

ISSN: 2711-175X (En línea)
No. 7 de 2020 (III trimestre)
Boletín SIEA.
Santiago de Cali

SIEA SISTEMA INSTITUCIONAL DE
EVALUACIÓN DE LOS
APRENDIZAJES



BOLETÍN DEL SISTEMA INSTITUCIONAL DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

El Boletín del SIEA es un medio de divulgación de resultados de investigación, con periodicidad trimestral y está incluido en bases bibliográficas.

Editora

Sonia Cadena Castillo
Universidad Autónoma de Occidente
Colombia

Comité Editorial

Claudia Roldán Morales
Universidad Autónoma de Occidente
Colombia

Oswaldo Rodríguez Díaz
Universidad Autónoma de Occidente
Colombia

Dulfay Astrid González Jiménez
Universidad Autónoma de Occidente
Colombia

Fabio Jurado Valencia
Universidad Nacional de Colombia
Colombia

Daniel Bogoya Maldonado
Consultor Nacional e Internacional
Colombia

Autores: Héctor Orlando Valenzuela R., León Felipe Collazos, Jorge Enrique Garcés y Eduardo Castillo.

Ayoparon la realización del Boletín No. 7: Sonia Cadena, Dulfay A. González y Ruth Elizabeth Gutiérrez Monroy.

Diseño: Pablo Andrés Sánchez.

Página web: <https://sitios.uao.edu.co/docentes/siea-sistema-institucional-de-evaluacion-de-los-aprendizajes/boletin-siea/>

Presentación

El Sistema Institucional de Evaluación de los Aprendizajes -SIEA-, de la Universidad Autónoma de Occidente, desde su creación ha sido un movilizador de cambios pedagógicos, de estrategias para la equidad y de rutas de mejoramiento en la gestión educativa. En esta triada de aportes, la calidad de la educación superior se resignifica en clave de acciones académicas eficaces, pertinentes y oportunas. Por ello, este Boletín del SIEA No. 7 se focaliza en la evolución de dominios cognitivos, de acuerdo con la taxonomía SOLO, evidenciada por los estudiantes en las pruebas de entrada y de salida de la asignatura Fundamentos de Mercadeo, en los períodos académicos 2019-1 y 2019-3, buscando que, a partir de los resultados, los docentes que orientan el curso cualifiquen su ejercicio pedagógico y mantengan las buenas prácticas que favorecen la calidad de los procesos educativos.

Características de la asignatura

Fundamentos de Mercadeo se oferta a estudiantes de primer año de carrera de Mercadeo y Negocios Internacionales, Administración de Empresas y a los estudiantes del programa de Comunicación Social

– Periodismo¹. Curricularmente, el curso se asocia al área de formación básica profesional y contribuye, para el caso de Mercadeo y Negocios Internacionales, al desarrollo y/o fortalecimiento de competencias orientadas a establecer las necesidades del consumidor, detectar las oportunidades y riesgos en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales y a desarrollar acciones estratégicas integrales de producto, comunicación comercial, gestión de fuerzas de ventas y canales de distribución, que se articulan con los objetivos estratégicos de marketing.

Para el curso de Fundamentos de Mercadeo se proyectan 4 resultados de aprendizaje:

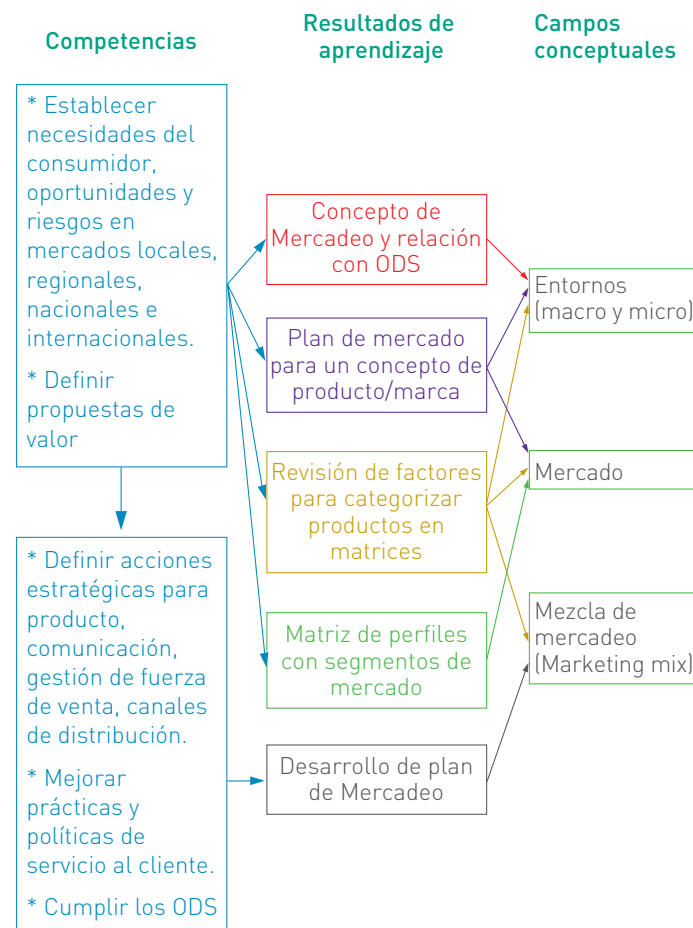
1. Explicar el concepto de mercadeo y su relación con los objetivos del desarrollo sostenible.
2. Aplicar el proceso de planeación estratégica de un plan de mercadeo, para una relación producto/mercado, mediante un diseño metodológico.
3. Formular, en una matriz, los diferentes perfiles de segmentos de mercado, indicando los factores críticos que los consumidores de una categoría consideran en su proceso de búsqueda, selección, compra y almacenamiento, y la demanda estimada de cada perfil.
4. Desarrollar un plan de mercadeo para un producto propio, definiendo de forma genérica objetivos, estrategias y planes de acción (con presupuesto).

Estos resultados de aprendizaje están alineados con el perfil de egreso, las competencias y los resultados de aprendizaje del programa de Mercadeo y Negocios Internacionales.

Para efectos del diseño del instrumento, estos resultados de aprendizaje dialogan con los campos conceptuales (expresados en la matriz de especificaciones), en tanto se relacionan con los entornos, el mercadeo y el marketing mix (Figura 1).

¹ Los estudiantes de Comunicación Social - Periodismo cursan la asignatura Fundamentos de Mercadeo en VIII semestre, pero no presentan la prueba mencionada en el presente Boletín.

Figura 1. Competencias, resultados de aprendizaje y campos conceptuales de la asignatura Fundamentos de Mercadeo



Fuente: Elaboración Propia

Campos conceptuales evaluados

El curso de Fundamentos de Mercadeo se estructura a partir de campos conceptuales, ejes temáticos y desempeños esperados, los cuales son tenidos en consideración en el diseño del instrumento. Como se observa en la figura 1, los tres campos conceptuales son: los entornos (macro y micro), mercado y mezcla de marketing. Ellos permiten proyectar las experiencias de aprendizaje en el marco de las cuales el estudiante despliega su potencial cognitivo para el análisis de problemas.

El entorno está constituido por el conjunto de situaciones que acontecen de forma dinámica en los

ambientes de mercadeo. El microentorno alude a la empresa, proveedores, canales de distribución, competidores, entre otros, que inciden en la relación y capacidad de atención a los clientes. El macroentorno alude a las fuerzas demográficas, económicas, tecnológicas, políticas, culturales, que inciden, como amenazas o como oportunidades en el microentorno, y ante las cuales las empresas responden de manera asertiva y actualizada.

El campo conceptual de mercado alude al conjunto de situaciones que presentan los compradores reales y potenciales de un producto o servicio, expresado en necesidades o deseos a los cuales se responde mediante relaciones de intercambio de valor y/o servicio. Los tipos de mercado son variados: de consumo, negocios, servicios, de meta, segmentación o posicionamiento.

Y el tercer campo conceptual de mezcla de marketing alude a las combinaciones de mercadeo, bien sea de producto, precio, promoción o distribución, además de las subtareas de desarrollo de producto, marca, comportamiento del consumidor, canales de distribución, entre otros, y su aplicación a una situación específica de mercado.

Instrumento

El diseño de los instrumentos del SIEA se realiza teniendo en consideración cuatro dominios cognitivos declarados en la taxonomía SOLO (Biggs y Collins, 1982), que corresponden a cuatro niveles de desempeño: uniestructural, multiestructural, relacional y abstracto ampliado (SIEA, 2016, p. 4) que, en la prueba, son llevados a contextos de aplicación.

Tabla 1. Matriz de especificaciones de Fundamentos de Mercadeo

Estructura de la taxonomía de los objetivos de aprendizaje observados - SOLO	Campos conceptuales			
	Dominios cognitivos	Entornos (Macro y Micro)	Mercado	Mezcla de Mercadeo (Marketing Mix)
	Uniestructural	Identifica los entornos de la organización.	Define el objeto y campo de estudio del mercadeo.	Reconoce variables de una mezcla de mercadeo.
	Multiestructural	Compara actores y variables del macro y micro entorno.	Describe las diferencias existentes entre diversos tipos de mercados.	Ejemplifica con claridad cada uno de los componentes de una mezcla de mercadeo.
	Relacional	Relaciona las variables que cargan desde los entornos con el accionar de la organización.	Integra los aspectos claves del mercadeo con sus diferentes campos de aplicación.	Conecta cada una de las variables de la mezcla de mercadeo con los objetivos estratégicos de Mercadeo.
	Abstracto ampliado	Justifica los efectos de las diversas variables de los entornos en la organización.	Esquematiza el impacto del mercadeo en consumidores, organizaciones y sociedad en general.	Explica el papel e importancia de la mezcla de mercadeo en el comportamiento del consumidor.

Fuente: Valenzuela, Collazos, Mejía, Prettel y Garcés (2020).

El diseño del instrumento es una construcción de los profesores que orientan la asignatura, quienes seleccionan contextos de orden local, global y social y estructuran ítems de selección múltiple con única respuesta. Con el banco de ítems y, de acuerdo con especificaciones de validez y confiabilidad, se arman bloques de 15 ítems que “cubren en forma plena la tabla de especificaciones, en términos de campos conceptuales, dominios cognitivos y composición de textos” (Bogoya, 2018). De acuerdo con las especificaciones de la prueba, se configuran cuadernillos de 30 ítems que se aplican en formato electrónico, durante la semana tres del periodo académico (como prueba de entrada) y, en la semana 15, como prueba de salida. Lo anterior permite contrastar los resultados y tener información fiable sobre los aportes del curso para la evolución cognitiva en un corto periodo como es el caso de un semestre académico.

La tabla 1 muestra la matriz de especificaciones que permite evidenciar la relación entre los dominios cognitivos y los campos conceptuales mencionados. Esta matriz ubica los dominios cognitivos por cada nivel y permite a los docentes, de acuerdo con los resultados, hacer análisis orientados a interrogarse por las variables intervinientes y las posibles alternativas para potenciar y/o mejorar los resultados académicos. No sin inquietarse permanentemente por la validez y confiabilidad de la prueba, lo cual convoca a ser prudentes respecto de la tentación de homogeneidad de los estudiantes, en cuanto a sus desempeños, a la vez que invita a desarrollar diversas rutas de aprendizaje, pues los grupos son heterogéneos en estilos de aprendizaje, motivaciones, trayectorias, expectativas e intereses.

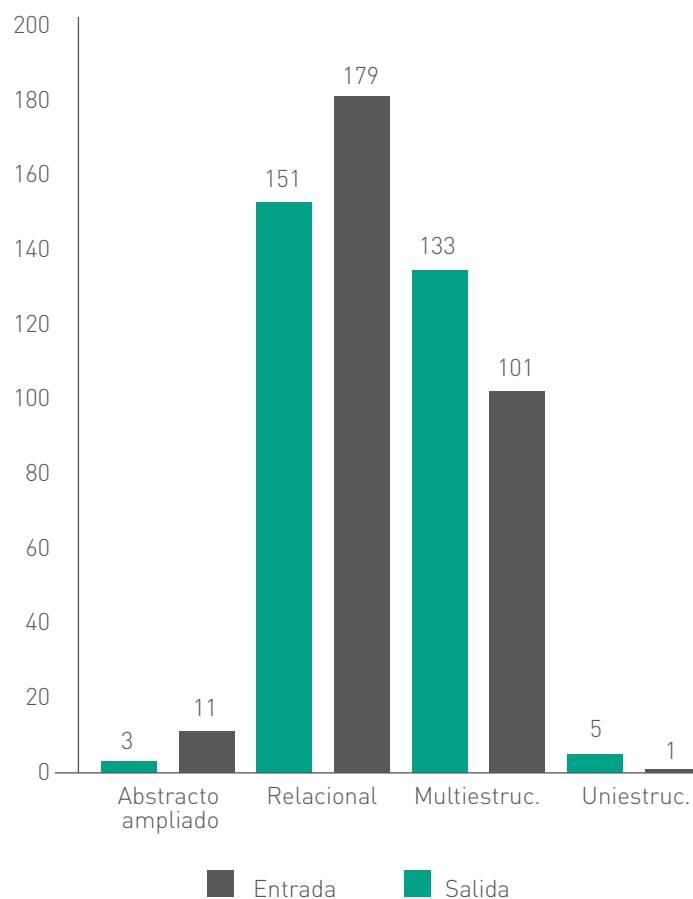
Población evaluada

En los periodos 2019-01 y 2019-03, un total de 292 y 126 estudiantes presentaron la prueba de entrada y de salida, respectivamente, en el curso de Fundamentos de Mercadeo. Dichos estudiantes se ubican en un rango de edad entre 16 y 24 años.

Resultados

Las figuras 2 y 3 permiten evidenciar que los dominios cognitivos que priman entre los estudiantes de Fundamentos de Mercadeo, tanto en la prueba de entrada como en la de salida, se ubican en los niveles relacional y multiestructural, para las cuatro aplicaciones.

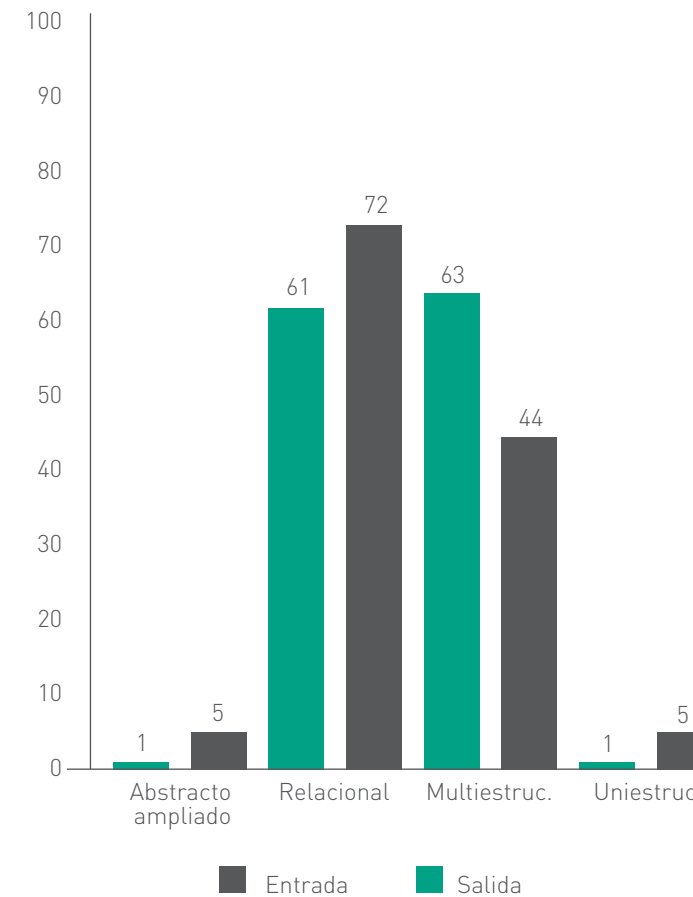
Figura 2. Resultados prueba de entrada y salida 2019-1



Fuente: Elaboración propia

En la figura 2 se puede observar que en el periodo 2019 – 1 aumentó el número de estudiantes con resultados en los niveles relacional y abstracto ampliado y hubo una disminución en los niveles multiestructural y uniestructural. Sin embargo, cuando se compararon los resultados individuales de entrada y salida, se observó que el 62% de los estudiantes mantuvo o mejoró el desempeño, mientras que un 38% lo disminuyó.

Figura 3. Resultados pruebas de entrada y salida 2019-3



Fuente: Elaboración propia

La figura 3 muestra que en el periodo 2019 – 3, al igual que en el periodo 2019-1, el número de estudiantes con resultados en los niveles relacional y abstracto ampliado se incrementó; pero, a diferencia del 2019-1, el nivel inferior, uniestructural, también acrecentó el número de estudiantes con ese desempeño en la prueba de salida. Aunque dicho resultado maneja cifras mínimas, permite reflexionar en torno a las variables que generan el retroceso de nivel, llamando al análisis sobre la dinámica de aula u otros factores que podrían incidir.

Cuando se comparan los resultados individuales de entrada y salida, se observa que el 63% de estudiantes mantuvo o mejoró el desempeño, mientras que el 37% lo disminuyó, resultados similares a los presentados en el periodo 2019-1. Lo cual resulta especialmente llamativo y lleva a pensar que podría



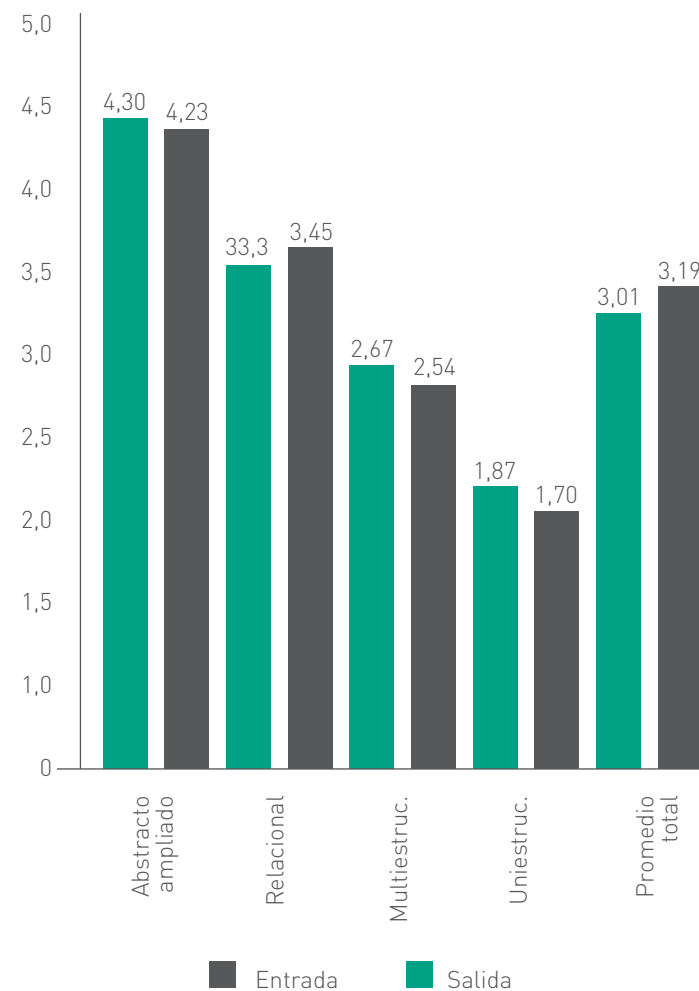
existir relación directa entre los resultados de la prueba y las actividades pedagógicas desarrolladas en aula. Es prioritario que los resultados sirvan de base para que el equipo docente ahonde en las señales que estos resultados podrían estar sugiriendo y se generen ajustes para el siguiente semestre, planteando indicadores concretos que permitan un seguimiento constante al proceso.

En ambos periodos, el porcentaje de estudiantes con mejoras en el desempeño es superior al 62%, lo cual es significativo y podría interpretarse como un efecto positivo del proceso de aprendizaje; sin embargo, se carece de evidencias para asociar esa mejora a prácticas pedagógicas concretas, lo cual se refuerza con la disminución en el desempeño de cerca del 38% de los evaluados. Así, pues, es necesario llevar a cabo procesos sostenidos de investigación educativa que permitan, con base en hipótesis concretas, observar qué variables han incidido para un logro en un grupo de estudiantes y una especie de involuación en otro grupo minoritario. Estudiar con objetividad las variables que inciden en esta inequidad resulta necesario, para plantear alternativas efectivas de intervención y evitar lo que en educación se llama el efecto Mateo².

En relación con la nota obtenida por los estudiantes, se realizó un análisis del promedio en los dos periodos evaluados, de acuerdo con los niveles de desempeño del 2019-01 y 2019-03, lo que permitió identificar, para cada uno de ellos, dónde hubo un aumento o disminución de la valoración lograda.

² Fenómeno sociológico que alude a la parábola de los talentos en la Biblia (Mateo, 25:29) y describe un modelo de las ventajas acumulativas de resultados educativos, creando una brecha creciente entre quienes -inicialmente- tienen más, y los que tienen menos.

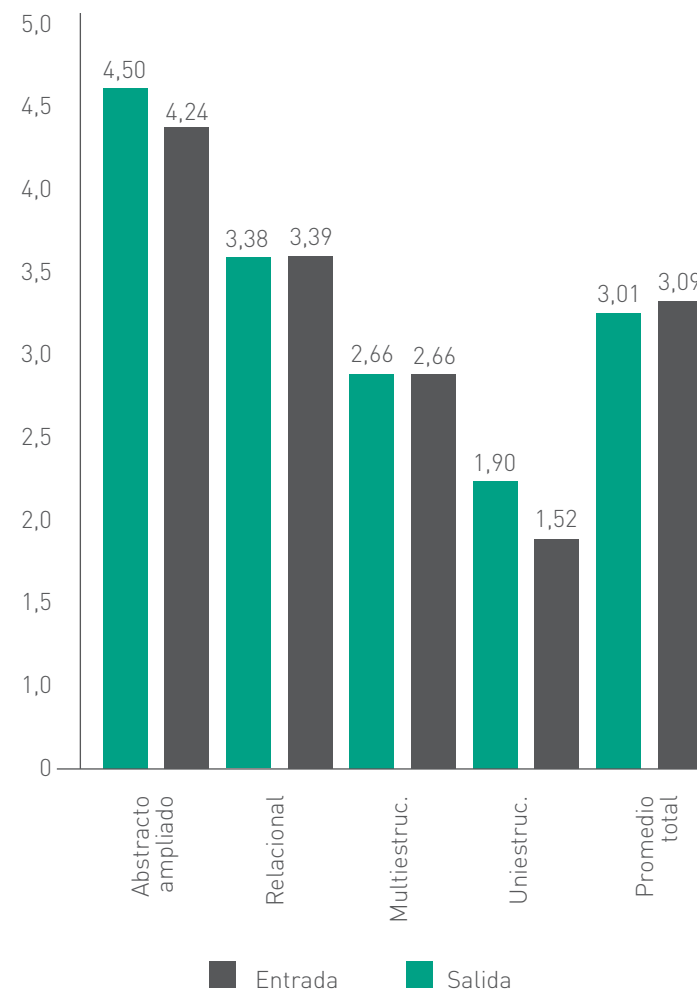
Figura 4. Resultados de notas promedio, por dominios cognitivos, pruebas de entrada y salida 2019 – 01.



Fuente: Elaboración propia

La figura 4 muestra que en el período 2019-01 hubo un aumento en el promedio total de la nota alcanzada, pasando de 3,01 a 3,19. Sin embargo, al analizar por nivel de desempeño, se observa que el aumento en la nota se presentó en el nivel relacional, significando que se presentó evolución del nivel cuantitativo hacia el primer nivel cualitativo de desempeño.

Figura 5. Resultados de notas promedio, por dominios cognitivos, pruebas de entrada y salida 2019 – 03.



Fuente: Elaboración propia

En la figura 5 se puede observar que en el semestre 2019-03 hubo un aumento en el promedio total de la nota alcanzada, pasando de 3,01 a 3,09. Sin embargo, al analizar por nivel de desempeño se observa que, al igual que en el período 2019-1, el aumento se presentó en el nivel relacional mientras que en el nivel multiestructural, se mantuvo la nota promedio en los dos momentos de la prueba.

Esta situación, la cual es objeto de reflexión y análisis por parte del equipo del área, permite ubicar algunas hipótesis acerca de factores asociados al aprendizaje, brechas de género, efectividad de estrategias pedagógicas, entre otros, además de profundizar sobre aspectos motivacionales, de hábitos de estudio y satisfacción

en el estudiante, que inciden en el rendimiento y eficacia académica, sosteniendo la aspiración de evolución hacia los niveles de desempeño relacional y abstracto ampliado y de comprensión sobre las posibles causas de las "aparentes" involuciones.

Investigaciones de aula de diverso alcance, exploraciones a lo largo proceso académico en el semestre, diálogo y acompañamiento con consejeros académicos y con asesores, indagación muestral con estudiantes que estén ubicados en grupos heterogéneos, son algunas de las posibilidades para atender -en una primera fase- las variables que afectan o posibilitan la movilidad de los estudiantes entre los diferentes dominios cognitivos que se miden a través de la prueba.

Conclusiones

Algunos de los análisis de las pruebas de entrada permiten insistir en la conveniencia de una línea de investigación sobre procesos de aula, que acontecen de manera simultánea a la implementación de los cursos. Esta línea constituye una prioridad en vista del fuerte desarrollo de la multimodalidad en la UAO, en la cual las dinámicas de mediación y la duración de los periodos académicos se transforman de manera sustancial.

La metacognición oportuna en el oficio docente y los procesos de sistematización de experiencias de aula permitirían ver con detalle un conjunto de variables asociadas a los logros educativos; cuando ellos acontecen como procesos investigativos, minimizan las atribuciones mágicas o eficientistas de lo que ocurre en materia de aprendizaje, y dejan entrever que aquello que acontece en medio de complejas e intencionadas relaciones educativas, a través de interacciones materiales, simbólicas, de oferta de contenidos, de procesos intersubjetivos, de moldeamientos desde caminos instruccionales, entre otros, es todo un universo que hay que develar y conectar para toma de decisiones acertadas acerca de lo que se quiere mejorar y para que se quiere mejorar.

A ello se suma la necesidad de redefinir o reorientar los procesos de cualificación docente y las asesorías académicas, manteniendo lo que ha sido efectivo, pero ante todo focalizando la oferta hacia necesidades específicas de los programas y grupos en lugar de hacerlo desde la masificación o estandarización que encubre lo singular.

El contraste entre las pruebas de entrada y de salida, en los períodos elegidos, permite afirmar que el 62% de los estudiantes que presentaron las pruebas evoluciona de un nivel a otro, especialmente al pasar del nivel multiestructural al relacional, lo que permite tener algunas evidencias del impacto de procesos pedagógicos y de lo que sumado a otras experiencias de la vida universitaria aporta al cumplimiento de los logros de aprendizaje en una población heterogénea y con historias y trayectos de aprendizaje diversos.

A su vez, los resultados permiten observar que el 38% de los estudiantes que presentaron las pruebas de salida no se mantuvieron en el nivel de las pruebas de entrada. Las gráficas No. 4 y No. 5 evidencian una involución, que alerta sobre una posible brecha educativa de la cual hay que ocuparse tanto a nivel pedagógico como a nivel de investigación. Algunas de las iniciativas para atender la situación han sido la revisión de los desempeños académicos en otras asignaturas, la revisión del comportamiento en otras cohortes, la inquietud por la edad, estrato socioeconómico, capital cultural, motivación y satisfacción en la carrera, entre otros.

El Sistema Institucional de Evaluación de los Aprendizajes -SIEA- ofrece una radiografía parcial y focalizada acerca del rendimiento educativo, a la vez que da pistas para procesos de investigación educativa que ayuden a superar lo que se podrían llamar los activismos educativos, ofreciendo información válida y confiable para reenfoque de las asesorías pedagógicas y ofertar procesos de formación docente orientados al afrontamiento efectivo de la inequidad, la heterogeneidad en las formas de aprendizaje y el aprendizaje colaborativo, entre otros.

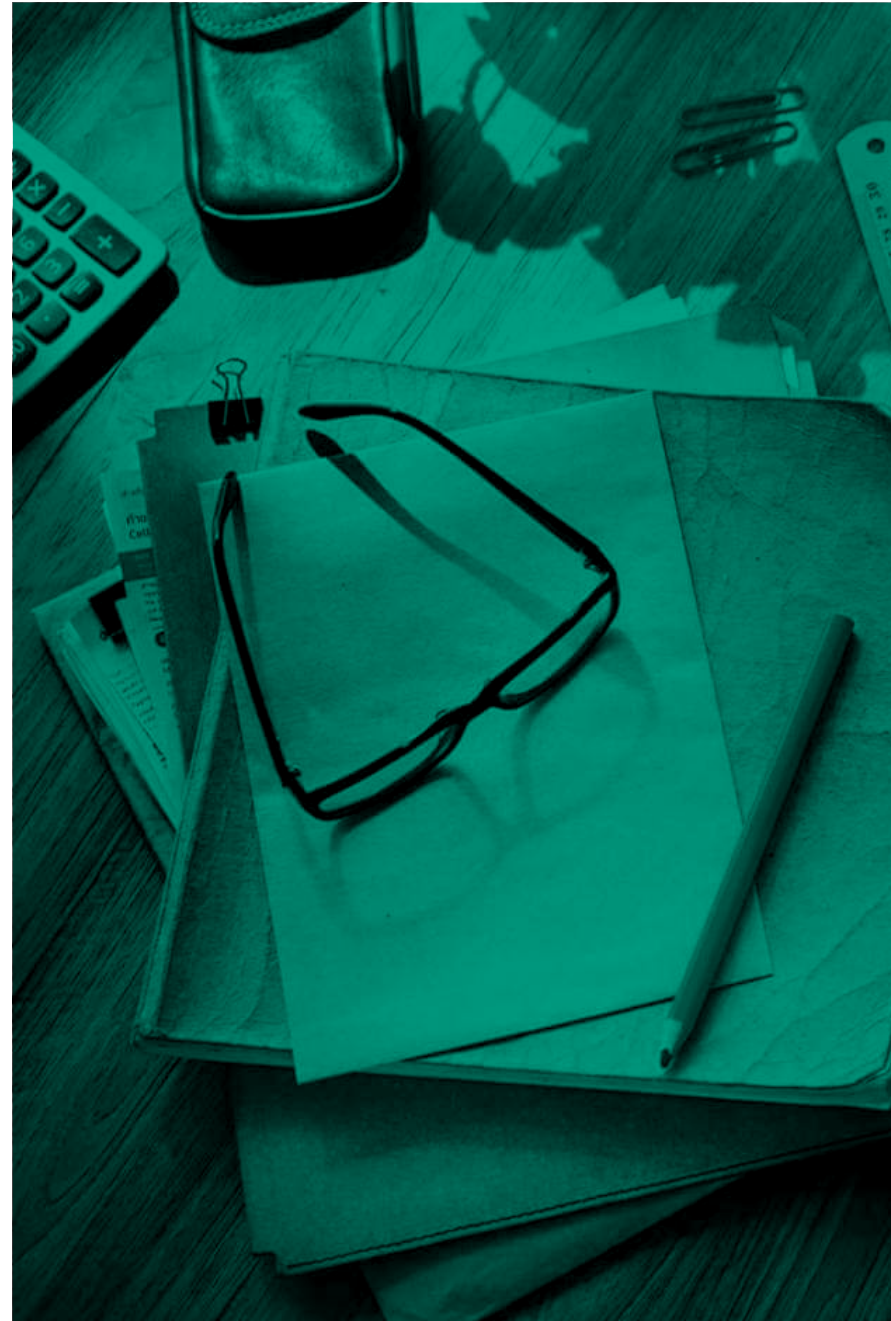
Recomendaciones

Realizar y promover investigaciones -especialmente cualitativas- sobre problemáticas puntuales, con uso de instrumentos tales como entrevistas y grupos focales con estudiantes y profesores, podría aportar información de primera mano acerca de circunstancias asociadas al proceso educativo en la asignatura, en el periodo académico y en la vivencia de la experiencia universitaria. El sujeto que aprende tiene una historia, una trayectoria compleja, dinámica y desafiante que lo enfrenta diariamente a todo lo que implica la vida universitaria, a nivel de tiempos, demandas académicas, responsabilidades, aspiraciones, además de las expectativas propias de la edad. A ello se suma el universo de interacciones e intercambios simbólicos que lo desafían cognitivamente y afectivamente, que al desentrañarlos y cruzarlos con variables de rendimiento pueden ayudar a atender de forma oportuna y eficiente lo que incide en metas educativas.

El SIEA tiene una gran oportunidad para ampliarse a otros cursos, a diferentes modalidades y momentos de la formación, que permitan ver la evolución de los aprendizajes, a través de la carrera. El uso de los instrumentos del SIEA en otros cursos ayudaría a construir un panorama amplio y sistémico, a la vez que permitiría ubicar desarrollos y buenas prácticas que podrían ser transferibles.

Para consolidar la cultura de mejoramiento permanente en el aprendizaje, es deseable generar espacios de reflexión sostenidos y de producción escritural sobre las prácticas de aprendizaje, apuestas pedagógicas, diversificación de prácticas evaluativas, ajustadas a nuestros tiempos, convergentes con las multimodalidades por las cuales está optando la Universidad, y acordes con las generaciones que demandan los servicios educativos de la UAO, que -en una alta proporción- son de corta edad en comparación con la edad promedio de las cohortes que se graduaron a finales del siglo XX.

Finalmente, es recomendable que el diseño de actividades de aprendizaje y de evaluación en el aula



dialogue de manera constante con los resultados que ofrece la prueba de entrada, puesto que, obrando casi como prueba diagnóstica, se obtiene información válida y confiable, que incluso redimensiona los resultados de aprendizaje previamente perfilados y genera un horizonte de posibilidades para la diversidad pedagógica y para la integración con los otros espacios de aprendizaje institucionales.

Referencias

Biggs, J. B., & Collis, K. F. (1982). Evaluation the quality of learning: the SOLO taxonomy (structure of the observed learning outcome). Academic Press.
Bogoya M., Daniel. (2018). Arquitectura y prospectiva Sistema Institucional de Evaluación del Aprendizaje. Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali. Colombia.
Universidad Autónoma de Occidente. (2016). Sistema Institucional de Evaluación de los Aprendizajes – SIEA. Vicerrectoría Académica. Centro de Desarrollo Académico. Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia.
Valenzuela, H. O.; Collazos, L. F.; Mejía, M. I.; Prettel, G. y Garcés, J. E. (2020). Marco conceptual Enfoques y estructura de la prueba de Fundamentos de Mercadeo. Departamento de Mercadeo. Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia.



Consulte en línea nuestros números anteriores en: https://sitios.uao.edu.co/docentes/boletines-siea

