

A dark blue vertical bar on the left side of the page. A blue arrow points to the right from the bar, containing the date.

14-9-2016

La acción pedagógica en la empresa

Propuesta de intervención pedagógica en el ámbito empresarial.

Several thin, curved lines in shades of blue and grey that originate from the bottom left and curve upwards and to the right.

Ainoa Raya

TRABAJO FIN DE GRADO, PROYECTO DE INNOVACIÓN

Índice

Resumen/ Abstract.....	2
Introducción y datos de identificación del proyecto.....	3
Naturaleza legal de la institución.....	4
• Protocolo y normas de regimiento de la Cámara de Comercio.....	5
• Regulaciones organizativas y curriculares.....	6
Justificación.....	7, 8 y 9
Objetivos, diseño y planificación de las acciones formativas.....	10
Procedimiento o estrategia de intervención, identificando las fases de la intervención y las técnicas empleadas.....	11-18
Evaluación de la propuesta de innovación.....	19
Cronograma.....	20
Referencias bibliográficas.....	23
Anexos	

Resumen del proyecto realizado

Este plan de innovación y formación para las empresas, está compuesto por acciones formativas en el sector empresarial destinado a insertar al pedagogo como elemento imprescindible en la empresa. Resalta la importancia de la Responsabilidad social Corporativa y lo relevante que se ha vuelto en esta época el Marketing social y la motivación para el emprendimiento.

El estudio está basado en un plan de innovación y mejora de las empresas a través de la reformulación de la pedagogía del bien común y de la responsabilidad social corporativa en el mundo empresarial, queriendo destacar la importancia y la utilidad de un plan de formación correctamente estructurado en la empresa y la actuación dinamizadora de un pedagogo en este sector. En otras palabras lo que la acción pedagógica puede aportar.

Está enmarcada dentro de la Cámara de Comercio, y destaca por su carácter innovador ya que tanto la presencia como la acción pedagógica en puestos empresariales son escasas en nuestro país.

Abstract

This plain of innovation and formation for the companies, is made of formative actions in the business sector, destined to insert the pedagogue as indispensable element in to the Company. In this proyect is importantly topics as “Responsibility Social Corporation” and it importance role they played in society, the social Marketing and the assignment.

The study this one based on a plain faith innovation and improvement of company across the pedagogy, is important to highlight the usefulness of a plain for the correctly formation realized, and the pedagogic action. That can contribute a pedagogic?

This plain is situated in the “Cámara de Comercio”, is original for being innovation, because in our country the pedagogic into the enterprise is scarce.

Palabras clave

Plan de formación, carácter innovador, formación, recursos humanos, acción pedagógica, Responsabilidad Social Corporativa.

Key board

Training plan, innovativeness, formation, human resources, pedagogical action, Corporate Social Responsibility.

1. Introducción y datos de identificación del proyecto

En un mundo cambiante como en el que vivimos actualmente y donde el concepto de capital ha cobrado tanta relevancia, profesiones como la de pedagogo/a se vuelven imprescindibles para reconducir nuevas vías de desarrollo y sobre todo para darle una nueva significación al concepto capital social¹.

En la propuesta de este plan de formación e innovación la acción pedagógica se basa en introducir en el mundo empresarial los conocimientos pedagógicos necesarios para optimizar a la misma, ya que se trata de un nexo sólido entre la empresa, la sociedad y la persona.

Esta afirmación se debe a que la empresa está considerada como templo de producción, pero no es solo una gran maquinaria que produce bienes y servicios sino que es un espacio social donde la comunicación, la formación y las interacciones humanas están presentes en cada una de las acciones que ejecutan sus miembros. Es un gran sistema donde todos los miembros se gesticulan en pequeños subsistemas (grupos de trabajo), donde la información está en constante intercambio. La empresa a través de un plan de formación puede convertirse en agente transformador y dotar al trabajador de más autonomía a través del conocimiento y a la sociedad a través de acciones que no perjudique su modo de vida. Dar una dirección más concreta al objetivo de la empresa sin olvidar la parte productiva pero combinándola con la responsabilidad social, garantiza un éxito en los proyectos que se lleven a cabo en cualquier entidad.

Siempre se ha valorado la pedagogía como el objeto de estudio de la educación, encasillando sus alcances a aulas u ONGS. Un estudio profundo del concepto de pedagogía nos desvela un sinfín de alternativas en la cual un pedagogo puede desenvolverse en más ámbitos, como lo es el caso de la pedagogía laboral, donde la formación en las organizaciones es uno de los campos de acción más destacados.

Este proyecto pretende a través del plan de formación y mejora de las empresas, capacitar a los pedagogos para trabajar en el ámbito empresarial, valorando sus capacidades y los recursos que puedan aportar en la misma. La acción pedagógica en la empresa abarca muchas acciones como adaptar y crear acciones formativas de calidad, útiles para la organización de la entidad que sean entendibles y transferibles a todos los miembros de la organización. Un pedagogo en una empresa como la Cámara de Comercio aporta una visión estratégica y una organización corporativa del trabajo, favorece procesos de diseño, desarrollo y evaluación sistemática de la empresa, contribuye a la capacitación de los trabajadores por medio de la formación interna y externa y contribuye a la internalización facilitando la comunicación con otros sectores afines.

El proyecto está enmarcado en La Cámara de Comercio Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife, es una corporación de derecho público de representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, de los servicios, la industria, la navegación y la consolidación del tejido económico de la provincia. Ha sido seleccionado para llevar a cabo el plan de formación por su carencia de profesionales

¹ Capital social: entendida como instrumento que mide la sociabilidad de los grupos sociales.

como pedagogos entre su personal y por su servicio de información, orientación y formación que podría llevar a cabo de manera óptima un profesional de la educación. Además la Cámara de comercio se caracteriza por ser un órgano consultivo y de colaboración con las administraciones públicas tutelado por la Consejería de Industria, Comercio y Nuevas Tecnologías del Gobierno de Canarias además de prestar a las empresas servicios de asistencia, formación y apoyo para optimizar su consolidación y competitividad.

2. Naturaleza legal de la institución

Según la disposición 3520 del Boletín Oficial del Estado (BOE) y contempladas en la ley 3/1993, de 22 de Marzo, las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación nacen en España a finales del siglo XXI como forma de representar los intereses generales de las empresas. Su primera regulación jurídica data del año 86 e instaurándose en 1911 con el modelo Cameral Continental y no es reformada hasta que se instaura el Real Decreto-Ley 13/2010, de 3 de diciembre que establece que para fomentar la inversión y la creación de empleo, el nuevo sistema cameral será de pertenencia voluntaria y eliminación de recurso cameral permanente.

Sus funciones, enumeradas en el artículo 5 de la Ley, tienen plena relevancia constitucional por cuanto afectan al principio de eficacia de la actuación administrativa, consagrado en el artículo 103.1 de la Constitución Española (en adelante, C.E.), a la colaboración de las organizaciones profesionales (artículo 131.2 C.E.), a la colaboración en formación que los poderes públicos deben fomentar a través de políticas que la garanticen (artículo 40.2 C.E.), a las actividades en el terreno del comercio exterior en el marco de una economía de mercado (artículo 38 C.E.), así como al arbitraje y la mediación como contribución a la fluidez de la tutela de los jueces y tribunales (artículo 24 C.E.). Y todo ello siempre en la línea de la participación ciudadana que con carácter general reclama el artículo 9.2 C.E., y más específicamente el artículo 105.a) C.E. Las funciones públicas no pueden ponerse en riesgo y por esta razón esta Ley procede a establecer un sistema de adscripción a las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, en la forma señalada en el artículo 7, que establece el principio general de pertenencia de todas las empresas a las Cámaras sin que de ello se derive obligación económica alguna. La Ley consta de un total de 37 artículos que se estructuran en seis capítulos, tres disposiciones adicionales, tres disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y tres disposiciones finales.²

La Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, está regulada por una serie de pautas o protocolos de actuación expuestos a continuación,

- **Deber de Información**

Conforme dispone la normativa española aplicable, en cumplimiento del art.5º de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter

² Gobierno de España. (2 de Abril de 2014). Agencia Estatal, Boletín Oficial del Estado. 2014, de Cámara de comercio de Tenerife Sitio web: www.boe.es

personal (en lo que sigue, LOPD), se informa que la Cámara, sita en la Plaza de la Candelaria, 6, 38003, Santa Cruz de Tenerife, Provincia de Santa Cruz de Tenerife, Tenerife, islas Canarias, España, dispone de diferentes ficheros de datos personales, asociados todos ellos al cumplimiento de las diversas funciones que, legalmente, se le asignan o, en general, a la prestación de los múltiples servicios que realiza en favor del empresariado, emprendedores y, en general, a cualquier tercero de la Provincia de Santa Cruz de Tenerife. Tales ficheros de datos se encuentran debidamente inscritos y notificados a la Agencia Española de Protección de Datos. La finalidad general de los mismos se refiere, con carácter básico, a la adecuada prestación, tramitación y/o gestión de las funciones públicas o no, en todo caso, inherentes al funcionamiento de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, así como la remisión a terceros que, a tal fin lo consientan o soliciten, de cualesquiera informaciones o publicaciones de su interés. Salvo que expresamente se establezca lo contrario, será necesario cumplimentar todos los campos previstos en los formularios o cupones de datos previstos en este sitio web, a los fines específicos definidos en las notas legales del deber de información que les acompañan. En todo caso, el usuario deberá rellenar los formularios dispuestos con datos verdaderos, exactos y completos, respondiendo por los daños y perjuicios de toda naturaleza que se deriven o pudieran derivarse del incumplimiento de tal obligación.

Si el usuario es menor de edad, requiere del consentimiento de sus representantes legales para proceder a la inclusión de sus datos personales a través del presente sitio web, respondiendo tales representantes por los daños y perjuicios de toda naturaleza que se irroguen o pudieran irrogarse como consecuencia del incumplimiento de esta previsión.

En todo caso, los interesados podrán ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y/o oposición en los términos que legalmente se dispongan en la sede oficial de la Cámara de Santa Cruz de Tenerife, que recordamos se encuentra en la Plaza de la Candelaria, 6, 38003, Santa Cruz de Tenerife, Provincia de Santa Cruz de Tenerife, Tenerife, islas Canarias, España.

- **Seguridad y Deber de secreto**

La Cámara de Santa Cruz de Tenerife ha adoptado los niveles de seguridad necesarios para asegurar, en coherencia con el Real Decreto español nº 1720/2009, la debida protección de los datos personales que los interesados inserten a través de su sitio web siendo, no obstante, consciente que pese al esfuerzo invertido en seguridad ningún mecanismo es inexpugnable totalmente.

En todo caso, la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, asegura según lo dispuesto en el art.10º de la LOPD, y su normativa de desarrollo, sus deberes de confidencialidad y secreto respecto a la información personal facilitada.

- **Modificación de la Política de Privacidad**

Esta Cámara podrá modificar, en cualquier momento y sin necesidad de consentimiento previo de ningún usuario o tercero, esta política de privacidad, bien para ajustarla a nuevos cambios normativos, requerimientos oficiales realizados por entidades legalmente competentes en materia de protección de datos y seguridad de esta

información, bien para elevar voluntariamente los niveles o normas de seguridad y/o protección de los datos personales de los usuarios de este sitio web.³

3. Regulaciones organizativas y curriculares

En cuanto a la Organización de las Cámaras, los órganos de Gobierno son el pleno, el comité ejecutivo y el presidente además las Cámaras cuentan con un secretario general, personal directivo y el personal laboral necesario para el correcto desempeño de las funciones.

El pleno es el órgano supremo de gobierno y representación de la Cámara, compuesto por entre 10 y 60 vocales cuyo mandato durará cuatro años.

El Comité ejecutivo es el órgano permanente de gestión, administración y propuesta de la Cámara y está formado por el presidente, vicepresidente, tesorero y los miembros del pleno que se determinen.

En cuanto a la financiación de todas sus actividades, la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España dispondrá de los siguientes ingresos:

a) Ingresos ordinarios y extraordinarios por la prestación de los servicios previstos en el artículo 21 de esta Ley. b) Los productos, rentas e incrementos de su patrimonio. c) Las aportaciones voluntarias de empresas o entidades. Estas aportaciones voluntarias se destinarán preferentemente a la financiación del Plan Cameral de Internacionalización. El 30 por ciento de las aportaciones se distribuirá a la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación donde tengan el domicilio social dichas empresas o entidades. d) Los legados y donativos que pudiera recibir. e) Los procedentes de las operaciones de crédito que se realicen. f) Cualesquiera otros que les puedan ser atribuidos por Ley, en virtud de convenio o por cualquier otro procedimiento de conformidad con el ordenamiento jurídico.

En cuanto al Plan de Formación para la empresa, está orientado a demostrar la importancia de un diagnóstico de la situación de la empresa con relación a los retos, las dificultades y las posibilidades de mejora que supondría la existencia de un profesional como el pedagogo en la misma. Por tanto, el Proyecto constará de una primera fase en la cual se hará un análisis de la situación de partida, valorando las posibilidades que tiene la empresa, en este caso la Cámara de Comercio valorando las opciones educativas que oferta y si es viable orientar nuevas ideas innovadoras a la hora de ofertar cursos.

Una segunda fase denominada diseño del plan en la cual se abordará detalladamente soluciones transformadoras en las necesidades formativas detectadas determinando los tipos de problemas y las causas complementándolos con un DAFO, donde se deberá establecer la diferencia entre la forma en que se desempeña el trabajo y la forma en que se debería desempeñar, para así ganar en eficacia y eficiencia, además de

³ Cámara de Tenerife. (2010). Contrato, 2012, de Cámara de comercio Sitio web: www.camaraTenerife.com/contrato.cfm

marcar los objetivos formativos. El pedagogo en este aspecto sabe dirigir al equipo de trabajo, orientando a los trabajadores y respondiendo satisfactoriamente a la dotación de nuevo conocimiento, técnicas y herramientas para la correcta realización del trabajo que facilite la comunicación y el trabajo en equipo. Finalmente ayuda a potenciar el desarrollo de actitudes positivas entre los trabajadores, fomentando la Responsabilidad Social Corporativa, dicho en otras palabras, la pedagogía del bien común.

La tercera fase es la gestión e impartición de la formación ya especificada en la Cámara de Comercio tales como: marketing, técnicas de comunicación escrita, como crear tu propia web etc. Mejorando su técnica de impartición y aportando ideas innovadoras a la hora de tratar con los alumnos-empresarios.

La cuarta fase denominada evaluación de resultados donde la presencia de un pedagogo juega un papel relevante dado su experiencia en extraer resultados y establecer indicadores en función de los objetivos establecidos en la evaluación.

Finalmente una quinta fase donde se expondrá el resultado final y el seguimiento, en este paso final del proceso se deberá sintetizar la calidad del producto de la empresa, que en este caso es la formación y los cursos que ofrecen a través de diversas plataformas, la eficacia de la misma, la evaluación del aprendizaje y la viabilidad de realizar mejoras.

4. Justificación

La proyección de un programa como el que estamos tratando, se basa en la necesidad de empoderar a los pedagogos en los ámbitos empresariales, darle cabida en algún área formativa u orientadora. El pedagogo/a tiene las bases para sustentar su vida laboral dentro de una empresa pudiendo explicar los hechos laborales desde una perspectiva más humanista y abordando los problemas que puedan surgir de manera más global. Otra de las líneas de actuación de este proyecto es la formación del personal que se encuentra en la empresa, asesorar al mismo en el ámbito de las relaciones humanas, capacitar a todo el personal existente dentro de una empresa, formar al personal en nuevas técnicas, metodologías y contenido, relaciones humanas a través del aprendizaje cooperativo donde generalmente se va a trabajar en pequeños grupos o equipos, donde además de compartir el conocimientos ya conocido y las experiencias que se puedan vivir trabajando con otras personas, los empresarios tienen la ocasión de desarrollar habilidades de comunicación y negociación, comunicación, diseñar programas específicos de formación de empresa, como el que proponemos, además de llevar acabo la función como gerente de recursos humanos ya que éste tiene la capacidad para el reclutamiento, selección de personal, etc.

Este proyecto pretende prevenir los posibles conflictos que se puedan dar en el ámbito empresarial, a valorar la calidad de la formación que están ofertando e introducir mejoras y nuevas propuestas de formación en base a las necesidades que los empresarios vayan reclamando.

En este aspecto, toma relevancia la teoría del capital profesional focalizado en la empresa, teniendo en cuenta el concepto de desarrollo del personal como “la suma de

todas las medidas que deberían poder garantizar las necesidades de cualificación actuales y futuras del personal en la empresa”.⁴

Cuando valoramos la calidad de la formación de una empresa, se mide la capacidad de la misma a generar crecimiento personal entre los trabajadores a través de distintas vías, que pueden ser empoderamiento, formación adicional, cualificación a través de la práctica, trabajo emocional, etc.

Autores A. Hargreaves y M. Fullan han desarrollado la siguiente fórmula para explicar las condiciones organizacionales que permiten a los miembros de una organización desarrollarse profesionalmente:

Capital profesional = capital humano + capital social + capital decisorio

El nivel colaborativo de una organización consta además de llevar a cabo tareas concretas la necesidad de aspectos como la capitalización del aprendizaje colectivo que existe en toda organización, la comunicación interna efectiva o las buenas relaciones humanas.

La importancia de esta propuesta reside en su innovación, ya que si nos centramos en el área formativa no existe la figura de un pedagogo en el sector de formación empresarial, que pueda hacer frente a las nuevas exigencias que se va demandando la sociedad tan volátil en la que vivimos. Basándonos en la entrevista realizada a Doña Mari Luz Cruz, psicóloga y directora de formación de empleo de la Cámara y encargada del sector formación empresarial, nos damos cuenta de la necesidad que existe de una colaboración psicólogo, pedagogo con capacidad de generar nuevos proyectos que respondan a las necesidades formativas, prospecciones de mercado, metodología didáctica⁵, conocimiento en evaluación de análisis y comportamiento en personas, empresas, perfiles y en coordinar la formación externalizada.

En esta entrevista la psicóloga responsable del área, hace mención al “proyecto que busca el empresario” haciendo referencia a la gran demanda que hoy existe con respecto a la RSC. La responsabilidad Social Corporativa o inversión socialmente responsable, se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. En definitiva, la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas de manera voluntaria, para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad.

En una entidad como la Cámara de Comercio los empresarios deben aprender durante su formación la importancia de llevar a cabo las principales responsabilidades éticas

⁴ Guillermo Lacalle. (2012). Capital humano en la empresa. books.google: Editex.

⁵ Metodología didáctica, conjunto de estrategias, procedimientos y acciones organizadas y planificadas por el profesional. Miguel Ángel Fortea. (2014). Visión Global de las diferentes metodologías activas. 2014, de mestreacasa Sitio web: mestreacasa.gva.es.

empresa-comunidad y esta debe ser impartida por un profesional que domine la información como es el caso de un pedagogo experto en este campo, donde se abarquen los distintos puntos⁶:

- Servir a la sociedad
- Crear riqueza de una manera equitativa y redistributiva
- Respetar sin alienar los derechos humanos con condiciones de trabajo dignas que incentiven el buen hacer del trabajador favoreciendo su salud laboral y su desarrollo humano
- Asegurar la continuidad de la empresa
- Respetar sobre todo el medio ambiente intentando evitar cualquier tipo de contaminación con políticas de reciclado y políticas de reutilización.
- Cumplir y hacer cumplir las leyes a través de formación e información para que la importante de este principio sea perdurable y sea transmitido. 7
- Seguimiento y cumplimiento de la legislación por parte de la empresa
- Evaluación constante de los riesgos medioambientales y sociales que se puedan producir en la empresa.
- Diseño e implementación de estrategias de asociación y colaboración de la empresa
- Marketing y construcción de la reputación corporativa.

Los valores que transmite una empresa a través de su imagen de marca suponen un elemento intangible que aporta más o menos credibilidad a la hora de ser seleccionada por los clientes.

Con el plan de formación y mejora de las empresas, se propone reforzar la formación ya existente con la ayuda de un pedagogo y un psicólogo trabajando juntos, para una gestión eficaz de las propuestas y una respuesta más amplia e innovadora además de para lograr mejorar el Marketing y la captación de nuevos empresarios de la Cámara de Comercio a través de la difusión, donde el pedagogo por su experiencia, domina la utilización de técnicas de recogida de información como: los cuestionarios de satisfacción, grupos de discusión, técnicas de Brainstorming, foros, blogs de empresa etc.

En la actualidad, la demanda de formación continuada se requiere cada día más, por tanto del proyecto se estima que logre transmitir la importancia de un profesional cualificado como el pedagogo en un ámbito tan complejo y cambiante como la empresa y que este a su vez demuestre que puede desenvolverse en varios ámbitos no solo el educativo sino que las características que posee lo hacen óptimo para cualquier profesión. Destaca la originalidad del proceso debido a la carencia de planes de mejoras previos en

⁶ Vaca, Moreno y Raquel (2007) citan un estudio realizado por el Institute for Business and Professional Ethics de la Universidad DuPaul en Chicago que encontró que las empresas socialmente comprometidas tenían unos mejores resultados financieros. Asimismo, las empresas recogidas en el Jantzi Social Index (Canadá) han registrado ganancias superiores a la de los índices financieros convencionales. Una anotación importante es la que realiza Salas (2007) es que el resultado de la relación entre ética corporativa y resultados financieros depende de si dicha ética es de carácter instrumental o, por el contrario, tiene una raíz genuina.

estas secciones de la Cámara de Comercio. Es de relevancia la oportunidad que este “plan de mejora” en sí aporta a la Cámara ya que proporciona datos de interés para futuras contrataciones y líneas de actuación originales donde intervenir con nuevas propuestas de formación.

Teniendo en cuenta la situación y el protocolo por el que se rige la Cámara de Comercio la misión principal de la intervención es que se haga un reconocimiento social de la importancia que tiene la acción pedagógica en un ámbito como el propuesto y promover a raíz de estos otros proyectos relacionados que sirvan para sensibilizar a la sociedad a través de acciones proactivas y formación a ser comunidades y empresas más inclusivas.

5. Objetivos, diseño y planificación de las acciones formativas

Fernández y Puente (1990) definen la planificación como “la acción que posibilita poner en situación concreta un proyecto de formación”.

Teniendo en cuenta las necesidades de la Cámara de Comercio expuestas a continuación, se hacen imprescindible priorizar las necesidades que va a abarcar el proyecto de innovación y formación propuesto.

<p>Debilidades internas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falla el marketing - No dotan de demasiada atención a los alumnos que destacan. - Organización desestructurada. - Necesidad de innovación - Necesidad emergente de tratar nuevos temas de actualidad. 	<p>Amenazas externas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mucha competencia externa. - Crecimiento de la demanda de mercado. - Cambio de la necesidad del consumidor - Cambio en el gusto del consumidor - Revolución en las TICS.
<p>Fortalezas internas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habilidades y recursos Tecnológicos superiores. - Acceso a subvenciones - Buena imagen entre los Consumidores (prestigio). - Ofertan productos bien Diferenciados y valorados. 	<p>Oportunidades externas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrar en nuevos mercados. - Ampliación de los productos (innovación) - Atender a grupos adicionales de clientes - Financiación externa

Una vez realizado el análisis de necesidades, el plan de formación se centra en las debilidades internas, proponiendo nuevas dinámicas para solventar las barreras que plantea la Cámara de Comercio. Llevando a cabo acciones que solucionen las debilidades dentro de la institución, servirá de base para limitar y controlar mejor las amenazas externas.

Basándonos en la importancia que deberíamos darle a la empresa y a sus nuevas vías de desarrollo, los pedagogos podrían jugar un papel relevante en el episodio empresarial debido a que: el surgimiento de nuevas ideas es un trabajo complejo para la cual está capacitado. El plan de formación y mejora abarca diversos objetivos que pueden ir cambiando en función de las necesidades y las demandas de los empresarios.

El proyecto pretende alcanzar los objetivos propuestos a través de la formación y las acciones bien planificadas y estructuradas.

1. Incrementar la cualificación de los Empresarios, introduciendo nuevas políticas redistributivas como la Responsabilidad Social Corporativa
2. Incentivar la colaboración empresa-entidad pública además de estrechar las relaciones entre los colectivos
3. Contribuir en la mejora de la calidad de las “acciones formativas”, verificando su viabilidad, planificando planes de actuaciones basadas en las necesidades de los usuarios.
4. Potenciar la parte tecnológica de la Cámara, mejorando la estrategia de Marketing y la difusión de las distintas oportunidades que ofrece la cámara.
5. Favorecer y estimular la inserción y la acción pedagógica en la empresa estrechando el vínculo entre los profesionales.
6. Dotar al trabajador de más autonomía y decisión (empoderamiento).

Con estos objetivos como procesos a cumplir a corto plazo, el plan de formación y mejora de la empresa pretende adaptarse al contexto en el que se mueve la Cámara y refundir la oferta y la demanda en una acción formativa integral. Estos objetivos se han propuesto en el Plan y se han marcado teniendo en cuenta:

- La priorización de las áreas de mejora.
- La identificación de recursos disponibles como el estado de financiación de la Cámara de Comercio, además de recursos materiales y humanos (tanto interna como externa).
- A través de la selección del método de formación más adecuado para cada acción formativa
- El establecimiento de criterios, formas de evaluación de las acciones.

6. Procedimientos o estrategias de intervención, identificando las fases de la intervención y las técnicas empleadas

El plan de formación y mejora propuesto, pretende a través de actividades formativas concretas mejorar en general a la entidad a través de técnicas específicas, acercar la empresa a la sociedad, dotarla de acciones formativas menos estandarizadas, potenciando las TICS para una mejor difusión más real y estratégica de lo que demandan los empresarios, mejorar el rendimiento y capacidad profesional y finalmente plantear cambios en el método de producción para mejorar el marketing de la empresa.

Dentro de la Cámara de Comercio encontramos diversos programas organizados por el servicio de formación a medida con la que cuenta la institución, donde se ofrecen cursos presenciales, seminarios, talleres, cursos online, charlas, especializados para todos los sectores de actividad, que se realizan con el objetivo de mejorar las capacidades formativas de los empresarios.

A pesar de todas las actividades y formación con la que cuenta la Cámara, llevando a cabo un diagnóstico de necesidades y a través de varias entrevistas con los responsables de la formación en la empresa destacan varias necesidades que son las abarcadas por este proyecto.

El tipo de acciones formativas que vamos a llevar a cabo en la empresa y que están insertas en el plan de formación se pueden clasificar en tres tipos:

- Actividades lúdico-educativas: tienen el fin de mejorar la interacción social y las relaciones entre los empresarios.
- Sesiones informativo-formativas: orientadas a prevenir posibles situaciones de riesgo o complicaciones en el equipo de trabajo.
- Actividades orientadas a la utilización de las TICS: este tipo de actividades están pensadas de manera exclusiva para potenciar la utilización de recursos didácticos online y materiales innovadores.

Las actividades que se proponen en este proyecto van dirigidas a autónomos, empresas familiares y todo tipo de negocios, con independencia de su tamaño, en general a todas las personas que estén interesadas en obtener habilidades y conocimientos empresariales y que estén inscritos en la Cámara de Comercio.

Los agentes que intervienen en el Plan de Formación serán los profesores ya existentes en la Cámara de Comercio que con una pequeña formación extra podrán hacerse cargo de algunas pautas requeridas en las actividades como lo son llevar a cabo los grupos de discusión, dirigir y explicar las técnicas comunicativas que se lleven a cabo etc., los hacen aptos sus altas capacidades y cualidades dado que se trata de profesionales especializados y avalados por empresa como Esade Business School y la Escuela Europea de Coaching además de un pedagogo que trabajará en colaboración con la psicóloga responsable de la formación, siendo encargados de estructurar y adaptar al grupo las actividades que se proponen en el plan de formación, llevar a cabo el empoderamiento del grupo y conseguir en el mismo una actitud abierta y receptiva para aceptar las nuevas materias que se van a impartir.

Los recursos materiales que se requerirán se encuentran en la Cámara de Comercio dado que el plan no requiere de recursos especiales para su ejecución. Excluyendo la contratación de la empresa “bestday” contemplada en el presupuesto del proyecto.

Las acciones formativas a llevar a cabo en la empresa se expondrán de manera detallada a continuación, especificando en una tabla las horas requeridas y los responsables de llevar a cabo las mismas.

La primera acción formativa trata el tema de la comunicación en la empresa, una inadecuada comunicación entre el equipo de trabajo o entre cliente-empresa puede provocar desconfianza, frustración, baja productividad, descenso de las inscripciones de los cursos formativos en la Cámara... es necesario aprender técnicas de gestión y contar con una formación especializada en habilidades de comunicación para evitar estas situaciones o saber sobrellevarlas. En esta actividad denominada “Hablemos” se propone dotar al grupo de dos herramientas valiosas de comunicación y control.

- Técnica del Brainstorming, es una técnica de creatividad en grupo donde controlando el tiempo se aporta el mayor número de ideas posibles sobre un tema que necesite ser abordado por todos. Es una técnica ideal para determinar en consenso la solución a un determinado problema.
- Técnica en control de la respiración y las emociones a través de la autogestión, mantener una aptitud calmada y abierta ante la adversidad y los problemas, hablar de manera pasional a la hora de crear empatía o proponer nuevas propuestas, es imprescindible que se domine para un empresario. La respiración profunda está demostrada que es muy sencilla. Consiste en llevar a cabo inspiraciones y expiraciones de manera pausada, controlada y repetidas veces.

Acción formativa	Hablemos
Personal afectado	Los empresarios inscritos en la formación de la Cámara de Comercio
Personal que lo ejecuta	Este taller será impartido por uno de los docentes de la Cámara de Comercio, ya que conocía la técnica Brainstorming
Duración	Mes de febrero
Objetivos, acción	La acción formativa pretende dotar a los empresarios de herramientas comunicativas aplicables a todos los sectores para su desarrollo en la empresa.
Recursos Previstos	Será necesario un espacio amplio para realizar la actividad.
Calendario, ejecución	Cronograma
Metodología, Impartición	Se explicará a través de breves instrucciones la actividad y se llevará a

	cabo en pequeños grupos para asimilar la información de manera más sencilla.
Criterios de Evaluación	Al finalizar la actividad se expondrá por parte del docente errores y anotaciones que vaya observando en la actividad

La segunda acción formativa trata la importancia de la enseñanza continuada. La formación profesional y permanente ha experimentado en los últimos años una fuerte evolución. En el ámbito empresarial la formación continua, el reciclaje formativo, la importancia por el medio ambiente... ha desencadenado un fenómeno denominado “Responsabilidad Social Corporativa” y ha logrado captar el interés de las empresas dada su viabilidad. Este hecho ha incidido en la necesidad de aumentar la cualificación en temas relacionados con la RSC. Este Plan de Formación propone a través de charlas y seminarios presenciales de 45 minutos abordar los temas más interesantes para los empresarios, donde solventan dudas como ¿Qué es la RSC?, ¿En qué consiste?, ¿Qué empresas se ha acogido voluntariamente a este fenómeno?, ¿Qué ventajas y limitaciones crea?, ¿Qué es la guía del GRI? Entre otras.

Acción Formativa	Responsabilidad Social Corporativa
Personal Afectado	Los empresarios inscritos en la Cámara de Comercio
Personal que lo ejecuta	Esta formación será dirigida por un docente de la Cámara de Comercio, experto en temas medioambientales.
Duración	Mes de Febrero
Objetivos, Acción	La actividad pretende proporcionar al participante los conocimientos necesarios para cualificar al sector empresarial.
Recursos Previstos	Un aula con una pizarra y sillas para dar los seminarios y las charlas.
Calendario, ejecución	Cronograma
Metodología, Impartición	Clase presencial donde se expondrá el tema en cuestión. Al finalizar el Plan de Formación se dotará a cada miembro que haya asistido de un manual online con la misma información dada en el curso más detallada y con noticias de interés.
Criterios de evaluación	A través de la participación y los cuestionarios finales se evaluará si el temario se ha comprendido.

La tercera acción formativa trata el tema de la innovación en la empresa. Los cambios tecnológicos y la evolución de las tecnologías se han convertido en un punto de inflexión de todo empresario, ya que crear nuevas ideas es vital para la vida y la

prosperidad de la empresa, tal es así que preguntas como ¿es posible vender innovación? Ya es posible.

En este Plan de Formación se propone una actividad denominada “Innovate” donde el sector se reúne y dan ideas de cómo vender proyectos de innovación. En esta actividad dirigida por el pedagogo como “gestor de innovación”, se prepara al empresario para vender una propuesta innovadora original, concreta al problema y cerrada.

Acción Formativa	Innovate
Personal Afectado	Todos los empresarios inscritos en la Cámara de Comercio
Personal que lo ejecuta	La actividad será llevada a cabo por un pedagogo/a.
Duración	Mes de Marzo
Objetivos, Acción	Se pretende dotar al empresario de la habilidad de innovar, que comprenda su importancia para reciclar la empresa, que aprenda a diseñar ofertas graduales de innovación y a aportar soluciones válidas.
Recursos Previstos	Un aula amplia con pizarra para llevar a cabo la ejecución de la clase.
Calendario, Ejecución	Cronograma
Metodología, Impartición	Clase presencial donde se tratará los temas mencionados, donde el pedagogo/a dinamizará al colectivo en caso de estancamiento o no comprensión del tema.
Criterios de evaluación	La participación y propuesta de una oferta innovadora por parte de cada uno de los miembros del grupo.

La cuarta acción formativa va destinada a los empresarios que destaquen en la formación llevada a cabo en la Cámara. La formación en la empresa se ha visto comprometida a lo largo del tiempo debido a los cambios producidos, cada vez más la actualización y renovación se hacen evidentes.

Teniendo en cuenta la necesidad de la Cámara de Comercio de apostar más por el alumno que destaque en su formación, se contempla en el Plan de mejora una mayor adaptabilidad y oferta al empresario que destaque en sus calificaciones y participación, creando para ellos un “programa de formación práctico” con estrategias formadoras en empresas colaboradoras de la Cámara de Comercio o a vivir experiencias piloto fuera de la entidad permitiéndole así un enriquecimiento personal y profesional, dándole la oportunidad de desenvolverse en otros ámbitos y sectores del que está acostumbrado. Este

aliciente actuará como un estimulante que capte a más empresarios a decantarse por esta formación ya que detalles como el propuesto amplía las posibilidades de la entidad.

Acción formativa	Programa de formación práctico-exterior.
Personal Afectado	Todos los empresarios inscritos en la Cámara de Comercio.
Personal que lo ejecuta	Esta dinámica será gestionada y llevada a cabo por la psicóloga de la Cámara de Comercio, por ser la responsable de la formación en la Cámara entre otras funciones.
Duración	Mes de Marzo
Objetivos, Acción	Motivar al empresario a una formación más integral.
Recursos Previstos	Se requiere un programa de formación estructurado y pensado para los empresarios interesados en realizar prácticas fuera de la entidad. Es necesaria la colaboración de empresas vinculadas a la Cámara para llevar a cabo el proyecto piloto.
Calendario, ejecución	Cronograma
Metodología, Impartición	Se hablará con los empresarios que requieran de esta formación explicándoles el plan elaborado para ellos y firmando un contrato que detalle la experiencia (en qué entidad, sus funciones etc...)
Criterios de Evaluación.	Al finalizar la experiencia el empresario hará su aportación en un test evaluativo donde refleje su conformidad con el programa práctico.

La quinta acción formativa hace referencia a la adaptación de la Cámara de Comercio a las exigencias existentes del mercado y los clientes. La Cámara como empresa, tiene la necesidad de potenciar la parte tecnológica para una mayor adaptabilidad a las demandas comerciales que vayan surgiendo.

El Plan de formación, propone un acercamiento real a las nuevas tecnologías y formas de trabajo a través de dinámicas diferentes, divertidas y reveladoras para los integrantes de los equipos empresariales. Esta actividad denominada “acércate a la realidad” consiste en que un experto en nuevas tecnologías de una empresa externa, explique a los empresarios las nuevas vanguardias del mercado y como esto puede beneficiar a su empresa y potenciar habilidades como la innovación, el ingenio, la curiosidad cognitiva, la autonomía, la mejora en el manejo de nuevas tecnologías, el trabajo en equipo y la

creatividad. La empresa seleccionada para dirigir la dinámica es “bestdayeventos” y lleva a cabo talleres de innovación tecnológica, el taller seleccionado para el plan de formación es el denominado “Minority Report” donde la empresa externa acerca a los empresarios tecnología como:

- Leap motion
- Ordenadores ADN/ 3D
- Pantallas multitáctiles
- Gafas de realidad virtual para dirigir mítines etc.

En un espacio lúdico y abierto a la curiosidad y a través de elementos tangibles, se crea un clima de participación ante lo estimulante de trabajar y conocer nueva tecnología y a su vez ir renovando el conocimiento tecnológico.

Acción formativa	“Minority Report”
Personal Afectado	Todos los empresarios inscritos en la Cámara de Comercio
Personal que lo ejecuta	Empresa externa “Bestdayeventos”
Duración:	Mes de Abril
Objetivos, Acción	Potenciar la originalidad de los empresarios, con un evento diferente y educativo donde puedan experimentar e informarse de las vanguardias tecnológicas.
Recursos previstos	Una zona amplia y espaciosa donde poder poner el material y explicar lo que van a probar los empresarios.
Calendario, Ejecución	Cronograma
Metodología, Impartición	Se organiza una conferencia donde los participantes pueden ver y escuchar lo que se les plantea y cómo funcionan los nuevos materiales, a la vez que pueden tocarlos e interactuar con ellos.
Criterios de evaluación.	Al final del evento, los empresarios puedan expresar su conformidad con el tipo de metodología y el material visto en un test evaluativo que se les pasará para valorar la experiencia. Marcando del a al 10 los ítems a valorar.

Finalmente el último objetivo a desarrollar en la Cámara de Comercio por el Plan de Formación, consiste en mejorar el rendimiento y la capacidad profesional de los

empresarios. La clave de una empresa de éxito ya sea del sector que sea es generar ventajas competitivas.

El desarrollo profesional es un esfuerzo organizado y formalizado que se centra en el desarrollo de trabajadores más capacitados y tiene un alcance mayor y de duración más extensa que la formación.⁷

Estos indicadores mejorarían si se empoderando a los empresarios en la toma de decisiones en la institución, para que aprendan a conocerse, a tener una visión más amplia de lo que quieren, a tener más confianza en sí mismo. Con esta actividad se pretende que el empresario acabe:

- Aprendiendo a realizar un mapa de empatía (con el objeto de conocerse y darse a conocer, aclarar ideas etc.).
- Aprendiendo a generar sistemas de creencias
- A través de actividades de coaching como el Roll-playing para generar confianza entre los empresarios.

Es fundamental para la participación y ejecución de la sesión que el empresario se sienta capaz de llevarla a cabo y reconozca que este proceso le sirve para alcanzar futuros éxitos. La técnica del Roll-playing y la elaboración del mapa de empatía son útiles en este contexto ya que condiciona aspectos como la disposición positiva hacia el aprendizaje, aceptación de nuevos desafíos, confianza en que puede hacerlo bien, afianzar su seguridad y autoestima y mejorar su autoimagen.

Acción formativa	Roll-playing
Personal afectado	Todos los empresarios inscritos en la Cámara de Comercio
Personal que lo ejecuta	En esta actividad se requiere la presencia para llevarla a cabo de la psicóloga y el pedagogo/a. Ya que la psicóloga se encargará de la parte emocional y el pedagogo/a de la explicación y dirección de la actividad.
Duración	
Objetivos, Acción	Mejorar el rendimiento y la capacidad profesional de los empresarios
Recursos previstos	Un espacio amplio donde poder realizar la actividad.
Calendario, ejecución	Cronograma

⁷ UPV. (2012). Participación y gestión. 2012, de Universidad del País Vasco Sitio web: www.ehu.es.

Metodología, Impartición	Se dotará al empresario de instrucciones claras acerca de la actividad y durante la realización de la misma la psicóloga irá dando instrucciones y corrigiendo la parte emocional.
Criterios de evaluación	Al final de la sesión el pedagogo/a encargada de la dinámica expondrá los errores o debilidades del grupo observados durante la intervención.

7. Evaluación de la propuesta de innovación

Este estudio surge de la necesidad de encauzar nuevas vías de desarrollo para el pedagogo que no solo sea en el ámbito educativo pues sus múltiples cualidades lo hacen óptimo para trabajar en más perfiles como se ha evaluado en la justificación del proyecto, su adaptabilidad al área le permite cambiar su metodología de trabajo conforme al ámbito.

Es necesario en todo Plan de Formación evaluar si las actividades propuestas realmente han cumplido con los objetivos del aprendizaje y si la innovación educativa que se ha planificado ha sido efectiva.

Los indicadores que nos permiten afirmar si los resultados obtenidos han cumplido los objetivos propuestos serán:

- a) Los usuarios han participado activamente en las actividades. Evaluado por el equipo técnico mediante una observación sistemática durante el desarrollo de las actividades, valorando la aceptación de las actividades propuestas
- b) Autoevaluación sobre la adecuación del plan en la Cámara de Comercio. Evaluado por los propios usuarios al final de algunas de las actividades mediante un cuestionario o grupos de discusión.
- c) Aceptación de los métodos, técnicas y herramientas facilitadas durante el desarrollo del proyecto. Esto lo evaluará el equipo al final de la intervención mediante el resultado final de las actividades o tareas encomendadas.

Estos indicadores al ser tan amplios, responden a una categoría o dimensión denominadas:

Aspecto pedagógico, mide la claridad del propósito, la motivación de los destinatarios, el tipo de actividades (desafiantes, originales, que despiertan el interés), tipo de interacción (quien realiza la actividad si es individualmente o en grupo), si existe una retroalimentación, mide si las instrucciones han sido claras y comprendidas por todos.

Contenido, valora la actualidad de la actividad, la información (cantidad, calidad, claridad), la adaptación curricular que tenga la actividad.

Producción, valora la integración de los bienes y medios de los que se dispone

Tecnológico, facilidad de uso de los recursos empleados en las actividades, material complementario.

Si las actividades llevadas a cabo en este plan de formación, responden a las exigencias de estas dimensiones y se adaptan a los objetivos propuestos en base a la necesidad de la entidad, asegurará el éxito del mismo. El seguimiento y la evaluación serán un proceso continuo, integrado desde su inicio por un equipo profesional y capaz de realizar todas las actividades propuestas.

Al hacer referencia a procedimientos de evaluación, algunos de los procedimientos para sustentar la evaluación de este plan de mejora de la Cámara de Comercio serán la observación externa llevada a cabo por el pedagogo contratado, la entrevista facilitada por la responsable de la formación, una encuesta elaborada en el taller de innovación y una autoevaluación llevada a cabo al finalizar algunas de las actividades para intercambiar impresiones entre los asistentes.

El resultado principal de este estudio ha sido el diseño de un modelo que permita el registro sistemático del seguimiento, evaluación y control de las actividades en base a unos criterios concretos. A través de las técnicas de recogida de información llevadas a cabo a la largo de todo el proyecto concluimos que el estudio nace con un doble objetivo, por un lado la necesidad de insertar al pedagogo en una empresa como la Cámara de Comercio y demostrar su valía desarrollando su potencial en el área empresarial y por otro lado la necesidad de un plan de formación innovador y adaptado a las debilidades de la Cámara de Comercio, en la que se trata la misión empoderadora del trabajador en la empresa.

Este proyecto se llevó a cabo en el segundo trimestre de 2016 y consistió en elaborar una lista de necesidades abarcables por un pedagogo dentro de una entidad empresarial.

En este plan de formación, no solo se ha llevado a cabo un estudio de las necesidades de la Cámara a través de entrevistas, observación y elaboración de un DAFO, también se ha trabajado diferentes fuentes de información y estudios complementarios que han permitido conocer en mayor medida la situación económica que envuelve la dinámica empresarial en el territorio canario, así como la realidad y características propias de la Cámara de Comercio y del mercado laboral que lo conforma.

Los agentes encargados de llevar a cabo la evaluación serán el pedagogo contratado y la psicóloga que en este caso también es la encargada de la formación lo que procurará un matiz más profundo a la evaluación ya que se tendrán en cuenta visiones más globalizadas de la situación que atraviesa la Cámara de Comercio.

8. Cronograma

El calendario del plan formativo, está contemplado en el segundo semestre del año 2016 concretamente en los meses de: Febrero, Marzo y Abril. Las actividades se desarrollarán durante este periodo de 12 semanas.

Actividades	Semanas											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Actividad 1	Se llevará a cabo a lo largo de la semana dos horas. Durante el mes de Febrero.											
Actividad 2	Se llevará a cabo a lo largo de la semana dos horas. Durante el mes de Febrero.											
Actividad 3	Se llevará a cabo a lo largo de la semana dos horas. Durante el mes de Marzo.											
Actividad 4	Se llevará a cabo a lo largo de la semana dos horas. Durante el mes de Marzo.											
Actividad 5	Se llevará a cabo a lo largo de la semana una sesión de 3 horas, durante el mes de Abril.											

Una vez finalizado el proyecto, se espera que los usuarios de la Cámara de Comercio se sientan realizados y motivados. Los destinatarios habrán aprendido, por un lado, las competencias tecnológicas actuales necesarias para un desarrollo innovador de una empresa, además de conocer diferentes técnicas, habilidades e instrumentos que les ayudarán en su desarrollo profesional y por otro lado a valorar en la Cámara de Comercio la importancia de trabajar colaborativamente con profesionales de diferentes ramas como lo son en este caso la unión entre psicóloga de la Cámara y pedagogo/a contratado.

Finalmente se pretende que se adapte la nueva política del capital profesional a la responsabilidad social corporativa y a la activación del enriquecimiento personal en el mundo empresarial. Empoderar al trabajador no es subordinación por parte del empresario sino una apuesta por la prosperidad de la empresa.

Para garantizar el correcto funcionamiento de este proyecto y el buen desarrollo de las prácticas, se precisará tanto de recursos humanos como recursos materiales.

Recursos humanos. Será necesaria la participación del equipo multidisciplinar de profesionales con la que cuenta la Cámara, pero será necesaria la contratación de un pedagogo/a, encargado de la ejecución, coordinación y seguimiento del proyecto y de un especialista en TICS, de la empresa “bestday” para la realización del taller de innovación que se propone en el plan.

Recursos materiales. Aula acondicionada con el material que se expone en las actividades, proyector, pizarra y material docente (folios y bolígrafos).

Recursos económicos. Debido a la inserción del proyecto en una entidad ya formada y estructurada es más sencillo economizar en recursos puesto que se puede hacer uso de los ya existentes. No obstante, y teniendo en cuenta los recursos requeridos por algunas de las actividades y las contrataciones externas que se deben realizar, se estima que el proyecto tendrá un coste aproximado de 4.000 euros.

Cuando la propia empresa organiza y gestiona el programa de formación, se deben tener en cuenta para establecer el coste total de una acción o de un grupo de formación, tanto costes directos (retribución de formadores, gastos de amortización de los materiales anteriormente mencionados) como los costes asociados (posibles conflictos que puedan surgir de organización o infraestructura, aunque en este caso de la Cámara de Comercio este gasto está cubierto por utilizar las instalaciones de la entidad).

A este coste se le sumará también los de personal (trabajadores, formados durante la jornada laboral). Aplicando esta sencilla formula se puede resolver cuánto dinero costará este plan de formación para la mejora de la empresa a la Cámara de Comercio.

Costes Totales = Costes Directos + Costes Asociados o de Gestión + Costes Laborales.

Coste total = 1.400 + 500 + 2.100 = 4.000 euros.

9. Referencias bibliográficas

SouSantos. (13 de Octubre 2015). Pedagogía del sur. En Goaventuras (pp.5-10). Universidad Pedagógica Nacional: Google ebook.

http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/INTRODUCCION_BSS.pdf

José Manuel Salinas Sánchez. (2013). Empresa e iniciativa emprendedora. En Hacer empresa (p.10). www.MCGraw-Hill.es: McGraw-Hill.

<http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196864.pdf>

A. Hargreaves y Fullan. (15 de Diciembre 2014). Capital profesional. 2014, de Edmorata Sitio web: <http://www.edmorata.es/nuestro-bloc/capital-profesional-de-hargreaves-y-m-fullan-premio-grawemeyer-en-educacion>.

Los recursos Humanos de la empresa. (13 de Enero 2011) La formación en la empresa

<http://www.losrecursoshumanos.com/la-formacion-en-la-empresa/>

epedagogía. (17 Abril de 2014). Profesionalización de la formación. 2014, de Pedagogía en la empresa Sitio web: <http://epedagogia.es/pedagogia-en-empresas-profesionalizacion-de-la-formacion/>

Red de Cámaras de Comercio. (2010). Información general sobre las Cámaras de Comercio.

2010, de Confecámaras Sitio web: <http://www.confecamaras.org.co/>

Gobierno de España. (2 de Abril de 2014). Agencia Estatal, Boletín Oficial del Estado. 2014, de Cámara de comercio de Tenerife Sitio web: www.boe.es

Cámara de Tenerife. (2010). Contrato, 2012, de Cámara de comercio Sitio web:

www.camaraTenerife.com/contrato.cfm

Guillermo Lacalle. (2012). Capital humano en la empresa.

[/books.google.es/books/about/El_capital_humano_en_la_empresa_Operacio.html?id=VXr6AwAAQBAJ&redir_esc=y](http://books.google.es/books/about/El_capital_humano_en_la_empresa_Operacio.html?id=VXr6AwAAQBAJ&redir_esc=y)

UPV. (2012). Participación y gestión. 2012, de Universidad del País Vasco Sitio web: www.ehu.es

PuroMarketing. (2006). Marketing, publicidad y negocios. 2006, de Grupo Mediano Sitio web: <http://www.puromarketing.com/>

Nicolás Fernando Losa. (2002). El desarrollo profesional de los trabajadores como ventaja competitiva de las empresas. 2002, de Universidad de la Rioja Sitio web: <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/214.pdf>

Federación de empresarios. (2007). Guía de elaboración de planes formativos para empresas. 2007, de Instituto Aragonés Sitio web: www.guiadeelaboraciondeplanesformativos.com

Fernández, A. (1993) El papel del pedagogo y del formador en la empresa: la formación inicial y permanente, Herramientas, 30, 32-39

Millan, M.D. ET alt. (1990) Nuevas actividades profesionales para los profesionales de pedagogía. Catalá de Nuevas profesiones, Barcelona.

María Soledad Moreno García. (2009/2010). LA EMPRESA: UN RETO PARA LOS PROFESIONALES DE LA PEDAGOGÍA. Un reto profesional, II, p.333. http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/20/art_16.pdf

Anexos

Tabla de principios por el cual surge la Responsabilidad Social Corporativa

Tabla 1. Principios del Pacto Mundial auspiciado por la O.I.T.

Derechos Humanos

Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Estándares Laborales

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva

Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil

Principio 6: Las empresas deben apoyar **la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación**

Medio Ambiente

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Lucha contra la corrupción

Principio 10: Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

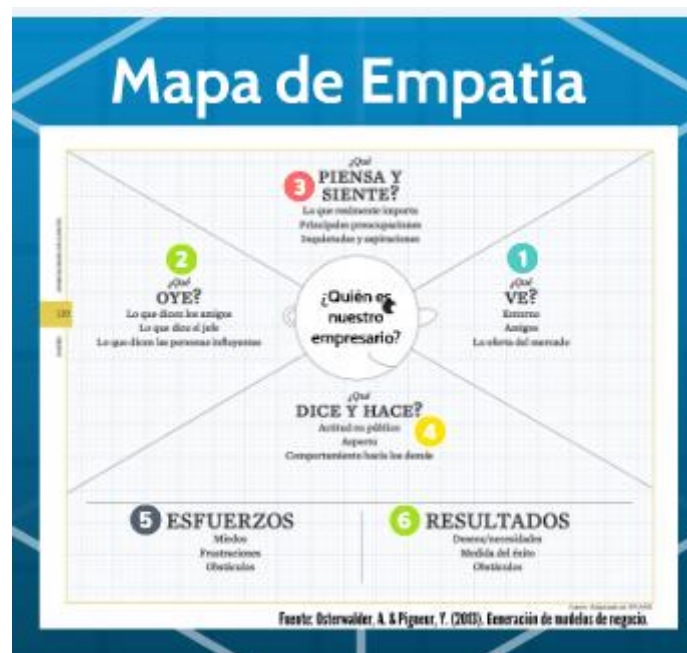
Entrevista realizada a Mari Luz, Directora de formación de empleo en la Cámara de Comercio.

- Buenos días, en primer lugar gracias por recibirme comprendo que tiene mucho trabajo y es un placer que comparta unos minutos de su tiempo para realizarle esta entrevista, me llamo Ainoa Raya Luis soy estudiante en la Universidad de la Laguna en el grado de Pedagogía y estoy realizando mi TFG sobre la “acción pedagógica en la empresa”, comprendo que la Cámara en sí no es una empresa común pero sí es relevante para mi ámbito de trabajo las líneas que la entidad abarca (formación y orientación). Para mí la entidad es un órgano que estoy conociendo, ¿en qué consiste su trabajo exactamente?, tengo entendido que es usted psicóloga, en el trabajo que desempeña, ¿Qué habilidades de su formación emplea?
- *Bueno, es un placer recibirte y poder ayudarte en un trabajo muy importante, mi nombre es Mari Luz soy la responsable del sector formación empresarial que desde 2000 se lleva a cabo. Con respecto a la formación que empleo, la psicología me permite tener una visión más amplia a la hora de generar nuevos proyectos y nuevas vías de actuación para responder a la demanda de nuestros empresarios.*
- ¿Cómo la actuación desde la Cámara de Comercio puede mejorar o transformar su capacidad de llegar a los comerciantes para que participen?
- *A través de planes de activación en el mundo comercial, muchas actividades anteriores a la ley de Cámara, llegaban a acercar la formación en horarios adaptados, fondos europeos para llevar la formación dentro del negocio. La activación de zonas comerciales abiertas, a través de actividades, etc focalizadas en cualquier barrio o pueblo.*
- ¿Tienen en cuenta la formación como elemento dinámico del desarrollo profesional de los comerciantes?
- *Los expertos, facilitan programas que se adaptan es lo que se caracteriza al producto. Por ejemplo: hace tiempo se abrió la oportunidad de dar un curso de formador que iba a observar a una tienda, se reunía con él y hablaba de lo que le inquietaba y se le diseñó un plan de ventas específicos.*
- Como psicóloga y profesional, ¿Cómo entiendes que debe propiciarse un modelo de intervención educativa dentro de la Cámara de Comercio?
- *La directora comenta que hay muchas personas haciendo ahínco en la RSC, y que existe una nueva necesidad de impartir nuevos tutoriales orientados a esta política, debido al influjo con la crisis.*
- Si insertásemos la colaboración de un pedagogo con usted, ¿Qué condiciones de desarrollo profesional cree usted que potenciaría el ámbito empresarial? ¿Qué beneficios aportaría?
- *Sería interesante compartir la metodología y la estructura así como la ejecución y aportaría una visión más amplia a la hora de generar nuevos proyectos, a crear nuevas metodologías didácticas etc.*
- Actualmente, la formación que ofrece la Cámara de Comercio es muy extensa, más si incluimos la escuela de Negocio de la Cámara de Comercio, pero ¿Qué alternativas cree “grosso modo” que introduciría? ¿Detecta algún fallo muy evidente en el sistema de formación?
- *La formación necesita mejorar el Marketing, se vincula con atraer a la gente a la captación, mejorar la difusión y apostar por los mejores docentes.*
- ¿Cómo detecta la Cámara de qué manera se hace la formación?

- *A través de los cuestionarios de satisfacción, los foros, etc.*
- Esto es todo con esta pregunta hemos finalizado la entrevista, muchas gracias nuevamente.

Lista de materiales utilizados a lo largo del proyecto; espacios abiertos y ventilados donde poder llevar a cabo las charlas y seminarios, pizarras y proyector para hacer más ejemplificadora la clase, material didáctico fungible (tales como folios y bolígrafos), mobiliario movable y ajustable a las necesidades (sillas, mesas, etc.)

En la iniciativa de realizar un proyecto práctico-externo se contempla la idea de una mayor viabilidad y trascendencia para los alumnos que destacan, pero es un proyecto a largo plazo donde la acción pedagógica es crucial para su realización, en este plan de formación se contempla la idea y se sustenta con necesidades visibles pero no describe detalladamente este plan ya que es una propuesta.



Fuente: presi, mapa de empatía, Material utilizado en las sesiones de gestión emocional.