



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA Y LA CAPACITACION EN LINEA PARA
EMPLEADOS BANCARIOS.

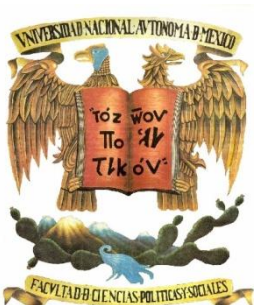
TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A

Mercedes Vargas Sánchez

ASESORA DE TESINA

Doctora: Nedelia Antigua Trujillo



Ciudad Universitaria

2014

1



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Introducción	3
Capítulo 1	
Comunicación y educación	10
1.1 Antecedentes del estudio de la comunicación	11
1.2 El proceso de la comunicación humana	15
1.3 La comunicación educativa	21
1.4 Educación y andragogía	28
Capítulo 2	
La capacitación laboral	33
2.1 Definición y características de la capacitación	34
2.2 La capacitación como proceso de comunicación	37
2.3 Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la capacitación	40
2.4 Competencias laborales	44
Capítulo 3	
La capacitación en las Instituciones bancarias: permanente, en línea y a distancia	46
3.1 La capacitación y el desarrollo en las organizaciones	47
3.2 El contexto de las Instituciones bancarias en México	51
3.3 Capacitación “tradicional”	57
3.4 Capacitación permanente, en línea y a distancia	59

Capitulo 4

**Propuesta de un programa de comunicación educativa para la capacitación
de empleados bancarios** 66

Conclusiones 77

Fuentes de consulta 80

Introducción

Si bien en muchos casos la carrera de Ciencias de la Comunicación se orienta al ejercicio profesional del periodismo, de la comunicación organizacional, publicidad, producción o comunicación política, lo cierto es que en el campo laboral surgen otras oportunidades para el comunicólogo.

Hoy día se gestan grandes transformaciones sociales, entre ellas el modo de ver y practicar la capacitación en las organizaciones. Estamos inmersos en la globalización, donde existe una interdependencia de las regiones, el desarrollo y la difusión de la tecnología impactan sobre la formación profesional; la comunicación y las tecnologías de la información juegan un papel fundamental ya que se gestan nuevas formas de adquirir y proveer información.

Es un hecho que la formación universitaria brinda la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en la práctica profesional; conjugar lo aprendido sobre la comunicación humana, la comunicación educativa y la capacitación permanente, mediante la modalidad en línea y a distancia, de personal operativo que labora en las instituciones bancarias de México.

En este sentido, la capacitación en línea y a distancia es una realidad poco conocida, documentada y estudiada; por lo que me interesa, no solo, aportar elementos importantes sobre el particular, sino enriquecer la investigación en torno a la comunicación educativa, ya que es un tema que no ha sido ampliamente explorado.

En la capacitación en línea y a distancia, las técnicas, la tecnología de la información y la comunicación son los espacios de mediación instruccional; ya que se presenta una transformación en la formación y la capacitación, sobre todo en su percepción tradicional.

Es indudable que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son agentes de cambio en el contexto de la capacitación para el trabajo, porque surgen nuevas oportunidades gracias a las innovaciones en el campo formativo y educativo, ya que se amplía el panorama en torno a la capacitación a distancia.

Surge la necesidad de identificar: ¿Cómo suceden los procesos comunicativos en las aulas virtuales de una organización?, ¿Cómo interactúan los instructores-capacitadores, los medios, los contenidos y los empleados? Considero que es importante conocer y describir el proceso de comunicación que se realiza a través de los espacios electrónicos de capacitación. Y esto nos lleva a otras interrogantes, ¿Qué modalidades de capacitación existen en las instituciones bancarias?, ¿Cómo vincular al personal de la Institución bancaria con los objetivos inmediatos de la organización?, ¿Es posible proponer un programa de comunicación educativa para la capacitación en línea de los empleados bancarios?

Éste es el planteamiento del presente trabajo, el cual pretende ubicar la importancia de la comunicación educativa en la capacitación, ya que el tema no es exclusivo de instructores, psicólogos organizacionales, especialistas en recursos humanos, e inclusive de los comunicólogos organizacionales; pues por su valor como pilar en el desarrollo profesional a cualquier nivel, involucra a todos, además de formar parte de mi experiencia profesional en la capacitación a empleados de una institución bancaria.

Al respecto Francisco Sierra¹, investigador de la comunicación educativa, hace una anotación:

La creciente importancia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo de la cultura y la progresiva dependencia del sector educativo respecto a los programas y políticas de comunicación convierten hoy en prioritaria la investigación en materia

“_____”

¹ Francisco Sierra, *Introducción a la teoría de la comunicación educativa*, Sevilla, MAD, Colección Universitaria Ciencias de la Información, 2000, p. 17.

de Comunicación Educativa, para el análisis e implementación de las estrategias educomunicacionales de modernización de los sistemas formales de enseñanza y aprendizaje. El estudio de los modelos de comunicación con, a través, en y sobre los medios y tecnologías de la información como nuevas máquinas de aprendizaje constituyen el centro nuclear de las transformaciones educativas contemporáneas.

Es un tema de investigación interesante, debido a que no se ha abordado su estructura, problemática, alcances y limitaciones; y es importante conocer que tan eficaz ha sido el desempeño de las herramientas utilizadas (plataformas, internet, software).

Cabe señalar que los resultados permitirán mejorar la experiencia de esta modalidad así como revisar los campos de oportunidad con el fin de lograr un desempeño eficiente de los involucrados.

De hecho la capacitación en línea y a distancia se vislumbra como una estrategia para el desarrollo de las organizaciones. La creación de aulas tradicionales es cada vez más difícil porque la infraestructura tiene un alto costo, por ello urge crear y trabajar en nuevos espacios instruccionales, los cuales abren posibilidades de desarrollo. Capacitar hoy por medios “convencionales” tradicionales a todos los empleados de una Institución bancaria es prácticamente inviable. No se cuenta con la suficiente cantidad de aulas tradicionales, no hay recursos económicos, instructores, capacitadores, administrativos y operativos.

Afortunadamente la capacitación presencial ya no es la única alternativa, ya se cuenta con otras opciones como el espacio virtual. Aunque la incorporación de algún recurso tecnológico (plataforma, internet, software) no basta por sí mismo para lograr los objetivos de capacitación; son de suma importancia las relaciones comunicativas que se desarrollan en éstos ambientes.

De ahí la importancia de la comunicación educativa que contempla varios conceptos del proceso de enseñanza-aprendizaje.

La Comunicación Educativa se concibe, en resumen, como una nueva perspectiva científica cuyo término prefigura el campo académico de investigación orientado al estudio teórico-metodológico y práctico de los procesos de producción, transmisión, procesamiento y adquisición de información en tanto que proceso de aprendizaje, entendiendo por educación la dinámica cultural de conocimiento práctico-reflexivo de los sujetos, a través de la infinidad de canales sociales, desde el nivel interpersonal al ámbito masivo, en la educación formal, no formal e informal.²

En tanto, la capacitación en línea y a distancia ha permitido que las grandes empresas puedan mantener el nivel de formación requerido para puestos operativos en el mundo contemporáneo, al posibilitar que cualquier empleado, en cualquier parte del mundo pueda acceder sistemáticamente al conocimiento de un modo orientado a través del uso de la red.

Una condición indispensable al hablar de capacitación en línea es la autoevaluación, lo que significa la autonomía, el compromiso y la madurez para tomar un curso en esta modalidad; el empleado debe hacer una introspección y preguntarse si sabe o no, si aprendió o no, tiene una necesidad inmediata de autodisciplina; además de fortalecer sus competencias laborales. Es decir, “el conjunto de conocimientos, habilidades y capacidades requeridas para desempeñar exitosamente un puesto de trabajo; en otras palabras, expresar el saber, el hacer y el saber hacer de un puesto laboral.”³.

Debemos destacar la importancia de la comunicación educativa dentro de una organización como parte medular de la capacitación y procesos operativos, ya que su misión consiste en formar profesionalmente al personal, de tal manera que esté en posibilidad de apoyar el alcance de los objetivos organizacionales que le proporcionan a la capacitación su razón de existir.

“_____”

²*Idem*, p. 45.

³ Jerónimo Colín García, *La capacitación creativa para las empresas de venta directa en México*, México, Tesina, FCPyS, UNAM, 2013. p. 46.

La empresa y la comunicación o mejor dicho la comunicación organizacional como punta de lanza para tener una imagen corporativa fiel, establecer vínculos, establecer las reglas, para conseguir un fin común, es decir, ganar-ganar.

Harry Levinson sostuvo que cerca del 90 % de los individuos que trabajan lo hacen dentro de una organización convenientemente establecida, ya sea comercial, de salud pública, bancaria, educativa, religiosa o cívica. Y considera a las organizaciones como sistemas vivos y abiertos en los que fluye constantemente la información interpersonal. En tal contexto, no cabe duda sobre la importancia de los sistemas comunicativos dentro de una organización para obtener mayores posibilidades de desarrollo personal y grupal.⁴

En tanto el sistema bancario mexicano actualmente ha presentado cambios en sus estructuras, derivado de diversos movimientos tales como reestructuras y consolidaciones, fusiones y compras. Al ser las instituciones bancarias instrumentos primordiales en el desarrollo económico de México, es necesario conocer su comportamiento en torno a la capacitación de sus empleados.

Por lo anterior el objetivo general de esta investigación es: proponer un programa de comunicación educativa para la capacitación en línea y a distancia de empleados bancarios, así como identificar las competencias laborales en las instituciones bancarias, definir qué es la comunicación para la capacitación a partir del concepto de comunicación educativa, describir el proceso de convocatoria, aplicación y evaluación de la capacitación en línea, detallar las soluciones para la gestión de la capacitación en línea en las instituciones financieras así como la implementación de aulas virtuales corporativas.

Es posible que al aplicar un programa de comunicación educativa para la capacitación del personal bancario se incremente la eficiencia y productividad de

“
⁴ Carlos G. Ramos Padilla, *La comunicación un punto de vista organizacional*, México, Trillas, 1998, 2ª edición, p.15.

dichas Instituciones financieras. Si la capacitación en línea es una modalidad efectiva entonces las necesidades de adiestramiento e instrucción en las Instituciones bancarias cumplen su objetivo.

En esta investigación se aplicó la metodología de análisis de coyuntura. El Maestro Tenorio⁵ señala que: la coyuntura puede ser focal o limitada (incluso abordar nada más el tiempo corto), o también abierta y extensa (abordar el tiempo largo); como punto de partida, puede empezarse el estudio o análisis con la coyuntura focal y después extenderse y profundizar tanto como el asunto lo amerite (por su trascendencia) o por el interés personal del investigador.

Asimismo se utilizó el método documental; fuentes bibliográficas que han abordado los temas de comunicación, comunicación educativa, tecnología educativa, capacitación de personal, tecnologías de la información y la comunicación, así como documentos técnicos para la capacitación de trabajadores, sin olvidar la consulta , vía internet, de diversas páginas sobre comunicación educativa y capacitación.

La estructura de la tesina se divide en cuatro capítulos; el primero hace referencia a los antecedentes del estudio de la comunicación, el proceso de la comunicación humana, las características de la comunicación educativa, así como la educación y la andragogía: disciplina que se encarga del estudio de la educación de los adultos.

En el segundo apartado se aborda el tema de la capacitación, características, modalidades, y la importancia de la comunicación educativa en el proceso de capacitación; así como las competencias laborales.

“_____”

⁵ Guillermo Tenorio Herrera, “Análisis de coyuntura”, documento impreso, FCPyS, UNAM, verano del 2012, pp. 1-16.

El tercer capítulo profundiza sobre la capacitación permanente, en línea y a distancia, resaltando los elementos que la conforman y la versatilidad que conlleva, además de las implicaciones tecnológicas.

En el cuarto apartado convergen los temas y conceptos anteriores en una propuesta de programa de comunicación educativa para la capacitación de los empleados bancarios.

Las conclusiones corresponden al penúltimo apartado donde se enfatiza en los resultados de la investigación.

Finalmente se enlistan las fuentes de consulta utilizadas para realizar la presente investigación.

Capítulo 1

Comunicación y educación

Este apartado servirá como marco para definir los principales conceptos que se desarrollarán en torno al ámbito donde se entrelazan la educación y la comunicación, también conocida como educomunicación, educación comunicativa o comunicación educativa, los cuales en sí mismos son complejos, complementarios e interdependientes, y que forman parte medular del presente trabajo de investigación.

Cabe señalar que la comunicación es vista como el elemento clave de los procesos dinámicos de enseñanza-aprendizaje. “La comunicación educativa debe ser conceptualizada como parte de un proceso de transformación social general”⁶. Su importancia radica en que busca alternativas, estrategias y medios de aprendizaje y auto aprendizaje, así como permite la optimización de recursos.

Se convierte en un proceso activo, de ida y vuelta, que involucra desarrollo, transformación, producción y difusión de conceptos e información en una estructura dinámica que relaciona experiencia, comprensión y decisión.

La educación no es sino sobre todo socialización, producción y reproducción de los saberes y el conocimiento respecto al entorno global. La comunicación, por otra parte, es una forma de construcción de la comunidad: la información codifica y da forma, ordena la realidad. Si la educación forma, la comunicación in-forma.⁷

“_____”

⁶ Francisco Sierra, *Introducción a la teoría de la comunicación educativa*, Sevilla, MAD, Colección Universitaria Ciencias de la Información, 2000, p. 24.

⁷ *Ibidem* p. 22.

1.1. Antecedentes del estudio de la comunicación

Hablar de comunicación es un campo tan amplio que es preciso distinguir y establecer límites, por lo que en este trabajo abordaremos la comunicación que se da entre seres humanos; y desde la perspectiva de disciplina científica, es decir, como ingrediente importante de todo sistema social (empresa, gobierno, comunidad); así como ciencia social que estudia el proceso, la tecnología y su relación con la educación, la informática y las nuevas tecnologías. “La comunicación es un peculiar modo de compartir, en el que no se pierde lo compartido. Tiene cinco características: es humana, es social, es referencial, es compleja y se da en la dimensión temporal del presente vivido”.⁸

En este sentido, de acuerdo con Manuel Martín Algarra y Marta Torregrosa (docentes de la Universidad de Navarra) es humana porque es libre, es decir, es el resultado libre de decisión de compartir; es social porque solo puede darse si hay, al menos, otro; es referencial porque la comunicación es compartir algo; es compleja porque implica varios elementos y varias relaciones.

La comunicación ha sido estudiada desde la antigüedad, de acuerdo con Carlos Fernández Collado éstas son las principales concepciones a lo largo de la historia:

Siglo V a.C. Los Sofistas: se interesaban en el gran poder del lenguaje por su capacidad por nombrar lo que no se ve y ocultar aspectos de la realidad.

Para Platón el lenguaje era un mal necesario, un medio de expresión imperfecto que distorsionaba la realidad cada vez que se utilizaba.

Aristóteles daba a la retórica un sentido definido como búsqueda de sustento para argumentos verdaderos y destrucción de los falsos así como practicar la virtud.

“_____”

⁸ Julio César Herrero, Editor, *Manual de Teoría de la información y la comunicación*, Madrid, Universitas, Colección Ciencias de la Comunicación, 2009, p.15.

A finales del siglo IV d.C, y con la llegada del cristianismo, San Agustín señaló que la doctrina cristiana no podía ser adquirida mediante la retórica, pero si usaban la retórica en los sermones.

En la Edad Media predominan los estudios teológicos pues se consideraban superiores a las artes liberales integradas por la gramática, la retórica y la dialéctica.

Durante el Renacimiento resurge el sofismo, donde señalan que el mundo es construido mediante el lenguaje.

A principios del siglo XVII Francis Bacon y la “nueva ciencia” basada en el razonamiento inductivo y las observaciones empíricas, sostenía que el método científico permitía a sus contemporáneos ser muy superiores respecto a los pensadores antiguos . En tanto Galileo sostenía que las matemáticas eran el lenguaje del cosmos.

A finales del siglo XVIII el creciente interés por la ciencia dio origen al movimiento de oradores, que fue el inicio del estudio contemporáneo de la comunicación.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el estudio de la comunicación se volvió verdaderamente importante, se gesta un campo independiente para la teoría de la comunicación y la comunicación masiva. Para Wilbur Schramm, la comunicación era un campo no una disciplina. “La investigación en comunicación en el ámbito académico puede considerarse consolidada desde los años cincuenta del siglo XX. En estos años surgen también los primeros debates sobre la identidad disciplinar del nuevo campo.”⁹

El siglo XX fue, sin dudas, un referente entre el antes y después en el estudio de la comunicación, ya que los teóricos empezaron a realizar modelos que permitieran organizar las investigaciones que se estaban gestando.

⁹ *Ibidem* p. 25.

Un modelo matemático entra a la escena de la comunicación, Claude Shannon y Warren Weaver en 1949 desarrollan un modelo que pretende representar cualquier proceso de comunicación independiente de quien lo realice ya sean hombres, instituciones, animales o máquinas.

En 1964 Harold Lasswell define a la comunicación como el acto intencional que tiene una persona al dirigirse a otra, desarrolla un modelo retomando el modelo de Aristóteles: ¿Quién dice qué? ¿A quién? ¿En qué canal? ¿Con qué efecto?

Fue precisamente la década de los 60 donde se gestaron numerosos modelos (son representaciones gráficas, que pretenden explicar los elementos de un proceso de comunicación y las relaciones que se dan entre ellos) y definiciones de comunicación. A más de 5 décadas de modelos y definiciones la mayoría de los estudiosos en comunicación han aceptado algunos conceptos clave:

La comunicación es un proceso. Esta idea surgiere que la comunicación es continua y compleja y que no puede ser arbitrariamente aislada.

La comunicación es transaccional. Esta característica incorpora la importancia de la retroalimentación, pues ve a la comunicación como un proceso en el que existe una constante influencia reciproca entre los participantes, quienes construyen un significado compartido. “La comunicación es simbólica. Esto quiere decir que para que se lleve a cabo el proceso comunicativo se requiere de símbolos que tengan relación con referentes”.¹⁰

Como ya se mencionó la comunicación es un concepto amplio y complejo: es un proceso mediante el cual se intercambia información, se realiza por diferentes tipos de medios, desde naturales hasta mecánicos o técnicos, puede realizarse tanto en situaciones de cercanía en el espacio como de lejanía.

“_____”

¹⁰ Carlos Fernández Collado, *Teoría de la comunicación, México*, Mc Graw-Hill, 2009, p. 3.

Es un trabajo compartido, una disponibilidad de los actores a ocupar el papel de emisor y receptor indistintamente. Entendamos que la comunicación es la posibilidad de interacción. Es el acto a través del cual dos o más seres o grupos se relacionan para evocar en común el significado o sentido de las cosas. La comunicación permite a los grupos cohesionarse y conformarse, existir como tales.

En términos generales la comunicación humana es compleja, los procesos comunicativos tienen su origen y su fin en la conciencia y la razón. Es intencional pues participa de la voluntad de comunicarse con arreglos o fines. Funciona con base en lenguajes (movimientos faciales y corporales, escritura). Es instrumental por su capacidad de emplear medios para hacer perdurar sus mensajes a través del tiempo y el espacio. Es un fenómeno social porque el hombre aprovecha las estructuras sociales para inter relacionarse con sus semejantes. Es un fenómeno cultural, ya que es un proceso, es decir un conjunto de ciclos auto regulados que son dinámicos con un constante devenir.

La información y la comunicación son el componente último de la realidad que nos rodea. La comunicación es en traspaso de energía entre individuos. Es también la transmisión de una experiencia por parte de quien la tiene inicialmente, a quien no la ha tenido antes de ese proceso. La información es el proceso por el cual la realidad adquiere una forma determinada. Cuando de da un proceso de comunicación, una forma nueva se concreta o vuelve significativa, y eso es la información.¹¹

¹¹ Herrero, *Op. Cit*, p. 37.

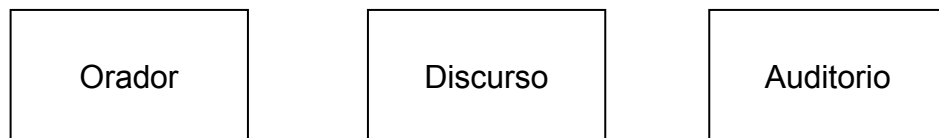
1.2. El proceso de la comunicación humana

La comunicación es un proceso dinámico de interacción continua que no tiene fin. “Toda información es un proceso más eficaz cuanto más fluye”.¹²

Durante los últimos cincuenta años los estudiosos de la comunicación han hecho novedosas propuestas en torno a los procesos de la comunicación, la publicación de modelos que permita el entendimiento claro de cómo se lleva a cabo un proceso de comunicación.

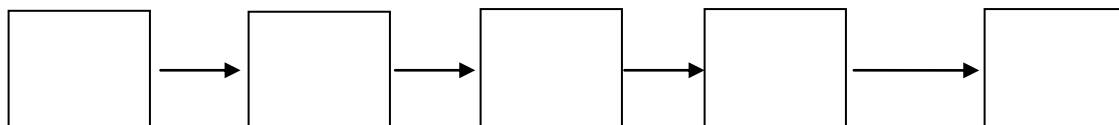
De acuerdo a lo anterior cabe presentar a los principales exponentes que han marcado los estudios de la comunicación humana.

Los tres componentes de la comunicación según Aristóteles son: el orador, el discurso y el auditorio.



El modelo de Lasswel es un primer intento de sistematizar el proceso de la comunicación. Define con claridad los fundamentales del proceso: emisor, receptor, mensaje y canal. Es un modelo lineal con una clara intencionalidad de persuasión pero no plantea la posibilidad de respuesta.

QUIEN dice QUÉ en qué CANAL a QUIEN con qué EFECTOS

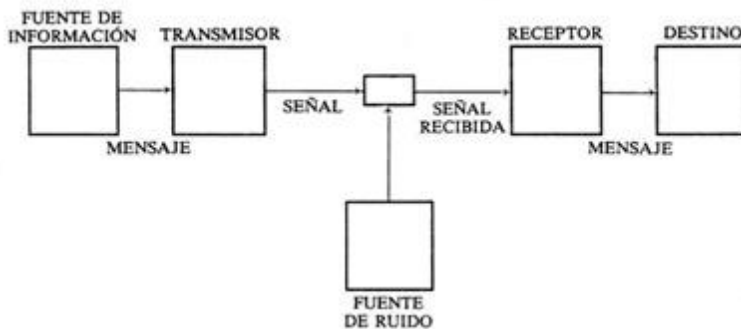


“
¹² *Ibidem* p. 37

Shannon propone un modelo lineal, para explicar el proceso de comunicación en su teoría matemática de la información, Weaver hace una adaptación del modelo e incluye el concepto ruido que después será aplicado a los procesos de comunicación interpersonal, colectiva y de masas.

Los componentes de la comunicación son una fuente, un trasmisor, una señal, un receptor y un destino.

Modelo de Shannon-Weaver.



Para David K. Berlo “El verdadero objetivo de la comunicación puede no ser lo que aparenta, incluso para la persona que se está comunicando. Hemos dicho que el objeto de la comunicación es afectar; pero no es el único problema que tenemos que resolver. Dos preguntas siguen en pie: afectar a quién y de qué modo”.¹³

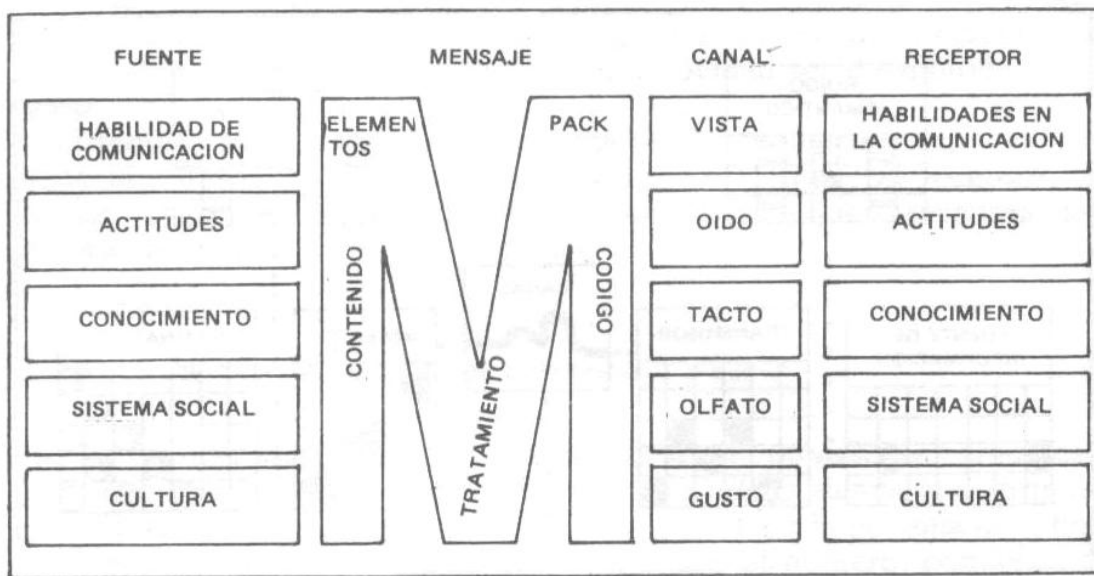
Los elementos básicos de la comunicación, según Berlo son: la fuente, el codificador, el mensaje, el canal, el decodificador y el receptor. Y señala que toda comunicación humana tiene alguna fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación.

De igual forma comenta que es de suma importancia que haya un código compartido entre los involucrados, es decir, que ambos lo conozcan. “Cuando la fuente “

¹³ David K..Berlo, *El proceso de la comunicación, introducción a la teoría y la práctica*, Argentina, El ateneo, 1976, pp.12-13.

elige un código para su mensaje, tiene que elegir una que le resulte conocido al receptor. Cuando la fuente selecciona el contenido, con el fin de reflejar su propósito, habrá de seleccionar uno que tenga sentido para su receptor”.¹⁴ Ya que todos los mensajes deben ser transmitidos a través de un canal y la elección de éste es importante en la determinación de la eficiencia y efectividad de la comunicación

Modelo de Berlo.



El modelo de Berlo toma en cuenta las características sociales y de comportamiento del ser humano, y da pauta para seguir analizando la interrelación entre el proceso de comunicación y el proceso educativo que implica la capacitación de empleados.

“Hablar sobre la comunicación en un contexto personal es, en parte, referirse a la forma en que la gente aprende”.¹⁵ El proceso de aprendizaje según Berlo: requiere una fuente, la percepción de ésta por el organismo, su interpretación, una respuesta de prueba y una consecuencia recompensatoria de la respuesta de prueba.

“_____”

¹⁴ *Ibidem* p. 42.

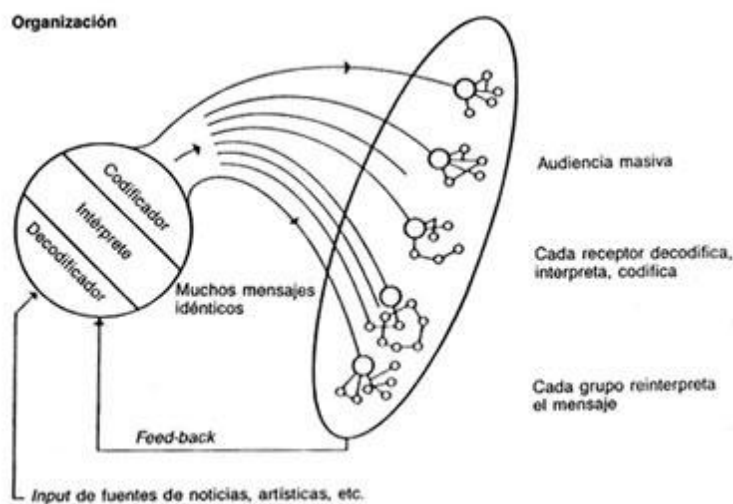
¹⁵ *Ibidem* p. 57.

Se refiere al análisis de la comunicación y del aprendizaje. Ambos son procesos. Ninguno tiene necesariamente principio ni fin. Ambos son continuos, dinámicos, van hacia adelante.¹⁶

Componentes del aprendizaje	Componentes de la comunicación
1. Organismo	1. Canal
2. Estímulo	2. Mensaje
3. Percepción del estímulo	3. Decodificador
4. Interpretación del estímulo	4. Receptor-fuente
5. Respuesta manifiesta del estímulo	5. Encodificador
6. Consecuencia de la respuesta	6. Retroalimentación

Wilbur Schramm propuso el modelo más común relacionado con la comunicación de masas: la “Tuba”, que esquematiza un proceso en el cual cada uno de los individuos está conectado con un grupo o varios, grupos primarios como la familia, los amigos cercanos o grupos secundarios como los compañeros de trabajo. Y pone particular análisis de los medios masivos como facilitadores de la educación y la capacitación.

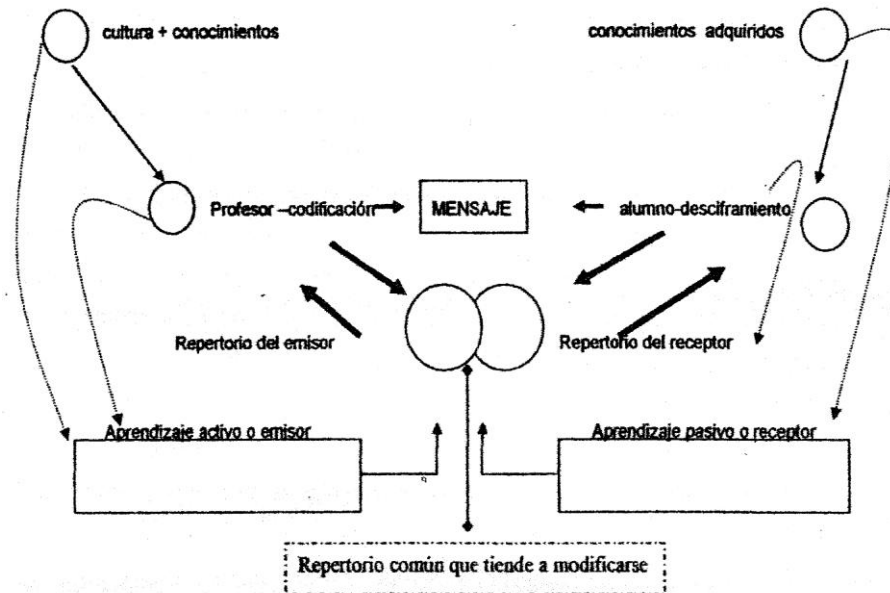
Modelo de Schramm, TUBA.



“
¹⁶ *Ibidem* p. 77.

Abraham Moles plantea un modelo pedagógico que refiere el proceso enseñanza aprendizaje como un sistema de comunicación.

Modelo de Moles, pedagógico.



Existen muchos procesos de comunicación que están presentes en cada fenómeno social. Gerhard Maletzke propuso la siguiente tipología de la comunicación:

DIRECTA-UNILATERAL-PRIVADA	Clase o conferencia en grupo
DIRECTA-UNILATERAL-PUBLICA	Discurso político
DIRECTA-RECIPROCA-PRIVADA	Conversación entre dos personas
DIRECTA-RECIPROCA-PUBLICA	Ensayo teatral abierto al público
INDIRECTA-RECIPROCA-PRIVADA	Conversación telefónica
INDIRECTA-RECIPROCA-PUBLICA	Polémica entre dos grupos a través de los medios
INDIRECTA-UNILATERAL-PRIVADA	Un correo electrónico o carta personal
INDIRECTA-UNILATERAL-PUBLICA	Comunicación colectiva: prensa, cine, radio, tv

Finalmente cabe señalar que el proceso de enseñanza-aprendizaje es un proceso de comunicación, el cual la participación de los especialistas en comunicación educativa tienen un papel fundamental en el éxito de los programas educativos o de capacitación que se presenten ya sea en las escuelas, instituciones, organizaciones o centros de trabajo.

1.3. La comunicación educativa

Una premisa que se puede establecer para la comunicación en la educación es el de contribuir a la comprensión de las formas, medios y circunstancias idóneas para propiciar una comunicación efectiva entre los actores del proceso de enseñanza aprendizaje, así como identificar las interferencias y posibles soluciones a los problemas que se presenten.

La comunicación es un proceso dinámico “donde impera el diálogo, la participación, la reflexión colectiva y es imprescindible en una era donde la formación del individuo necesita de bases fundamentadas para comprender los nuevos procesos sociales. La escuela ha sido rebasada en su forma de hacer suyos los nuevos procesos de comunicación y ajustarse a la evolución del desarrollo social y tecnológico.¹⁷

En cuanto a la educación como proceso social implica un permanente y cotidiano intercambio de información y experiencias entre los actores. La enseñanza y el aprendizaje suceden a través de procesos de creación, emisión, circulación y percepción de mensajes en diversos sentidos.

No es posible hablar de educación sin comunicación, hay un fuerte vínculo indisoluble entre ambas. Hablar de ellas como dos campos de acción diferentes sería un error.

Educación y comunicación son dos términos que pueden ser entendidos de muy diversa forma; y, según se los entienda, se abordará con muy diferente criterio el uso de los medios en la enseñanza. Con todo el riesgo de una simplificación

“

¹⁷ Jerónimo Colín García, *La capacitación creativa para las empresas de venta directa en México*, México, Tesina, FCPyS, UNAM, 2013. p. 29.

esquemática, se puede distinguir entre dos modos de entenderlos; y la opción por uno de ellos atravesará y permeará toda la práctica educativa.¹⁸

Comunicación y educación son términos inseparables, sin la comunicación no puede darse la educación.

En este sentido Daniel Prieto¹⁹ considera lo siguiente:

Los educadores somos seres de comunicación, nuestra función es estar siempre “frente” y “entre” los otros. No se aporta mucho al futuro de un ser de comunicación si se parte de distancias o de la incomunicación lisa y llana. Resultan fundamentales la comunicación con uno mismo, la comunicación con el educador, la comunicación con los estudiantes, la comunicación con los actores sociales del contexto, la comunicación con los materiales y las diferentes propuestas discursivas.

La comunicación educativa se concreta como campo de estudio y disciplina a partir de la Segunda Guerra Mundial y sus propuestas se han ido adaptando a los nuevos tiempos.

Durante 1972 la Unesco da a conocer el término comunicación educativa, a partir del estudio “aprender a ser” realizado por Edgar Faure.

“Dicho organismo internacional depositó en la comunicación educativa la posibilidad de transformar la educación con, a través de y para los medios, generando con ello un cambio en la percepción tradicional de la enseñanza, al emplear técnicas y tecnologías de la información como espacios de mediación pedagógica y cultural”.²⁰

“

¹⁸ Mario Kaplún, “De medios y fines en comunicación”, [en línea] en la revista Chasqui, No. 58, CIESPAL, Ecuador, junio 1997, <http://es.scribd.com/doc/42159654/De-medios-y-fines-en-comunicacion-de-Mario-Kaplun>. [consultado el 3 de marzo de 2014].

¹⁹ Daniel Prieto Castillo, *La comunicación en la educación*, Argentina, La crujía CICCUS, Colección Signo, 1999, p. 31.

²⁰ Sonia Caire Cárdenas, *La plataforma Puel en la educación a distancia de la FCPyS de la UNAM*, Tesis, FCPyS UNAM, 2013, p. 10.

A lo largo de la historia los medios de la comunicación han ido cambiando, antes era el cuerpo mismo, con los avances tecnológicos ha llegado la escritura, la radio, la televisión, la computadora y hoy día la internet.

La comunicación educativa va más allá de la vinculación entre la educación y el aspecto tecnológico de los medios de comunicación; “nunca como hoy estamos obligados a aprender desde todas las instancias del sistema educativo y desde la educación no formal. Y nunca como hoy requerimos de una riqueza comunicacional para favorecer el interaprendizaje”.²¹

Considerar a la comunicación educativa como trascendental para la educación del siglo XXI como proceso que permite el cambio de informaciones, conocimientos y experiencias en los individuos para ser educados.

La Comunicación Educativa es un espacio PLURIDISCIPLINARIO fundamentado en la Teoría de la Comunicación y la Teoría de la Educación, que con los fundamentos de la Psicología Social, la Sociología de la cultura, las Ciencias Cognitivas, la Economía de la Información, la Estética y la Tecnología Educativa, entre otros campos de estudio, procura la investigación de las formas de aprendizaje y enseñanza ^de, a través, con y sobre^ los medios de información a partir del contexto determinado históricamente por las relaciones materiales de producción y reproducción social.²²

Asimismo, se fundamenta en la teoría de la comunicación y en la pedagogía y por otro lado, hace énfasis en la consideración global de las relaciones específicas establecidas entre los seres humanos en el proceso enseñanza aprendizaje en todas sus dimensiones, ésta nueva disciplina en vías de consolidación, incluye la investigación, diseño, sistematización, practica y evaluación de todos los factores que intervienen en los proceso de comunicación involucrados en la enseñanza y el aprendizaje.

“

²¹ *Ibidem*, p. 70.

²² Francisco Sierra, *Op. Cit.* p. 45.

A la comunicación educativa no debe considerársele sólo como un mero recurso tecnológico o audiovisual, ni centrarla en un análisis de la relación entre educación y medios de comunicación; es decir, considerarla como un instrumento o recurso didáctico para manejar contenidos.

Según Jaume Sarramona²³ la comunicación educativa debe cumplir con algunas condiciones básicas:

- Motivadora: para lograr apertura y disponibilidad en la recepción.
- Persuasiva: para lograr incorporar la información a los procesos de significación.
- Estructurante: que promueva la auto-construcción.
- Adaptativa: para que posibilite y valide positivamente una respuesta educativa así como mejor interacción con el medio.
- Consistente: congruente con el patrón educativo y a la vez novedosa para evitar redundancias.
- Generalizadora: que promueva la apropiación de conocimientos.
- Y que incluya una correcta utilización de distintos canales para un mismo mensaje.

Cabe señalar que durante la década de los setenta se manejó el término de tecnología educativa primordialmente, al estudiar lo que hoy conocemos como la comunicación educativa, sin embargo los estudiosos de la comunicación señalaron que la tecnología educativa abarcaba solo el conjunto de medios técnicos que apoyan o pueden formar parte del proceso de enseñanza aprendizaje.

La tecnología educativa es un conjunto de procedimientos o métodos, técnicas, instrumentos y medios, derivados del conocimiento, organizados sistemáticamente en un proceso, para obtener productos o resultados educativos, de manera eficaz y

“
²³Jaume Sarramona, *Tecnología educativa: una valoración crítica*, España, CEAC, 1990, p.17.

repetible,²⁴ es decir, adelantos de la tecnología al servicio del proceso de enseñanza aprendizaje; por lo que en años recientes dicho término evoluciono y dio paso a lo que hoy conocemos como comunicación educativa.

“Así, actualmente la tecnología educativa alude a un sistema en el cual los medios y las tecnologías que se usan en el proceso educativo son sólo apoyos o componentes de una propuesta mucho más compleja, pluridimensional.”²⁵

Sin embargo vale la pena rescatar varios datos en torno a la llamada tecnología educativa:

La Tecnología Educativa se nos presenta como una disciplina viva, dinámica, contradictoria y significativa lo largo de en la historia de la educación. Viva y dinámica, en el sentido de que ha evolucionado progresivamente desde los momentos iniciales asociados a la simple incorporación de los medios audiovisuales a la enseñanza a su conceptualización actual como el diseño de situaciones mediadas de aprendizaje, pasando por la aplicación de determinadas leyes y principios a la acción formativa, sin olvidarnos de su pretensión para organizar y diseñar el sistema educativo completo. Contradictoria, porque se ha movido desde la pretensión de ser la disciplina que tendría que diseñar el sistema educativo completo, hasta indicar que su campo de acción contempla la mera incorporación de determinados medios a la enseñanza, y significativa, por la importancia que siempre ha tenido y que tiene en la actualidad con el papel que está adquiriendo la incorporación de las nuevas tecnologías a los procesos de enseñanza-aprendizaje.²⁶

La Tecnología Educativa logró sustentar las primeras bases y aportaciones de lo que conocemos en la actualidad como comunicación educativa. De acuerdo con Julio Cabrero se identifican tres momentos de evolución de la tecnología educativa:

“_____”

²⁴ Ignacio Alemán, *La tecnología pedagógica en la capacitación y el adiestramiento*, México, CENAPROSEP, 1980, p. 10.

²⁵ Delia Covi, *Educación en el era de las redes*, México, UNAM, 2006, p. 91.

²⁶ Julio Cabrero, *Tecnología educativa: diseño y utilización de medios en la enseñanza*, España, Paidós, 2001, p. 73.

-
- Como producto: introducción en el proceso de la instrucción de toda suerte de materiales, maquinas y hardware.
 - Como proceso: se centra en el proceso de la técnica seguida para el diseño de software o materiales instruccionales.
 - Desde una perspectiva sistémica: un proceso complejo e integrado, que implica a personas, procedimientos, ideas, recursos y organizaciones, para el análisis de problemas y para diseñar, aplicar, evaluar y administrar soluciones a los problemas implícitos en todos los aspectos del aprendizaje humano.

Asimismo concibe a la tecnología educativa no como introducción de productos tecnológicos, “sino a la aplicación del conocimiento científico y la creación de diseños para resolver los problemas de unos contextos específicos de enseñanza-aprendizaje”.²⁷

Durante la década de los noventa los estudiosos del tema hacen aportaciones significativas para dejar claro que la tecnología educativa iba más allá de una simple técnica didáctica.

Entre los principales exponentes de los estudios en comunicación y educación se encuentra Jaume Sarramona quien enfatiza que “la tecnología educativa que hoy se puede defender no es la tecnología educativa de los años sesenta, aunque las críticas que se le hacen se empeñan en olvidarlo. En todo caso, el debate abierto y sincero ha de permitir juzgar críticamente y así avanzar en el progreso, sin pasar de la mitificación que se hizo en un momento de la tecnología al rechazo visceral que algunos hoy plantean”.²⁸

“_____”

²⁷ *Ibíd*em p. 82

²⁸ Jaume Sarramona, *Tecnología educativa: una valoración crítica*, España, CEAC, 1990, p.17.

Para cerrar la conceptualización e importancia que la tecnología educativa ha tenido en la gestación de la comunicación educativa, como disciplina, vale considerar las conclusiones a las que llegó la Dirección de Investigación y Comunicación Educativa de México en 1993.

“A través de un análisis de los propósitos explícitos que aparecen en las definiciones de la tecnología educativa y que marcan su campo de actuación: optimar la educación, resolver problemas pedagógicos, lograr mayor eficacia y eficiencia en los sistemas educativos, y más efectividad en la educación, alcanzar mayor equidad en la educación, crear una opción ante el modelo tradicional, y lograr rigor científico en el campo educativo”.²⁹

De acuerdo con Francisco Sierra, “la comunicación educativa debe ser, por tanto, re conceptualizada más bien como un marco de trabajo que trata la integración del estudio complejo de las relaciones entre información, comunicación, tecnología, educación y cultura”.³⁰

“

²⁹ Julio Cabrero, *Op. Cit.* p.107.

³⁰ Francisco Sierra *Op Cit.* p. 41.

1.3.1 Educación y andragogía

Desde la pedagogía se concibe a la educación como una práctica social de intervención orientada a la formación de sujetos sociales; práctica que encuentra en las teorías pedagógicas sus razonamientos y normas que la justifican y perfeccionan.

Cabe señalar que la educación tiene algunas distinciones, las cuales se consideran desde el ámbito pedagógico:

Educación formal: es educación institucional, gradual, estructurado y sistematizado. Contempla los niveles escolares: preescolar, primaria, secundaria, bachillerato o media superior y superior. Es decir el sistema educacional jerárquicamente estructurado, graduado cronológicamente.

Educación no formal: refiere a la actividad y/o experiencia educativa organizada y sistemática realizada fuera del marco del sistema educativo oficial, tiene que ver con la formación para del trabajo.

Educación informal: se trata de un proceso desorganizado y asistemático, que no obedece a un plan preestablecido, y desarrollado de un modo difuso a lo largo de toda la vida, en el que las personas adquieren y acumulan conocimientos, habilidades, actitudes y modos de disenso mediante las experiencias diarias y la relación con el medio ambiente. Se trata de la educación en la familia, situaciones de ocio, etc.³¹

A través de la educación no formal hay necesidades de educación aprendizaje a lo largo de la vida de una persona, por eso en la edad adulta, las necesidades de educación son muy variadas, entre ellas:

- Formación de recursos humanos para actividades productivas y de servicios.
- Especialización laboral.

³¹ María Paz Andrés Reina, *Gestión de la formación en la empresa*, Madrid, Pirámide, 2001, p.18.

-
- Alfabetización.
 - Formación política y de participación social.
 - Actualización científica y tecnológica.
 - Formación universitaria.

Hablar de educación para un niño es radicalmente distinto que para un adulto, y uno de los estudios que se han desarrollado en los últimos años es lo concerniente a la andragogía, cuyo objeto de estudio es la educación en los adultos.

UNESCO propone el concepto de Andragogía como un neologismo para designar la ciencia de la formación de los hombres, en sustitución del vocablo clásico Pedagogía, de manera que no se haga referencia a la formación del niño, sino a la educación permanente.³²

Hoy en día es imposible no reconocer a la educación de adultos como parte fundamental de los sistemas educativos. Esta disciplina por tanto adquiere cada día relevancia, debido a que corresponde al estudiante adulto precisar sus metas así como los procesos para alcanzarlas; todo ello para fortalecer su desarrollo y el de la sociedad de la que forma parte.

En este sentido, las acciones andragógicas, articuladas a las actividades de los ámbitos económicos, políticos, sociales y culturales, se dirigen cada vez más a imaginar y llevar a la práctica nuevas formas y modalidades educativas diferentes de los procesos formales y rígidos de la educación tradicional.

La educación de adultos ya no es más un correctivo educativo, se ha convertido, por derecho propio, en un elemento indispensable del desarrollo personal y social, coherente, orgánico y con conceptos, tareas y valores que le son propios y cuyas demandas responden a las necesidades actuales, complejas y cambiantes de la sociedad y de los retos tecnológicos.

“
³² María Vidal Ledo y Bertha Fernández Oliva, andragogía, [en línea] http://www.bvs.sld.cu/revistas/ems/vol17_4_03/ems11403.htm [consultado el 15 de mayo de 2014].

Los adultos tienen la imperiosa necesidad de autodirigirse. A medida que nos hacemos mayores, el concepto que tenemos de nosotros mismos va de la dependencia que tenemos de los demás a la propia autonomía y dirección de nuestra vida. A medida que pasa la vida, el momento idóneo para aprender está asociado con el papel social que tiene la persona.³³

Por otro lado la andragogía se relaciona con el aprendizaje permanente de personas adultas que se muestran analíticos y críticos de las acciones tratadas durante su formación. “El aprendizaje, práctica y participación activa deberían ser las características primordiales del aprendizaje de los adultos.”³⁴

En cuanto al mundo laboral la actualización de habilidades y conocimientos es una exigencia diaria. “La importancia y especificidad de este ámbito justifica establecer para él un apartado especial de la educación de los adultos: la formación laboral en sus diversas manifestaciones de formación ocupacional, reciclaje, reconversión profesional, etc.”³⁵

La ventaja que las empresas tienen actualmente, posibilita pensar a los procesos educativos como procesos de cualificación o capacitación. Las personas que quieren ingresar y lograr una permanencia estable en sus lugares de trabajo, estarían interesadas en desarrollar las capacidades indispensables para ello, inclusive el costo que implicara esa capacitación sería asumido por estas ya que ello les permite ser considerados como “aptos” y “competentes” en el mercado laboral, costo que es valorado no como un gasto sino una inversión.

Por ello, las personas (pero también las empresas) que desean lograr estándares altos de competitividad, buscan los caminos para adquirir la información y el

“_____”

³³ Richard Teare, David Davies, Eric Sandelands, *Organizaciones que aprenden y formación virtual*, España, Gedisa, 2002, p. 41.

³⁴ *Ibidem* p.42.

³⁵ Jaume Sarramona López, *El especialista en educación de adultos: sus implicaciones en la educación formal y la educación no formal*, [en línea], 10 pp., España, Universidad de la Rioja, 1989, URL: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/640451>, [consulta: 5 de mayo de 2014].

conocimiento pertinente para subsistir en una sociedad en constante transformación y con necesidades tecnológicas notables. Esto explica la sobreabundante oferta de procesos educativos orientados a la capacitación o actualización y que asumen la modalidad de: cursos, seminarios, talleres, diplomados, especializaciones y congresos.

Los jóvenes nacidos en el contexto de las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC), o que las han conocido a edad temprana, están preparados para ser educados o capacitados con apoyo de las mismas, pero no es el mismo caso el de los adultos que con frecuencia comenzaron a usar dichas tecnologías tardíamente o en algunos casos de manera forzada ya en su actividad laboral, por ello es de considerarse un enfoque especial.

La andragogía, considera estas tendencias y ve a las TIC como un recurso didáctico esencial en los procesos educativos. La utilización de estos recursos se “ajusta” al intenso ritmo de vida de las personas que por lo regular tienen (debido a sus múltiples ocupaciones) escaso tiempo para asistir a un centro educativo formal-tradicional. Los espacios educativos que utilizan las TIC (llamados virtuales) superan la necesaria sincronía que debe de existir entre tiempo y espacio en los procesos de enseñanza-aprendizaje tradicionales.

“La educación de adultos –sea presencial o a través de medios- será educación en la medida en que se proponga y logre activar las potencialidades de auto y de co-aprendizaje que se encuentran presentes en sus destinatarios y poniendo a trabajar y movilizándolo ese capital, estimule la gestión autónoma de los educandos en su aprender a aprender.”³⁶

De acuerdo con Pablo Cazau³⁷, la andragogía es: aprender a conocer, aprender a aprender, aprender a hacer y aprender a ser, así como sus características, basado en el conocimiento útil, la experiencia y el funcionamiento psicológico del adulto en el entorno en que éste se desenvuelve y sus relaciones sociales con el mundo

“_____”

³⁶ Mario Kaplun., *A la educación por la comunicación: la práctica de la comunicación educativa*, Chile, UNESCO Orealc, 2001, 2ª edición, p.27.

³⁷ María Vidal Ledo y Bertha Fernández Oliva, “Andragogía”, [en línea] http://www.bvs.sld.cu/revistas/ems/vol17_4_03/ems11403.htm [consultado el 15 de mayo de 2014].

circundante y sus intereses multidimensionales, con el fin de orientar el aprendizaje a la elaboración de productos, al trabajo interdisciplinario y a la posibilidad de generalizar.

Capítulo 2

La capacitación laboral

La capacitación es un conjunto de procedimientos formales para facilitar el aprendizaje de conocimientos y el desarrollo de habilidades y actitudes, que permiten al trabajador desempeñar un puesto de manera óptima.

Asimismo la capacitación brinda a las personas la posibilidad de participar en nuevos procesos productivos, de mantenerse activas y ágiles, sea cual sea su edad. En este sentido, hay una estrecha relación entre la capacitación y el desarrollo de las instituciones y empresas. El personal calificado constituye su mayor fortaleza.

Hay que considerar que los resultados que se obtengan del proceso de la capacitación deben satisfacer los requerimientos tanto de la empresa como del trabajador. Por tanto la capacitación permite desarrollar y utilizar habilidades y actitudes que serán útiles tanto a la organización como a los empleados.

Vale la pena considerar que en este trabajo de investigación revisaremos el tema desde el marco de referencia de capacitación en el trabajo, es decir, la capacitación que generalmente se imparte en los centros de trabajo y trata sobre los productos, materiales, equipos, normas y políticas concretas de la organización. Se define como los conocimientos, habilidades y actitudes que se adquieren con el fin de hacer capaz a un trabajador, en el desempeño de alguna actividad específica.

2.1 Definición y características de la capacitación

La capacitación es un proceso formativo que busca el logro de los objetivos de las empresas. La capacitación en el trabajo es la actividad educomunicativa llevada al terreno laboral para propiciar el desarrollo de aptitudes, actitudes, habilidades y aprendizaje significativo; con ello se busca que los empleados mejoren su desempeño y productividad beneficiando a la empresa.

La formación refiere a la necesidad de desarrollo cultural de las personas, va dirigida a aumentar las capacidades de las personas en un sentido amplio, para fomentar el desarrollo de sus habilidades, actitudes y aptitudes. El concepto de formación se refiere a la extensión de la educación a lo largo de la vida de las personas, ya que implica un esfuerzo para desarrollar habilidades, técnicas, aptitudes y actitudes a través de la experiencia del aprendizaje.

Formación y educación se asocian con la idea genérica de desarrollo, crecimiento, perfeccionamiento, entre otros, para que los individuos adquieran, de manera integral, mayores niveles de desempeño en todos los escenarios en los cuales se desenvuelven.

Hablar de formación en el trabajo implica hacer referencia al término formación profesional, el cual comprende una gran variedad de posibilidades formativas. Y qué decir de lo que se conoce como formación profesional continua, contextualizada en los lugares de trabajo; es aquella que se realiza en los lugares de trabajo, que persigue la mejora continua de los colaboradores de la organización.

La capacitación forma parte de la educación y de la formación integral de las personas dentro de la empresa. “En el ámbito laboral, se le concibe como la habilidad de la población empleada, subempleada y desempleada para facilitarle el acceso a un puesto de trabajo o bien para mejorar su desempeño en el mismo”.³⁸ Incluye el

³⁸ Jesús Carlos Reza Trosino, *Aprendizaje total en las organizaciones*, México, Panorama, 2000, p.74.

entrenamiento, adiestramiento e instrucción y sus objetivos son: impartir conocimientos, desarrollar o perfeccionar aptitudes y actitudes que un empleado requiera para mejorar el desempeño de su actividad laboral y apoyar el alcance de los objetivos organizacionales, lo cual es su razón de existir.

A lo largo de la historia, se identifican momentos clave para reconocer cambios sustantivos en la capacitación: la época antigua en la que se practicaba la transmisión de oficios de generación en generación; la edad media, la cual se caracterizaba por los talleres artesanales; la época preindustrial, caracterizada por la constitución de gremios; durante la revolución industrial que comprende la aparición del aula y las escuelas industriales; durante las guerras mundiales inicia la capacitación sistemática y masiva; en la postguerra la capacitación se torna individualizada y se expande con la incorporación de la computadora y a finales del siglo XX, la capacitación se concibe como un proceso destinado a expandir y acelerar el aprendizaje y mejorar el desempeño de los individuos dentro de las organizaciones.

Con fines prácticos se ha dividido a la capacitación en tres campos de acuerdo con Hugo Calderon Cordova³⁹:

a) capacitación para el trabajo:

- i. capacitación de pre ingreso
- ii. inducción
- iii. capacitación promocional

b) capacitación en el trabajo:

- i. adiestramiento
- ii. capacitación específica y humana

c) desarrollo

- i. educación formal para adultos
- ii. integración de la personalidad

“

³⁹ Hugo Calderón Córdova, *Manual para la administración del proceso de capacitación de personal*, México, Limusa, 1993, 3ª edición, p. 22.

iii. actividades recreativas y culturales

- a) capacitación para el trabajo: esta va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva función; ya sea por ser de nuevo ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma organización. Su objetivo es proporcionar al personal la capacitación adecuada al puesto que vaya a ocupar.
- b) Capacitación en el trabajo: está conformada por una serie de actividades encaminadas al desarrollo de habilidades y aptitudes, adquisición de conocimientos y mejora de actitudes de los empleados. Uno de los objetivos principales que persigue este tipo de capacitación es actualizar al personal para incrementar su productividad y eficiencia. “la capacitación en el trabajo constituye una importante herramienta de la organización, para apoyar a sus diversas áreas en el mejor ejercicio de sus funciones.”⁴⁰
- c) Desarrollo: “este comprende la formación integral del individuo y, específicamente, las acciones que puede llevar la organización para contribuir a esta formación”.⁴¹

En cuanto a los objetivos de la capacitación, éstos deben ser concretos y medibles:

- Crear, difundir, reforzar, mantener y actualizar la cultura y valores de la organización.
- Clarificar, apoyar y consolidar los cambios organizacionales.
- Elevar la calidad del desempeño.
- Resolver problemas.
- Habilitar para una promoción.
- Inducción y orientación del nuevo personal en al empresa.
- Actualizar conocimientos y habilidades.

“

⁴⁰ *Ibíd*em

⁴¹ *Ibíd*em, p. 23.

2.2. La capacitación como proceso de comunicación

La capacitación es una actividad que tiene lugar en distintas organizaciones como proceso formativo, a través de la planificación, utilización y control de diversos métodos de aprendizaje laborales, de comunicación, decisión e innovación.

Vale recordar que un proceso se refiere a la acción continua, serie de cambios o tareas que ocurren de manera definida, es decir, implica un conjunto de fases sucesivas que busca una transformación. Es decir, se considera al proceso educativo como un proceso de comunicación y dentro de éste la elaboración de mensajes y contenidos que se manejan en la capacitación de los trabajadores.

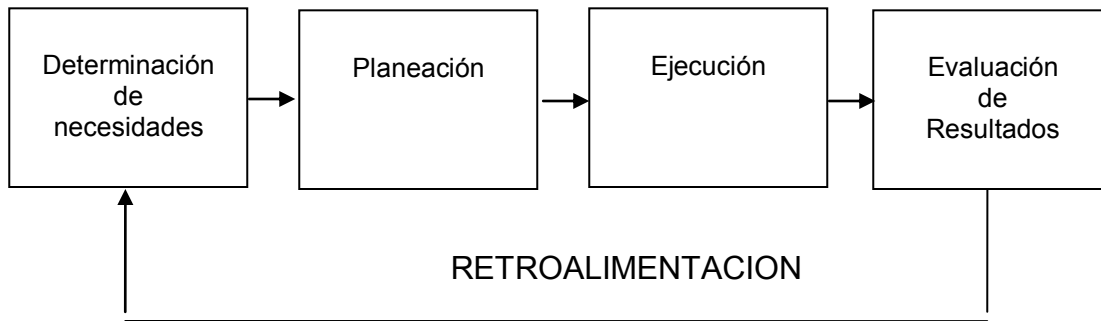
Para José Castillo Aponte la capacitación es un tipo de entrenamiento en el que se imparten conocimientos e ideas requeridos para el desempeño de un puesto. El proceso de dicho entrenamiento está integrado por cuatro etapas:

- Determinación de necesidades: la planeación de la fuerza laboral, la evaluación del desempeño y los planes estratégicos permiten identificar las necesidades de capacitación.
- Planeación: diseñar los proyectos específicos de capacitación para satisfacer las necesidades antes expuestas.
- Ejecución: los diferentes planes son implementados.
- Evaluación: se miden los resultados en función del logro de los objetivos planteados. “La fase de evaluación permite retroalimentar el proceso para hacerle los ajustes requeridos y mantenerlo en permanente perfeccionamiento”.⁴²

“

⁴² José Castillo Aponte, *Administración de personal: un enfoque hacia la calidad, Colombia, Ecoediciones, Colección ciencias administrativas, 2ª edición, 2006, p.183.*

La siguiente figura muestra el proceso, de acuerdo con José Castillo Aponte.



Al hablar de una organización debemos señalar la importancia de su identidad; “La identidad corporativa es un sistema de comunicación que se incorpora a la estrategia global de la empresa, y se extiende y está presente en todas sus manifestaciones, producciones, propiedades y actuaciones”.⁴³

Para Joan Costa⁴⁴ se han gestado en los últimos años un conjunto de cambios que trae consigo un fenómeno sin precedentes: la irrupción de un nuevo lenguaje comunicacional y conductual, a distancia y directamente. Un nuevo modo de interacción comunicacional y operacional al que he llamado *e-Design* –correlativamente a *e-Business*, *e-Marketing*, *e-Commerce*, *e-Branding*, los cuatro puntos cardinales de la nueva galaxia internet. El *e-Design* es su mediador.

Y además señala que el cómo se hacen las cosas hoy día en las organizaciones es más importante “el cómo es más importante que el *qué*. Lo que la empresa hace, ya sea vender productos de consumo o servicios bancarios, por ejemplo, no es en sí mismo el distintivo, porque todas las galletas, los refrescos de frutas o las cuentas corrientes son exactamente lo mismo y se sirven para lo mismo, y es por esto que son productos y servicios substitutivos unos de otros, es decir, alternativos. Casi podríamos decir: genéricos”.⁴⁵

“

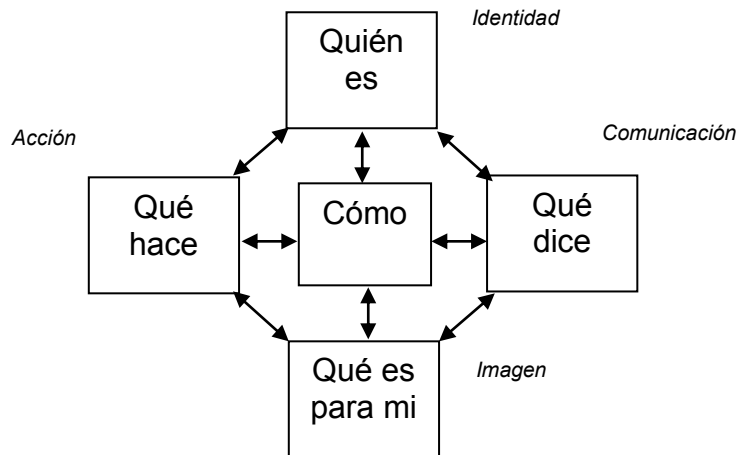
⁴³ Joan Costa, *Imagen corporativa en el siglo XXI*, Argentina, La crujía, 2006, 3ª edición, p.202.

⁴⁴ *Ibidem* pp. 182-183.

⁴⁵ *Ibidem* pp. 195-196.

De acuerdo con Joan Costa el paradigma del siglo XXI se superpone al anterior que nació hace dos siglos (el capital, la organización, la producción y la administración) y acaba de expirar: ahora, los vectores del nuevo paradigma son claramente estratégicos: la Identidad, la Cultura, la Acción, la comunicación y la imagen.

El siguiente modelo creado por Costa ilustra lo señalado en el párrafo anterior.



1. Quién es (la empresa) equivale a su identidad;
2. Qué hace se expresa en actos, decisiones, actuaciones;
3. Qué dice significa “qué comunica”;
4. Qué es para mí (la empresa), es la “imagen”;
5. Es el paso central obligado: el cómo a través de la acción.

Para desarrollar un aprendizaje significativo se requiere diseñar estrategias, tener un objetivo claro de lo que se quiere enseñar y recurrir una metodología de diseño que deberá contemplar: un análisis de los medios o los recursos con los que se cuentan, definir una forma de enseñanza (en línea, a distancia o presencial), así como estructurar procedimientos.

La capacitación como fenómeno que se estructura en relaciones de enseñanza-aprendizaje, en cualquiera de sus modalidades se realiza siempre a través de procesos de comunicación, de carácter interpersonal o colectivo.

2.3 Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la capacitación

En los últimos años se han enriquecido los espacios para generar información, tanto en el ámbito académico, laboral y de investigación. Actualmente los medios de comunicación y las tecnologías de la información son agentes de cambio e innovadores educativos.

A mediados de la década de 1990, el crecimiento de internet, el desarrollo multimedia y tecnología informática se visualizaban como elementos para crear e innovar logrando la implementación de tecnología para la educación.

El terreno donde la práctica educativa interactúa con la práctica comunicativa y con la tecnología de la información y la comunicación, para hacer propuestas, propiciar nuevas practica y formas de conducir los procesos de enseñanza-aprendizaje ya sea en la educación formal o en la capacitación en el trabajo ha tenido un crecimiento sustancial en los últimos años.

Los efectos de la tecnología tienen una influencia directa en la comunicación. No han pasado en vano los esfuerzos intelectuales ni las transformaciones mecánicas aportadas por el quehacer científico y tecnológico de cada época a lo largo de la historia. El hombre de hoy se ve expuesto a una comunicación masiva, instantánea, que se ha vuelto verdaderamente popular. Todos tenemos acceso a un sinnúmero de informaciones.⁴⁶

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son una serie de herramientas que facilitan procesos de comunicación. En algún tiempo se les antepuso la palabra nuevas (NTIC) debido al rápido y constante desarrollo de éstas, relacionado con los avances de la electrónica, la computación, las telecomunicaciones, entre otros.

“

⁴⁶ Margarita Castañeda Yáñez, *Los medios de la comunicación y la tecnología educativa*, México, Trillas, 8ª edición, 1991, p.102.

Para la UNESCO (2005), las TIC es un término plural que denota un amplio espectro de tecnologías vinculadas al procesamiento de información y al envío y recepción de mensajes. Asimismo, son el instrumento que permite el acceso a la “información y a los nuevos métodos de educación, beneficiando con ello el proceso de aprendizaje”.⁴⁷

Las TIC son: audiovisuales (radio, cine, televisión y video), informática (computo y redes), telecomunicaciones (satélites) y telemática utilizadas para la creación, producción, almacenamiento, distribución y consumo de la información.

En suma se puede decir que las TIC son los últimos desarrollos tecnológicos dentro de los medios que transmiten información y sus aplicaciones. Están presentes en la mayoría de los aspectos de la vida, y dentro del amplio papel que juegan como medios masivos en la transformación de entornos clásicos y tradicionales de comunicación.

El impacto que tienen va desde la modificación de la forma en que se generan y distribuyen grandes cantidades de información en los medios masivos de comunicación, como la radio y la televisión; crean nuevas posibilidades de expresión a través de la multimedia y promueven el apogeo de la información digital y su difusión instantánea, masiva y prácticamente sin restricciones como es el caso de las computadoras, las redes y el internet.

El uso de la tecnología aplicada a la capacitación, consiste en mucho más que acceder a un conjunto de páginas a través de internet o de un software especializado. Como todo proceso de enseñanza-aprendizaje, es necesario planificar, organizar y apoyarse en los medios necesarios para facilitar la comprensión del empleado.

“

⁴⁷ Sonia Caire, *La plataforma Puel en la educación a distancia de la FCPyS de la UNAM*, Tesis, FCPyS, UNAM, 2013, pp. 19-20.

Es de carácter innovador, es decir, se relaciona con nuevas actividades, prácticas, procesos; transmiten contenidos, ideas, conceptos, diagramas, entre otros. Esta tecnología revoluciona la manera en que las personas trabajan, aprenden y se comunican.

En el mundo globalizado, el desarrollo de competencias en el manejo e integración de las tecnologías en las actividades laborales, de capacitación y de estudio asegura resultados favorables, por ello la integración de Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como estrategia es de vital importancia.

Hoy día, la tecnología reina en todas las dimensiones de la vida; “podríamos decir que socialmente vivimos la realidad de la *ubicuidad cibernética*, en la medida que todas las actividades humanas (economía, política, educación, lúdica, relaciones interpersonales) se reconfiguran a través de los recursos y estructuras que proponen en juego las tecnologías informáticas”.⁴⁸

El amplio uso de la tecnología y su avance implica la rapidez con que se producen las expresiones, la posibilidad de repetir y difundir mensajes y la accesibilidad a grandes grupos sociales; impacta los ámbitos económico, social, político y educativo.

Al extenderse las tecnologías de la información y la comunicación los fenómenos educativos, sociales e individuales han resultado redefinidos. Tal como sucedió con el invento de Gutenberg que también cambió las reglas del juego; “el antecedente más sustancial lo constituye la invención de la imprenta, cuando el paradigma de producción, registro y comunicación del conocimiento se modificó de forma tan radical, que constituyó culturalmente, la salida del mundo antiguo.”⁴⁹

“_____”

⁴⁸ Diego Lizarazo Arias, *La sociedad eléctrica: preguntas por la educación en el mundo*, SEP DGTVE, Colección Tecné y Pedagogía. Textos breves de investigación y comunicación educativa, 2007, p. 33.

⁴⁹ *Ibidem*, p. 68.

Una valoración positiva es la que tienen hoy las TIC por todos los avances y aportaciones que han logrado, sin embargo no debemos olvidar que los recursos tecnológicos se des actualizan y se renuevan continuamente.

En las organizaciones se ha fomentado el uso de las TIC, procesos de capacitación innovadores y dinámicos, debido a que el mundo laboral se actualiza constantemente, aparecen nuevos sectores y las actividades se transforman dentro de la empresa que se caracteriza por el desarrollo en habilidades profesionales especializadas, para adecuarse a las necesidades del mundo laboral actual.

Las ventajas de las TIC (flexibilización, independencia de de los factores tiempo y espacio, interacción, comunicación en tiempo real y diferida, multimedia, entre otras) ofrecen cambios palpables en las organizaciones, ya que de no sumarse al uso de éstas quedarían con serios rezagos. “Educación y trabajo establecen así una relación que, apoyada en la convergencia tecnológica, se transforma en factor productivo”,⁵⁰ a través de la capacitación en el trabajo.

La sociedad de la información se refiere al mundo actual en el que confluyen una serie de aportaciones tecnológicas basadas en las modernas comunicaciones y sobre todo en Internet. Una de sus características es la posibilidad que tienen los ciudadanos de interactuar mediante los nuevos medios de comunicación.

“

⁵⁰ Delia Covi, *Educación en la era de las redes*, México, UNAM, 2006, p. 45.

2.4 Las competencias laborales

Antes de hablar de competencias laborales cabe señalar que los individuos al aprender se establecen objetivos de acuerdo a las necesidades de cada uno. Estas necesidades se traducen en términos de aprendizaje como las “competencias” o lo que se debe saber para poder aprender.

Dichas competencias se presentan de la siguiente forma: comprensión general, destrezas básicas motrices, psicológicas y de uso de herramientas y métodos para aprender (leer, escribir, hablar, lógico-matemático, entre otros), autoconocimiento, es decir, conocer las fortalezas y debilidades de cada uno y finalmente la adopción de un proceso educativo que puede ser autodidacta, individual, grupal e institucional.

Las competencias necesarias a desarrollar en un ambiente laboral tienen que ver con las técnicas. El uso de la tecnología en el ámbito comercial influye en la importancia de desarrollar habilidades individuales y especiales que diferencien a un profesionista de otro y por tanto hacerlo más competitivo.

En torno a la capacitación basada en normas de competencia cabe mencionar un breve recuento de sus antecedentes en México. En la década de los noventa, inmersos en la globalización, tratados de libre comercio, acuerdos internacionales, entre otros; el gobierno mexicano elaboró, con apoyo del Banco Mundial, un proyecto de largo alcance con el fin de modernizar la capacitación y la educación técnica en el país.

Se crea el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencia Laboral (CONOCER). Y se recomendaron varias acciones, entre ellas: crear un sistema de certificación único que brindaría garantías para los trabajadores y los empleadores, estrecha vinculación entre las instituciones de educación técnica y capacitación y el sector industrial, los programas deberían tener un alto grado de flexibilidad y adaptabilidad, distinguir capacitación para el trabajo y capacitación en el trabajo, entre otras.

Lo cual se tradujo en establecer un sistema de competencias laborales. “con la ayuda y la participación de los sectores comercial, laboral y educativo, se modernizarían los programas de las instituciones de educación técnica en el país con miras a desarrollar una nueva relación entre dicho sector industrial, los trabajadores y la escuela”.⁵¹

La educación basada en competencias pretende otorgar relevancia a la formación de los individuos y a sus posibilidades de aportación al desarrollo socio-económico, buscando una relación más estrecha entre la educación y el trabajo, enfatizando la capacidad del individuo para enfrentar y administrar los cambios, rebasando una propuesta formativa centrada casi exclusivamente en la adquisición de información.⁵²

“La competencia es una visibilidad total y una cualidad interna del sujeto, aunque esta cualidad tiene tal dosis de objetividad que da lugar a un reconocimiento social. La persona competente es aquella que es reconocida públicamente como poseedora de cierta aptitud o capacidad”⁵³, es decir, la competencia es el conocimiento conceptual y habilidad organizada que permite identificar una tarea y realizarla eficazmente, no necesariamente de manera automática sino adaptándose a situaciones desconocidas.

“

⁵¹ Antonio Arguelles y Andrew Gonczi, *Educación y capacitación basada en normas de competencia: una perspectiva internacional*, México, Noriega, 2001, pp.61-62.

⁵² Ofelia Ángeles Gutiérrez, *La educación para el siglo XXI: un puente en la cuenca del pacífico, memoria de la 22 conferencia del consorcio círculo del pacífico*, México, ANUIES, 2000, p.144.

⁵³ *Ibidem* p.146.

Capítulo 3

La capacitación en las instituciones bancarias, permanente, en línea y a distancia

Cualquier persona con una conexión a internet consigue apuntarse a los cientos de cursos de idiomas, informática, ventas, entre otros, que aparecen en la red. Es indudable que hemos asistido, asistiremos, y asistimos, a un sinfín tanto de cursos on-line, como de aprendizaje abierto y a distancia. Es aquí, donde la era de la informática, aunada a los avances tecnológicos ha propiciado que en nuestros días la educación y capacitación en línea sea una realidad global.

La relevancia que tiene la capacitación permanente en el plano económico y social es profunda.

- El aprendizaje permanente es un proceso de desarrollo continuo que pertenece al propio individuo.
- El aprendizaje permanente dota al individuo de la habilidad de vivir en un mundo en constante cambio y de hacer frente a una sociedad y a una vida laboral también cambiante.
- La formación continua incluye todo aquel aprendizaje que tiene lugar en diferentes aspectos de la vida: incluye la educación y el adiestramiento formal e informal.⁵⁴

“

⁵⁴ Richard Teare, David Davies, Eric Sandelands, *Organizaciones que aprenden y formación virtual*, España, Gedisa, 2002, p. 92.

3.1 La capacitación y el desarrollo en las organizaciones

En toda organización empresarial, la productividad y calidad de los servicios o productos que ofrece, está directamente relacionado con el desarrollo profesional de sus colaboradores ya que son ellos quienes constituyen el capital humano de la empresa, haciéndolos el elemento vital que determinará el crecimiento o extinción de la organización empresarial.

Es de vital importancia para las organizaciones tener empleados más eficientes, que resuelvan problemas y que hagan mejor su trabajo, a fin de que su negocio sea rentable y productivo. Además un empleado más experimentado será más provechoso, dado que conoce los procesos y está más familiarizado con los proyectos de la organización.

Algunas organizaciones concentran su esfuerzo en capacitar a sus trabajadores, con el fin de que estén actualizados y motivados para elevar su productividad y beneficien a la empresa en su conjunto.

A medida que aparecen nuevas tecnologías y se desplaza la actividad económica del sector industrial hacia el sector de los servicios, las organizaciones se hacen más dependientes de los conocimientos, destrezas ya actitudes de sus trabajadores. La adquisición y conservación de una fuerza laboral suficientemente capacitadas será entonces más importante para las organizaciones modernas, que la obtención de recursos económicos.⁵⁵

Actualmente la mayoría de los empleos requieren de un alto grado de especialización; por ello las empresas y las organizaciones se ven en la necesidad de implantar sistemas de capacitación que faciliten la adquisición de conocimientos y habilidades de una forma rápida y efectiva.

“
⁵⁵ José Castillo Aponte, *Administración de personal: un enfoque hacia la calidad*, Colombia, Ecoediciones, Colección ciencias administrativas, 2ª edición, 2006, p. 175.

Entre los beneficios de la capacitación en las organizaciones caben señalar: mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles, ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización, crea mejor imagen corporativa, es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas, promueve el desarrollo , incrementa la productividad y calidad del trabajo.

La capacitación, como proceso formativo-comunicativo, beneficia al personal que labora en la empresa así como a la misma institución empresarial.

En toda organización es indispensable la continua formación y actualización del personal con la finalidad no solo se elevar la productividad en general sino de mejorar el capital humano que en ellas se desempeña.

La evolución de la banca en México durante las últimas décadas estuvo marcada de manera muy intensa por el cambio tecnológico. Es previsible que así siga ocurriendo. El cambio tecnológico ha permitido el ofrecimiento de nuevos productos y servicios como los referidos a la llamada banca computarizada.

En la actualidad, la mayoría de las instituciones bancarias se preocupan porque sus empleados sepan trabajar en equipo y tengan habilidades de comunicación.

La comunicación ocurre dentro de una estructura organizacional y se enmarca en una cultura organizacional. Constituye el sistema de vías a través del cual fluyen los mensajes y se establecen los patrones de interacción entre los miembros de la organización; puede ser formal o informal.⁵⁶

Dicha estructura formal permite en intercambio de mensajes por canales “oficiales”, en el caso de las instituciones bancarias, la intranet. A través de ésta se intercambian mensajes como las instrucciones de trabajo, los procedimientos, es decir, el control y difusión de la visión directiva.

“_____”
⁵⁶ Carlos Fernández Collado, *Teorías de la comunicación*, México, McGraw-Hill, 2009, p. 67.

Se dice que la capacitación en el desarrollo de las organizaciones es un sistema permanente y continuo orientado a:

- Preparar al personal de nuevo ingreso, indispensable para que conozca la organización, objetivos, políticas, normas, derechos y obligaciones.
- Instruirlo para desempeñar el puesto para el que fue contratado y lograr la integración al trabajo.
- Favorecer la adaptación de los empleados a nuevos procesos o procedimientos administrativos o de producción.
- Ofrecer cursos para actualizaciones en alguna materia en particular o bien cuando el diagnóstico de las necesidades de capacitación lo consideren.
- Preparar a los interesados en cubrir alguna vacante existente o de nueva creación.

Si bien, es cierto las Universidades Corporativas, son organizaciones de formación que diversas corporaciones empresariales han puesto en funcionamiento para cubrir necesidades de formación específica de sus propios recursos humanos (desarrollo de competencias base para el puesto de trabajo, integración en la cultura de la compañía, aumento la cooperación, la comunicación y las competencias de los empleados de forma individual y en equipo). Éstas, proporcionan estudios que tienen acreditación, pero su actividad principal no es la formación de grado, ya que se orientan fundamentalmente a las necesidades de negocio la misma.

Se trata de nuevas formas de enriquecer y mejorar la calidad de la empresa corporativa en un mercado competitivo, regulador y hacedor de talento para la innovación constante de productos a mejor precio de mercado. Que en definitiva, incrementa las oportunidades y crecimiento de su recurso humano en beneficio del negocio en el escenario de la globalización.

“Las universidades corporativas o centros de formación dentro de las empresas, son nuevas tendencias de formación de empleados por y para la organización”⁵⁷, que brindan la posibilidad no solo de formarse sino que refuerzan los valores, la marca y la imagen de la organización.

Entre otras razones, las universidades corporativas nacen para intentar cubrir un “gap” educativo, que no deja más remedio a las empresas que fundar sus propias escuelas, ante un colectivo insuficientemente formado (...) también pretenden ajustar las carreras organizacionales con las necesidades de futuros puestos de trabajo y estimular el rendimiento y el talento de los trabajadores.⁵⁸

En España, “el banco Santander creó su centro formativo en la ciudad financiera de Bohadilla del Monte (Madrid), con capacidad para formar a 600 profesionales al día. En él, cuenta con una Escuela de Riesgo, una Escuela Comercial, un Centro de Desarrollo Directivo y un Centro Corporativo de integración”.⁵⁹

BBVA tiene su campus en Aranjuez, una subsede en México y una escuela online para la formación no presencial. Las enseñanzas se articulan en cuatro escuelas de Management, Finanzas, Idiomas y Tecnología.⁶⁰

“

⁵⁷ Conrado Castillo Serna, *Nuevas tendencias en la retención y mejora del talento profesional y directivo*, España, EOI, 2001, p. 106

⁵⁸ *Ibidem*

⁵⁹ *Ibidem* p. 107

⁶⁰ *Ibidem*

3.2 El contexto de las instituciones bancarias en México

“Se entiende por intermediación bancaria el proceso por el cual una empresa o varias se especializan en captar depósitos del público para proceder a prestarlos”.⁶¹

Para comprender la misión de los Bancos, su ser y quehacer, es indispensable remontarnos a la historia de la Banca en el país, los cambios que ha sufrido, los problemas que ha tenido y las decisiones que sobre ella se han vertido.⁶²

La historia de la banca en nuestro país ha estado marcada por las fusiones o alianzas bancarias y e incluso crisis. El siguiente cuadro señala el desarrollo de los bancos en México.

Año	Evento
1837	Surge el primer banco “Banco de Avío-Industrial Textil”.
1844	Aparece el Banco de Amortización de la Moneda de Cobre.
1864	Se establece una sucursal del banco británico: The Bank of London, México and South America.
1875	Surgen el Banco Santa Eulalia y el Banco Hidalgo.
1881	Se funda el Banco Nacional Mexicano.
1883	Se establecen el Banco Minero, el Banco de Chihuahua y el Banco mexicano de Chihuahua.
1897	Se promulga la Ley de Instituciones de Crédito y contempla tres modelos bancarios: bancos de emisión, bancos hipotecarios y bancos refaccionarios.

“En resumen, hasta poco antes de que estallara la Revolución en 1910 la estructura bancaria en México se encontraba integrada de la siguiente manera: había

“

⁶¹ Eduardo Turrent, Historia sintética de la banca en México”, [en línea], 42 p. México, Banco de México, URL: <http://www.banxico.org.mx/sistema-financiero/material-educativo/basico/%7BFFF17467-8ED6-2AB2-1B3B-ACCE5C2AF0E6%7D.pdf> [consulta:09 de abril de 2014].

⁶² Arnold Omar Jiménez Ramírez, “La banca mexicana y su historia” [en línea], en Semanario, edición 230, 1º de julio de 2001. [Fecha de consulta 6 de marzo de 2014].

24 bancos de emisión entre los cuales se contaban el Banco Nacional de México y el Banco de Londres que eran los únicos cuyos billetes podían circular en todo el territorio nacional.”⁶³ También habían dos bancos hipotecarios y cinco refaccionarios.

La etapa revolucionaria de 1910 a 1915 ocasiono quebrantos a los bancos.

1915	Venustiano Carranza intenta obligar a los bancos de emisión a acatar los lineamientos de la ley de 1897.
1916	El gobierno declara ilegal la existencia de las instituciones de emisión.
1917	Venustiano Carranza recurre a la incautación y al crédito forzoso con bancos, arrebatándoles la totalidad de sus reservas metálicas.
1917	Se establecen los lineamientos para que exclusivamente hubiera un Banco único de Emisión, bajo el control del Gobierno.
1921	Álvaro Obregón decreta que los antiguos bancos de emisión sean devueltos a sus propietarios.
1925	Abre sus puertas el Banco de México.
1926	Se promulga nueva ley de bancos en la que se ordena que las instituciones de crédito serían los bancos de depósito y descuento, hipotecarios, refaccionarios, de fideicomiso y las compañías de fianzas.
1932	Se crea la figura de la institución nacional de crédito.

“Hacia finales de la década de los treinta existía en México la siguiente estructura de instituciones nacionales de crédito: Banobras, Nacional Financiera, Unión Nacional de Productos de Azúcar, Banco Nacional de Comercio Exterior, Banco Ejidal, Banco Agrícola y algunas más de menor importancia”.⁶⁴

“

⁶³ Eduardo Turrent, *Op. Cit.* p.3

⁶⁴ *Ibidem* p.7.

1941	Nueva ley bancaria que profundiza la clasificación de las instituciones bancarias: bancos de depósito, sociedades financieras e hipotecarias y bancos de capitalización.
------	--

Fue durante la década de los años cincuenta cuando se empezó a manifestar con mayor evidencia la tendencia en el sistema financiero de México a evolucionar hacia el prototipo de la banca universal. Se entiende por banca universal la provisión de la totalidad de los servicios financieros por una misma entidad o consorcio.⁶⁵

1970	Se promulga una disposición para reconocer la existencia de los grupos financieros; cuyas empresas filiales seguían una política financiera coordinada y entre los cuales existían nexos patrimoniales.
1974	Se anuncia la ley de la implantación en México de la banca múltiple: un banco de depósito, una sociedad financiera y una hipotecaria, es decir, podían operar depósitos, ahorro, hipotecas y fideicomisos.
1981	Expropiación de la banca privada.

“El gobierno del presidente López Portillo expropió los bancos, pero fue el régimen del presidente Miguel de la Madrid el que tuvo que encargarse de la indemnización de los banqueros expropiados y de organizar y poner en ejecución una situación inédita en México: la de la banca en manos del sector público”.⁶⁶

1989	Privatización de la banca comercial. Los lineamientos que guiaron la privatización bancaria fueron: obtener el mayor ingreso posible por la venta de los bancos, ayudar en el mejor funcionamiento del sistema financiero del país y preservar la propiedad de las acciones de los bancos en inversionistas mexicanos.
------	--

“_____”

⁶⁵ *Ibidem* p.11.
⁶⁶ *Ibidem*, p. 20.

Tres características principales distinguen al sistema financiero que se ha venido formando en México desde 1992. La primera de ellas es que varios bancos múltiples existen y operan sin pertenecer a algún grupo financiero. De hecho, este es el caso de 15 de los 40 bancos múltiples que existen actualmente en México. La segunda característica es que la normatividad permite la formación de grupos financieros sin que éstos posean un banco múltiple. Existen actualmente en México 17 casos de esta naturaleza sobre un total de 36 grupos financieros en operación. Finalmente, al igual que ocurrió en el pasado, los grupos financieros más grandes y poderosos sí cuentan con un banco múltiple. ⁶⁷

En 1995 se presentó una crisis bancaria, la cual afectó a todos los bancos del sistema financiero mexicano. Las autoridades mexicanas aplicaron programas de capitalización temporal, intervención, compra de cartera y de apoyo a deudores.

Entre 1998 y el año 2000 se gestaron las condiciones para que, a través de los tratados de libre comercio, se diera apertura a la participación de la banca del exterior en el mercado mexicano.

La entrada de la banca foránea a México ya sin restricciones reglamentarias, se inició con una primera operación que se concretó en agosto de 2000 cuando BBV adquirió en definitiva Bancomer. Al año siguiente, Citibank hizo lo propio con Banamex y en noviembre de 2002 HSBC consiguió el control accionario de Bital. Serfín había sido ya comprado por Banco Santander y lo propio ocurrió con Inverlat a cargo de Bank of Nova Scotia.⁶⁸

Lo anterior significó que para finales de 2003 la participación de capital foráneo en México ascendía a 82.3 por ciento.

La evolución de la banca en México ha estado marcada por los cambios tecnológicos, que permiten ofrecer nuevos productos y servicios, tal es el caso de la banca en línea o banca móvil.

“

⁶⁷ *Ibidem* p. 28.

⁶⁸ *Ibidem* p. 35.

En México actualmente existen las siguientes instituciones bancarias:

- ABC Capital
- American Express Bank (México)
- Banca Afirme
- Banca Mifel
- Banco Actinver
- Banco Ahorro Famsa
- Banco Autofin México
- Banco Azteca
- Banco Base
- Banco Bicentenario
- Banco Compartamos
- Banco Credit Suisse (México)
- Banco del Bajío
- Banco Inbursa
- Banco Inmobiliario Mexicano
- Banco Interacciones

- Banco Invex
- Banco JP Morgan
- Banco Mercantil del Norte
- Banco Monex
- Banco Multiva
- Banco Nacional de México
- Banco PagaTodo
- Banco Progreso Chihuahua
- Banco Regional de Monterrey
- Banco Santander
- Banco Ve por Más
- Banco Wal Mart de México Adelante
- BanCoppel

-
- BANCREA
 - Bank Of America Mexico
 - Bank Of Tokyo Mitsubishi UFJ (México)
 - Bankaool
 - BANSÍ
 - Barclays Bank México
 - BBVA Bancomer
 - CIBanco
 - Consubanco
 - Deutsche Bank México
 - Fundación Dondé Banco
 - HSBC México
 - InterBanco
 - Investa Bank
 - Scotiabank
 - The Bank Of New York Mellon
 - UBS Bank México
 - Volkswagen Bank

Y los gubernamentales: Nafin, Bancomext, Banobras, Bansefi, Banjercito, Financiera Rural.

Adicional a las funciones de administrar el ahorro y asignar el crédito eficientemente, existe una tercera igualmente importante que consiste en facilitar la liquidación de las obligaciones que se producen entre los agentes económicos, es decir, los bancos desempeñan un papel estratégico al permitir el flujo de los recursos financieros en todo el país al distribuir los billetes y monedas, al pagar los cheques que se emiten, al ofrecer el servicio de pago con tarjetas de débito y crédito, al procesar transferencias electrónicas de fondos, al ampliar la distribución de efectivo a través de los cajeros automáticos, entre otros.⁶⁹

“
⁶⁹ S/A, Servicios de la banca, Asociación de bancos de México, [en línea] <http://www.abm.org.mx/servicios-de-la-banca/>, [consultado el 18 de mayo de 2014].

3.3 Capacitación “tradicional”

En la actualidad básicamente coexisten dos modalidades de capacitación la tradicional o presencial y la capacitación en línea y a distancia.

De acuerdo con Hugo Calderón Córdova, se identifican varias fases en el proceso de la capacitación tradicional:

- a) Presentación del proyecto: consiste en la presentación del planteamiento general del problema y las acciones a desarrollar para resolverlo.
- b) Presentación del programa: se inicia con la investigación de necesidades de capacitación y culmina con la exposición sistemática de un conjunto de actividades que tienen orden y un objetivo determinado. Se establecen las condiciones a las que deben sujetarse las actividades, así como su descripción, duración, recursos asignados y señalamientos de responsables.
- c) Operación del programa: conforma las actividades que permiten la aplicación de los programas y el logro de objetivos.
- d) Control del programa: contiene una serie de acciones evaluatorias para eliminar problemas en al operación de los programas.
- e) Evaluación: diseñan medios para establecer hasta qué punto los capacitados alcanzaron los objetivos prefijados.
- f) Seguimiento: permite evaluar el grado de permanencia de la acción capacitadora y detectar acciones futuras.

Otros autores señalan que las etapas del proceso de capacitación son:

- Detección de necesidades de capacitación: refiere a lo que se desea o es necesario cambiar en cuestión de capacitación dentro de una organización, así como establecer la situación a la cual se aspira.
- Definición de objetivos: dan sentido al proceso de capacitación ya que señalan el fin que se persigue.
- Programación de la capacitación: es la estructura del programa de capacitación, tal como metas, procedimientos, reglas o actividades de trabajo a realizar.
- Ejecución de programas: hace alusión a la implantación del programa de capacitación.
- Evaluación de resultados: etapa final que debe considerar el alcance y evidencias de la capacitación.
- Seguimiento: es de suma importancia la continuidad en la capacitación, generalmente es un aspecto descuidado en las organizaciones que solo ven el resultado a corto plazo, es decir, una vez que se ha concluido el programa de capacitación.

Las necesidades de capacitación, son provocadas por el avance de la tecnología, por los cambios económicos y sociales o por los ajustes indispensables en la organización; por ejemplo un cambio de estrategia comercial.

3.4 Capacitación permanente, en línea y a distancia

En los últimos años se han gestado nuevas formas de comunicación interpersonal, como la que implica la tecnología informática como Internet, en donde la capacitación a distancia y los cursos virtuales se dan a través de un dialogo únicamente a través de computadoras conectadas a través del mundo por líneas telefónicas, satélites, fibra óptica, entre otras.

La educación en línea ha ganado gran popularidad en el área de la capacitación, proceso educativo cuya finalidad es contribuir al desempeño de los individuos en relación a una actividad laboral. Esto se debe a que es una de las modalidades más efectivas en relación con su costo. A pesar de que el aprendizaje basado en la red es relativamente costoso para su montaje, a largo plazo se considera más económico porque permite que el aprendiz utilice flexiblemente su tiempo en la capacitación, sin la necesidad de apartarse de su ámbito laboral.⁷⁰

Algunos autores suelen utilizar de forma indistinta los términos “educación a distancia”, “educación virtual” y educación en línea”. Es una relación mediada por las TIC, es decir, una relación de comunicación donde educador y educando no confluyen en tiempo y espacio. Y pueden ser sincrónico (tiempo real, con un instructor) o asincrónico (auto-administrado).

Dependiendo del propósito que se persiga las técnicas más utilizadas para desarrollar la fuerza laboral de una organización son:

- Capacitación para desempeñar un determinado puesto de trabajo: es la forma más común en que la empresa hace del conocimiento del empleado las actividades que deberá desarrollar en su labor cotidiana.

“

⁷⁰ Jhoanna Rodríguez y Vanessa Miguel, “Uso del modelo CIPP para evaluar la implementación y los resultados de un programa de capacitación en línea”, [en línea], Venezuela, Revista Comportamiento, vol. 7, núm. 1, 2005, URL: http://www.comportamiento.dsm.usb.ve/revista/vol_7_1/art_%205 [consulta: 09 de abril de 2014].

-
- Enseñanza programada: los empleados aprenden con ayuda de programas de estudio diseñados con un fin en particular y con ayuda de una computadora. Básicamente es para capacitación masiva.
 - Involucramiento en proyectos especiales: tareas especializadas que permitirán al empleado ampliar sus conocimientos y habilidades.

Es de vital importancia contar con tecnología de fácil acceso y utilización para los empleados que participan en la capacitación, la creación de centros de recursos multimedia que faciliten una buena base de información.

Los medios y los recursos logran ser de gran ayuda para la organización y la administración.

Capacitación equitativa y flexible en términos de la incorporación, salida y movilidad de empleados, es decir un sistema dinámico, en el cual todos sus componentes deben ser activos y cambiantes, a fin de adecuarse a las necesidades de la organización y de los propios empleados.

En el proceso de capacitación se llevan a cabo una serie de actividades que van desde la identificación de aquello que la persona necesita conocer, hasta la determinación de los elementos y la forma con los cuales se logrará el aprendizaje.

Es de vital importancia contar con los materiales didácticos acordes, y pueden ser auditivos, visuales y audiovisuales tal es el caso de los programas multimedia. Y hoy día medios informáticos y simuladores de modelos digitales.

Enorme es el potencial que tiene la capacitación asistida por computadora. El material multimedia combina el poder audiovisual de la televisión, el poder publicitario de la imprenta, y el poder interactivo de las computadoras. Es un centro de información tan poderoso, expresivo y natural que logra que se capte en forma mucho más efectiva la información que se recibe.

Lo anterior porque permite interactuar con los sonidos, las imágenes, los colores y la acción. Las ventajas que se encuentran para la capacitación son las siguientes:

- Interactividad. Instrucción flexible, de acuerdo a las necesidades y a la disposición de tiempo del capacitado.
- Consistencia en el manejo de la información.
- Ahorro de costos.
- Reducción en el tiempo de capacitación.
- Aumenta el periodo de retención de información, al utilizar en mayor escala los sentidos.
- Elimina la necesidad de viajar, incluyendo tiempo y gastos.
- Personalización. Utilidad en modelos de capacitación autodidactas.

En cuanto al Internet es necesario señalar cuáles son las herramientas de esta tecnología que pueden ser utilizadas en el diseño e instrumentación de modelos de capacitación.

- Correo electrónico
- Transferencia de archivos
- Base de datos de soporte técnico
- Monitoreo y administración remota
- Capacitación a distancia

El concepto e-learning⁷¹ significa utilizar la tecnología de la información así como las computadoras para poner disponible una serie de cursos de diferentes temas a cualquier persona, en cualquier lugar y momento, ya se vía internet o intranet, es decir, es un aprendizaje electrónico. Es una modalidad de formación que pretende combinar rasgos de la educación a distancia tradicional con la intensa interacción comunicativa que se produce en la formación presencial.

“_____”

⁷¹ Bertha Elena Valera Muñoz, *El uso de la plataforma educativa Moodle 1.9 para la difusión del modelo por competencias*, Universidad Chapultepec, 2011, p.37.

Es el propio empleado o usuario, quien decide dentro de los límites y políticas de la organización en qué momento tomar su capacitación o cualquier curso de manera voluntaria.

A través de un Sistema de Administración del Aprendizaje (LMS por sus siglas en inglés), se puede consultar una diversidad de información, los cursos ya concluidos, calendarios de inicio y finalización, lugar exacto donde se quedó algún curso, calificaciones, avisos, exámenes.

Un LMS ofrece, también, información sobre la administración de la capacitación, ya que permite ver el desempeño, historial de calificaciones obtenidas, cantidad de cursos aprobados y no aprobados así como el historial de capacitación de los empleados de la organización.

Entre las ventajas que ofrece el LMS tenemos textos interactivos con hipervínculos, incluso con la red, videos, gráficos, animaciones, foros, videoconferencias, que hacen posible una interactividad que indudablemente facilita el proceso de aprendizaje.

Si la organización es muy grande y se encuentra geográficamente dispersa, tiene muchos empleados o tiene alto nivel de rotación (claro ejemplo de estos puntos son las instituciones bancarias), una estrategia a distancia hace más fácil y menos costosa la capacitación.

Las diferencias en tiempo y espacio, aunadas al potencial de la interactividad tecnológica, ofrecen oportunidades educativas y sociales que deben aprovecharse. Los participantes requieren aprender a organizar el tiempo, ritmo y disposición de acuerdo con sus condiciones contextuales concretas y su estilo personal de aprendizaje. Para ello requieren, además de una actitud favorable a la tecnología,

experiencia previa con ella y conocimientos previos sobre el contenido de enseñanza.⁷²

Los beneficios de la capacitación en línea:

- Optimización de costos
- No existencia de limitaciones espacio-tiempo
- Disminución de tiempos de respuesta
- Actualización inmediata de la información

Cabe señalar que una estrategia a distancia no implica que toda la capacitación de la organización se realice en forma electrónica. Ya que no todos los cursos son aptos para incluirse en una modalidad a distancia, y según algunos expertos vale la pena combinar la educación virtual con la presencial.

El empleado debe ser capaz de enfrentar las condiciones del estudio independiente, conjugando responsabilidad, creatividad, capacidad y constante deseo de aprender. En general auto aprendizaje, trabajo colaborativo e independencia.

Es decir contar con una alfabetización digital, “se refiere a un sofisticado repertorio de competencias que impregna el lugar de trabajo, la comunidad y la vida social. Los individuos necesitan comprender el potencial de la tecnología y llegar a emplearla con seguridad y competencia, sentido crítico y un adecuado nivel de discernimiento”.⁷³

El Software educativo aparece cuando se requiere que un determinado grupo de individuos se capaciten o aprendan sobre un tema en específico, se recurre al software educativo; ya que se puede interactuar con problemas que evalúan el grado de aprendizaje de los usuarios por medio de test. Por lo regular, el software educativo es

“_____”

⁷² Rocío Amador Bautista, coordinadora, *Educación y tecnologías de la información y la comunicación: paradigmas teóricos de la investigación*, México, UNAM, Plaza y Valdés, p. 162.

⁷³ Isabel Montero Montero, *Los desafíos de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la educación*, Madrid, OCDE-Centro nacional de información y comunicación educativa, 2003, p.101.

diseñado por encargo; donde se especifican los contenidos, la estructura, los videos, la música, los archivos, la forma de evaluación; así como la presentación física. Es usado en su mayoría por empresas de capacitación y escuelas técnicas.

Plataformas de gestión de cursos: las plataformas de gestión de cursos en línea son los programas estructurados de forma modular. Es decir, presentan sus contenidos por partes. La plataforma tiene la opción de configuración para ordenar contenidos en un espacio en internet y mantenerlos ahí para acceder a ellos cuando se requiera.

Promover y hacer usos fructíferos de las posibilidades socio-tecnológicas contemporáneas: plataformas y modelos pedagógicos (en línea, a distancia, virtual), materiales multimedia, paquetes didácticos, propuestas metodológicas, audiovisuales, software educativo y otros productos que pretenden ayudar a mejorar el proceso de capacitación.

El éxito de una institución financiera es tarea de todos los que laboran en ella. El primer contacto de un cliente con la institución es precisamente con el ejecutivo en sucursal, y en este sentido ellos son quienes directamente tienen una gran responsabilidad, porque la mejor publicidad sin lugar a dudas es la que se realiza de boca en boca, y en una institución bancaria el servicio al cliente es la mejor promoción.

“Al igual que cualquier otro programa educativo, los programas de capacitación en línea requieren de una evaluación o enjuiciamiento sistemático de su mérito. En una de sus concepciones, la evaluación es considerada como un proceso que proporciona información útil a los responsables de la toma de decisiones”.⁷⁴

La Universidad Virtual del Sistema Tecnológico de Monterrey capacita a los empleados del Grupo Financiero BBVA Bancomer a través de e-Campus, una plataforma de Internet

“_____”

⁷⁴ Jhoanna Rodríguez y Vanessa Miguel, “Uso del modelo CIPP para evaluar la implementación y los resultados de un programa de capacitación en línea”, [en línea], Venezuela, Revista Comportamiento, vol. 7, núm. 1, 2005, URL: http://www.comportamiento.dsm.usb.ve/revista/vol_7_1/art_%205 [consulta: 09 de abril de 2014].

mediante la cual se brinda la formación en línea a más de 110 mil personas que se encuentran en 14 países.

El programa e-Campus fue desarrollado y es operado a través de la División de Educación Continua y Desarrollo Empresarial. Cada día crece el número de personas que desarrollan habilidades y adquieren conocimientos a través de los programas de capacitación de esta plataforma de aprendizaje global creada bajo una arquitectura tecnológica única, mediante la cual se brindan más de 1,254 cursos diferentes de catálogo.

A la fecha se han brindado más de 6 millones de horas de capacitación en línea desde marzo de 2008, fecha en que comenzó a operar e-Campus, con un índice de finalización mayor al 70%.

Actualmente el Grupo Financiero BBVA Bancomer realiza el 55% de sus actividades de capacitación en línea, y se planea continuar el crecimiento de la formación vía web.⁷⁵

En algunas instituciones bancarias reclutan a profesionales calificados para desempeñar funciones concretas, pero en otras buscan a sus funcionarios en un mercado heterogéneo pues no hay una formación específica para empleados bancarios. Motivo por el cual se deben intensificar las políticas y directrices educacionales centradas en la capacitación desde los nuevos funcionarios para que adquiera sus conocimientos y habilidades mínimas para desempeñar sus funciones.

Muchas organizaciones mexicanas han adoptado la educación en línea como parte de su estrategia en el campo de la educación corporativa, por que llegan a un mayor número de empleados en todo el país a un menor costo que es el mayor beneficio de esta modalidad de capacitación. Peor qué pasa con el empleado, sin considerar al individuo como integrante activo del proceso.

“_____”

⁷⁵ https://www.facebook.com/note.php?note_id=281120641955693, [consultado el 2 de junio de 2014].

Capítulo 4

Propuesta de un programa de comunicación educativa para la capacitación de empleados bancarios

Es claro que la creciente globalización y el desarrollo tecnológico provocan cambios fundamentales en los sistemas de formación y capacitación; tanto en las formas de organizarla como en el contenido de los programas y en los métodos de enseñanza.

Hoy día la capacitación a empleados deja de ser una actividad finita y de corta duración, para convertirse en un proceso esencial para toda la vida productiva de las personas. Es decir un proceso permanente cuyo propósito es elevar la productividad y mejorar la posición competitiva de cada organización.

Se requiere que los empleados tengan nuevas capacidades que les permitan analizar y resolver problemas, trabajar en equipo, desempeñar diferentes funciones, asumir responsabilidades, dominio de lenguajes tecnológicos y capacidad de comunicación e interlocución con toda la organización.

El reto consiste en lograr mayor adaptación y velocidad de respuestas de las necesidades de cambio, en elevar la calidad y eficacia de los programas. Inducir a cada trabajador a que utilice sus mejores esfuerzos, su trabajo más apropiado, todos sus conocimientos tradicionales, su capacidad, su ingenio, es decir, toda su iniciativa con el fin de dar a la organización el mayor beneficio posible.

Para cumplir los objetivos y metas de las instituciones bancarias así como aprovechar óptimamente los recursos de que disponen, se requieren planificar y

sistematizar sus actividades. Es aquí en donde la función de elaborar programas de capacitación con base a la comunicación educativa adquiere mayor importancia, al considerar que a través de su adecuada aplicación se capacite a los empleados para que los empleados en sucursal realicen sus actividades en forma efectiva.

Se deben considerar varios aspectos de la capacitación en el trabajo, la cual es para los empleados de nuevo ingreso, de promoción o reubicación que va a desempeñar una nueva función.

- Capacitación de pre ingreso: aquí se le proporciona al nuevo personal información de cómo desarrollar sus habilidades para la ejecución de las actividades del puesto.
- Inducción: se le proporciona información sobre la organización, planes, objetivos y políticas, para que pueda familiarizarse con la institución. Para cualquier nuevo miembro de la empresa, el primer contacto con ella es fundamental. Por esta razón, cualquier plataforma de comunicación interna tiene entre sus prioridades el establecimiento de los procedimientos de acogida. Estos deben permitir la presentación de la empresa al recién llegado (la inteligibilidad de su organización, de sus objetivos), ofrecerle los medios para ubicarse en su estructura (la ergonomía de la organización) y, sobre todo, crear las condiciones para una inserción personal rápida y fluida de contactos directos.⁷⁶
- Adiestramiento: acción destinada a desarrollar las habilidades y destrezas del empleado en su puesto.
- Capacitación promocional: al empleado se le da la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel.

“

⁷⁶ José Luis Piñuel Raigada, *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*, España, Síntesis, 1997, p.122.

-
- Capacitación en el servicio: se adquieren las habilidades y destrezas para un empleo, y se le da la oportunidad de que el trabajador participe en la labor productiva. Las personas que se están capacitando utilizan los procedimientos, herramientas y equipo de la institución, al mismo tiempo que trabajan de acuerdo a las condiciones de ésta.

Un programa de capacitación va dirigido a un grupo ocupacional, en el cual se agrupan puestos con actividades y niveles organizacionales comunes, y se desarrollan planes y programas similares.

Cabe señalar que en ocasiones los programas de capacitación surgen como respuesta a necesidades urgentes o presiones momentáneas causadas por problemas circunstanciales.

Un programa de capacitación tiene objetivos particulares, que deben tener un determinado periodo de tiempo, las materias de aprendizaje son mas especificas de acuerdo a las tareas propias de cada área o departamento. Si están a razón de puestos, deben orientarse al desempeño deseado en cuanto a conocimientos, habilidades y actitudes del empleado.

En suma, un programa de capacitación es el conjunto de técnicas a seguir para la enseñanza-aprendizaje de los empleados, estructurado por área específica o por puesto, y cuya reunión constituyen un plan.

Los elementos que recomiendan varios autores para su elaboración son:

- Objetivos de aprendizaje: describen las conductas a lograr al término del proceso de aprendizaje.

-
- Contenido temático: es la información funcional, importante, suficiente y de actualidad que permita alcanzar dichos objetivos.
 - Actividades de instrucción: se refiere a los métodos y procedimientos que facilitan el proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Material didáctico: medios y materiales instruccionales que apoyan el proceso comunicativo de la enseñanza-aprendizaje.
 - Evaluación: permite analizar el grado de cumplimiento de los objetivos.

Por otro lado, las organizaciones llevan a cabo las acciones de capacitación de acuerdo a las siguientes estrategias:

Programas específicos: conjunto de acciones que define una empresa, en función de sus necesidades particulares de formación.

Programas generales: se definen como el cúmulo de acciones de capacitación estructuradas modularmente, dirigidos a una ocupación o puesto de trabajo en una determinada área.

Programas estandarizados: los elaboran grupos de empresas que tienen el mismo giro o actividad económica, satisfacen necesidades de capacitación en puestos u ocupaciones similares.

La presentación del programa de capacitación contempla los siguientes aspectos:⁷⁷

“
⁷⁷ S/a, “Guía de capacitación: Elaboración de programas de capacitación”, Secretaria del trabajo y previsión social, México, 2008, [en línea] <http://observatoriodelacapacitacion.stps.gob.mx/oc/capacitacion/G4-EPG.pdf>, [consultado el 10 de junio de 2014].

-
- **Fundamentación:** en cuanto a los problemas que dan origen a los cursos así como la prioridad que tenga en la organización.
 - **Identificación:** nombre del curso, objetivo y personal a capacitar.
 - **Propósito:** objetivo global que orienta el programa y que debe responder a los objetivos particulares de cada curso.
 - **Contenido:** se refiere a los temas que se revisarán en cada itinerario.
 - **Técnicas:** mecanismos y métodos didácticos elegidos para estructurar los cursos.
 - **Material y equipo:** materiales. Equipos y apoyos didácticos que se requieren para el desarrollo de los cursos.
 - **Calendarización:** periodos y fechas en los que se pretende llevar a cabo el programa.
 - **Recursos presupuestales:** cantidad de dinero necesaria para desarrollar el programa.

En cuanto a la comunicación educativa cabe considerar:

- **Análisis del material existente en la empresa.**
- **Selección cuidadosa del tipo de material a utilizar.**
- **Verificación de la existencia y situación técnica de los equipos e infraestructura didáctica, desde equipos de sonido, video, computadoras, aulas virtuales, conexión a internet, entre otras.**
- **En caso de no existir el material necesario, diseñar, planear y producir conjuntamente entre áreas de apoyo, el material requerido.**

Entre los elementos que conforman un programa instruccional se encuentran los siguientes:

Modelo de capacitación: conjunto de planes instruccionales, técnicas, métodos y materiales didácticos que conforman la operación de la capacitación en una organización.

Tradicional: el instructor asume la responsabilidad del proceso.

Participativo: empleado e instructor interactúan apoyándose en el uso de materiales didácticos.

Enseñanza programada: el empleado regula el tiempo de aprendizaje, con apoyo de materiales didácticos.

Autodidacta: el empleado se basa en los materiales didácticos y tecnologías de la información y la comunicación para su aprendizaje.

Basado en la certificación de competencias laborales: este modelo utiliza los medios multimedia como una forma de motivar el autoaprendizaje.

Capacitación a distancia: utiliza las herramientas que la tecnología de la información y la comunicación pone a su alcance para desarrollar planes y programas de capacitación que tienen el principal objetivo de evitar el desplazamiento a un lugar específico y con horario concreto. Utiliza tecnología informática y modelos interactivos con un tutor que lo orienta en el proceso de enseñanza-aprendizaje y al final hay una evaluación.⁷⁸

Es vital conocer el perfil del participante, ya que los contenidos de un programa están condicionados por las características de los empleados que conforman el grupo de aprendizaje. Conocer su nivel académico, su experiencia en el trabajo, antecedentes en materia de capacitación, edad, entre otras, permite determinar el nivel al que se debe adecuar el curso, grado de profundidad, lenguaje, materiales didácticos, técnicas y métodos.

“
⁷⁸ Espinosa García, Edith, *Propuesta de modelo de capacitación a distancia implementado a grupos de fuerzas de ventas*, UNAM, Fac de Psicología, 2012, p.39.

En cuanto más efectiva sea la comunicación educativa, más concreta, eficiente y profesional será la capacitación que se proporciona. Los conceptos que se traducen en acciones, que demuestran su utilidad práctica y que se concretan tienen posibilidad de integrarse a la persona y modificar sus conductas, que es finalmente el propósito que da sentido a la capacitación.

Se requiere de un área específica de comunicación educativa que interactúe en forma interdisciplinaria con los técnicos especializados en el tema y los instructores.

La impartición de un curso podrá proporcionarse dentro o fuera del centro de trabajo, o en forma mixta; durante las horas de la jornada laboral salvo que ambos convengan de otra manera para no afectar el servicio.

Para lograr un mejor rendimiento en el aprendizaje, cabe considerar que en la capacitación se trabaja con adultos y que éstos necesitan un ambiente estimulante y propicio que favorezca, en todos los sentidos, el aprendizaje. Para lograrlo la Asociación Mexicana de Capacitación de Personal (AMECAP), propone considerar los siguientes aspectos: Condiciones biológicas, ambientales, psicológicas, intelectuales y específicas de cada grupo.

Cuanto más se repite o se practica lo aprendido, más se arraiga el aprendizaje. Inclusive una habilidad aprendida pero no utilizada se pierde y puede llegar al punto de necesitar ser reaprendida.

Para que un programa de capacitación sea positivo y gratificante debe:

- Valorar las aportaciones de cada miembro del grupo por igual.
- Dirigir el interés de los participantes al logro de los objetivos.
- Retroalimentar permanentemente.
- Prestar interés a las necesidades e intereses de cada capacitado.

En cuanto a las técnicas de capacitación donde no hay instructor, el empleado aprende en forma autodidacta a través de una instrucción programada.

Para seleccionar la técnica más adecuada es necesario considerar varios aspectos, entre ellos:

- Objetivos instruccionales
- La experiencia del grupo
- Tamaño del grupo
- Costo y recursos
- El tipo de capacitación que se pretende impartir, por ejemplo: inducción, formación, actualización, especialización, perfeccionamiento, promoción, rehabilitación o readaptación.

Respecto a la evaluación que es un proceso permanente, continuo y sistemático que permite valorar los cambios producidos en la conducta de los empleados y también evaluar todos los elementos que conforman el proceso de capacitación: instructores, técnicas, métodos didácticos, apoyo logístico, así como la calidad, oportunidad, atención y eficiencia de todo el proceso y el personal involucrado en la capacitación de personal.

Lo ideal es que la evaluación se efectúe en varios momentos del proceso de capacitación:

Antes: evaluación diagnóstica,

Durante: evaluación de ajuste o formativa.

Al final: evaluación sumaria.

Después: evaluación de seguimiento.

Cualquier proyecto de comunicación educativa vinculado a la capacitación de empleados debe contemplar los siguientes aspectos:

- Estimular la investigación sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
- Analizar y delimitar el modelo de capacitación y el respectivo programa instruccional.
- Considerar que el uso diversificado de medios y técnicas didácticas pueden complementarse.
- Tener en cuenta las características de la audiencia, conformada por adultos en una relación de trabajo y compromiso laboral.
- Tomar en cuenta que la eficacia de la capacitación dependerá no solo del mensaje sino del cómo se presente. Por lo tanto de acuerdo a las características del contenido habrá que valorar el medio y el lenguaje a utilizar.
- Tener siempre presente las características de los destinatarios, así como las condiciones y la infraestructura necesaria.⁷⁹

	CAPACITACIÓN	COMUNICACIÓN
¿Qué hacer?	Plan de capacitación	Idea creativa
¿Cómo hacerlo?	Modelo de capacitación	Proyecto
¿Qué enseñar?	Programa instruccional	Contenido
¿A quiénes?	Empleados	Público
¿Para qué?	Objetivos	Objetivo
¿Cómo comunicar?	Materiales didácticos	Medios
¿Cuándo realizarlo?	Carta descriptiva	Plan de producción

⁷⁹ *Administración de personal*, México, Pearson Educación, 8ª edición, 2001, p.253.

Las aulas virtuales, comunidades virtuales de enseñanza o plataformas educativas en internet, son precisamente los espacios interactivos donde se lleva a cabo la educación.

Para las empresas, instituir este tipo de formación, no solo representa el estar a la vanguardia tecnológica sino una solución a sus crecientes demandas de capacitación y poner al alcance información actualizada a un gran número de personas, además de los beneficios de contar con una fuerza de trabajo que se desempeñe más rápido y mejor que la competencia.

Capacitación y desarrollo de habilidades se dan en línea y a través de redes informáticas, simuladores, guías de trabajo, foros, chats, bases de datos son los factores elementales en las aulas virtuales, que es la respuesta a las exigencias de la nueva sociedad.

“La importancia del aprendizaje continuo –el que se prolonga a lo largo de toda la vida-, así como de sus características más importantes relativas a modelos abiertos, ejecución del aprendizaje, acreditación y progresión.

La relevancia de un amplio modelo de la industria relativo al aprendizaje en acción, que cuente con el apoyo del entorno de aprendizaje que ofrece Internet.

El rápido desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y las –fundamentales- fuentes de aprendizaje on-line a las que se puede acceder mediante un curso interactivo.”⁸⁰

Por su profesión, los empleados bancarios, están obligados a demostrar que se ponen al día profesionalmente. En un banco el cliente es la razón de ser de la institución.

“_____

⁸⁰ Richard Teare, David Davies, Eric Sandelands, *Organizaciones que aprenden y formación virtual*, España, Gedisa, 2002, pp. 27.

El servicio brindado sólo tiene valor cuando es valorado, es decir, cuando alguien lo quiere.

“El aprendizaje de acción propone una simple proposición: que aprendamos lo mejor acerca del trabajo, en el trabajo y por medio del trabajo, dentro de una estructura que anime al aprendizaje”.⁸¹

⁸¹ *Ibidem*, p. 386.

Conclusiones

Actualmente, es una necesidad contar con una especialidad en comunicación educativa que contemple los principales conceptos del proceso de enseñanza-aprendizaje en distintos niveles.

Especializar al profesional de la comunicación en campos tan específicos como la comunicación organizacional, la comunicación política, la comunicación publicitaria o la comunicación educativa.

Cabe señalar que los estudios que se han realizado sobre la Comunicación educativa han sido en su mayoría en la problemática de la educación básica, media y superior, pero ha sido mínima en cuestión de la planeación, realización y evaluación de los medios y mensajes utilizados en la capacitación de los trabajadores.

Hay una considerable cantidad de egresados de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales que trabajan en el área educativa y la preparación académica, en el programa actual no hay una asignatura de comunicación educativa, que nos permita saber sobre la planeación curricular, el diseño y estructuración de contenidos en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Y los elementos pedagógicos que conforman el proceso de la capacitación de los empleados.

En los últimos tiempos se han abierto poco a poco espacios en las organizaciones en el ámbito de la capacitación a los profesionales de la comunicación para desarrollar programas de capacitación o producción de materiales didácticos, que antes eran exclusivos de la psicología, la pedagogía y la administración de empresas.

Cabe señalar que el factor principal de cualquier innovación en la interrelación de medios de comunicación y enseñanza es el papel que desempeñan los docentes e instructores ya que su actitud al respecto es un punto clave para la integración de los

medios de comunicación en el sistema educativo en general y en la capacitación a trabajadores, en particular.

En la actualidad el egresado de la licenciatura de ciencias de la comunicación juega un papel estratégico en la planeación, diseño y uso de las tecnologías de la información y la comunicación así como su aplicación en el ámbito educativo y laboral, ya sea desde el punto de vista de la comunicación organizacional o desde la perspectiva de la comunicación educativa.

Diversas organizaciones requieren, actualmente, de personal que tenga la capacidad de elaborar proyectos de comunicación educativa, que sean creativos, de bajo costo y de menor tiempo invertido, además que cuenten con las competencias necesarias para coordinar y supervisar: estrategias de comunicación educativa oportuna y efectiva, materiales didácticos novedosos y creativos.

Se fortalece la idea de la visión interdisciplinaria con los actores tradicionales de la educación y la capacitación; hoy día se requiere de parte del profesional de la comunicación, la comprensión y análisis de la naturaleza del fenómeno comunicativo que implica el proceso de enseñanza-aprendizaje, con el fin de proponer diseños y estrategias de educación y capacitación, basadas en el uso de los medios de comunicación y las tecnologías de la información.

La globalización de los mercados y el auge de las nuevas tecnologías exigen a las instituciones una inversión en el recurso más importante con el que cuentan: su capital humano.

El éxito de un programa de capacitación debe basarse más que en la sofisticación de las TIC, en la forma de concebir el aprendizaje a través de una eficaz comunicación educativa. La capacitación no termina nunca, ya que siempre hay algo nuevo que aprender.

Efectividad y desarrollo en los programas de capacitación depende de múltiples factores, entre ellos, los hábitos y actitudes de los participantes, romper con su papel pasivo.

Diseñar programas de capacitación, ponerlos en práctica y evaluarlos conjuntamente entre las áreas tanto de administración, soporte y comunicación, permite identificar y establecer niveles de desempeño laboral de cada puesto, características de uso y operación de equipo.

Profundizar la enseñanza y el aprendizaje con diferentes herramientas, entre ellas las que ofrece la capacitación a distancia, las universidades virtuales y la tecnología digital, brindan oportunidades de desarrollo en las instituciones bancarias.

En el actual plan de estudios de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, no se ha dado a la comunicación educativa el mismo peso e importancia que tienen por ejemplo la comunicación política, la comunicación organizacional o la publicidad. Considero que debería haber una especialidad sobre el estudio de la comunicación educativa y ahondar en su aplicación en todos los niveles de educación, así como su impacto y utilidad en la educación de adultos y en la capacitación de trabajadores.

Fuentes de consulta

Amador, Bautista Rocío, coordinadora, *Educación y tecnologías de la información y la comunicación: paradigmas teóricos de la investigación*, México, UNAM, Plaza y Valdés, 2008, 339 p.

Antiga Trujillo, Nedelia y Tenorio, Herrera Guillermo, *La investigación y las metodologías de la ciencia*, México, LASE, 2012, 271 p.

Aparici, Roberto, *Educomunicación: más allá del 2.0*, Barcelona, Gedisa, 2010, 318 p.

Arguelles, Antonio y Gonczi, Andrew, *Educación y capacitación basada en normas de competencia: una perspectiva internacional*, México, 2001, 315 pp.

Berlo, David Kenneth, *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*, Argentina, El ateneo, 7ª ed, 1976, 239 p.

Cabrero, Julio, *Tecnología educativa: diseño y utilización de medios en la enseñanza*, España, Paidós, 2001, 540 p.

Calderón, Córdova Hugo, *Manual para la administración del proceso de capacitación de personal*, México, Limusa, 1993, 6ª edición, 129 p.

Castillo, Aponte José, *Administración de personal: un enfoque hacia la calidad*, Colombia, Ecoediciones, Colección ciencias administrativas, 2ª edición, 2006, 378 p.

Castanyer, Figueras Francesc, *La capacitación permanente en la empresa*, Colombia, Marcombo, 1999, 160 p.

Catañeda, Yañez Margarita, *Los medios de la comunicación y la tecnología educativa*, México, Trillas, 8ª edición, 1991, 184pp.

Cesar, Galeano Ernesto, *Modelos de comunicación: desde los esquemas de estímulo respuesta a la comunicación contingente*, Argentina, 1997, 146 p.

Costa, Joan, *Imagen Corporativa en el siglo XXI*, Argentina, La Crujía, 2006, 3ª edición, 257 p.

Crovi, Druetta Delia, *Educación en la era de las redes*, México, UNAM, 2006, 195 p.

Dessler, Gary, *Administración de personal*, México, Pearson Educación, 8ª edición, 2001, 700 p.

Epise y Training Club, *Organización y seguimiento de la formación*, Barcelona, Gestión, 2000, 128 p.

Fernández, Collado Carlos y Galguera, García Laura, *Teorías de la comunicación*, México, McGraw-Hill Interamericana, 2009, 176 p.

Fernández, Collado Carlos, *La comunicación en las organizaciones*, México, Trillas, 1991, 368 p.

García-Madrugal, Florencio y Vicen, Antolín Carlos, *Fundamentos de comunicación humana*, S/país, Mira Editores, 1994, 182 p.

Gore, Ernesto. *La educación en la empresa: aprendiendo en contextos organizativos*, Barcelona, Granica, 1998. 389 p.

Hernández Sampleri, Roberto, Collado Fernández, Carlos, Baptista Lucio, Pilar, *Metodología de la investigación*, México, McGraw-Hill Interamericana, 2010, 5ª ed, 613p.

Herrero, Julio César, Editor, *Manual de teoría de la información y la comunicación*, Madrid, Universitas, 2009, 492 p.

Kaplún, Mario, *A la educación por la comunicación: la práctica de la comunicación educativa*, Chile, UNESCO Orealc, 1992, 263 p.

Lizarazo, Arias Diego, *La sociedad eléctrica: preguntas por la educación en el mundo*, SEP DGTVE, Colección Tecné y Pedagogía. Textos breves de investigación y comunicación educativa, 2007, 81 p.

Lucas Marín, Antonio, García Galera, Carmen y Ruiz San Román, José Antonio, *Sociología de la comunicación*, Madrid, Editorial Trotta, 1999, 276p.

Montero, Montero Isabel, coordinadora, *Los desafíos de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la educación*, Madrid, OCDE- Centro nacional de información y comunicación educativa, 2003, 189 p.

Paz María, Reina Andrés, *Gestión de la formación en la empresa*, Madrid, Piramide, 2001, 203 p.

Pintado Blanco Teresa y Sánchez Herrera Joaquin, *Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial*, Madrid, ESIC, 2013, 335 p.

Piñuel Raigada José Luis, *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*, España, Síntesis, 1997, 319 p.

Reyna Ruíz A. Margarita, *El título y la experiencia: el valor social del licenciado en comunicación*, México, UAM, 157 p.

Reza Trosino Jesús Carlos, *El abc del instructor*, México, Panorama, 2ª edición, 5ª reimpresión, 2006, 181 p.

Rojas, Soriano Raúl, *Formación de investigadores educativos: una propuesta de investigación*, México, Plaza y Valdés, 6ª edición, 1997, 252 p.

Rojas, Soriano Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, México, Plaza y Valdés, 2007, 34ª edición, 437 p.

Ruiz, Palmero Julio y Sánchez Rodríguez José, *Investigaciones sobre buenas prácticas con tecnologías de la información y la comunicación*, España, Aljibe, 2010, 171 p.

Sarramona, López Jaume, *Comunicación y educación*, España, CEAC, 1988, 179 p.

Sarramona, López Jaume, *Tecnología educativa: una valoración crítica*, España, CEAC, 1990, 118 p.

Sierra, Francisco, *Introducción a la teoría de la comunicación educativa*, Sevilla, MAD, Colección Universitaria Ciencias de la Información, 2000, 270 p

Siliceo Aguilar Alfonso, *Capacitación y desarrollo de personal*, México, Limusa, 4ª edición, 246p.

Teare, Richard, Davies David, Sandelands Eric, *Organizaciones que aprenden y formación virtual*, España, Gedisa, 2002, 414 p.

Weil, Pascale, *La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión*, Barcelona, 1992, 2ª edición, 235 p.

Páginas web consultadas.

www.unam.mx

www.politicas.unam.mx

www.conocer.org.mx

www.amecap.com.mx

www.ilce.edu.mx

www.stypps.gob.mx

<http://cecte.ilce.edu.mx>

www.ucm.es

www.banxico.org.mx

www.abm.org.mx

<https://sites.google.com/site/pcazau/Home>

Cibografía

Conrado Castillo Serna, *Nuevas tendencias en la retención y mejora del talento profesional y directivo*, España, EOI, 2001, 154 p. [en línea] <http://books.google.es/books?id=Vy31Ph9gMX0C&pg=PA106&dq=universidades+corporativas&hl=es&sa=X&ei=yk12U6y5KZOxoQSkuyDICA&ved=0CEcQ6AEwBw#v=onepage&q=universidades%20corporativas&f=false>, [consultado el 5 de mayo de 2014].

Eduardo Turrent, Historia sintética de la banca en México, [en línea], 42 pp., México, Banco de México, URL: <http://www.banxico.org.mx/sistema-financiero/material-educativo/basico/%7BFFF17467-8ED6-2AB2-1B3B-ACCE5C2AF0E6%7D.pdf> [consulta: 09 de abril de 2014].

Jaume Sarramona López, *El especialista en educación de adultos: sus implicaciones en la educación formal y la educación no formal*, [en línea], 10 pp., España, Universidad de la Rioja, 1989, URL: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/640451>, [consulta: 5 de mayo de 2014].

Jarvis Peter, *Universidades Corporativas: nuevos modelos de aprendizaje en la sociedad global*, España, Narcea, 2006, 177 p. [en línea] http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rxYAUwNjlx0C&oi=fnd&pg=PA7&dq=Peter+JARvis+universidades+corporativas&ots=g1br2Fjutl&sig=Hdh-gVxo-R2_5UZo44Nf06ftasM#v=onepage&q=Peter%20JARvis%20universidades%20corporativas&f=true, [consultado el 12 de marzo de 2014].

Jhoanna Rodríguez y Vanessa Miguel, “Uso del modelo CIPP para evaluar la implementación y los resultados de un programa de capacitación en línea”, [en línea], Venezuela, Revista Comportamiento, vol. 7, núm. 1, 2005, URL: http://www.comportamiento.dsm.usb.ve/revista/vol_7_1/art_%205 [consulta: 09 de abril de 2014].

María Vidal Ledo y Bertha Fernández Oliva, “Andragogía”, *Educ Med Super.* 2003, vol.17, n.4 [en línea] http://www.bvs.sld.cu/revistas/ems/vol17_4_03/ems11403.htm,

Ofelia Ángeles Gutiérrez, *La educación para el siglo XXI: un puente en la cuenca del pacífico, memoria de la 22 conferencia del consorcio círculo del pacífico*, México, ANUIES, 2000, 421p. [en línea] http://books.google.es/books?id=OGouUemU2_YEC&pg=PA143&dq=ofelia+angeles+guti

[erez+competencias+en+educacion&hl=es&sa=X&ei=kUN2U7C1EoeggAb7wIHoAQ&ved=0CCMQ6AEwAA#v=onepage&q=ofelia%20angeles%20gutierrez%20competencias%20en%20educacion&f=true](http://www.bdttd.ucb.br/tede/tde_arquivos/4/TDE-2010-03-27T075245Z-945/Publico/Texto%20completo%20Ricardo%20Macedo%20-%202009.pdf), [consultado el 09 de abril de 2014]

Ricardo Costa Macedo, A efetividade da educação a distancia para o desenvolvimento do capital humano no banco do Brasil, 2009, 201p, [en línea] http://www.bdttd.ucb.br/tede/tde_arquivos/4/TDE-2010-03-27T075245Z-945/Publico/Texto%20completo%20Ricardo%20Macedo%20-%202009.pdf

S/a, “Guía de capacitación: Elaboración de programas de capacitación”, Secretaria del trabajo y previsión social, México, 2008, [en línea] <http://observatoriodelacapacitacion.stps.gob.mx/oc/capacitacion/G4-EPG.pdf>, [consultado el 10 de junio de 2014].

Tesis

Colín García, Jerónimo, *La capacitación creativa para las empresas de venta directa en México*, UNAM, FCPyS, 2013, 88 p.

Caire, Cárdenas Sonia, *La plataforma Puel en la educación a distancia de la Fcpys de la UNAM*, UNAM, FCPyS, 2013, 206 p.

Espinosa García, Edith, *Propuesta de modelo de capacitación a distancia implementado a grupos de fuerzas de ventas*, UNAM, Fac de Psicología, 2012, 87 p.

Santana Rodríguez Ericka Isabel, *La capacitación basada en computadora: un modelo de comunicación en la educación a distancia*, UNAM, Fes Acatlán, 2000, 103 p.

Valera Muñoz, Bertha Elena, *El uso de la plataforma educativa moodle 1.9 para la difusión del modelo de competencias*. Universidad Chapultepec, 2011, 195 p.