

EDITORIAL

Dr. Roque La Torre
roquelatorre@hotmail.com

El tercer número de la Revista Saperes Universitas en este año 2020, correspondiente a los meses septiembre/diciembre, va dirigido a la divulgación de trabajos desarrollados sobre didáctica transmoderna de la química, la universidad corporativa, cultura organizacional, neuromarketing e innovación.

Partiendo de lo expresado, en este Vol. 3 No. 3 septiembre/diciembre, son puestos a disposición de la comunidad científica, los siguientes contenidos:

Inicia la socialización de este número, Ramón Antonio Sánchez Rosario, con su artículo intitulado “Didáctica transmoderna de la química en el nivel universitario”, el cual tiene por objetivo proponer una didáctica transmoderna de la química que favorezca la inclusión de tecnologías y la mezcla de las distintas técnicas funcionales empleadas. Concluyendo que la gestación de una didáctica transmoderna de la Química permite potenciar la construcción de conocimientos desde los saberes individuales hasta los colectivos, como el conocimiento estratégico, condicional, autoconocimiento y conocimiento afectivo.

Como segundo aporte, encontramos el trabajo desarrollado por Neyersson José Cisneros García y Cira de Pelekais “La Universidad Corporativa como fuente de apalancamiento para la alineación de la cultura organizacional”.

El artículo tiene como objetivo analizar la Universidad Corporativa como fuente de apalancamiento para la alineación de la cultura organizacional. Bajo un enfoque positivista, de tipo descriptivo y diseño de campo no experimental. La población conformada por 76 personas.

Los resultados obtenidos indican que el 100% de la población encuestada, está de acuerdo con la implementación de la Universidad Corporativa dentro de las organizaciones

empresariales, debido a que según sus conocimientos fortalece la cultura organizacional, contribuye de igual forma, a que estas lleguen a un nivel competitivo mayor, respecto a su sector o competencia y el 73,69% del personal, muestra del estudio, está un poco de acuerdo con las actitudes dentro del área de trabajo, como se dirigen o relacionan entre compañeros.

Seguidamente, es posible leer el artículo escrito por David Zambrano, quien desarrolla la temática “Neuromarketing e innovación”. En este trabajo el autor describe el neuromarketing y su relación con la innovación, de cara a la evolución de los diferentes medios que se han puesto en práctica para obtener de forma cada vez más precisa, una aproximación a la forma en que los consumidores perciben la realidad frente a determinados productos o servicios, de acuerdo a los estímulos que éstos puedan hacer llegar a través de los sentidos, generando una determinada respuesta en cuanto a la decisión de compra frente a un producto o servicio, respecto de otros.

De igual forma, en el Prefacio de este número, el lector podrá hacer una inmersión en las tecnologías de la información como herramienta de apoyo en la formación académica, considerando que se han convertido en un instrumento de vital importancia, especialmente por la eliminación de barreras espaciotemporales.

Finalmente, se expone la reseña bibliográfica, sobre el libro “Tecnología, diversidad e inclusión: Repensando el modelo educativo”, escrito por Lizbeth Habib-Mireles (2020). Obra desarrollada en 22 capítulos.