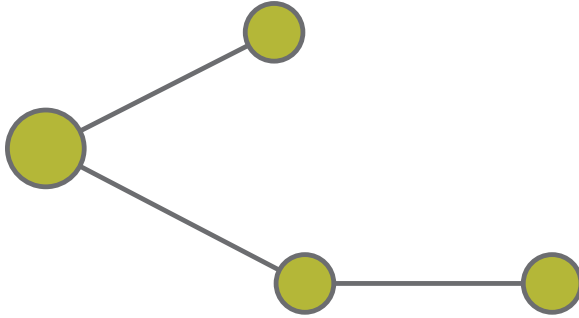




# Rede escolar: (re)configurações, tensões e desafios

**Organizadores:**  
António Neto-Mendes  
Jorge Adelino Costa  
Manuela Gonçalves  
Dora Fonseca



# Rede escolar: (re)configurações, tensões e desafios

**Organizadores:**

António Neto-Mendes  
Jorge Adelino Costa  
Manuela Gonçalves  
Dora Fonseca

# Ficha Técnica

**Título:**

Rede escolar: (re)configurações, tensões e desafios  
VIII Simpósio de Organização e Gestão Escolar

**Organizadores:**

António Neto-Mendes  
Jorge Adelino Costa  
Manuela Gonçalves  
Dora Fonseca

**Design:** Joana Pereira

**Impressão:** RealBase

**Editora:**

UA Editora  
Universidade de Aveiro  
Serviços de Documentação, Informação Documental e Museologia

**1ª edição - dezembro 2018**

**Tiragem:** 350 exemplares

**ISBN:** 978-972-789-577-9

**Depósito Legal:** 449615/18

**Apoio:**

Departamento de Educação e Psicologia  
Centro de Investigação em Didática e Tecnologia na Formação de Formadores

Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UID/CED/00194/2013.



**FCT**  
Fundação  
para a Ciência  
e a Tecnologia

 **dep**  
universidade de aveiro  
departamento de educação e psicologia

**cidtff**  
centro de investigação  
Didática e Tecnologia na Formação de Formadores

# Índice

Nota introdutória .....	7
-------------------------	---

## Conferências

<b>Os agrupamentos: entre a lógica administrativa e a lógica pedagógica na definição da rede escolar</b> João Barroso .....	11
<b>Agrupamento de escolas: choques de racionalidades e práticas de dominação burocrática</b> Licínio Lima .....	31
<b>A rede escolar em Portugal: Apontamentos Histórico-Políticos e desafios pedagógicos</b> António Neto Mendes .....	57

## Painel

<b>Rede Escolar: (Re)configurações, tensões e desafios?</b> Eduardo Lemos .....	87
Mário Nogueira .....	91

## Comunicações

### Eixo 1 | Regulação central e regulação local

<b>O perito externo nos modos de regulação do programa TEIP2: regulado, regulador e recurso de regulação</b> Ana Gama .....	101
<b>Plano Nacional de Educação, Planos Municipais de Educação no Brasil e a Educação em Tempo Integral</b> Andréia Silva Abbiati & Pedro Ganzeli .....	127

<b>O projeto educativo dos agrupamentos: entre a feição de instrumento de gestão curricular e a de um mecanismo de regulação <i>centroperiférica</i> - proposta de um modelo de análise</b>	
Carla Lacerda, Henrique Ramalho & João Rocha .....	153

<b>A Carta Educativa e a gestão da rede de escolas em Portugal</b>	
Dora Castro, Irene Figueiredo & Fernando Diogo .....	177

<b>Autobiografias do Insucesso – o território e a regulação local da educação</b>	
Manuel Cabeça .....	193

## Eixo 2 | Autonomia da escola e ‘descentralização’ para o Município

<b>Atores locais e contrato de educação e formação municipal</b>	
Elisabete Martins & Joaquim Machado .....	221

<b>A descentralização do sistema educativo entre a autonomia das escolas e a agenda da municipalização</b>	
Henrique Ramalho .....	231

<b>A Escola, o Município e a descentralização Educativa</b>	
Joana Leite & Joaquim Machado .....	261

## Eixo 3 | Rede pública e rede privada

<b>Regulação através de organizações educativas transnacionais: o exemplo do campo das escolas internacionais na Grande Lisboa</b>	
Anne Schippling .....	273

<b>Rede Escolar, Descentralização e Privatização: o caso da Suécia</b>	
Marilene Santos .....	291

Eixo 4 | Rede de escolas e rede de agrupamentos

<b>A construção de um ‘mega agrupamento’ de escolas: dinâmicas de inovação e sentimentos de perda</b>	
João Salgueiro .....	325

<b>Agrupamentos de Escolas, Gestão Pedagógica e Educação Física no 1º CEB – práticas de sustentabilidade</b>	
Juliana Rodrigues & Rui Neves .....	353

Eixo 5 | Gestão da escola e gestão do agrupamento

<b>Gestión del currículum en un aula de Formación Profesional para la construcción de códigos éticos</b>	
Antonio Fabregat Pitarch & Isabel María Gallardo Fernández .....	379

<b>Agrupamento de escolas e ação do coordenador de estabelecimento</b>	
Filomena Soares & Joaquim Machado .....	397

<b>Organización y gestión de la escuela en los periodos de transición de la Educación Primaria a la Educación Secundaria Obligatoria</b>	
Héctor Saiz-Fernández, Isabel María Gallardo-Fernández & Ángel San Martín Alonso .....	415

<b>Organización del aula de Educación Infantil desde la Creatividad y el Diseño de Tareas</b>	
Isabel María Gallardo Fernández .....	435

<b>Pelos caminhos da escola inclusiva</b>	
Joaquim Monteiro Brigas .....	455

<b>A supervisão docente e as lideranças intermédias. Qual o papel do Coordenador na supervisão da prática docente?</b>	
José Caldas, Fernando Diogo & Paula Romão .....	473

## GESTIÓN DEL CURRÍCULUM EN UN AULA DE FORMACIÓN PROFESIONAL PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CÓDIGOS ÉTICOS

Antonio Fabregat Pitarch  
*Escuelas de Artesanos de Valencia - España*  
antoniofabregat@escuelasdeartesanos.com

Isabel María Gallardo Fernández  
Departamento de Didáctica y Organización Escolar  
Facultat de Filosofia y Ciencias de la Educación Email  
*Universitat de Valencia -Espanña*  
Isabel.Gallardo@uv.es

### Resumo

Nuestra aportación a este Simposio se concreta en analizar y reflexionar sobre nuestra práctica docente desde la gestión del Currículum en un aula de Formación Profesional para la construcción de códigos éticos. La Formación Profesional (FP) tiene, entre sus objetivos, formar profesionales competentes al servicio de la ciudadanía. La profesionalidad comprende, además de un conjunto de competencias, una de otro orden, puesto que supone emplearlas con un sentido ético y social, como acciones éticamente informadas. Las instituciones de FP han de contribuir a que los futuros profesionales desarrollen una visión y sentido ético, que pueda guiar su práctica y refleje en sus acciones un conjunto de valores tales como responsabilidad, solidaridad, sentido de la justicia, servicio a otros, etc. Lo que supone preparar a los futuros profesionales para comprender las complejidades éticas y morales de su papel, en la toma de decisiones de su práctica diaria. El fenómeno de la globalización defendido por las teorías económicas neoliberales ha supuesto un crecimiento del poder

en las empresas generando comportamientos en algunos casos abusivos, conflictos de intereses, falta de honradez y de responsabilidad empresarial, desencadenando una pérdida de confianza causada por actuaciones poco éticas. Ante la compleja realidad que vivimos se hace necesaria la gestión del currículum desde un diseño y planificación docente que desarrolle Proyectos que involucren y capaciten al alumnado en el compromiso de gestionar las organizaciones introduciendo cambios que mejoren las relaciones internas y externas, fortaleciendo la fidelidad de los clientes, potenciando la confianza y mejorando a su vez la imagen corporativa de la empresa, es decir, aprender a gestionar desde modelos empresariales socialmente responsables. Conocer que es la ética empresarial y en qué consiste se convierte en una prioridad para el alumnado de FP. El respeto por los valores éticos en los negocios motiva y provoca en las personas actitudes positivas. Por lo tanto, realizar buenas prácticas éticas de empresa en el aula de FP significa sensibilizar al alumnado de la importancia de la ética para los negocios.

## **1. Introducción**

El fenómeno de la globalización defendido por las teorías económicas neoliberales ha supuesto un crecimiento del poder en las empresas generando comportamientos en algunos casos abusivos, conflictos de intereses, sobornos, falta de honradez y de responsabilidad empresarial, desencadenando una pérdida de confianza entre las personas causada por actuaciones poco éticas.

Todo ello hace necesario que en la planificación y diseño de la programación didáctica docente se desarrollen proyectos que involucren y capaciten al alumnado con el compromiso de gestionar las organizaciones introduciendo cambios que mejoren las relaciones internas y externas. Se trata de fortalecer la fidelidad de los clientes, potenciando la confianza y mejorando a su vez la imagen corporativa de la empresa, es decir, *gestionar desde modelos empresariales socialmente responsables*.

Conocer que es la ética empresarial y en qué consiste se convierte en una prioridad para el alumnado dentro de un aula de Formación Profesional. El respeto por los valores éticos en los negocios motiva y



provoca en las personas actitudes positivas. Por lo tanto, realizar buenas prácticas éticas de empresa en el aula significa sensibilizar al alumnado de la importancia de la ética para los negocios y contribuir al desarrollo potencial ético de la persona construyendo sus valores y principios para vivir como sujetos activos en una sociedad que pretendemos que sea más justa, responsable y equitativa. En nuestra práctica docente optamos por una formación holística que va más allá del aspecto cognitivo y, sin desdeñar este, se centra también en el físico, el emocional y el espiritual para formar un ser más íntegro. «Formar es mucho más que simplemente adiestrar al educando en el desempeño de destrezas» (Freire, 1997, p .7).

Algunos de los principios sobre los que se basa la educación holística son los siguientes:

- El propósito de la educación es el desarrollo humano.
- El ser humano posee una capacidad ilimitada para aprender.
- El aprendizaje es un proceso vivencial.
- Se reconocen múltiples caminos para obtener el conocimiento.
- Profesor y estudiante están ambos en un proceso de aprender.
- Aprender solo puede tener lugar en un ambiente de libertad.
- El estudiante debe interiorizar el *aprender a aprender* como metodología de aprendizaje.
- Educar para una ciudadanía global y el respeto a la diversidad.
- Educación ecológica y sistémica, una toma de conciencia planetaria.

## 2. Objetivos

Desde el desarrollo e implementación de este Proyecto pretendemos las siguientes finalidades:

- Analizar y reflexionar sobre nuestra práctica docente con la visión de ser agentes de desarrollo curricular.
- Analizar el currículo del Ciclo Formativo Grado Superior Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y diseñar actividades desde diferentes módulos para la construcción de códigos éticos.

- Investigar, identificar y determinar criterios éticos en la función de compras, aprovisionamiento y ventas de una organización.
- Desarrollar actividades en el aula que sensibilicen y conciencien al alumnado hacia una cultura ética e integridad en los negocios de una organización.
- Construir Códigos éticos de conducta en la gestión de compras y gestión de ventas de una empresa.
- Construir un código deontológico de buenas prácticas comerciales.

Los docentes de Formación Profesional somos conscientes que capacitar al alumnado para diseñar e implementar códigos éticos o buenas prácticas de conducta en un departamento comercial de una organización supone *diseñar tareas en el aula que tengan sentido y finalidad*. Se trata de aprender de los demás y con los demás (Bruner, 1997; Mercer, 1997; Arnaiz, 2003 y Wells, 2003). Las tareas desde el punto de vista del profesor proporcionan un encuentro potencial entre la teoría y la acción (Gimeno, 2010).

### **3. Desarrollo de la experiencia**

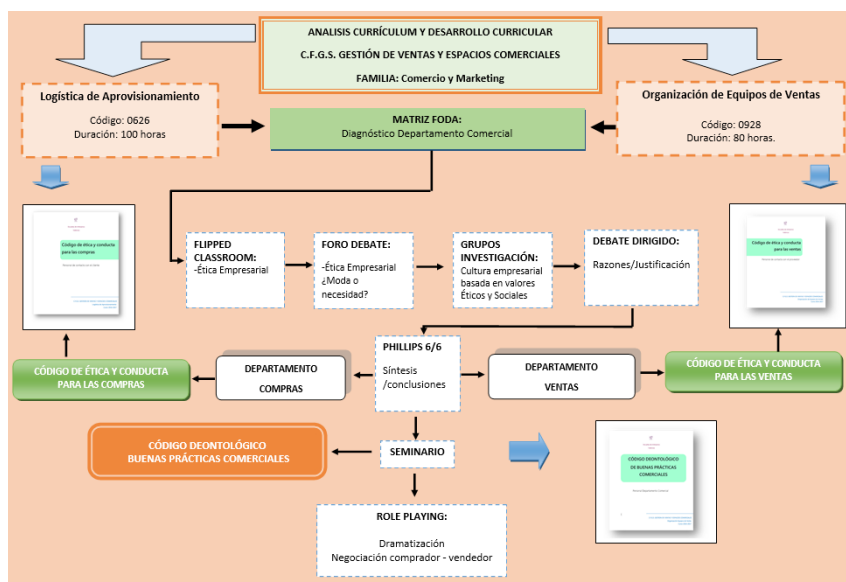
Este trabajo se ha llevado a cabo en el contexto de las Escuelas de Artesanos de Valencia durante el curso académico 2016-2017. En concreto en el Ciclo Formativo de Grado Superior “Gestión de Ventas y Espacios Comerciales” en las asignaturas Logística de Aprovisionamiento y Organización de Equipos de Ventas.

En nuestra práctica docente asumimos que para formar profesionales en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales el alumnado no solo ha de adquirir las competencias básicas establecidas conforme al Real Decreto 1573/2011 del Título sino que al gestionar las operaciones comerciales de compraventa se implementen políticas de negocio donde se respeten los valores éticos y se genere una identificación personal con los valores de la empresa. Se trata de sentar las bases de una cultura

organizacional donde prevalezca la igualdad, el respeto, el diálogo y la solidaridad para construir la confianza entre los participantes. Esta experiencia se inscribe en un enfoque holístico e integral que tiene como eje el diálogo y el *aprender en relación* (Mercer, 1997).

### 3.1. Recorrido del Proyecto

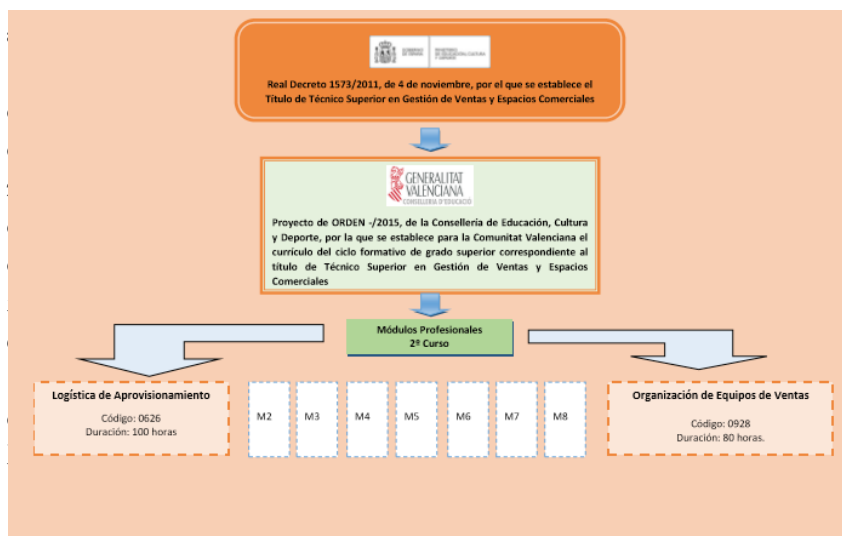
Tratando de explicitar el desarrollo de esta experiencia la figura 1 presenta un mapa conceptual que clarifica el recorrido de la experiencia vivida en el aula.



**Figura 1. Desarrollo de la experiencia construcción de códigos éticos.**  
Fuente: elaboración propia

A continuación, detallamos la secuencia didáctica seguida en el desarrollo de la experiencia: *a) análisis del currículum y desarrollo curricular; b) matriz FODA: diagnóstico departamento comercial; c) Flipped Classroom: ética empresarial (visionado de videos); d) Foro: debate ¿Es necesaria en la sociedad actual implantar una ética empresarial? ¿Moda o necesidad?; e) Grupos de investigación: cultura empresarial basada en valores*

éticos y sociales; f) Debate dirigido: razones y justificación de implementar una cultura empresarial basada en valores éticos y sociales; g) Phillips 6/6: síntesis de conclusiones; h) Taller: código de ética y conducta para las compras; i) Taller: código de ética y conducta para las ventas; j) Seminario: código deontológico de buenas prácticas comerciales; k) Role-playing sobre la dramatización de una negociación entre comprador-vendedor.



**Figura 2. Análisis curricular ciclo formativo grado superior Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y elección asignaturas experiencia.**  
Fuente: elaboración propia.

En primer lugar realizamos un análisis detallado del RD 1573/2011 de 4 de noviembre (BOE 13/12/11) y seguidamente el análisis del Proyecto de Orden /2015 de la Consellería de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece para la Comunitat Valenciana el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales. Después de analizar los objetivos generales, los contenidos de los módulos profesionales y los objetivos de cada uno de los módulos expresados en términos de resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación y acogiéndonos al artículo 8 del Proyecto de Orden 2015 de la Consellería de Educación, Cultura y deporte en el que hace referencia a que los centros educativos dispondrán de la necesaria autonomía pedagógica y de organización para

el desarrollo de las enseñanzas y su adaptación a las características concretas del entorno socioeconómico, cultural y profesional, decidimos diseñar y desarrollar actividades desde el módulo de Logística de Aprovisionamiento (código: 0626) y el módulo Organización de Equipos de Ventas (código: 0928) que potencien el pensamiento crítico y actitudes responsables del alumnado.

La secuencia de implementación de estas actividades ha sido:

**b) *Matriz FODA: diagnóstico departamento comercial***

El análisis FODA tiene por objeto el identificar las Fuerzas y Debilidades de un departamento comercial (función de compras y función de ventas), así como las Oportunidades y Amenazas que presenta la información recopilada. Se utiliza para desarrollar la estrategia de tomar en consideración los factores internos y externos e importancia de las buenas prácticas comerciales.

Se constituyen grupos de trabajo en equipo para reflexionar sobre los puntos débiles y fuertes que tiene un departamento comercial, así como las oportunidades y aspectos para mejorar su gestión y funcionamiento en una empresa. Las preguntas planteadas a priori para generar la reflexión son: ¿Qué capacidades son fundamentales para crear una estrategia atractiva en un departamento comercial? ¿Qué puntos débiles descalifican un departamento comercial? ¿Qué oportunidades podemos buscar mediante las habilidades, capacidades y recursos que tenemos? ¿Qué estrategias debemos adoptar?

La figura 3 nos detalla el diagnóstico realizado por el alumnado del ciclo formativo:



**Figura 3. Diagnóstico situación actual de un departamento comercial.**  
 Fuente: elaboración propia alumnado 2º curso Ciclo Formativo Grado Superior  
 Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

Entre los aspectos a destacar del análisis interno de un departamento comercial, como fortalezas: buen ambiente laboral, conocimiento del mercado, recursos humanos (RR.HH.) motivados y además el alumnado destaca que hace falta unas buenas cualidades de servicio como: habilidades comunicativas, autocontrol, ética profesional, sociabilidad, sensibilidad, etc. Respecto a las posibles debilidades de un departamento comercial enumeran: salarios bajos, falta de capacitación, incapacidad para ver errores y deficientes habilidades negociadoras.

El análisis externo presenta como oportunidades: la competencia débil, conductas agresivas comerciales, clientes no satisfechos y un mercado mal atendido. Las amenazas subrayadas son: una regulación desfavorable y una competencia consolidada y muy agresiva.

**c) Flipped Classroom (Aula Invertida): Visionado videos-Ética empresarial**

La metodología Flipped Classroom o aula invertida consiste en hacer participar activamente al alumno y cambiar la práctica de la enseñanza tradicional por un modelo que implique al alumno desde

el contexto extraescolar utilizando herramientas tecnológicas como el vídeo o internet. En nuestra experiencia se ha facilitado a los alumnos los siguientes enlaces web para visualizar en casa:

- Ética empresarial:  
<https://www.youtube.com/watch?v=1d4OP1TI76c>
- Ética empresarial:  
<https://www.youtube.com/watch?v=LWCWGHuCr6Q>
- Ética empresarial y en las organizaciones. Construyendo confianza:  
[https://www.youtube.com/watch?v=P1os\\_ub5p98&t=72s](https://www.youtube.com/watch?v=P1os_ub5p98&t=72s)
- Ética y excelencia en el trabajo. Construyendo confianza:  
<https://www.youtube.com/watch?v=L1P12pP3tEs>
- Ética en la toma de decisiones. Construyendo confianza:  
<https://www.youtube.com/watch?v=AID-UZhDg6E&t=84s>
- Ética en la persona y su acción. Construyendo confianza:  
<https://www.youtube.com/watch?v=w8EiHJ3EvCY&t=54s>

**d) Foro: debate ¿Es necesaria en la sociedad actual implantar una ética empresarial? ¿Moda o necesidad?**

Para realizar esta actividad previamente el alumnado ha visualizado en casa los vídeos facilitados por el profesor. En el aula cada alumno durante los diez minutos primeros reflexiona sobre los vídeos analizados en casa y prepara sus argumentos ante las preguntas formuladas por el profesor. Posteriormente cada alumno expone sus argumentos y defiende su postura generándose un debate con intercambio de opiniones ejerciendo de moderador un alumno y un secretario de forma voluntaria que anota en la pizarra las diferentes consideraciones.

**e) Grupos de Investigación: cultura empresarial basada en valores éticos y sociales**

Hace falta que la ética se integre en la práctica diaria de las organizaciones empresariales y para ello, sus miembros tienen que adquirir las condiciones necesarias para actuar y ejercer desde normas éticas con el objetivo que sus empresas progresen hacia la excelencia. Es neces-

rio que el alumnado conozca lo que significa una cultura empresarial basada en valores éticos y sociales. Para ello, se constituyen grupos de investigación en el aula usando las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) como herramienta didáctica, orientando el currículo hacia la competencia digital y en el tratamiento de la información, desarrollando habilidades de buscar, seleccionar, procesar y obtener información siendo capaces de transformarla en conocimiento.

**f) Debate dirigido: *¿Debe una organización empresarial adoptar un comportamiento ético y socialmente responsable? Razones y justificación de implementar una cultura empresarial basada en valores éticos***

Se intercambian ideas acerca de la ética en la empresa. El profesor inicia el debate planteando las siguientes preguntas: ¿Por qué razones es necesaria la ética en la empresa? ¿Qué ventajas aporta? ¿Qué problemas éticos internos y externos encontramos en los negocios? ¿Cómo podemos aplicar la ética en la empresa? ¿Cómo implementarla en un departamento comercial y concretamente en la función de compras y la función de ventas?

El profesor propicia la participación de todo el alumnado reorientando y canalizando las preguntas anteriormente formuladas. A su vez, va registrando y anotando todas las aportaciones de cada uno de los alumnos, así como las conclusiones elaboradas.

**g) Phillips 6/6: *síntesis de conclusiones***

Se constituyen grupos de 6 alumnos que durante 6 minutos han de sintetizar y obtener conclusiones acerca del debate anterior dirigido sobre las preguntas formuladas.

**h) Taller: *código de ética y conducta para las compras***

Los códigos éticos y de conducta profesional son instrumentos generados que ponen de manifiesto el origen, los valores, los principios y las normas básicas de conducta que han de regir la actuación de los profesionales. Tratamos de potenciar en el alumnado un desarrollo personal y profesional. Se trata de que sepa trabajar en equipo buscando la mejora continua



gestionando sus actuaciones de manera ética, responsable y respetuosa. Por lo tanto, el taller es una actividad para trabajar en el grupo-clase asignando la tarea al alumnado de construir un código de ética y conducta para las compras poniendo en práctica los conocimientos adquiridos.

Sabido es que los profesionales de un departamento de compras deben aplicar una ética profesional en su forma de actuar y su quehacer diario promoviendo comportamientos deseables. Al no existir un código ético básico empresarial de tipo general consideramos necesario trabajar la construcción de éste código para concienciar personalmente a cada uno de los alumnos y definir sus propios códigos de conducta. Algunos ejemplos de las pautas señaladas son: Prestar a todos los proveedores competitivos la misma atención; realizar negocios con proveedores actuales y potenciales de buena fe y sin tergiversar datos de forma intencional; exigir honestidad e integridad a los comerciales de ventas; realizar esfuerzos razonables para llegar a acuerdos mutuos y equitativos con los proveedores; no incurrir en favoritismos; y, por supuesto, integridad en todas las relaciones comerciales, etc.

#### ***i) Taller: código de ética y conducta para las ventas***

Otra de las actividades también ha sido construir un código de ética y conducta para las ventas. La ética profesional en un departamento de ventas como ética aplicada se convierte como un modo de expresión y actuación de la política empresarial aplicando el código de conducta profesional. Entre las pautas señaladas en su código ético y de conducta elaborado tenemos: cumplimiento de la normativa legal y privacidad de datos; evitar dar regalos; evitar las apariencias de improcedencia o los conflictos de interés; mantener registros confiables y exactos de las negociaciones; responsabilidad, sensibilidad, respeto, etc.

#### ***j) Seminario: código deontológico de buenas prácticas comerciales***

Los códigos deontológicos comerciales son “modelos de actuación” desarrollados a través de normas y principios que exigen actuaciones a sus profesionales con unos mínimos obligatorios establecidos. Con el objetivo de diseñar un código deontológico de buenas prácticas comerciales en el aula hemos utilizado como recurso didáctico el seminario.

Este recurso didáctico permite al alumnado participar, investigar, analizar, aclarar dudas de ideas suscitadas en clase, recopilar información sobre los comportamientos de la profesión comercial. Este seminario está creado para habituar al alumno a trabajar independientemente del manual o libro de referencia con el objetivo de alcanzar un profundo estudio de los códigos deontológicos, lo que significan y para qué sirven.

A través de este seminario los alumnos han desarrollado un sentido creador diseñando un código deontológico de buenas prácticas comerciales entre todos que les permite hacer sus propias deducciones y conclusiones.

***k) Role Playing (juego de roles): dramatización de una negociación entre comprador-vendedor***

Se trata de utilizar una estrategia en la que los alumnos tienen que simular e interpretar el “rol de comprador” y “rol de vendedor” con el objetivo de revivir y comprender los contenidos teóricos anteriormente trabajados en el aula, es decir, poner en práctica los códigos de ética y conducta desde los diferentes roles. Esta actividad estimula y motiva al alumnado a partir de una situación experiencial.

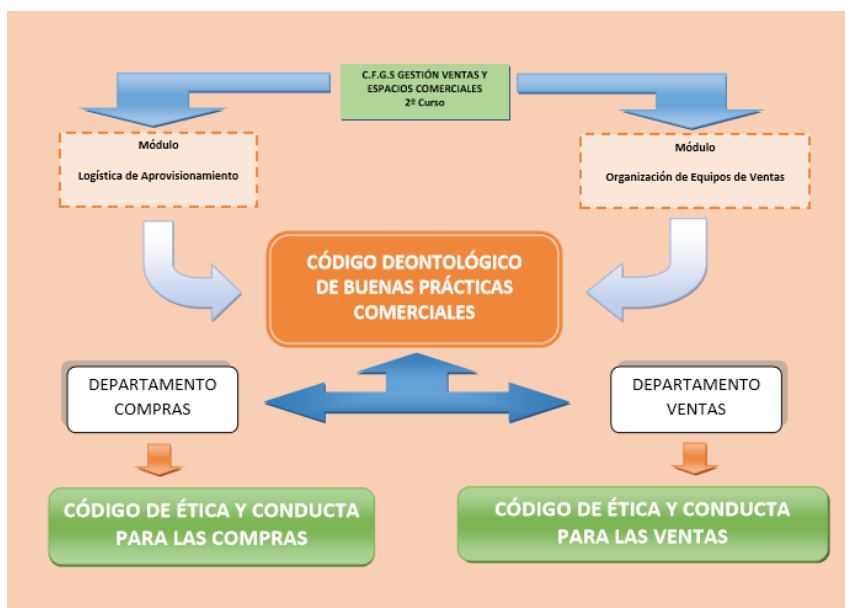
Se constituyen grupos de cuatro alumnos, los cuales dos serán los actores y los otros dos serán expectadores/observadores externos con capacidad crítica y analítica para posteriormente reflexionar y explicitar al grupo de trabajo puntos débiles /fuertes observados con el objetivo de intercambiar ideas a través de una puesta en común revisando y analizando todo el proceso de negociación.

El role Playing se desarrolla a través de tres etapas:

1ª Parte: cada grupo confecciona un supuesto de negociación empresarial (compra-venta), especificando necesidades, oferta/demanda de productos/servicios, condiciones, precios, etc.

2ª Parte: comienza la negociación con los dos actores de la compra-venta participando e interactuando desde roles diferentes mientras que los otros dos observadores anotan desde una mirada crítica las habilidades profesionales y las características personales.

3ª Parte: al finalizar la negociación los observadores externos describen y analizan el proceso proponiendo mejoras relacionadas con los comportamientos éticos y de conducta de cada uno de los actores.



*Figura 4.* Esquema construcción códigos de ética y conducta para las compras y las ventas y código deontológico de buenas prácticas comerciales

#### 4. Metodología

Esta experiencia plantea la posibilidad de modificar la forma de enseñar y la manera que tiene el profesorado de entender el currículum en Formación Profesional. Nosotros vamos más allá del currículum establecido y nos centramos en un currículum interpretado por los profesores buscando el sentido de la praxis, usando los conocimientos prácticos reflexivos del profesorado para interpretar el currículum y dar forma a la práctica adaptando y tomando decisiones acertadas de lo que se enseña como plantea Marrero Acosta (2010) en Saberes e Incertidumbres sobre el currículum.

Esta experiencia está basada en un modelo de aprendizaje colaborativo en el cuál tanto los roles del profesor como del alumnado cambian. Colaborar unos con otros no es tarea fácil, ya que tienen que compartir información, debatir reflexionando y obtener conclusiones. Como docentes fomentamos un aprendizaje reflexivo y potenciamos

como recurso didáctico prácticas reflexivas como modelo formativo participativo, colaborativo y crítico.

La actividad formativa se realiza a través de grupos reducidos y gran grupo donde se trabaja de forma colaborativa. El profesor se convierte en un guía, facilitador y orientador. Intentamos capacitar al alumnado para que aprenda a ser dinámico y participativo en vez de ser receptor de información, para ello el aula se convierte en el espacio de comunicación e intercambio de ideas para que entre todos logren descubrir los valores éticos básicos y normas de conducta que todo departamento comercial de una organización empresarial debe implementar.

Desde un análisis profundo del currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales de la Familia Comercio y Marketing, en nuestro caso, consideramos necesario que el alumnado profundice en el análisis y reflexión del contenido de códigos éticos aplicados en las empresas.

Desde las asignaturas de Logística de Aprovisionamiento y Organización de Equipos de Ventas se han diseñado tareas que no solo tratan de elaborar un código ético y conducta para las compras; un código ético y conducta para las ventas y un código deontológico de buenas prácticas comerciales sino que lo importante es observar qué concepciones y creencias tiene el alumnado sobre dicha temática y estudiar qué valores, principios y normas de conducta son las adecuadas para implementar buenas prácticas en las empresas. Como se trata de sensibilizar y concienciar al alumnado sobre la importancia de la puesta en práctica de dichos códigos consideramos necesario que en el aula se fomente el aprendizaje de valores éticos y sociales.

Pretendemos que el alumnado interactúe con los demás y consigo mismo planteándose conflictos cognitivos. Desde investigaciones grupales y debates en el aula toman conciencia de la importancia que tienen los principios de actuación, organización y de las políticas a poner en práctica en las empresas.

Entre las distintas técnicas didácticas empleadas destacamos: grupos de investigación, estudios de caso, debates dirigidos, foros y role-playing.

El curso de 2º de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales está constituido por 23 alumnos y nuestra propuesta de trabajo en el aula pretende realizar actividades conjuntas para que los alumnos se ayuden

y aprendan unos con otros a través de la cooperación y colaboración constituyendo equipos de trabajo de tres o cuatro alumnos según la tarea propuesta. Se trata de generar espacios en el aula que potencien el aprendizaje colaborativo y dialógico aprovechando las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

## **5. Discusión y conclusiones**

Desde el desarrollo de este Proyecto podemos inferir que los alumnos se han esforzado en aprender y desarrollar sus capacidades para tomar decisiones éticas en un departamento de compras y un departamento de ventas. Han adquirido un conocimiento racional y pueden llevar a la práctica actuaciones que satisfagan tanto a los proveedores como a los clientes. Los alumnos han descubierto la necesidad de implementar una cultura profesional y ética en un departamento comercial basada en el diálogo y en la confianza.

Los debates y discusiones guiadas generados en el aula hacen participar activamente a los alumnos desarrollando su pensamiento crítico. El diálogo favorece el desarrollo personal, estimula, motiva y potencia la escucha, la reflexión y la comprensión.

Los grupos de investigación han identificado los criterios éticos de la función de compras, aprovisionamiento y ventas de una organización. Las tareas y actividades desarrolladas en esta experiencia han permitido sensibilizar y concienciar al grupo-clase de la necesidad de diseñar herramientas (Códigos éticos de conducta para los departamentos de compras y ventas, así como un Código Deontológico de buenas prácticas comerciales) dirigidas hacia una cultura ética en los negocios. La construcción de estas herramientas ha permitido conocer estándares de conducta, principios básicos que expliciten obligaciones, responsabilidades, deberes, compromisos, así como normas de lealtad y buena fe. También los alumnos han aprendido cómo deben ser las relaciones con los competidores, clientes y proveedores (evitando conflicto de intereses). Han tomado conciencia de la importancia de “hacer negocio de manera justa con integridad y honestidad” sin manipular ni engañar.

Los alumnos están capacitados ahora para gestionar la fuerza de ventas y el aprovisionamiento de acuerdo con las normas y principios de ética empresarial. Consideran que las organizaciones empresariales deben adoptar comportamientos éticos y socialmente responsables con el fin de generar un valor añadido para la propia empresa y además, influye sobre el éxito competitivo del sector.

Para el profesor, el análisis-reflexión sobre el currículo del Ciclo Formativo de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales de grado superior ha supuesto transformar el currículo normativo hacia un currículo centrado en la intervención profesional. Nuestra acción educativa en esta experiencia ha supuesto un cambio curricular para dar sentido a lo que se hace y por qué se hace en beneficio de las organizaciones empresariales y de la sociedad. También asumir un nuevo rol de profesional analítico-reflexivo que integra actitudes, valores y normas en el aprendizaje de las competencias específicas de un departamento comercial.

## Referencias Bibliográficas

- Arnaiz, P. (2003). *Educación inclusiva: una escuela para todos*. Málaga: Aljibe.
- Bruner, J. (1997). *La educación, puerta de la cultura*. Madrid: Visor.
- Emia79 (2016). Ética empresarial. Consultado en octubre, 2016, en <http://www.youtube.com/watch?v=LWCWGhuCr6Q>
- Freire, P. (1997). *Pedagogía de la Autonomía: saberes necesarios para la práctica educativa*. Madrid: Siglo XXI.
- Gimeno, José [Comp.] (2010). *Saberes e incertidumbres sobre el currículum*. Madrid: Morata.
- Guillén Parra, M. (2013). Ética y excelencia en el trabajo. Construyendo confianza. Valencia. Consultado en octubre, 2016, en <https://www.youtube.com/watch?v=L1P12pP3tEs>
- Guillén Parra, M. (2009). Ética empresarial y en las organizaciones. Construyendo confianza. Valencia. Consultado en octubre, 2016, en [http://www.youtube.com/watch?v=P1os\\_ub5p98&t=72s](http://www.youtube.com/watch?v=P1os_ub5p98&t=72s)
- Guillén Parra, M. (2009). Ética en la toma de decisiones. Construyendo confianza. Valencia. Consultado en octubre, 2016, en <https://www.youtube.com/watch?v=AID-UZhDg6E&t=84s>

Guillén Parra, M. (2009). *Ética en la persona y su acción. Construyendo confianza*. Valencia. Consultado en octubre, 2016, en <https://www.youtube.com/watch?v=w8EiHJ3EvCY&t=54s>

Gutiérrez, D. (2017). El taller como estrategia didáctica. *Razón y palabra*. Número 66. Consultado en septiembre, 2017, en <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n66/varia/dgutierrez.html#au>

Instituto Venezolano de Programación Neurolingüística - PNL. (2011). *Ética empresarial*. Caracas (Venezuela). Consultado en octubre, 2016, en <https://www.youtube.com/watch?v=1d4OP1TI76c>

Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.

Marrero Acosta, J. (2010). El currículum interpretado. ¿Qué enseñan los centros y los profesores y profesoras? En J. Gimeno Sacristán (Comp.), *Saberes e incertidumbres sobre el currículum* (pp.228-236). Madrid: Morata.

Mercer, N. (1997). *La construcción guiada del conocimiento*. Barcelona: Paidós.

Proyecto de ORDEN/2015, de la Consellería de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece para la Comunitat Valenciana el currículum del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Wells, G. (2003). *Indagación dialógica. Hacia una teoría y una práctica socioculturales de la educación*. Barcelona: Paidós.

