumentos se pudo determinar los obstáculos que dificultan al emprendedor; de esta manera los encargados del ecosistema emprendedor encontrarán esta información útil para orientar sus esfuerzos con precisión y lograr crecimiento de la actividad económica que mejoren la calidad de vida de la población en general.

Palabras Clave: emprendedor, emprendimiento, fase inicial, obstáculo



Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
Derechos de autor 2025, Yoshida B. Gonzales Ticona

ABSTRACT

Entrepreneurs face several obstacles that can affect the growth of their entrepreneurship. Although the obstacles are numerous and various, through research it is important to determine which the biggest or most important are. Bolivia is considered a very innovative and entrepreneurial country. The problem is not the lack of innovative ideas nor the materialization of these, rather, it is ensuring that the entrepreneurship goes from the initial stage to a growth stage. Some entrepreneurs have great ideas and can carry them out, but before the end of the second year, these ventures end up closing for various reasons. To provide precise solutions, it is necessary to get knowledge of the underlying causes that hinder the growth and consolidation of entrepreneurship in Bolivia, specifically in the city of La Paz. Through the research, quantitative and qualitative instruments were used to collect information from Bolivian entrepreneurs in the city of La Paz. A survey was conducted on a sample of 400 business owners. In addition, interviews were conducted to gather more precise information about what is affecting the development of the ventures, in addition, policymakers will find useful information to precisely target their efforts to achieve growth in economic activity and improve the quality of life of the population in general.

Keywords: entrepreneur, entrepreneurship, initial phase, obstacle

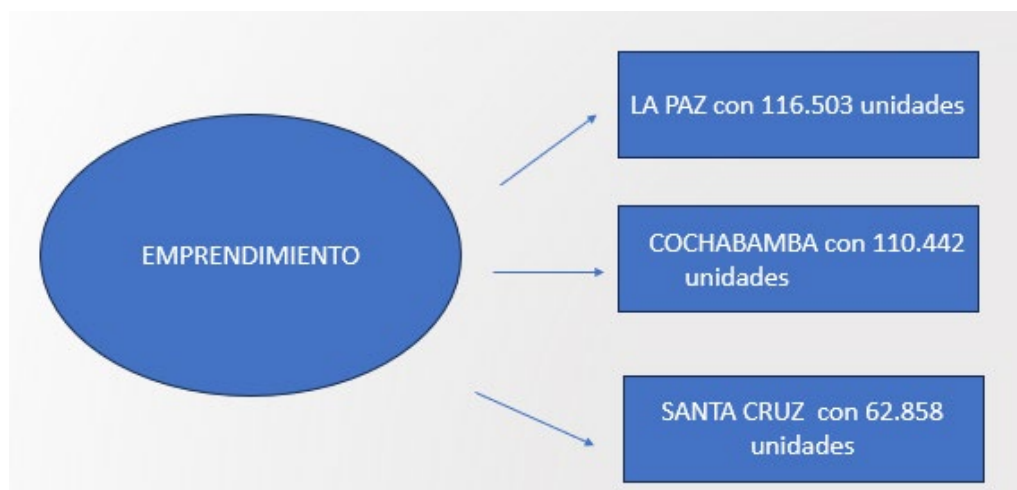
1. INTRODUCCIÓN

Los bolivianos destacan por tener ideas muy innovadoras. En varios estudios donde se realiza el ranking de los países más innovadores, Bolivia aparece en los primeros lugares. Estos datos muestran que existen una vocación de emprendedurismo en Bolivia. La apertura de pequeños, medianos y grandes negocios genera gran movimiento entre el mercado de bienes y servicios y el mercado de factores de producción. Un emprendimiento generalmente nace con la iniciativa de una persona que tiene una idea innovadora o una manera diferente de hacer las cosas. Existe gran cantidad de emprendimientos en Bolivia entre los departamentos con mayor porcentaje de emprendimiento están La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. (Global Entrepreneurship Report, 2014)

Según datos obtenidos del SEPREC (Servicio Plurinacional de Registro de Comercio), el número de empresas en el eje troncal se compone de 116.503 empresas en La Paz, 110.442 en Cochabamba y 62.858 en Santa Cruz.

Figura 1

Composición de empresas en el eje troncal de Bolivia



Fuente: Elaboración Propia con datos del SEPREC, 2023

Además de las 24.544 nuevas unidades económicas inscritas en el periodo 2023, un 36% de los representantes legales o propietarios pertenecen al género femenino. En cuanto a la edad, el 21% de estas nuevas unidades económicas tienen como representante legal o propietaria a personas jóvenes (SEPREC, 2023)

2. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en esta investigación es mixta con instrumentos cuantitativos y cualitativos para poder obtener información sobre los obstáculos a los que se enfrentan los emprendedores de la ciudad de La Paz. En esta investigación se utiliza

una metodología cuanti-cualitativa haciendo uso de instrumentos como ser revisión documental, análisis de datos ya existentes, encuestas, entrevistas y observación. Se llevo a cabo una revisión bibliográfica de bases de datos de Scielo, Latindex, Google Shcolar, DOAJ, Scopus. Adicionalmente, se realizó una encuesta a 400 emprendedores de la ciudad de La Paz. Complementando, se realizó una entrevista a paneles de emprendedores para ganar mayor comprensión sobre la temática.

3. RESULTADOS

El emprendimiento se considera un motor para el crecimiento económico de cualquier país. En este contexto, se vuelve importante prestar especial atención al rol del emprendimiento y los obstáculos que aquejan su crecimiento y consolidación, puesto que representa un grupo social de fuerza en aumento, teniendo cada vez mayor incidencia y participación en la creación de empresas (Gonzales, 2023).

Los obstáculos a los que los emprendedores se enfrentan pueden ser internos o externos. Los factores internos se refieren a aquellos que pueden ser controlados por el emprendedor y los externos escapan su control (Gonzales, 2023). Dentro de estas dos categorías, existen obstáculos de varias áreas como ser económicas, sociales, culturales y legales. (Loza, 2020)

Tabla 1

Categorías de obstáculos a los que se enfrentan los emprendedores en la ciudad de La Paz

Obstáculos Económicos
Obstáculos Sociales
Obstáculos Culturales
Obstáculos Legales

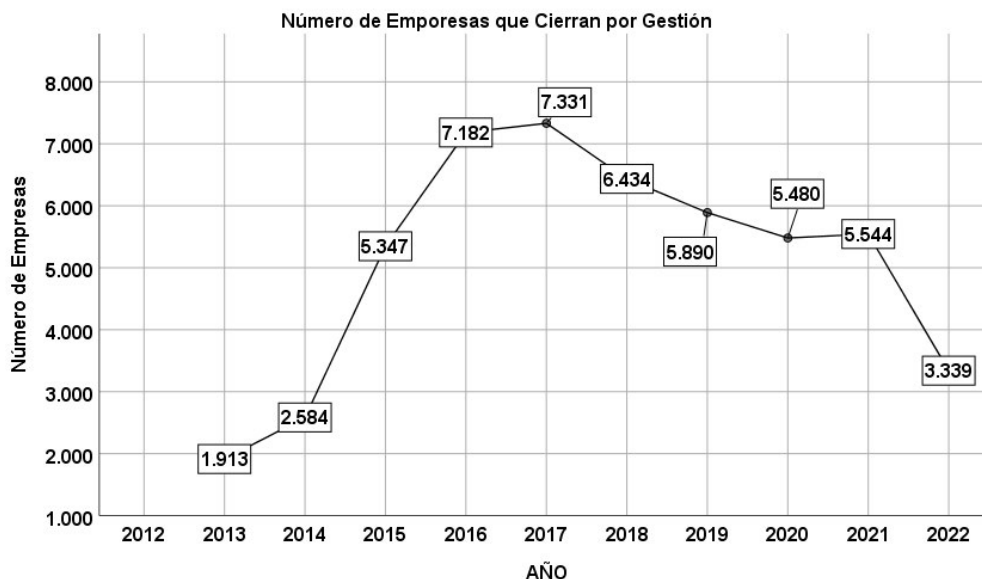
Fuente: Elaboración propia basado en Loza, 2020

En la Tabla 1 se muestra los obstáculos a los cuales se enfrentan los emprendedores por categoría. Dentro de los obstáculos económicos se consideran el financiamiento y el sistema impositivo; los obstáculos sociales incluyen la educación en emprendimiento, el mercado, y la tecnología; los obstáculos culturales abarcan los valores y comportamientos como ser la ética en el trabajo, y perseverancia; los obstáculos legales abarcan todas las formalidades para abrir un emprendimiento.

Si bien muchos emprendimientos logran materializarse, la mayoría de los emprendimientos no llegan a la etapa de crecimiento o consolidación, lo cual es necesario para generar empleo, mayor crecimiento y desarrollo económico. Si bien el emprendimiento de etapa inicial o semillero es importante, el crecimiento y consolidación es vital (Dalence, 2023).

Gráfico 1

Número de empresas que cierran por gestión en Bolivia



Fuente: Elaboración Propia con datos del SEPREC, 2023

En el Gráfico 1, se puede apreciar que el número de empresas que cierran por gestión aumento hasta el año 2017, en adelante el número fue disminuyendo, mostrando un aumento el 2020. El año 2021 solo 5.544 empresas cerraron y el 2022 solo 3.339.

Tabla 2

Edad de los Emprendedores en la Ciudad de La Paz

Edad y Género de Emprnededores

			¿Cuál es su género?		Total
			Hombre	Mujer	
¿Cuál es su rango de edad?	18 a 29 años	Recuento	112	157	269
		% dentro de ¿Cuál es su género?	64,4%	68,3%	66,6%
	30 a 39 años	Recuento	29	37	66
		% dentro de ¿Cuál es su género?	16,7%	16,1%	16,3%
	40 a 49 años	Recuento	17	24	41
		% dentro de ¿Cuál es su género?	9,8%	10,4%	10,1%
	50 años o más	Recuento	16	12	24
		% dentro de ¿Cuál es su género?	9,2%	5,2%	6,9%
	Total	Recuento	174	230	400
		% dentro de ¿Cuál es su género?	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de una encuesta aplicada a emprendedores, 2024

En la Tabla 2, se puede apreciar que los emprendedores en Bolivia en su mayoría son jóvenes entre 18 a 29 años. Los emprendedores en este rango de edad componen un 66.6% del total de los encuestados.

Tabla 3

Percepción en cuanto a pago de impuestos o aranceles por parte de los emprendedores de la ciudad de La Paz

Tabla cruzada ¿Cuál es su género?*Altos Impuestos y Aranceles

			Altos Impuestos y Aranceles		Total
			Difícil	Fácil	
¿Cuál es su género?	Hombre	Recuento	137	35	172
		% dentro de ¿Cuál es su género?	79,7%	20,3%	100,0%
	Mujer	Recuento	184	44	228
		% dentro de ¿Cuál es su género?	80,7%	19,3%	100,0%
Total	Recuento		321	79	400
	% dentro de ¿Cuál es su género?		80,3%	19,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de una encuesta aplicada a emprendedores, 2024

Uno de los obstáculos que es considerado como más difícil de sobrellevar por los emprendedores en la ciudad de La Paz son los impuestos y aranceles como se puede apreciar en la Tabla 3. Los ciudadanos deben realizar el pago de impuestos para que el Estado utilice estos ingresos en diferentes actividades. Estos impuestos muchas veces no son accesibles para los emprendedores y pagan un monto muy alto y también dedican mucho tiempo al llenado de formularios, recursos que podrían ser utilizados en el mismo emprendimiento.

El fin de cobrar impuestos es lograr mayor recaudación, pero no debería afectar el crecimiento del emprendimiento. Si hay más negocios y estos generan utilidades, las recaudaciones también serán mas altas. Sin embargo, si las empresas cierran o trabajan en la informalidad, esto afectara la recaudación por parte del Estado (Casparri, 2014).

Tabla 4

Percepción sobre la facilidad de obtener calidad de talento humano por emprendedores de la ciudad La Paz

Tabla cruzada ¿Cuál es su género?*			Obtener empleados con calidad de talento humano		Total
			Difícil	Fácil	
¿Cuál es su género?	Hombre	Recuento	126	46	172
		% dentro de ¿Cuál es su género?	73,3%	26,7%	100,0%
	Mujer	Recuento	161	67	228
		% dentro de ¿Cuál es su género?	70,6%	29,4%	100,0%
Total	Recuento		287	113	400
	% dentro de ¿Cuál es su género?		71,8%	28,2%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de una encuesta aplicada a emprendedores, 2024

En la Tabla 4, se puede apreciar que los emprendedores en la ciudad de La Paz tienen la percepción de que obtener calidad de talento humano es difícil, un 71,8% de los encuestados tienen esta percepción. Esto se debe principalmente a que es difícil conseguir consultores o asesores sobre estudios de mercado, plan de negocios, plan financiero, plan de marketing entre otros. Conseguir talento humano de calidad significa un reto o cuesta demasiado dinero.

Tabla 5

Percepción de los emprendedores en la ciudad de La Paz con respecto a los tramites en impuestos y el SEPREC

Tabla cruzada ¿Cuál es su género? * Trámites en Impuestos, SEPREC, Gobierno Autónomo Municipal

			Trámites en Impuestos, SEPREC, Gobierno Autónomo Municipal		Total
			Difícil	Fácil	
¿Cuál es su género?	Hombre	Recuento	124	48	172
		% dentro de ¿Cuál es su género?	72,1%	27,9%	100,0%
	Mujer	Recuento	171	57	228
		% dentro de ¿Cuál es su género?	75,0%	25,0%	100,0%
Total	Recuento		295	105	400
	% dentro de ¿Cuál es su género?		73,8%	26,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de una encuesta aplicada a emprendedores, 2024

En la Tabla 5, se puede apreciar que un 73,8% de los emprendedores en la ciudad de La Paz, considera que es difícil realizar los trámites para abrir una empresa. Estos trámites son registro en el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), registro en el Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC), adquisición de licencia de funcionamiento en el Gobierno Autónomo Municipal (GAM) y otros. Estos trámites pueden necesitar muchos días y varios documentos adicionales de acuerdo con la forma jurídica y el régimen de la empresa.

Tabla 6

Percepción de los emprendedores en la ciudad de La Paz con respecto al acceso a créditos

Tabla cruzada ¿Cuál es su género?* Acceso a créditos

			Acceso a créditos		Total
			Difícil	Fácil	
¿Cuál es su género?	Hombre	Recuento	103	69	172
		% dentro de ¿Cuál es su género?	59,9%	40,1%	100,0%
	Mujer	Recuento	155	73	228
		% dentro de ¿Cuál es su género?	68,0%	32,0%	100,0%
Total	Recuento		258	142	400
	% dentro de ¿Cuál es su género?		64,5%	35,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de una encuesta aplicada a emprendedores, 2024

En la Tabla 6, se puede observar que un 64,5% de los encuestados opina que obtener un crédito para emprendimiento es difícil. Los créditos otorgados a emprendedores requieren de años de antigüedad y de la presentación de estados financieros. Un emprendedor que quieren comenzar de cero, no tiene posibilidad de obtener un crédito. Solo le queda a este emprendedor utilizar sus ahorros propios o solicitar un préstamo a algún familiar.

Tabla 7

Percepción del emprendedor con respecto a la obtención de conocimiento para un mercado

Tabla cruzada ¿Cuál es su género?*Obtener Conocimiento del Mercado

			Obtener Conocimiento del Mercado		Total
			Difícil	Fácil	
¿Cuál es su género?	Hombre	Recuento	112	60	172
		% dentro de Obtener Conocimiento del Mercado	44,3%	40,8%	43,0%
	Mujer	Recuento	141	87	228
		% dentro de Obtener Conocimiento del Mercado	55,7%	59,2%	57,0%
Total	Recuento		253	147	400
	% dentro de Obtener Conocimiento del Mercado		100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de una encuesta aplicada a emprendedores, 2024

En la Tabla 7, se puede observar que entender el mercado puede resultar complicado, identificar un mercado con poca saturación y con posibilidad de crecimiento requiere de un análisis al igual que la segmentación de mercado, plan de negocios, plan financiero, y de marketing. Esto puede requerir realizar algún tipo de consultoría o asesoría para tener mejores posibilidades de éxito.

Tabla 8

Percepción del emprendedor en cuanto a mantener la perseverancia y constancia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Difícil	83	18,8	18,8	18,8
	Difícil	139	34,8	34,8	53,5
	Fácil	112	28,0	28,0	81,5
	Muy Fácil	66	16,5	16,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de una encuesta aplicada a emprendedores, 2024

En la Tabla 8, se puede observar que, de 400 encuestados, 18,8% opina que es muy difícil mantener la perseverancia y la constancia y 34,8% que es difícil. El emprendimiento suele ser como una montaña rusa, presenta altos y bajos. Las utilidades no se ven inmediatamente. Toma tiempo el poder generar beneficios.

Tabla 9

Percepción de los emprendedores para mantener un código de ética laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy difícil	5	1,3	1,3	1,3
	Difícil	203	50,7	50,7	52,0
	Fácil	152	38,0	38,0	90,0
	Muy Fácil	40	10,0	10,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de una encuesta aplicada a emprendedores, 2024

En la Tabla 9, se puede apreciar que un 1,3% opina que es muy difícil mantener ética laboral, y 50,7% opina que es difícil. Este puede estar vinculado a la alta informalidad

de la economía boliviana. Un 80% de la economía boliviana es considerada informal. Algunos trabajan en la formalidad, pero tratan de evadir el pago de impuestos y otro tipo de pago para aliviar los costos y gastos relacionados.

Tabla 10

Percepción del emprendedor para adaptarse a la tecnología

Tabla cruzada ¿Cuál es su género?*Adaptarse al uso de tecnología

			Adaptarse al uso de tecnología		Total
			Difícil	Fácil	
¿Cuál es su género?	Hombre	Recuento	79	93	172
		% dentro de ¿Cuál es su género?	45,9%	54,1%	100,0%
	Mujer	Recuento	110	118	228
		% dentro de ¿Cuál es su género?	48,2%	51,8%	100,0%
Total	Recuento		189	211	400
	% dentro de ¿Cuál es su género?		47,3%	52,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de una encuesta aplicada a emprendedores, 2024

Se puede observar en la Tabla 10 que un 47,3% de los encuestados opina que es difícil adaptarse a la tecnología. No se el obstáculo mas grande. Los emprendedores son jóvenes que usan la tecnología en su diario vivir. Ester porcentaje se puede vincular a la población mayor que no está acostumbrada a adaptarse a la evolución constante de la tecnología

Los obstáculos con mayores porcentajes en cuanto a dificultad para poder sobrellevarlos se presentan en la Tabla 10, si bien hay muchos más, estos son los que mas aquejan a los emprendedores de la ciudad de La Paz.

4. DISCUSION

Los obstáculos principales a los que se enfrentan los emprendedores son en su mayoría parte del ecosistema emprendedor. Si bien los emprendedores tienen el gran ímpetu de materializar sus emprendimientos y muchos de ellos logran hacerlo, hay muchos obstáculos que impiden su crecimiento.

Tabla 10

Obstáculos más grandes a los que se enfrentan los emprendedores en la ciudad de La Paz: porcentajes que opinan que es difícil sobrellevar este obstáculo

Categoría	Obstáculo Principal	% de Percepción
Económicos	Impuestos/aranceles	80%
	Acceso a Financiamiento	65%
Legales	Formalidad para Abrir una Empresa	74%
Sociales	Acceso o talento humano	72%
	Entendimiento del Mercado	65%
	Capacitaciones para emprendedores	78%
	Uso de la Tecnología	48%
Culturales	Perseverancia	53%
	Ética en el Trabajo	52%

Fuente: Elaboración propia a partir de una encuesta aplicada a emprendedores, 2024

El principal de todos es el tema impositivo. A través de las entrevistas que se llevaron a cabo se pudo determinar que muchos emprendedores tienen temor a la formalidad. Hay muchos de ellos que prefieren trabajar en la informalidad para evitar los pagos elevados correspondientes a impuestos.

En este contexto, la ética en el trabajo puede ser difícil de sobrellevar porque está vinculada a la formalidad de la empresa. Muchos escapan la formalidad por la carga que esto significa. No sorprende que casi el 80% de la economía en Bolivia sea informal. Sin embargo, se puede lograr un equilibrio, una situación de ganar-ganar. El Estado puede ganar si tiene impuestos accesibles; esto dará lugar a más empresas.

formales que contribuirán al desarrollo del país con el pago de sus impuestos y también el emprendedor gana al poder tener un emprendimiento duradero y saludable.

Al parecer, los países donde se tienen impuestos más accesibles resultan ser más favorables para los diferentes emprendedores. En este contexto, Arthur Laffer, un economista reconocido a nivel mundial hace referencia a la relación entre impuestos y recaudación. Los impuestos recaudados pueden ser más altos si los impuestos son más accesibles; esto será el resultado de mayor número de empresas y emprendimientos (Casparri, 2014).

Con respecto a las formalidades para abrir una empresa. En Bolivia, los trámites para poder lograr que un emprendimiento se vuelva realidad son abrumadores. Actualmente, se tiene realizar un registro de la empresa en el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC), Gobierno Autónomo Municipal (GAM), afiliación de los empleados a la Gestora de Pensiones, Afiliación de los empleados en una Caja de Salud, y registro de la empresa en el Ministerio de Trabajo. Una de las políticas para mejorar el ecosistema emprendedor, puede ser reducir estos trámites a unos pocos.

Otro aspecto que hay considerar son las capacitaciones para emprendedores. Hay muchos emprendedores que trabajan con pura intuición y no saben donde conseguir capacitación sobre segmentación de mercados, plan de negocios, plan financiero, estrategias de mercadotecnia y uso de tecnología.

Los emprendedores no saben dónde obtener asesoría en algunos puntos específicos; esta asesoría puede ser difícil de obtener. Si bien, algunas instituciones ofrecen asesoría en sus denominadas incubadoras de empresas, esto se hace para un número limitado. Adicionalmente, los avances tecnológicos en la última década son gigantescos. Las aplicaciones que se utilizan hoy en día facilitan las transacciones en todo el proceso; esto debe ser parte de las capacitaciones otorgadas.

El acceso a financiamiento es otro factor que se presenta como obstáculo. Muchos tienen ideas interesantes y también conocimientos, pero carece del capital inicial. Es difícil poder acceder a un crédito porque generalmente se necesita antigüedad de

funcionamiento y presentar los estados financieros como respaldo. En otras palabras, no existe créditos para emprendimientos iniciales; estos generalmente inician con ahorros propios o prestamos de familiares.

Captar clientes y tener ingresos generalmente no ocurre de la noche a la mañana. Toma tiempo y esfuerzo ver resultados positivos. El emprendedor debe demostrar perseverancia y tener paciencia. Muchas veces, también los ingresos que perciban dependerán de la situación económica del país. Cuando el país se encuentra con estabilidad económica los consumidores tienden a gastar mas y realizar mas compras. En situaciones adversas, los consumidores suelen realizar menos compras. El emprendedor tiene estar preparado para la montaña rusa del emprendimiento, altos y bajos, y afrontar esto con adaptabilidad y flexibilidad.

5. CONCLUSIONES

Los emprendedores en la ciudad de La Paz enfrentan muchos obstáculos en el proceso de sus emprendimientos. Dentro de los obstáculos mas grandes, se encuentra el tema impositivo. Para los emprendedores el tema impositivo es el obstáculo mas grande. Si bien algunas empresas ya se encuentran establecidas pro varios años y tienen una clientela e ingresos solidos cada mes, otros nuevos emprendedores recién están construyendo vínculos con su clientela. Otro aspecto para tomar en cuenta es que el sistema impositivo en muy coercitivo, en otras palabras, hay varias multas; esto puede desanimar a muchos a no entrar a la formalidad, y a los que trabajan en la formalidad a cerrar su emprendimiento.

El gobierno debe reformar o ajustar el sistema impositivo para dar paso al fortalecimiento del emprendimiento en la etapa inicial hasta que este pueda llegar a consolidarse. Si bien es obligación del ciudadano contribuir con el pago de los impuestos, no debe ser un aspecto que lleve al emprendedor a un punto de desmotivación.

Con respecto a los otros obstáculos, estos deben ser abordados con políticas acertadas para motivar el crecimiento de empresa y emprendimiento. Los trámites deben ser menos abrumadores, la capacitación y consultorías debe ser accesibles, y el financiamiento para el emprendimiento semillero debe estar presente.

REFERENCIAS

1. Casparri, T. (2014). La curva de Laffer y el Impuesto Inflacionario. Revista de Investigación Matemática Aplicada a la gestión y la economía. Año 1- Vol. 1
2. Dalence A. (1 de octubre de 2023). Ocho de cada diez empresas cierran antes de los dos años. La Razón.
3. Fundacion Mienio. 2021. Pocos impuestos, sencillos y fáciles de pagar. Informe Nacional de Coyuntura. Coy-473
4. Giraldo, J. (2019). Bolivia y México, los países con las tasas más altas de informalidad en América Latina. <https://www.larepublica.co/>
5. Global Entrepreneurship Monitor Report. (2014). Escuela de la Producción y la Competitividad, Universidad Católica Boliviana
6. Gonzales, Y. (2023). Factores Internos y Externos que Afectan el Desarrollo del Emprendimiento en Bolivia. Compas Empresarial. Vol. 14. No. 37
7. Loza, J. (2020). Factores que provocan el fracaso de emprendimientos en Bolivia. Schumpeter, J. (1976). Historia del Análisis Económico. Editorial Ariel.

ARTÍCULOS DE REFLEXIÓN

EL IMPACTO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS VENTAS: UN ANÁLISIS CRÍTICO DESDE EL MARKETING TRADICIONAL Y DIGITAL

THE IMPACT OF CUSTOMER SERVICE ON SALES: A CRITICAL ANALYSIS FROM TRADITIONAL AND DIGITAL MARKETING PERSPECTIVES

**Cristian Lima Guardia**Estudiante de Ingeniería Comercial
de la Universidad Privada del Valle**Compás**
EMPRESARIAL

Recibido: 01/05/2024 Revisado: 07/06/2025 Aceptado: 07/06/2025

Citar: Lima Guardia, C. F. ¿Cómo la atención al cliente afecta en un grado mayor a las ventas de una empresa? *Revista Compás Empresarial*, 16(40). p 82-95 <https://doi.org/10.52428/20758960.v16i40.1135>**Nota:** Los autores declaran no tener conflicto de intereses con respecto a esta publicación y se responsabilizan de contenido vertido.**Fuentes de financiamiento:** Esta investigación fue financiada con fondos de los autores.

RESUMEN

En este entorno actual, las ventas giran en torno a cómo es tratado el cliente en su proceso de compra, por lo que, si uno no tiene una buena experiencia dentro de esta acción, la empresa llega a incurrir en pérdidas hasta de más de 100.000 dólares. Esta ocasión ocurre mucho con la mayoría de las empresas, lo que lleva a un cliente perdido. De eso se trata esta investigación, de cómo una buena o mala experiencia con el cliente puede afectar en un grado mayor al esperado con los ingresos y cómo se puede atraer a nuevos clientes a través de las ventas y estrategias de marketing. Los resultados obtenidos respaldan la teoría de que, en la atención al cliente, el mismo espera recibir un buen trato de cordialidad, donde a partir de ese trato puede comenzar una relación con un cliente potencial, lo que equivale a mayores ventas.

Palabras Clave: Atención al cliente, ventas, experiencia del cliente, marketing digital, lealtad del cliente, capacitación del personal

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
Derechos de autor 2025 Cristian Lima Guardia

ABSTRACT

In this current environment, sales revolve around how the customer is treated during the purchasing process. Therefore, if a customer doesn't have a good experience during this process, the company can incur in losses of up to \$100,000. This happens frequently in most companies, leading to a lost customer. This is what this research is about: how a good or bad customer experience can impact revenue more than expected and how new customers can be attracted through sales and marketing strategies. The results support the theory that, in customer service, customers expect a cordial treatment, and from this treatment, a relationship with a potential customer can begin, which equates to increased sales.

Keywords: Customer service, sales, customer experience, digital marketing, customer loyalty, staff training

1. INTRODUCCIÓN

Hace tan solo algunos años, las empresas tenían el mando de todas sus operaciones, puesto que ellas eran las que ofrecían un producto al mercado para que los consumidores lo adquirieran, por lo cual el consumidor no podía expresarse sobre cómo se sentía con un producto o servicio una vez que terminó de consumirlo. Con el paso del tiempo, esa perspectiva fue cambiando. Como los consumidores no se sentían satisfechos con sus necesidades, empezaron de una u otra forma a comunicar esas inquietudes a las empresas que los vendían. Al ser una demanda alta de reclamos y sugerencias, las empresas empezaron a percatarse de que algo estaba mal con su producto. Y es ahí donde nace el estudio el comportamiento del consumidor.

Antes de proseguir, es importante repasar algunos conceptos clave que pueden servir como apoyo a este tema, porque la mención continua de cliente y consumidor puede llegar a tornarse confusa. He aquí algunas definiciones que explican brevemente este tipo de conceptos.

El hecho de traspasar el poder que la empresa tenía a los consumidores deja un gran cambio en la perspectiva del marketing. Si antes se enfocaba en establecer relaciones sólidas con los clientes, ahora se considera una función de parte de la administración de ventas. Esto quiere decir que ahora los consumidores son los que toman el mando, quieren satisfacerse en base a sus necesidades, a lo que la empresa no puede negar esos deseos, por lo que se ve obligada a cumplirlos (Kotler, P., Kartajaya H. y Setiawan I. 2017).

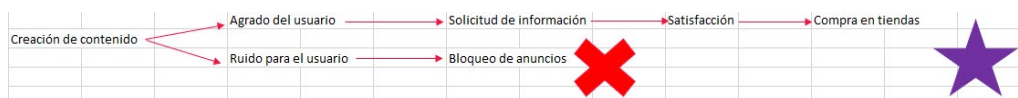
Estos importantes cambios afectan la manera cómo la gente piensa sobre los productos de una determinada empresa, dando lugar a no conformarse con lo primero que ven (como solía ser con el marketing tradicional). Hoy en día, con la continua implementación de dispositivos digitales es mucho más complejo llegar al consumidor final; puesto que este no está del todo convencido en adquirir un nuevo producto, las empresas luchan por conseguir un poco de atención de estos.

Fernando Macía confirma estos hechos al mencionar que las empresas, a través de distintos medios, luchan con acceder a la información de los clientes con tal de tener un poco de atención de parte de estos. Las empresas se basan en implementar estrategias de marketing que hacen llegar el contenido creado al público objetivo (Macía F., 2022).

Como ya se mencionó, la lucha por la atención causó un gran impacto en los medios sociales, tanto así que las empresas solo se enfocaron en crear más contenido para hacer llegar a los usuarios. Esta acción llegó a molestar en cierto modo a los consumidores y algunos instalaron bloqueadores de anuncios. Con esto, las empresas comenzaron a segmentar usuarios y darle mayor importancia al algoritmo que ofrecían las aplicaciones (redes sociales). Su implementación benefició tanto a las mismas empresas como a los usuarios, estableciendo así una relación entre usuarios y empresas (Macía F., 2022).

Este tipo de acciones afectan al comportamiento del consumidor. Como las empresas quieren incrementar sus ventas, debe existir un plan en el que el usuario se sienta satisfecho, para así poder visitar a la empresa. Si bien, los aspectos de lucha por la atención y la relación son de suma importancia a la hora de publicar contenido, la perspectiva del usuario puede llegar a ser negativa, ya que lo comprenden como un ruido dentro de la comunicación, incitándole a bloquear anuncios.

¿Cómo influye la creación de contenido digital con el cliente? Cuando al cliente le llega algo de su agrado, empieza a sentirse en confianza con la empresa, debido a lo que esta le está ofreciendo, sin posibilidades de engaño. Con este vínculo, las probabilidades de compra del cliente son mayores, dando como resultado una visita a la empresa de parte de este. He aquí una demostración gráfica de cómo funciona este vínculo:

Tabla 1**Creación de vínculo con el cliente**

Fuente: Elaboración Propia en base a Kotler, 2017

Para evitar confusiones en el desarrollo del presente estudio, se establece una distinción conceptual entre los términos “cliente” y “consumidor”. Según Kotler et al. (2017), el cliente es aquella persona que mantiene una relación transaccional recurrente con la empresa, mientras que el consumidor es un individuo que satisface una necesidad puntual, sin necesariamente establecer una relación sostenida.

En esta investigación, el perfil objetivo corresponde principalmente al consumidor digital, que accede a contenidos promocionales mediante redes sociales y puede convertirse en cliente según su experiencia y grado de satisfacción. Esta distinción es clave para comprender las variaciones en las estrategias de atención, ya que no es lo mismo atender a un consumidor ocasional que a un cliente leal o a un prospecto recurrente.

2. DESARROLLO

La atención al cliente partiendo desde lo tradicional y lo digital es muy variada, todo depende de qué tan buena experiencia desarrolló en el transcurso de estas. Las acciones de la empresa van a determinar si el cliente vuelve o no a la compañía.

Esta variación está muy relacionada con la empatía que se genera con los clientes, porque es de vital importancia que las empresas vean a los usuarios como seres humanos, en la cual se basarán para diseñar sus estrategias de contenido. Se entiende que a la mayoría de los usuarios no les gusta mucho que los saturen con demasiada publicidad, por lo que las compañías cuentan con un calendario de contenidos aplicado al tiempo que se publica cada contenido. Esto quiere decir que el segmento es clave para saber cuándo y cómo atacar a ciertas personas.

La complejidad sobre esta atención se basa en un estudio de publicidad y ventas formulada por Elmo Lewis, el cual habla de la fórmula AIDA (atención, interés, deseo y acción). Donde la modificación se basa en un embudo que ayuda a las empresas a llegar a un cliente potencial y saben que bajo esta imagen es la que van a trabajar.

Este modelo se conoce como las 4 A's (consciencia, actitud, actuar y actuar de nuevo). La teoría afirma que mientras más se adentra el cliente en el proceso, menos clientes desinteresados existirán (Kotler, P., Kartajaya H. y Setiawan I. 2017).

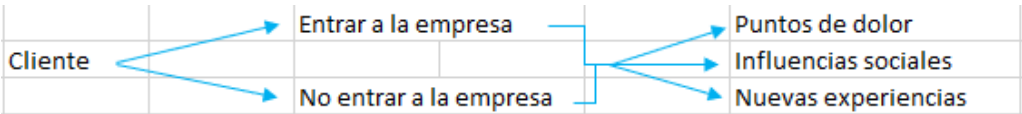
La confirmación de esta teoría en la práctica se debe a diferencias específicas que garantizan que el contenido que se está creando sea de agrado para el usuario. Esto quiere decir que las 4A's, al ser un punto de vista enfocado al cliente, las empresas deben adaptarse a ese pensamiento, pero sin afectar la filosofía organizacional, así como sus políticas. Solo así el alcance dará sus frutos.

Se sabe que a las personas les gusta que todo esté listo para ese momento cuando quiera y donde quiera, por lo que en este modelo radica un elemento muy importante que toman las empresas que es la accesibilidad. Esto puede llegar a confundirse con la plaza, pero en este caso se habla de las facilitaciones o ver qué tan accesible es el consumidor frente a un producto. En el caso de la plaza, pensando en los consumidores, cuando el negocio está disponible a la comodidad del usuario, está muy bien orientada al mercado.

La lealtad de los clientes acerca de comprar una marca o no, depende mucho de las influencias sociales que tiene en su entorno, tanto personas de confianza como personas que opinan de la marca. La toma de decisiones a la que los clientes se ven expuestos es muy indecisa, es decir, no saben si adquirir el producto o servicio en base a los comentarios (Kotler, P., Kartajaya H. y Setiawan I. 2017).

Dentro del mundo tradicional, los clientes tienen una base de compra que también influye con los comentarios ajenos que recibe, pero sí es muy distinto de la atención digital que puede llegar a recibir:

Tabla 2
Decisión del cliente



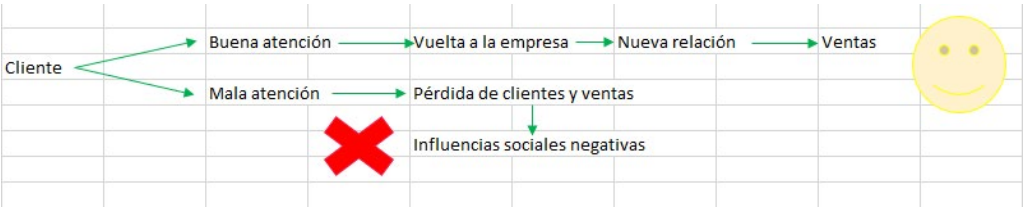
Fuente: Elaboración Propia en base a Kotler 2017

Los puntos de dolor y las nuevas experiencias son lo que puede ahuyentar al cliente, puesto que está iniciando un nuevo proceso de establecimiento de relación con otra

empresa; diferente a las cuales ya está acostumbrado. El que determina cuál va a ser el siguiente paso del cliente va a ser el personal que lo va a atender. En este caso existen dos posibles caminos a considerar:

Tabla 3

Decisión del cliente



Fuente: Elaboración Propia en base a Kotler, 2017

Si el personal no le brinda una expectativa agradable al cliente, por ende, las pérdidas son mayores por las reseñas que este dará al entorno. Ocurre lo contrario con el buen trato. Esto, como ya se mencionó, se da porque actualmente el cliente toma el control y el rumbo de las empresas, dependiendo su grado de satisfacción que cumplió.

De las dos maneras, el cliente automáticamente se convierte en una influencia ya sea positiva o negativa. Por eso las empresas se empeñan en conseguir capacitación a las imágenes del negocio, no por ofrecerles un buen trato a ellos, sino para que sepan lidiar con las variedades de clientes a las que se van a enfrentar.

Otro punto muy importante es el algoritmo que se tienen con la presencia de las redes sociales, donde los usuarios son muy exigentes con el tipo de contenido que desean ver, por lo que es muy sensible a los cambios inesperados de algoritmo, unos se lo pueden tomar para bien como existen otros que se lo podrían tomar para mal. Por lo que todo radica en los tipos de contenido que maneja la empresa, esto debe alinearse con el segmento ya establecido y usar componentes atractivos que aseguren su alcance. Tampoco se debe abusar de estas oportunidades porque pueden cansar al cliente y por ende, generará pérdidas tanto a corto como a largo plazo.

3. METODOLOGÍA

La metodología que esta investigación aplica es la investigación mixta. Este tipo de método se caracteriza por mezclar lo cuantitativo y lo cualitativo, es decir, se recopilan datos numéricos y se apoyan los resultados en base a las referencias bibliográficas, que es lo que se está poniendo en práctica en este artículo (Pineda E., Alvarado E. y Hernández F. 1986).

4. RESULTADOS

4.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objetivo de esta investigación corresponde a consumidores del sector retail en la ciudad de La Paz, durante el periodo 2023-2024. Se considera como universo estimado a todos aquellos individuos que hayan interactuado con servicios de atención al cliente dentro de dicho entorno urbano.

El criterio de inclusión para los participantes fue haber tenido al menos una experiencia de compra o interacción con atención al cliente en los últimos tres meses, ya sea en entornos físicos o digitales.

Se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a factores como la accesibilidad geográfica y la colaboración voluntaria de ciertos establecimientos. Este tipo de muestreo, si bien limita la generalización de los resultados, fue complementado con observaciones cualitativas para reforzar la validez del estudio, de acuerdo con las recomendaciones de Hernández-Sampieri et al. (2018).

La muestra final estuvo compuesta por 41 personas, a quienes se les aplicó una encuesta estructurada, diseñada para explorar la experiencia del cliente en entornos tradicionales y digitales.

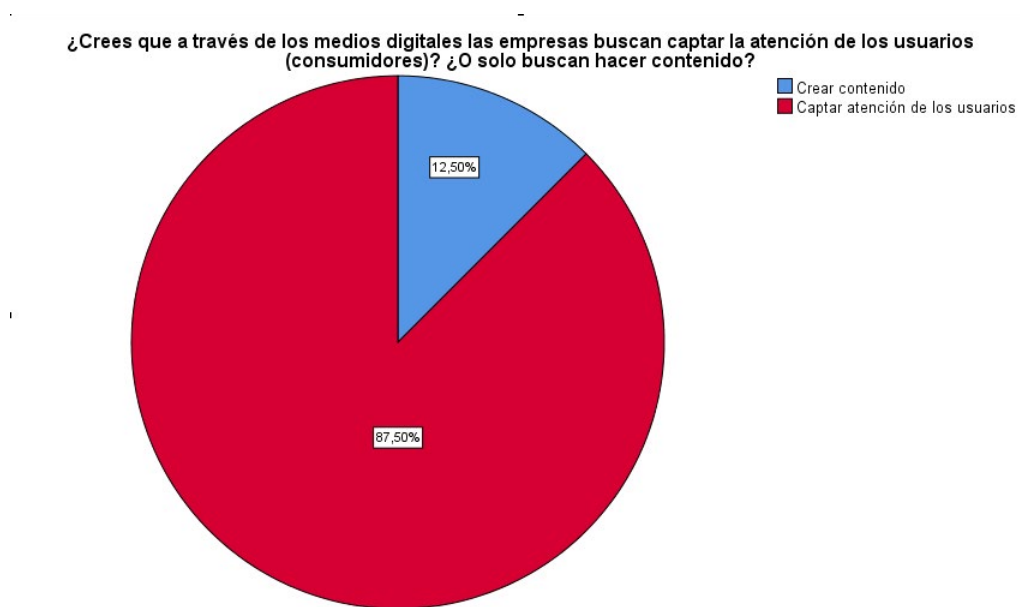
La metodología y muestreo implementados tienen como objeto la correcta afirmación de lo que se quiere plantear de los autores mencionados.

4.2 ANÁLISIS DE DATOS

Para sustentar estas teorías anteriormente mencionadas, se tomó una encuesta a la muestra de 41 personas, donde se recopiló todo tipo de información respecto a la experiencia que tuvieron en el servicio al cliente, partiendo desde la creación de

contenidos. Para ello, se contó con diferentes factores que involucran cómo es la atención frente a estas publicaciones, donde:

Se tiene el cómo las empresas hacen contenido para hacer llegar a sus clientes potenciales, en las que implementan diferentes estrategias para lograr captar su atención. Sin embargo, al tener un mercado saturado de anuncios, la gente se incita a bloquear esos anuncios porque piensan que solo publican por hacerlo, sin conocer el proceso de intentar captar la atención de los usuarios. En la encuesta, la muestra determinó que comprenden el hecho de atraer esa atención, pero no de la manera esperada:



Fuente: Elaboración Propia en base a encuesta

Si bien, el 87,50% respondió el atraer a los usuarios, lo más probable es que no lo hicieron empatizando con la empresa, debido a la lluvia de anuncios mencionada. Esto da lugar a que, como consumidores de contenido, los anuncios recaigan más en las redes sociales, tal y como lo dice la siguiente figura:

¿Cómo te enteras de los nuevos lanzamientos que las empresas hacen de sus nuevos productos?	
Redes Sociales	38
Correos electrónicos	2
Ventas directas	4
Pasando por la sucursal	10
Otros	3

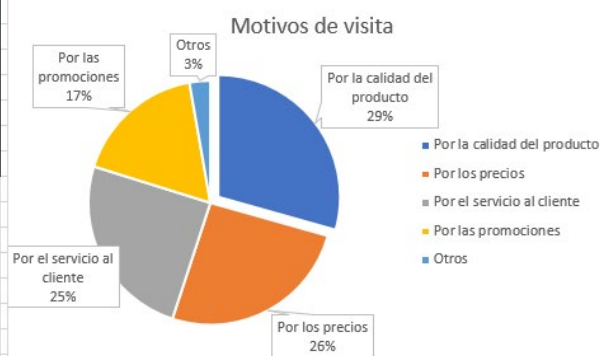


Fuente: Elaboración Propia en base a encuesta

En primer lugar, se analizó el cómo se enteran acerca de los nuevos lanzamientos de las empresas, donde las respuestas son variadas y se puede percibir el hecho de que muchas personas adoptan el papel de consumidor, se confirma este dato por la mayoría de respuestas con un 67% en redes sociales. Esto quiere decir que la mayoría de las personas se dejan llevar por lo que las empresas “asaltan” sus dispositivos, dando lugar a la saturación de anuncios.

Bajo este concepto, las empresas empiezan a dividir el segmento, volviéndolo más específico y llegando a un cliente potencial en el que se inspirará para el Buyer Person. Cuida mucho el aspecto de no generar incomodidad con el usuario.

¿Por qué razones visitarías continuamente una empresa?	
Por la calidad del producto	32
Por los precios	28
Por el servicio al cliente	27
Por las promociones	19
Otros	3



Fuente: Elaboración Propia en base a encuesta

En este caso, el motivo de visita varía mucho de cómo el cliente percibe a la marca, es decir, la experiencia vivida del mismo va a determinar el futuro de las ventas. En la encuesta realizada, estas ilusiones giran mucho en torno a la calidad del producto con un 29% de respuestas. Esta variable está muy sujeta a los otros factores, dando a entender que todos se relacionan mucho entre sí.

Este análisis da lugar a que cuando una empresa realiza un tipo de venta exitosa con el cliente, automáticamente se forma una relación que, si bien no es de confianza mutua, puede ser favorable para la empresa en el sentido de poder persuadirlo a que compre una vez más, brindándole las mismas expectativas iniciales que tenía el cliente e incluso mejorarlas, por lo que los encuestados dicen que:

Correlaciones			
		¿Consideras que la capacitación a los personales antes de atender un servicio al cliente es muy importante?	¿Estableces algún tipo de relación con la empresa después del buen servicio al cliente que te brindaron?
¿Consideras que la capacitación a los personales antes de atender un servicio al cliente es muy importante?	Correlación de Pearson	1	,320*
	Sig. (bilateral)		,044
	N	40	40
¿Estableces algún tipo de relación con la empresa después del buen servicio al cliente que te brindaron?	Correlación de Pearson	,320*	1
	Sig. (bilateral)	,044	
	N	40	40

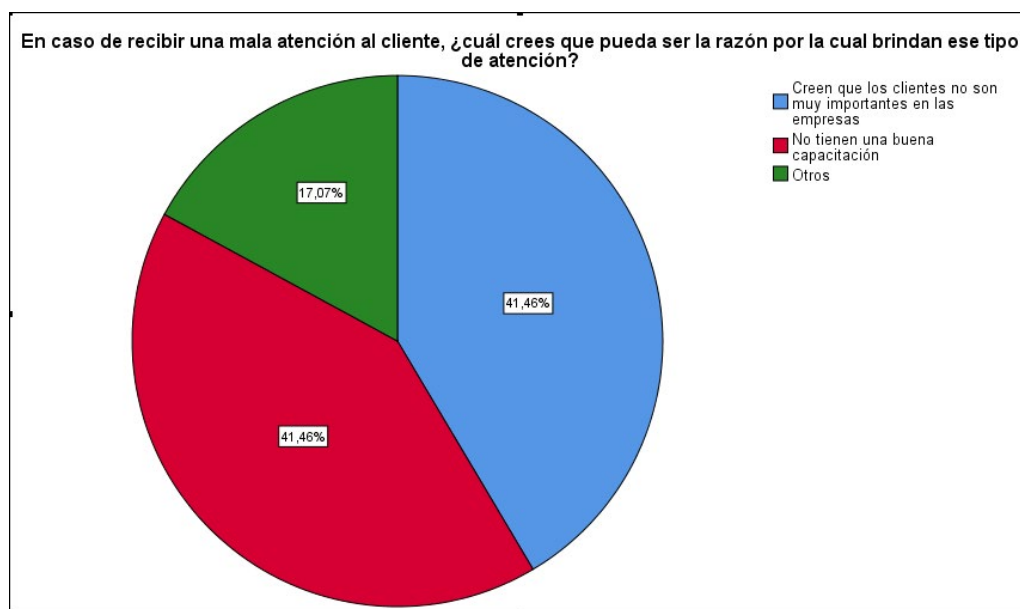
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia en base a encuesta

La capacitación y el servicio al cliente brindado tiene una correlación débil de 0,320; esto va de la mano con las expectativas iniciales ya mencionadas, porque como el

cliente no conoce a la empresa, está ingresando con una necesidad que la empresa deberá lidiar con cuidado de no ofenderlo. ¿Cómo lo hace? Simplemente comienza con brindar las buenas vibras que emana la imagen de la compañía. Si no se realizó una capacitación previa y el personal llega a molestar al cliente, se considera una venta perdida, la cual va a ser prácticamente imposible recuperarla. Incluso el mismo cliente no recomendará comprar en dicha empresa; todo por el mal trato que se le ofreció.

Es por eso que, pese a que se vea irrelevante, la relación que existe entre la capacitación, las expectativas y sobre todo la atención, siempre va a determinar el futuro de las ventas. Esto se confirma con el siguiente cuadro:



Fuente: Elaboración Propia en base a encuesta

De manera general, respecto a los datos obtenidos, el Gráfico No. 5 muestra que el 67% de los encuestados se entera de nuevos productos a través de redes sociales, mientras que el Gráfico No. 6 indica que un 29% basa su decisión de compra principalmente en la calidad del producto. Esta aparente discrepancia no implica una percepción negativa hacia la publicidad, sino que revela una brecha entre los canales de descubrimiento y los factores decisivos al momento de comprar. Se recomienda a las empresas alinear mejor el contenido digital con los atributos valorados por el consumidor para evitar una desconexión entre expectativa y realidad.

Por otro lado, los Gráficos No. 7 y 8 evidencian la importancia del trato personal. La correlación entre la capacitación del personal y la lealtad del cliente ($\rho = 0.32$) indica que una atención adecuada puede incidir directamente en la repetición de compra. Este hallazgo se relaciona con modelos como AIDA, que proponen que la acción del consumidor depende de experiencias previas positivas.

Se sugiere que la capacitación del personal se estandarice mediante protocolos enfocados en habilidades socioemocionales, tales como la escucha activa y la resolución de conflictos, tal como proponen Lovelock y Wirtz (2011).

5. CONCLUSIÓN

El hecho de entender cómo funcionan las estrategias de marketing y publicidad da lugar a un mundo de probabilidades que se presentan en la mente del consumidor y como las acciones que va tomando definen el futuro de las ventas de una empresa. Es justamente eso por lo que todo parte de elaborar un buen contenido a partir de un diseño exhaustivo de estrategias de marketing ya sea tradicional o digital que llame la atención de los usuarios y consumidores. Todo depende de qué tan bien esté estructurado esa lucha por la atención que las empresas quieren para su público objetivo. Puede marchar para bien como también puede fracasar.

No acaba ahí, porque si se llega a persuadir al observador, este sentirá curiosidad por la empresa y la visitará, ya sea de manera virtual o presencial. Por ende, desarrollará expectativas y necesidades que la empresa prevé para tratar de satisfacerlas. Como el segundo punto depende del personal que la empresa contrate para lidiar con estas ilusiones, le conviene brindar capacitación a estas imágenes empresariales que definirán por completo la rentabilidad y el posicionamiento de la compañía.

La relación que se presenta con estos dos puntos es muy extraña, porque ambos dependen mutuamente del otro (tanto contenidos como atención al cliente) para la maximización de los beneficios. Es decir, si uno no está correctamente elaborado, la empresa no verá ningún resultado positivo o negativo, todo será neutro.

Con esto, se puede decir que las ventas de una empresa dependen de ciertas características que ayudan a la misma a lograr alcanzar mayores beneficios. Estos son puntos clave empresariales que pueden garantizar el cumplimiento de objetivos. La determinación específica del segmento en la que se cuenta con una definición

exacta de a qué público se va a atacar. Una vez identificado, servirá como base para la elaboración efectiva de contenidos tradicionales y/o digitales que, en base a los diferentes objetivos de cada publicación, se podrán visualizar alcance y consultas. Para esta etapa, es de vital importancia tomar en cuenta a la calidad de los productos para obtener un cliente satisfecho.

Está claro que, para lograr esa satisfacción, se debe contar con un personal al que se le brindará motivación y capacitación de atención al cliente con cada consulta de cada publicación o contenido en el que se muestre el mínimo interés. Como a la empresa le importan las ventas, el personal tiene que contar con una excelente capacidad de persuasión hacia los clientes en la que se vea reflejado en ventas.

Considerando los resultados obtenidos y el papel determinante que juega la atención al cliente en la percepción de valor de una marca, se recomienda que las empresas no solo capaciten técnicamente a su personal, sino que desarrollen una cultura organizacional centrada en la experiencia del cliente. Esto implica integrar indicadores de empatía, escucha activa y resolución emocional dentro de sus evaluaciones internas, de forma que la atención se perciba no como una obligación operativa, sino como una ventaja competitiva sostenible.

Además, se sugiere que las marcas analicen de forma continua la retroalimentación de los usuarios en canales digitales, utilizando herramientas de escucha activa social para anticiparse a las expectativas del consumidor y adaptar sus estrategias tanto en contenido como en trato. Solo así podrá construirse una relación auténtica, duradera y rentable entre empresa y cliente.

BIBLIOGRAFÍA

1. De Keyser, A., & Kunz, W. H. (2024). "Human vs. AI: How customer service automation affects satisfaction". *Journal of Service Management*, 35(1), 78-102. <https://doi.org/10.1108/JOSM-05-2023-0191>
2. Homburg, C., et al. (2022). The role of digitalization in the customer experience journey". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(3), 511-535. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00830-x>
3. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
4. Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Servicios: Marketing, personas, tecnología y estrategia* (7a ed.). Pearson.
5. Macía, F. (2022). *Estrategias de marketing digital* (3a ed.). Ediciones Anaya Multimedia. <https://es.scribd.com/document/470417011/Estrategias-de-marketing-digital-Social-Media>
6. Merlos, E., Acosta, B., & Amaya, C. (s.f.). Manual de marketing digital para emprendedores. <https://infolibros.org/pdfview/manual-de-marketing-digital-para-emprendedores-enrique-merlos-beatriz-acosta-claudia-amaya-168/>
7. Pineda, E., Alvarado, E., & Hernández, F. (1986). *Metodología de la investigación* (3a ed.). Organización Panamericana de la Salud.
8. Suárez Rodríguez, O. (Coord.). (2020). Marketing digital y estrategias de negocios para el posicionamiento competitivo de las empresas. Editorial UTEG. <https://www.uteg.edu.ec/wp-content/uploads/2022/10/L4-2020.pdf>
9. Voorhees, C. M., et al. (2021). Service encounters, experiences and the customer journey: Defining the field and a call for future research". *Journal of Business Research*, 125, 196-214. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.037>
10. Zamora, A. (s.f.). *Marketing digital orientado a la experiencia de usuario*. <https://infolibros.org/pdfview/marketing-digital-orientado-a-la-experiencia-de-usuario-andrea-zamora-168/>

CARTA AL EDITOR**RADIO ONLINE: MEDIO DISRUPTIVO Y GLOBAL PARA LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN.**

En América Latina, la evolución de los medios de comunicación ha estado marcada por la expansión del internet y el auge de las plataformas digitales, transformando radicalmente la forma en que las sociedades acceden a la información y participan en la vida pública. En este contexto, la radio online ha emergido como un medio disruptivo, especialmente en el ámbito universitario, donde su accesibilidad, flexibilidad y capacidad para fomentar la participación hacen de ella una herramienta fundamental para la difusión cultural, educativa y comunitaria. En el caso de Bolivia, con una rica diversidad cultural y una historia de desigualdades en el acceso a la información, la radio online representa un enorme potencial para fortalecer el tejido social y académico.

En retrospectiva, la evolución de la radio tradicional, ese medio masivo que permitía llegar de manera directa a cada uno de los hogares en amplitud modulada (AM) o frecuencia modulada (FM). Hoy en perspectiva en su evolución online, representa una herramienta clave para la democratización de la comunicación, al permitir el acceso libre y sin fronteras a contenidos educativos, culturales e informativos. A diferencia de los medios tradicionales, este formato no está limitado por barreras geográficas ni por grandes inversiones tecnológicas, lo que permite que estudiantes, docentes y comunidades diversas puedan producir y consumir contenidos desde cualquier lugar. De esta manera, la radio online se convierte en una plataforma incluyente y horizontal, donde múltiples voces pueden ser escuchadas, promoviendo así una participación más equitativa en la creación del conocimiento y la difusión cultural.

Nuestro país, al igual que otras naciones latinoamericanas, enfrenta desafíos en términos de conectividad y acceso a medios masivos que lleguen a las áreas más alejadas o vulnerables. Sin embargo, la sociedad y sobre todo la comunidad universitaria ha comenzado a adaptarse al entorno digital, aprovechando plataformas como la radio online para cumplir con su misión de generar conocimiento, preservar la cultura y promover la participación activa de sus comunidades. En este sentido, y por la experiencia en Univalle Online Radio perteneciente a la carrera de Comunicación y Medios Digitales, este nuevo medio no solo actúa para difundir contenidos académicos, sino que también se convierte en un espacio dinámico para la construcción académica e identidad cultural. Con seguidores y radioescuchas en todo el mundo el impacto de Univalle online radio, es clave para la difusión y fomento de la cultura, la educación y los avances que realiza la Universidad del Valle desde el aporte académico para el

bien de la sociedad del mundo, explorando las características particulares del contexto boliviano, al tiempo que promueve la participación activa de estudiantes y docentes en un medio digital inclusivo y participativo.

El uso de piezas comunicacionales como los podcasts ha fortalecido este proceso de democratización. Los podcasts ofrecen flexibilidad en la producción y en el consumo del contenido, adaptándose a los tiempos y estilos de vida de los usuarios. Temas académicos, sociales, científicos y artísticos pueden ser abordados con profundidad y creatividad, permitiendo que estudiantes y docentes se expresen, debatan e informen desde una perspectiva propia, ampliando así el alcance del aprendizaje más allá del aula tradicional. Al ser fácilmente distribuibles por plataformas digitales, los podcasts fortalecen la educación continua y el acceso libre al conocimiento.

La radio online se está convirtiendo en una plataforma de co-creación. A través de chats en vivo, redes sociales y espacios colaborativos, los oyentes no solo escuchan, sino que participan activamente. Esto refuerza el sentido de comunidad, lo cual es esencial en contextos como radios universitarias, donde estudiantes y docentes crean juntos contenidos de valor. En prospectiva se avizora que la radio ira de la mano del video pódcast. Veremos cada vez más formatos mixtos o híbridos, transmisiones en plataformas digitales y redes sociales, y programas que se adaptan al formato podcast después de emitirse en vivo. Esto permite una vida útil más larga del contenido y una mayor conexión con audiencias jóvenes, acostumbradas a consumir contenido en plataformas como YouTube, Spotify, Twitch o TikTok y las nuevas plataformas emergentes.

Más allá de su función informativa, la radio online universitaria y en este caso Univalle online radio, tiene un rol formador: estimula el pensamiento crítico, la creatividad y la responsabilidad social. Su flexibilidad tecnológica la convierten en un medio inclusivo y accesible, ideal para promover una educación más democrática y colaborativa. Además, al combinar contenidos académicos, culturales y de entretenimiento, rompe con los moldes tradicionales y conecta con nuevas generaciones de manera auténtica y significativa.

Rodmi Rafael Portugal Mendoza

Orcid: <https://orcid.org/0009-0005-8802-0106>

Docente Tiempo Completo Comunicación y Medios Digitales

Encargado de Univalle online



SEDE CENTRAL COCHABAMBA

Campus Universitario Tiquipaya
c. Guillermina Martínez s/n
Telf: (591 – 4) 4318800

Torre Académica América

Av. América N°165 entre Túpac Amaru y Av. Libertador Bolívar
Telf: (591 – 4) 4150300

Edif. Polifuncional Ayacucho

Av. Ayacucho N°256
Telf: (591 – 4) 4150200

SEDE ACADÉMICA LA PAZ

Campus Miraflores
Av. Argentina N° 2083 esq. Nicaragua
Telf: (591 – 2) 2246725/6/7

SEDE ACADÉMICA SUCRE

Campus Las Delicias
Pasaje Guillermina de Ruiz N° 1 (Zona Bajo Delicias)
Telf: (591 – 4) 6441664

SEDE ACADÉMICA TRINIDAD

Campus El Gran Paitití
Av. Reyes s/n
Telf: (591 – 3) 4621238

SEDE ACADÉMICA SANTA CRUZ

Campus Eco Smart
Av. Banzer – Séptimo anillo y Av. Juan Pablo II