



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA LETRAS Y CIENCIA DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO EDUCATIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
ACADÉMICO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
MENCIÓN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA: LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DE DESARROLLO EN
LA FORMACIÓN TÉCNICA **PROPUESTA:** SEMINARIO:
TÉCNICAS DE INNOVACIÓN Y
TECNOLOGÍA.

AUTOR:

Leonardo Francisco Orrala Torres

TUTOR:

Msc. Karina Moeses Jimenez

CÓDIGO

CE-T-GY-0052

GUAYAQUIL, SEPTIEMBRE DE 2018



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMERCIO EXTERIOR**

DIRECTIVOS

Arq. Silvia Moy-Sang Castro, MSc.

DECANA

Lcdo. Wilson Romero Dávila, MSc.

VICE-DECANO

Lcda., Sofía Jácome Encalada, Mgti.

DIRECTORA DE CARRERA

Ab. Sebastián Cadena Alvarado

SECRETARIO



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMERCIO EXTERIOR**

Guayaquil, 17 de agosto del 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

El (la) MSC. KARINA MOESSES JIMENEZ TUTOR(A), tutor(a) del trabajo de titulación La Innovación Tecnológica de Desarrollo en la Formación Técnica. Propuesta: Seminario: Técnicas de Innovación y Tecnología, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por LEONARDO FRANCISCO ORRALA TORRES con C.C. No. 0916249519, con mi respectiva asesoría como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIADO EN CIENCIA DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN COMERCIO EXTERIOR, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Msc. Karina Moeses Jimenez
DOCENTE TUTOR

C.C. No. 0920805918



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMERCIO EXTERIOR

Guayaquil, 17 de agosto del 2018

Sra. Arq.

SILVIA MOY-SANG CASTRO. MSc.

DECANA DE FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud., el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación La Innovación Tecnológica de Desarrollo en la Formación Técnica **Propuesta:** Seminario: Técnicas de Innovación y Tecnología, del estudiante Leonardo Francisco Orrala Torres. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 15 palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 5 años.
- La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante **Leonardo Francisco Orrala Torres** está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Msc. Karina Moeses Jiménez

DOCENTE TUTOR

c.c. 0920805918



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMERCIO EXTERIOR

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO
COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES ACADÉMICOS

LEONARDO FRANCISCO ORRALA TORRES con C.C. No. 0916249519. Certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es "La innovación tecnológica de desarrollo en la formación técnica. **Propuesta:** Seminario: Técnicas de Innovación y Tecnología", son de nuestra absoluta propiedad, responsabilidad y según el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizamos el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

LEONARDO FRANCISCO ORRALA TORRES
C.C. No 0916249519

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Dedicatoria

A Dios creador de todo cuanto existe, quien ha iluminado mi camino y me ha llenado de bendiciones, A los seres universales mas amados por mí, mis hijos Santiago y Luciana quienes han devuelto esperanza, paz, amor y alegría a mi vida les dedico este esfuerzo.

Les entrego todo mi corazón y mi agradecimiento.

Leonardo

Agradecimiento

Gracias a Dios por permitirme vivir y disfrutar a mí Familia, a mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto gracias por creer en mí. No ha sido sencillo el camino hasta ahora pero gracias por sus aportes, a su amor, a su bondad y apoyo.

Finalmente agradezco a quien lee este apartado y más de tesis, por permitir compartir mis experiencias, investigaciones y conocimientos. Les agradezco, y hago presente mi gran afecto hacia ustedes.

Leonardo Orrala T.

ÍNDICE GENERAL

DIRECTIVOS	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	IV
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE DE GRÁFICO	XII
RESUMEN	XIII
ABSTRACT.....	XIV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.3.SISTEMATIZACIÓN.....	4
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
<i>Objetivo general</i>	4
<i>Objetivo específico</i>	4
1.5 JUSTIFICACIÓN IMPORTANCIA.....	5
1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.7 PREMISAS DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.8 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	8
CAPÍTULO II.....	9
2.1.ANTECEDENTE DE A INVESTIGACIÓN.....	9
2.2.MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	10
<i>La Innovación</i>	10
<i>Tipos de Innovación</i>	12
<i>El Innovador</i>	14
<i>Características de un Innovador</i>	14
<i>Innovación Tecnológica</i>	16
<i>Gestión del Conocimiento como base para la Gestión de la Innovación y la Tecnología</i> ..	17
<i>La Innovación como estrategia empresarial</i>	17
<i>Microempresas</i>	19
<i>Importancia de las PYMES en el Ecuador</i>	20
<i>Ventajas y Desventajas de la Microempresa</i>	21
<i>Ventajas</i>	21
<i>Desventajas</i>	22
<i>Clasificación de las Microempresa</i>	22
<i>Microempresa de Mantenimiento y Servicio Técnico Industrial</i>	23

<i>Servicio técnico y su importancia de cara al cliente</i>	24
<i>Formación Técnica</i>	25
<i>Bachillerato Técnico</i>	25
<i>Propósito del Bachillerato Técnico</i>	26
<i>Importancia de la Enseñanza y Formación Técnica y Profesional</i>	26
<i>Educación formación técnica y profesional EFTP</i>	27
<i>Título Profesional del Bachillerato Técnico</i>	28
<i>Competencias laborales y profesionales del Bachiller Técnico</i>	28
<i>Unidades Educativas de Producción</i>	29
<i>Plan Didáctico Técnico Productivo</i>	30
<i>Fundamentación Epistemológica</i>	31
<i>Fundamentación Sociológica</i>	32
<i>Fundamentación Psicológica</i>	33
<i>Fundamentación Andragógica</i>	34
2.4. MARCO LEGAL.....	37
CAPÍTULO III.....	38
METODOLOGÍA.....	38
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	38
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	39
<i>Método Deductivo</i>	39
<i>Método Inductivo</i>	39
3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	40
<i>Investigación Cualitativa</i>	40
<i>Investigación Cuantitativa</i>	41
<i>Investigación Descriptiva</i>	42
<i>Investigación de Campo</i>	42
<i>Investigación Bibliográfica</i>	43
3.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	44
<i>Encuesta</i>	45
<i>Las características de la encuesta</i>	46
<i>Tipos de encuestas</i>	47
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	49
<i>Población</i>	49
<i>Muestra</i>	50
<i>Fórmula para calcular la muestra de una población</i>	51
3.7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LAS TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN	
.....	63
<i>Conclusiones</i>	63
<i>Recomendaciones</i>	64
CAPÍTULO IV	65
LA PROPUESTA.....	65
4.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	65
4.2. JUSTIFICACIÓN	65

4.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	66
<i>Objetivo General de la propuesta</i>	66
<i>Objetivos Específicos de la propuesta</i>	66
4.4. ASPECTOS TEÓRICOS DE LA PROPUESTA.....	67
<i>Epistemología</i>	67
<i>Sociológica</i>	67
<i>Andragógica</i>	68
4.5. FACTIBILIDAD DE SU APLICACIÓN	69
<i>Factibilidad Financiera</i>	70
<i>Factibilidad Técnica del Proceso de Enseñanza</i>	70
<i>Factibilidad Humana</i>	71
<i>Factibilidad Legal</i>	71
4.6. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	72
<i>Visión</i>	72
<i>Misión</i>	72
<i>Política de la Propuesta</i>	72
<i>Impacto Social</i>	145
<i>Beneficiarios del Proyecto</i>	145
<i>Conclusión</i>	146
<i>Recomendación</i>	146
4.7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	148

ÍNDICE DE TABLA

Tabla No. 1	Operacionalización de Variables.....	8
Tabla No. 2	Población.....	49
Tabla No. 3	Muestra	52
Tabla No. 4	Fortalecer de la formación Técnica.....	53
Tabla No. 5	Adecuados conocimiento de Técnicas de Innovación.....	54
Tabla No. 6	Innovación Tecnológica y la Microempresa.....	55
Tabla No. 7	Escasez de enseñanza sobre Innovación.....	56
Tabla No. 8	Incluir la enseñanza de la Innovación Tecnológica a los estudiantes de tercer año de bachillerato.....	57
Tabla No. 9	Formación técnica es un factor importante para el éxito Comercial	58
Tabla No. 10	Formación técnica con conocimiento de innovación tecnológica.....	59
Tabla No. 11	Formación técnica debe estar orientada al desarrollo.....	60
Tabla No. 12	Seminario de Innovación Tecnológica.....	61
Tabla No. 13	Implementar un seminario sobre técnicas innovación tecnológica.....	62

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico No. 1	Importancia de la Formación Técnica.....	53
Gráfico No. 2	Manejo de las técnicas de Innovación.....	54
Gráfico No. 3	Microempresa y la Innovación Tecnológica.....	55
Gráfico No. 4	Unidad educativa.....	56
Gráfico No. 5	Enseñanza de la Innovación Tecnológica.....	57
Gráfico No. 6	Fomentar el éxito comercial.....	58
Gráfico No. 7	Crecimiento y desarrollo microempresarial	59
Gráfico No. 8	Formación técnica	60
Gráfico No. 9	Diseño de Seminario.....	61
Gráfico No. 10	Innovación Tecnológica es un factor fundamental para el éxito comercial.....	62



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

TEMA: La innovación tecnológica de desarrollo en la formación técnica
PROPUESTA: Seminario: Técnicas de innovación y tecnología.

Autor(es): Leonardo Francisco OrraLa Torres
Tutor(a): Msc. Karina Moeses Jimenez
Guayaquil, 17 de Agosto del 2018

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está dirigido a los estudiantes del tercer año de bachillerato del Instituto Teológico Superior Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de inculcar el espíritu de emprendimiento a su vez brindar los conocimientos necesarios relacionado a las técnicas de innovación y tecnología dentro de su proceso educativo, el propósito de este trabajo es dar a conocer las nuevas tendencias microempresariales y la importancia del uso de la tecnología como herramienta principal para el emprendimiento a su vez se les enseñara un enfoque de gestión del conocimiento permitirá a los estudiantes enriquecer sus estrategias al momento de ofrecer los conocimientos adquiridos. El conocimiento se ha convertido en uno de los recursos más preciados para los negocios en la actualidad. Los activos intangibles tienen su base en los conocimientos, habilidades y actitudes, el objetivo de este proyecto es brindar el suficiente conocimiento para sacar ventajas competitivas a través de su implementación.

Palabras Claves: Emprendimiento, Técnicas, Innovación, Microempresarial



**UNIVERSITY OF GUAYAQUIL
FACULTY OF PHILOSOPHY, LETTERS AND EDUCATION SCIENCES
CAREER INTERNATIONAL TRADE**

TOPIC: The technological innovation of development in the technical trainin
PROPOSED: Seminar: Techniques of technological innovation

Author(s): Leonardo Francisco OrraLa Torres
Advisor: Msc. Karina Moeses Jimenez
Guayaquil, 17 de Agosto del 2018

ABSTRACT

The present work of investigation is directed the students of the third year of baccalaureate of the Theological Institute Simón Bolívar of the city of Guayaquil, with the aim to inculcate the spirit of entrepreneurship in turn to offer the necessary knowledge related to the technologies of innovation and technology inside his educational process, the intention of this work is to announce the new micromanagerial trends and the importance of the use of the technology like principal tool for the entrepreneurshi in turn was teaching them an approach of management of the knowledge it will allow to the students to enrich his strategies to the moment to offer the acquired knowledge. The knowledge has turned into one of the resources most valued to the business at present. The intangible assets have his base in the knowledge, skills and attitudes, the aim of this project is to offer the sufficient knowledge to extract competitive advantages across his implementation.

Key words: Entrepreneurshi, Technologies, Innovation, Micromanagerial

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se encuentra dirigido a los estudiantes del tercer año de bachillerato de las carreras técnicas del Instituto Técnico Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil, a su vez a los docentes y directivos de la misma, con el objetivo de influir en la formación técnica de los estudiantes la importancia de la innovación y tecnología en su educación, inculcándoles conceptos, pensamiento y criterio de emprendimiento que les permita crecer y seguirse especializando profesionalmente.

Esta investigación trata de analizar las deficiencias que encontramos en la introducción de nuevos temas como la innovación y uso de las tendencias tecnológicas en la formación técnica de los estudiantes de las carreras técnicas.

Es evidente que a las carreras técnicas se debe capacitar constantemente a los docentes e implementar talleres y seminarios que fomenten el emprendimiento de PYMES y ventas de servicios en los estudiantes, cuyo resultado será garantizar una alternativa de desarrollo económico y profesional según las necesidades de nuestra sociedad.

Este trabajo de investigación se ha realizado respetando el desarrollo secuencial de cada capítulo estructurado por diferentes puntos de la siguiente manera:

Capítulo I En este capítulo se encuentra de manera muy detallada el planteamiento del problema de a investigación, la situación conflicto que encontramos dentro de la problemática a tratar, la formulación del problema, sistematización, así mismo los objetivos de la investigación tanto general como específico, la respectiva justificación e importancia del trabajo, delimitación y Operacionalización de las variables.

Capítulo II En este capítulo se encuentran el marco teórico, el mismo que está desarrollado con los respectivos antecedentes, bases teóricas y fundamentaciones escogidas minuciosamente para el desarrollo de la misma, así como también definiciones de temas específicos relacionados con el tema.

Capítulo III En él se desarrolla la Metodología, el progreso, análisis y discusión de los resultados obtenidos de la investigación

Capítulo IV En este último capítulo se encuentra la propuesta, la justificación, los objetivos y la factibilidad del mismo, seguido de la descripción y estructura de lo que se va a llevar a cabo, y finalmente el impacto social y los beneficiarios de la realización del trabajo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema de investigación

A nivel mundial desde inicios del siglo XXI la Formación Técnica está orientada a formar mejores técnicos y profesionales, con el fin de que se desarrollen personal y laboralmente. Por lo tanto el nuevo paradigma en la que afrontan la educación técnica es brindar a los estudiantes las herramientas teóricas y prácticas para incorporarse al mundo laboral.

La Educación en las instituciones educativas de las carreras técnicas profesionales y artesanal es un reto para los Gobiernos en América Latina en estos últimos años, sin embargo, no existe un apoyo ni la creación de un espacio para la enseñanza sobre innovación y tecnología aplicada al emprendimiento en su formación técnica, lo que genera una inequidad de oportunidades de trabajo en una sociedad que apunta al desarrollo económico y al primer mundo.

En Ecuador desde el año 2016 el Ministerio de Educación viene promoviendo una nueva figura para la oferta técnica denominada Bachiller Técnico Productivo (BTP) con el fin de dar mayor importancia del emprendimiento. No obstante, aún no existe un plan de estudios orientado a tomar en cuenta nuevas asignaturas y temáticas como la tecnología y la innovación y que ayude a fortalecer el espíritu empresarial y las demandas en el sector de las ventas de servicios en rápida expansión.

Es preciso desarrollar nuevas enseñanzas en el Bachillerato Técnico que tengan como finalidad proporcionar nuevas cualidades al alumnado en su formación técnica., así mismo permitirá generar oportunidades de negocios y el acceso a competir profesionalmente.

1.2. Formulación del Problema

¿Qué influencia tiene la Innovación tecnológica como factor de desarrollo en la formación técnica de los estudiantes del tercer año de bachillerato del Instituto Técnico Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil?

1.3 Sistematización

¿El conocimiento sobre Innovación y tecnológica motivara a los estudiantes a desarrollar proyectos de emprendimiento?

¿Considera usted que la formación técnica profesional responden a las necesidades del desarrollo socioeconómico del país?

¿Considera usted que es importante diseñar un seminario taller sobre técnicas de innovación a los estudiantes de las carreras técnicas?

1.4 Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Establecer la innovación tecnológica de desarrollo en la formación técnica de los estudiantes de tercer año de bachillerato del Instituto Técnico Simón Bolívar y a través de una investigación cuantitativa y cualitativa para un seminario taller sobre técnicas de innovación y tecnología.

Objetivo específico

1. Analizar las bases teóricas de la innovación tecnológica de desarrollo en la formación técnica para integrar la tecnología e innovación en la formación técnica de los estudiantes de tercer año de bachillerato del Instituto Técnico Simón Bolívar.

2. Diagnosticar la formación técnica de los estudiantes de tercer año de bachillerato del Instituto Técnico Simón Bolívar mediante una encuesta sobre innovación tecnológica para determinar sus niveles de conocimientos y establecer las carencias existentes en su formación.
3. Identificar los aspectos que deben ser considerados a partir de los resultados obtenidos para el diseño e implementación del seminario sobre innovación tecnológica que permita solucionar la problemática investigada

1.5 Justificación Importancia

El motivo de llevar a cabo la presente investigación educativa es en vista que los estudiantes de las carreras técnicas desconoce las importancia de la innovación en el desarrollo profesional que ayuden a ofertar sus conocimientos a las vez que fomenta el emprendimiento, y demostrar sus capacidades siendo competente en el área que le impongan acorde a su preparación y creen su propia oferta de trabajo.

Este proyecto educativo beneficiará a los estudiantes de tercer año de bachillerato de las carreras técnicas del Instituto Técnico Simón Bolívar, cuyo principal objetivo es brindar conocimientos técnicos de innovación y tecnología, beneficiándose los estudiantes, docentes y autoridades del Instituto Técnico Simón Bolívar Bachiller reestructurando los nuevos requerimiento de perfiles técnicos para matriz productiva que a su vez sea un referente en la formación de técnicos emprendedores que contribuyan a la productividad del país.

Es importante tener en cuenta que mediante esta investigación lo que se quiere logra es la mejora de enseñanza-aprendizaje en técnicas de

innovación en los estudiantes, convirtiendo de manera exitosa un diseño de técnicas de innovación y tecnología que permita al estudiantado tener conocimientos adicionales para su desarrollo que les permita crear su propia plaza de trabajo, poner en práctica lo aprendido y ser un aporte para el desarrollo económico y social del país.

Esta investigación se realiza con el propósito es aportar al conocimiento existente el uso de las nuevas técnicas de innovación tecnológica, como un instrumento de desarrollo y de competencias en la formación técnica, cuyos resultados de esta investigación podrá definidos en una propuesta para ser incorporado como conocimientos adicionales en la educación técnica, ya que se estaría demostrando que el uso de estas técnicas de desarrollo mejoran el nivel profesional de los estudiantes.

Este proyecto investigativo se desarrolló con un enfoque cualitativo-descriptivo que buscó especificar las características y el perfil técnico que demanda el mercado laboral con el fin de ser más innovadores y mejorar su competitividad en el mercado, el objetivo es ser soporte teórico a la temática de la innovación tecnológica de desarrollo.

1.6 Delimitación del problema

Campo: Educación

Área: Técnica

Aspectos: Conocer tendencias microempresariales a través de la Innovación Tecnológica

Título: La Innovación Tecnológica de Desarrollo en la Formación Técnica

Propuesta: Seminario: Técnicas de Innovación y Tecnología

Contexto: Unidad Educativa Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

1.7 Premisas de la investigación

- ✓ En un mundo globalizado, competitivo y en el que el desarrollo sostenible es fundamental, la Innovación tecnológica y su aplicación en el desarrollo de proyectos de negocios, está estrechamente ligado al objetivo de aportar valor en los productos, procesos y servicios que se pueden ofertar.
- ✓ Los sistemas de formación para el trabajo también ha crecido en oferta y diversidad en esta rama han aparecido nuevos actores en el mercado así como la incorporación de cambios tecnológicos a la producción.
- ✓ El objetivo central debe ser el desarrollo de individuos cuyas competencias puedan transferirse emprendimiento, evitando obsolescencia y promoviendo la empleabilidad.
- ✓ La calidad en la formación técnica ha sido ampliamente discutido y tiene que ver con la congruencia de lo que se ofrece en la formación académica.
- ✓ Ante los cambios establecidos para los Bachilleres Técnicos Profesionales BTP se deben adaptar nuevos contenidos en la formación técnica a través de enfoques innovadores y nuevas metodologías enseñanzas.
- ✓ El dominio de la tecnología mejora la capacidad competitiva, siempre que se utilice perfectamente y considerando la posibilidad de adaptarse a las nuevas tendencias y necesidades del entorno social.

1.8 Operacionalización de las variables

Tabla # 1

VARIABLES	Dimensión conceptual	Dimensión Operacional	INDICADORES
Innovacion Tecnologica de Desarrollo	Conocimientos técnicos, tecnológicos y de comunicación que permite diseñar crear bienes y servicios para satisfacer necesidades tanto las necesidades técnicas de las personas y de empresas	Innovación Tecnológica y el Emprendimiento. Las Microempresas	Importancia de la Innovación. Tecnológica y su influencia empresarial. Tipos de innovación Características de un innovador. Constituir y crear una Pymes. Venta del conocimiento adquirido a través del uso de tecnología.
Formacion Técnica	Está orientada a entregar a los estudiantes la capacidad y los conocimientos necesarios para desempeñarse a nivel profesional o bien desempeñarse por cuenta propia.	La formación técnica y sus necesidades curriculares. Técnicas para el desarrollo profesional	Bachillerato Técnico. Propósito del Bachillerato Técnico. Importancia de la Enseñanza y Formación Técnica y Profesional. Educación formación técnica y profesional EFTP. Título Profesional del Bachillerato Técnico. Competencias laborales y profesionales del Bachiller Técnico. Unidades Educativas de Producción. Plan Didáctico Técnico Productivo.

Fuente: http://publicaciones.caf.com/media/38365/educacion_tecnica_formacion_profesional.pdf

Elaborado por: Leonardo Francisco Orrala Torres

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedente de a Investigación.

De acuerdo a las investigaciones en los repositorios virtuales de la Universidad Andina Simón Bolívar y la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) se han observado documentos similares a este proyecto en donde se ha podido notar algunas semejanzas en los siguientes trabajos realizados:

En el proyecto de “Marcelo Mantilla F.; Ana Vilcacundo C.; Mery Ruiz G. y César Mayorga A.”, sobre “La Innovación Tecnológica y la Competitividad de las Pymes Manufactureras del cantón Ambato” se encuentra una similitud, ya que se evidencia bajos niveles de conocimiento de Innovación Tecnológica en el ámbito corporativo, principalmente en pequeñas y medianas empresas y cómo afecta directamente a la competitividad de los microempresarios.

Se encuentra la similitud con el proyecto de “Doris María Celi Pinza y Darwin Ulises Sánchez Seraquive” sobre “El impacto de las TICs en el desempeño de las PYMES en el Ecuador, Sector 2 del cantón Loja, provincia de Loja”, ya que en esta investigación se determina que el potencial de las PYMES no reside en su capacidad para generar empleo básicamente, sino también en su capacidad competitiva cuando es incorporado al proceso productivo las tecnologías de la información y comunicación en condiciones adecuadas.

Como se ha observado en los párrafos anteriores existen trabajos que tienen similitud con el proyecto en mención, por esa razón se encuentra viable para el trabajo que se está efectuando, aclarar algunos términos para una mejor comprensión del tema:

2.2. Marco Teórico Conceptual

La Innovación.

Para el autor el término innovación refiere a aquel cambio que introduce alguna novedad en un ámbito, un contexto o producto. Cuando alguien innova aplica nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad del mismo y asimismo para que los potenciales usuarios o consumidores se vean más atraídos para adquirir esos productos.

(Igal, 2015)Manifiesta que:

Solo la Implementación económica de una idea puede ser llamada innovación. La innovación por tanto comprende la generación de la idea, su aceptación (decisión) y realización (implementación) La generación de la idea representa el foco creativo del proceso de innovación. (pag. 7)

Una condición esencial de la innovación es su aplicación exitosa a un nivel comercial, porque no solamente vale inventar algo, sino que además lo destacado resultará ser introducirlo satisfactoriamente en el mercado para que la gente lo conozca, en lo que sería una primera instancia y luego para que pueda disfrutar de la creación en cuestión. La innovación exigirá a su dueño conciencia y equilibrio a la hora de transportar las ideas del campo imaginario o ficticio, al de las realizaciones o implementaciones. Importancia de la Innovación

Es evidente que si el sector en el que trabajamos cambia y evoluciona, nosotros debemos adaptarnos a ello. Nuestros competidores innovan y ofrecen nuevos productos o servicios; nuestros clientes nos demandan esas novedades y nuestros proveedores nos ofrecen esos nuevos productos, si no estamos preparados para ello no podremos perdurar como negocio. La

innovación debemos dejar en claro que jamás implicará un paso para atrás en algo, la involución sino muy por el contrario, la innovación supone mejorar y crecer.

Hoy día en este mundo globalizado donde la competencia cada vez es mayor es necesario que las empresas innoven, desarrollen o mejoren productos o servicios, esto con la finalidad de mantener una competitividad en un mercado cada vez más saturado de opciones para los consumidores. Es por ello que es necesario y fundamental estar a la vanguardia de las necesidades actuales y utilizar herramientas diferentes que ayuden a ofrecer mejores productos o servicios y por lo tanto poder posicionarse fuertemente en el mercado.

En un panel que se realizó en Latinoamérica compuesto por líderes de empresas multilatinas intensivas en innovación, donde surgieron múltiples miradas y perspectivas para administrar innovación e I+D en empresas en crecimiento. La ecuatoriana Isabel Noboa, presidenta del Grupo Nobis, que invierte 1% de sus ventas en innovación, dice que “la fe mueve montañas”, en relación a la fuerza de carácter que hay que poner para innovar.

El negocio de I+D es un negocio en el cual se mueven los empresarios a ciegas, es por eso que hay que buscar las soluciones, los obstáculos no son sólo para analizarlos, de hecho son los que nos dan la llave del éxito pues orienta la visión hacia dónde vamos.

Por esa razón hay que tener claro la importancia que tiene la innovación hoy en día, para crear nuevos y mejores recursos y para obtener mayores beneficios tanto económicos, sociales, tecnológicos, de prestigio etc.

Tipos de Innovación

A menudo se asocia la innovación con una actividad relacionada con la creatividad. Pero estos elementos, que pueden ser importantes para que se dé el proceso de innovación, son sólo algunos de los componentes que intervienen en dicho proceso. En efecto, tener ideas es sencillo, tener buenas ideas ya es más complicado, pero lo que realmente constituye un reto es generar continuamente buenas ideas y convertirlas en productos y servicios con éxito. Eso es lo que se conoce como gestión de la innovación, centrada en estos casos en innovación en producto/servicio

Otra manera de innovar es modificando la forma en que se hacen las cosas dentro de la empresa. Por ejemplo, redefinir los procesos productivos puede servir para aumentar el valor del producto final gracias a un menor coste de fabricación, un menor tiempo de respuesta o una mayor calidad, es lo que llamamos innovación en proceso.

Pero también se innova redefiniendo o incorporando nuevos procesos de gestión en la empresa (innovación en la gestión): definición de nuevos procedimientos para sistematizar ciertas operaciones (compras, control de calidad, seguridad laboral, etc.), modificación de las formas de relacionarse con clientes y proveedores incorporando nuevas tecnologías de comunicación, redefiniendo las estrategias de comercialización.

Es decir, la innovación no implica exclusivamente la generación de nuevos productos y servicios, sino que afecta también a la forma de hacer las cosas. El Manual de Oslo (OCDE, 2005), referencia bibliográfica en materia de innovación, define los siguientes cuatro tipos de innovación:

- ✓ **Producto/servicio:** Introducción en el mercado de nuevos productos o servicios. Incluye alteraciones significativas en las especificaciones

técnicas, en los componentes, en los materiales, la incorporación de software o en otras características funcionales.

- ✓ **Proceso:** Implementación de nuevos (o significativamente mejorados) procesos de fabricación, logística o distribución.
- ✓ **Organizacional:** Implementación de nuevos métodos organizacionales en el negocio (gestión del conocimiento, formación, evaluación y desarrollo de los recursos humanos, gestión de la cadena de valor, reingeniería de negocio, gestión del sistema de calidad, etc.
- ✓ **Marketing:** Implementación de nuevos métodos de marketing, incluyendo mejoras significativas en el diseño estético de un producto o embalaje, precio, distribución y promoción.

En muchas ocasiones se suelen agrupar las definiciones de innovación organizacional y de marketing bajo la denominación general de innovación en la gestión. Así, podríamos estar hablando de los siguientes tipos de innovación:

- ✓ **Producto/servicio:** definición de nuevos productos/servicios o incremento sensible en la calidad o funcionalidades de los ya existentes.
- ✓ **Proceso:** definición de nuevos procesos, o la mejora de los existentes, encaminada a incrementar el nivel de eficiencia de la empresa
- ✓ **Gestión:** mejoras en las actividades de gestión de la empresa (logística, administración, almacén, etc.).

El Innovador

Un innovador es una persona que innova. Por tanto, la definición más inmediata de este término, se centra en la naturaleza de la contribución que hace la persona, una contribución que es nueva, novedosa, interesante, con posibilidades y características nuevas.

Un innovador es alguien capaz de generar una idea, tener un pensamiento que aporta, como indica el adjetivo, algo nuevo, una manera novedosa de hacer o plantear las cosas, por ejemplo, proponer que se puede dar un servicio a muy bajo coste o incluso gratuito, porque existen otros clientes y otros mercados, que indirectamente lo van a pagar.

Es necesario distinguir un innovador de un emprendedor, ya que este último no necesita aportar una contribución novedosa. Un emprendedor no necesita ser inventor para ser tal (aunque podría serlo). Un emprendedor tampoco necesita ser un especialista en alguna rama específica del saber, aunque por ejemplo podría llegar a usar una determinada tecnología en su emprendimiento, pero de hacerlo, bien podría aplicar la misma como un usuario más, y no necesariamente como un conocedor experimentado, ya que los técnicos y los expertos que se necesiten pueden subcontratarse.

Características de un Innovador

Ser innovador es algo que se lleva en los genes pero que también se puede desarrollar. Un innovador en un equipo de trabajo siempre aporta una visión fresca al proyecto y genera valor adicional por eso están tan solicitados los perfiles innovadores y a su vez son tan difíciles de encontrar. El término **innovación** deduce escapar del modelo productivo tradicional y apostar por las nuevas tecnologías. Pero ¿qué significa realmente innovar?

Estas son las características de los verdaderos innovadores:

- ✓ **Reconocen las necesidades:** Son personas capaces de detectar una necesidad concreta en un sector, industria o segmento de mercado determinado, descubriendo a partir de ésta una oportunidad para crear algo nuevo.
- ✓ **Desarrollan la solución adecuada:** Una vez que el innovador reconoce una necesidad, enfoca su energía en el desarrollo de la solución, prueban una y otra vez hasta que consiguen desarrollar la más imaginativa y práctica solución de todas, no sólo para responder a lo que le exige la necesidad, sino también para anticiparse a futuras necesidades que pueden presentarse en el futuro.
- ✓ **Asumen riesgos:** Tienen la capacidad de identificar necesidades y desarrollar soluciones, pero ninguna de estas dos características por sí solas les garantizan un producto ganador. Es cierto que el riesgo es un elemento inherente al arte de emprender, pero el innovador es capaz de dar un paso más allá y arriesgarse más que muchas personas.
- ✓ **Van más allá:** La verdadera naturaleza de la innovación conlleva el querer ir más allá, atravesar las barreras que nadie ha atravesado con anterioridad, intentar lo que no ha sido intentado, pasar al siguiente nivel. No sólo se trata de asumir riesgos, sino de desarrollar una gran imaginación y ganas de conseguir construir algo totalmente nuevo.
- ✓ **Crean significado:** Quieren dar de que hablar, impactar en sus clientes, intentan que se produzca un cambio cualitativo, un antes y un después desde su innovación.

Innovación Tecnológica

La innovación tecnológica es la más importante fuente de cambio en la cuota de mercado entre firmas competidoras y el factor más frecuente en la desaparición de las posiciones consolidadas. La innovación tecnológica es el elemento clave que explica la competitividad. Porter (1990), afirmó: *"La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. La empresa consigue ventaja competitiva mediante innovaciones"*.

Por lo antes mencionado podemos decir lo siguiente: La innovación tecnológica es la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización industrial, de manera continua, y orientados al cliente, consumidor o usuario. De una forma esquemática la innovación se traduce en los siguientes hechos:

- ✓ Renovación y ampliación de la gama de productos y servicios,
- ✓ Renovación y ampliación de los procesos productivos,
- ✓ Cambios en la organización y en la gestión,
- ✓ Cambios en las cualificaciones de los profesionales.

El objetivo de la Innovación Tecnológica debe estar enfocado en la gestión de los recursos de ideas nuevas con eficacia, que contribuya a conseguir un país Innovador, Científica y Tecnológicamente avanzado, dotado de las capacidades necesarias para inventar su propio futuro sobre las bases de la sostenibilidad en una Sociedad con un renovado espíritu emprendedor y basada en el conocimiento como motor del desarrollo.

Gestión del Conocimiento como base para la Gestión de la Innovación y la Tecnología.

La Gestión del Conocimiento constituye la base para gestionar la tecnología y la innovación, ya que es un proceso dinámico que abarca todos los activos intangibles de una organización e interviene en la formación de nuevos valores, cualidades, conocimientos y competencias que enriquecen y optimizan el funcionamiento de la misma.

Un enfoque de gestión del conocimiento permite a la empresa o individuo enriquecer sus estrategias, su cultura, sus estructuras, ya que favorece el flujo de la información a través de ellas. Además es un factor estratégico de éxito por promover el aprendizaje tanto individual como grupal, lo cual se traduce en una mayor eficiencia y eficacia productiva.

Tanto la gestión del conocimiento como la gestión de la tecnología buscan alcanzar las metas del negocio mediante la obtención y administración del conocimiento o la tecnología que la empresa requiere para ser competitiva. La tecnología es conocimiento aplicado, por tanto, ambas comparten actividades y principios. En la práctica no siempre se reconoce este hecho y conlleva a pobres resultados o fracasos.

La Innovación como estrategia empresarial.

Es importante destacar que cuando se habla de innovación, no se habla de innovación en un sentido estricto de producto/servicio, sino de innovación en un sentido mucho más amplio que abarca la estrategia, los procesos y los productos - servicios. Es importante integrar en la estrategia global del empresario, la gestión de la tecnología, es decir, la estrategia que le permita desarrollar, adquirir y asimilar tecnología, incorporarla de forma eficaz a sus nuevos productos, anticiparse a las necesidades de los clientes, ofrecer calidad y dominar al mercado.

La innovación es en la actualidad, una de las estrategias empresariales más efectivas. En un mercado en el que las empresas ofertan productos y /o servicios, la innovación no es sólo un valor añadido a la organización empresarial, sino un factor indispensable para conseguir competir.

Por lo tanto, cuando hablamos de innovación no hemos de referirnos sólo a los productos y/o servicios que se ofrecen. Innovación conlleva un significado mucho más amplio y que abarca todos los conceptos empresariales: procesos, estrategia, productos y servicios, etc.

La innovación como estrategia se ha convertido, en la actualidad, en una de las grandes ideas en lo que se refiere a la gestión de empresas, una idea que está siendo asumida por las empresas de manera bastante positiva. Sin embargo, son muchos los pequeños y medianos negocios que huyen de la innovación, pues piensan, equivocadamente, que eso es cosa de las grandes organizaciones, que poseen el suficiente capital para permitírselo. Sin embargo, innovar no es únicamente cosa de las grandes empresas. La realidad es que la innovación es una de las causas del éxito.

Por otro lado, la innovación como estrategia no ha de ser un hecho puntual, sino que ha de ser asimilada como parte de la cultura, de la filosofía de la enseña, es decir, ha de ser gestionada de manera sistemática. Del mismo modo que existen grandes empresas que han llegado a donde están porque en un momento dado decidieron innovar, también existen otras muchas que innovaron, convirtiéndose en líderes del sector para luego quedarse de nuevo estancadas.

Microempresas

La actividad microempresarial es un fenómeno que ha causado revuelo en las tres últimas décadas a nivel global. Tanto la mediana como la pequeña empresa están en su mayor auge debido a la importancia que han cobrado en las economías familiares, así como la necesidad de especializar el trabajo y reducir los procesos.

Este fenómeno ha cobrado particular importancia dentro de las economías de los países de América Latina, al ser uno de los sectores más dinámicos y diversos, comprendidos como “la economía informal”. A mediados de los 90’, el sector de la microempresa otorgaba trabajo a más de la mitad de la mano de obra en la mayor parte de los países de América Latina.

En Ecuador, al igual que el resto de los países de América Latina, ha demostrado el potencial de las microempresas para generar empleos y mejorar las condiciones de vida de amplios grupos de población en los países en desarrollo. La microempresa está comprendida de personas de escasos ingresos, las iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.

Se puede decir que la microempresa van desde la señora que vende empanadas en su casa, pasando por el joven padre de familia que decide instalar un rudimentario taller en su casa, hasta aquellos jóvenes profesionales emprendieron una empresa para dar a conocer los conocimientos adquiridos en el colegio.

Importancia de las PYMES en el Ecuador

La razón del presente proyecto es plantear la importancia económica y social que actualmente muestran las Microempresas también denominada PYMES en el contexto del mundo globalizado. Por intermedio de esta actividad empresarial se van canalizando nuevas estrategias de desarrollo en cada país, en armonía con sus propios modelos sistémicos, culturales y políticos.

Las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador. Más de un tercio (33.5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa.

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) o Microempresas juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo, y crecimiento económico.

De esta forma las Microempresas se relacionan directamente con el desarrollo económico en todas las regiones del país. Sin embargo, también existen varias dificultades relacionadas con el éxito de estos emprendimientos, debido a la menor disponibilidad de recursos, acceso al crédito, limitantes para emprender procesos de desarrollo tecnológico, entre otros.

A nivel de concentración, Pichincha y Guayas siguen siendo las provincias que agrupan la mayor cantidad de pymes. En la primera provincia se estima que existen 43,29% y en Guayas 40,46%, esto, debido a la concentración de la población en estas localidades.

Ventajas y Desventajas de la Microempresa.

Las microempresas o pequeñas empresas también denominadas **Pymes** son las mayores generadoras de empleo en América Latina y el Caribe, las 10 millones de micro y pequeñas empresas que existen en América Latina y Caribe tienen importancia crítica para el futuro de la región pues generan la mayor parte del empleo, pese a las dificultades para formalizarse y la falta de financiamiento que no son tan accesibles como las de las grandes empresas.

En los últimos años la influencia de la globalización económica, el aumento de la población económicamente activa, el necesario ajuste de las economías regionales y la evolución tecnológica que disminuyó la cantidad de puestos de trabajo y ante la brusca disminución de las posibilidades de empleo, reapareció como una esperanza de progreso la posibilidad de emprender mediante la producción y el comercio a través de la microempresa, teniendo esto en consideración podemos mencionar las ventajas y desventajas de la microempresas:

Ventajas.

- ✓ Son un importante motor de desarrollo del país.
- ✓ Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generar empleos.
- ✓ Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- ✓ Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad
- ✓ Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.
- ✓ Mayor posibilidad de ejercer la creatividad e iniciativa individuales
- ✓ Mayor facilidad de equilibrio entre la libertad y el orden
- ✓ Contacto directo con el cliente.

Desventajas.

- ✓ Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- ✓ Dificultad de acceso a crédito.
- ✓ La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno.
- ✓ Planeación inadecuada
- ✓ Falta de personal capacitado.
- ✓ No resulta fácil soportar crisis prolongadas.
- ✓ Los costes son más altos

Clasificación de las Microempresas

Dentro de la gran cantidad de microempresas que existen y operan, éstas se dividen en distintos rubros, concentrándose en las siguientes áreas:

Según su actividad:

- ✓ **Producción:** Estas son aquellas que producen artículos a menor escala y los venden a intermediarios, o al consumidor final.
- ✓ **Comercio:** Estas son aquellas que se dedican a la compraventa, compran productos los cuales venden.
- ✓ **Servicio:** Estas son aquellas que realizan un trabajo o prestan servicios a otras empresas. *“Nuestro proyecto se basará en este modelo.”*

Microempresa de Servicio.

Se denominan empresas de servicios a aquellas que tienen por función brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades. El producto que ofrecen es intangible no puede percibirse con los sentidos, aunque sí podemos observar que se ha creado toda una red de personal y equipamiento que permiten llevar a cabo su cometido.

Las empresas de servicios integran lo que se denomina sector terciario de las economías, y es el que más ha crecido en los países desarrollados, donde la mayoría de la población se dedica a ello.

(Chiavenato, 1997)“cada organización tiene un objetivo distinto, se expresa tradicionalmente en términos de una meta o un conjunto de metas, está compuesta por gente, además todas las organizaciones desarrollan una estructura sistemática que define y limita el comportamiento de sus miembros” (pag. 12).

Según Chiavenato la empresa nació para atender las necesidades de la sociedad creando satisfactores a cambio de una retribución que compensara el riesgo, los esfuerzos y las inversiones de los empresarios.

Microempresa de Mantenimiento y Servicio Técnico Industrial.

Se pueden denominar a las Microempresas que prestan Servicios de mantenimiento preventivo y correctivo a equipos electrónicos, mantenimiento electromecánico industrial, diagnóstico y mantenimiento para el consumo de energía a equipos e instalaciones eléctricas, Acoplamiento de sistema de climatización, mantenimiento preventivo y correctivo de equipos de refrigeración, reparaciones a redes, tableros y alumbrados entre otros.

Reparación y Mantenimiento de Equipos Diésel, Plantas Eléctricas, Bombas, Hidráulica, Piezas y Partes. Soldadura Industrial.

Servicio técnico y su importancia de cara al cliente.

El servicio técnico no es simplemente un servicio de reparación o mantenimiento, es la imagen de la empresa ante al cliente y el técnico es parte fundamental de esa imagen por su contacto directo con el cliente. Por eso, los técnicos que realizan este servicio han de tener pleno conocimiento de la importancia de su labor *“Una buena relación con el cliente, fomentada con información y comunicación, potenciará su confianza en la empresa, logrando la fidelización del cliente”*.

El técnico ha de resolver los problemas y, a ser posible, anticiparse a ellos, detectar anomalías incluso antes de que el cliente tenga conocimiento de ellas y, lo más importante, **dar soluciones no problemas**. Además se ha de establecer una comunicación continua, preguntar al cliente por sus necesidades, ver si se le puede ayudar en algo más, hay que hacer ver al cliente que la empresa está para darle un servicio y ayudarle en todo lo posible.

Hay cuatro puntos imprescindibles en un buen servicio técnico:

- ✓ Emplear el tiempo imprescindible en el servicio, no apresurarse pero tampoco emplear más tiempo del necesario.
- ✓ Preguntar al cliente acerca de posibles necesidades, no limitarse a cumplir con los servicios contratados.
- ✓ Realizar una encuesta de satisfacción del servicio, nos ayudará a conocer la opinión del cliente acerca de la empresa y del desempeño de los técnicos.
- ✓ Potenciar la comunicación y la información, generaremos confianza con el cliente.

Formación Técnica

En el Ecuador ha existido una marcada preferencia por la formación profesional universitaria y por carreras tradicionales, y una tendencia a subvalorar la educación técnica profesional y tecnológica, muchas veces por verla en menos, por su corta duración o considerarla de baja calidad.

Esta situación va a cambiar radicalmente en nuestro país. La Subsecretaría de Formación Técnica, Tecnológica, Artes, Música y Pedagogía de la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) trabaja en un proyecto para mejorar la calidad en la educación técnica. El Gobierno Nacional va a invertir más de USD 308 millones en la transformación física y académica de 40 institutos superiores técnicos y tecnológicos públicos.

Bachillerato Técnico

El Bachillerato Técnico es una opción del Bachillerato General Unificado (Art. 43 LOEI), que los estudiantes pueden elegir para recibir una formación técnica en la figura profesional que seleccionen. En este bachillerato, los educandos, además de las asignaturas del Tronco Común; estudian los módulos formativos técnicos, para lo cual la malla curricular establece una carga horaria mínima de 10 períodos semanales en el primer año de bachillerato, 10 en el segundo y 25 en el tercero (Art.34 Reglamento General a la LOEI).

El Bachillerato Técnico es una opción válida para aquellos estudiantes que desean o necesitan incorporarse tempranamente al mundo laboral. Las carreras técnicas se convierten en una alternativa para los bachilleres que no continúan sus estudios en la universidad o que desean ingresar al mundo

laboral por falta de recursos económicos, sin embargo los egresados de este bachillerato también están preparados para seguir estudios de nivel superior

Propósito del Bachillerato Técnico

Ofrecer una formación complementaria en áreas técnicas (agropecuarias, industriales y de servicios), artesanales, deportivas o artísticas que permitan a las y los estudiantes ingresar al mercado laboral e iniciar actividades de emprendimiento social o económico. El currículo del Bachillerato Técnico tiene un diseño basado en competencias laborales y su estructura es modular; en consecuencia, la formación técnica no está orientada al desarrollo de destrezas, sino de competencias.

Actualmente el Bachiller Técnico adquiere relevancia, por el requerimiento de perfiles técnicos derivado de la estrategia de cambio de matriz productiva, los sectores priorizados y las agendas zonales de desarrollo.

El Ministerio de Educación del Ecuador tiene un proyecto en marcha denominado “ Bachillerato Técnico Productivo” es un nuevo modelo de bachillerato. Esta nueva oferta formativa establecida por la LOEI tiene como objetivo ofrecer a los bachilleres una formación técnica en la figura profesional es de carácter optativo y tiene un año de duración adicional, en este tiempo los bachilleres podrán adquirir habilidades técnicas.

Importancia de la Enseñanza y Formación Técnica y Profesional

Las competencias son esenciales para la reducción de la pobreza, la recuperación económica y el desarrollo sostenible. Por consiguiente, la atención que se presta en las políticas a la enseñanza y formación técnica y profesional va en aumento en el mundo entero.

La Enseñanza y Formación Técnica Profesional (EFTP) abarca el aprendizaje formal, no formal e informal con miras al mundo laboral. Los

jóvenes, tanto hombres como mujeres, adquieren conocimientos y aptitudes, desde el nivel básico hasta el más avanzado, en una amplia gama de situaciones institucionales y laborales y en diversos contextos socioeconómicos.

Las competencias son esenciales para la reducción de la pobreza, la recuperación económica y el desarrollo sostenible de un país. Su desarrollo se ha constituido en la meta n°3 de la agenda Educación 2030 UNESCO: *Asegurar el acceso igualitario a la formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria*. En América Latina hay enormes esfuerzos en este tema, pero existen dificultades como la falta de coordinación y coherencia política, confianza excesiva en modelos basados en la demanda y baja capacidad de anticipación y evaluación.

Educación formación técnica y profesional EFTP

La educación y formación técnica y profesional (EFTP) es aquella parte de la educación que se ocupa de impartir conocimientos y destrezas o capacidades para el mundo del trabajo. A lo largo de la historia, los distintos países y sistemas educativos han utilizado términos diversos para referirse a varios elementos constituyentes de lo que ahora en su conjunto denominamos la EFTP, como por ejemplo: formación ocupacional (FO), educación y formación profesional (EFP), educación profesional y de oficios, educación técnica y de carreras (ETC), formación o capacitación de la mano de obra, etc.

Originalmente, el objetivo principal de la EFTP era la preparación directa para el trabajo, y así sigue siendo en numerosos países en vías de desarrollo. Pero las revoluciones tecnológicas y las innovaciones en ciencia tecnología han dado importancia a nuevos ámbitos cognitivos y nuevas materias en todos los niveles educativos y formativos. Además, el ascenso de la

educación formación técnica y profesional desde educación primaria hasta la secundaria, es brindar una formación de competencias, habilidades y destrezas para laborar en un área específica.

Título Profesional del Bachillerato Técnico.

Los estudiantes de las carreras técnicas y que terminan el Bachillerato Técnico reciben el título oficial de bachiller técnico, con la especificación del área técnica y es un aval de tener aptitudes y destrezas en áreas técnicas y que se encuentra formado para ejercer su profesión o carrera profesional cursada. Se utiliza un currículum de competencias para lograr bachilleres técnicos polivalentes y bachilleres técnicos con especialización con estándares de calidad

Ejemplos de títulos Profesionales en áreas técnicas: Bachiller Técnico Industrial en Instalaciones, Técnico en Equipos y Máquinas Eléctricas, Técnico en Electromecánica automotriz, Técnico en Climatización, Técnico en Electrónica de consumo, etc.

Competencias laborales y profesionales del Bachiller Técnico.

Durante el proceso formativo los graduados de Bachiller Técnico, al haber adquirido un conjunto de conocimientos y desarrollado de competencias laborales propias de las figuras profesionales que estudian, estas habilidades, destrezas, actitudes que caracterizan las competencias técnicas permiten incorporarse al campo laboral de forma independiente, o en relación de dependencia; y aportar con sus conocimientos a la producción de bienes y/o servicios en los diferentes sectores productivos.

Los graduados como Bachilleres Técnico Profesional manifiestan las siguientes competencias:

- Consolida los aprendizajes logrados en su formación técnica, fortalece el desarrollo integral en el campo técnico y sector industrial productivo.
- Demuestran competencias que lo acreditan según sea su formación profesional para el mundo laboral y plantea soluciones a problemas encontrados de su entorno basado en la teoría científica de su especialidad.
- Contribuye a la educación de las demás personas a través de sus conocimientos forjando su propio desarrollo profesional, el de su familia, su sociedad y la nación.

Unidades Educativas de Producción.

La unidad educativa de producción es una estructura organizativa creada para la producción y comercialización de bienes y/o servicios asociados a la oferta formativa de un colegio técnico. Las actividades desarrolladas en la Unidades Educativas de Producción son a través de proyectos productivos y/o servicios, viabilizan la formación y perfeccionamiento de destrezas y habilidades relacionadas con los perfiles de competencias de figuras profesionales específicas, así como competencias de gestión del emprendimiento.

Los objetivos de las unidades educativas de Producción son las siguientes:

- a) Propiciar una formación integral del estudiante, donde su participación en la ejecución de los emprendimientos productivos le permita desarrollar competencias con visión empresarial, que la economía ecuatoriana requiere;
- b) Capacitar y perfeccionar permanentemente al talento humano inmerso en el desarrollo de los proyectos productivos;

- c) Propender a desarrollar emprendimientos productivos rentables, que posibiliten al establecimiento educativo generar recursos de auto sostenimiento y viabilicen mejoras institucionales significativas;
- d) Optimizar el uso de la infraestructura, el equipamiento y el talento humano disponibles en cada colegio técnico;
- e) Promover la investigación, apoyando la ejecución de proyectos experimentales considerados de interés institucional, en los que participen activamente docentes y estudiantes; y,

Plan Didáctico Técnico Productivo.

El Plan Didáctico Productivo es un proyecto destinado al aprendizaje basado en problemas y a la actualización de los contenidos técnicos y a la elaboración de proyectos didácticos productivos, cada establecimiento responderá a las necesidades institucionales, académicas, empresariales, de la comunidad o de la zona de influencia del plantel.

La finalidad del PDTP es de establecer la articulación entre todos los recursos que intervienen en los procesos formativos, académicos y empresariales, metodológicos y técnicos, teóricos y prácticos, de infraestructura y equipamiento, administrativos y económicos; Permitiendo optimizar el potencial de los recursos humanos, materiales y financieros existentes en el colegio.

A su vez fomentar las relaciones interpersonales y satisfacer los intereses institucionales y responder a los requerimientos socio-económicos de la zona de influencia del colegio y posibilitar además, una adecuación permanente del perfil técnico profesional.

Fundamentación Epistemológica

La epistemología proviene de la palabra griega episteme que significa doctrina del conocimiento, que investiga la naturaleza, proceder y origen de los conceptos y definiciones de todas las teorías y cosas que nos rodea.

Desde la antigüedad el dominio de la técnica por parte del hombre constituyó uno de los pilares fundamentales del desarrollo de la sociedad. En tiempos aristotélicos este concepto, cuya traducción griega correspondía al término arte, formaba parte del saber productivo en contraste con el saber teórico y el saber práctico.

El marcado carácter reduccionista que le aplicaba aquella sociedad a la técnica, hacía que esta perdiera su valor ético y epistemológico por muy evidente que fuera su presencia en una cultura, donde la mayor parte del florecimiento histórico que hoy se le reconoce está precisamente ligado al desarrollo de efectivas técnicas, desde todo punto de vista.

El mundo ha puesto su futuro en manos de la tecnología y las potentes maquinarias, que el hombre con el aprovechamiento potencial de su inteligencia, ha diseñado y creado en función de satisfacer sus propias necesidades.

Tanto empeño ha puesto en ello que ha surgido un término tecno informático: “en menos, cabe más”, lo que representa un avance considerable en el desarrollo de la ciencia y la técnica. La tecnología no es una colección de ideas o de máquinas sujetas a una evolución propia. Toda tecnología es lo que es en virtud de un contexto social definitorio, un contexto que incluye productores, usuarios, afectados, interesados, etc.

Fundamentación Sociológica

La situación económica, política y social que afecta al mundo contemporáneo está produciendo desequilibrios y retrocesos que limitan el pleno desarrollo de las potencialidades en el área educativa. Como consecuencia de este fenómeno mundial la educación enfrenta situaciones de amenazas en el funcionamiento, y los esfuerzos realizados en materia de avances y desarrollo educativo han sido abordados bajo los criterios o líneas políticas del país.

Es por ello que bajo esta realidad, es necesario actualizar los mecanismos de planificación educativa en coherencia con las necesidades reales del mundo actual, de la nación, la región, local e institucional con el fin de responder a las demandas de la población en cuanto a la formación académica, y por ende, la formación docente responda a esta demanda para satisfacer las necesidades generadas.

(Chiavenato, 1997) En el artículo de la revista La Educación en la sociedad del conocimiento y del riesgo expresa: “La sociedad del conocimiento es la estructura resultante de los efectos y consecuencias de los procesos de mundialización y globalización. Esta estructura dinámica surge de la creación de un sistema de comunicación diverso que se construye desde la tecnología” (pág. 3)

La educación en el País debe encaminarse a la formación de profesionales que demande la sociedad, se deberá preparar apropiadamente al futuro bachiller para que enfrente el futuro. Es necesario adecuar las estructuras curriculares a las nuevas proyecciones que se establecen en el actual diseño curricular en concordancia con las exigencias de la sociedad moderna.

Fundamentación Psicológica

La psicología es la disciplina que investiga sobre los procesos mentales de personas y animales. La palabra proviene del griego: psico “**actividad mental o alma**” y logía “**estudio**”. Esta disciplina analiza las tres dimensiones de los mencionados procesos: cognitiva, afectiva y conductual.

Según (RUIZ, 2010) expresa que:

La psicología, como ciencia que estudia el comportamiento humano de los individuos en interacción con su entorno, puede aportar algunos conocimientos para ayudar a apoyar a familiares y pacientes durante la realización del trabajo asistencial. Además, la psicología estudia las características de las personas, cómo interactúan y también investiga continuamente sobre los procesos psicológicos como, por ejemplo, la memoria, la atención, la percepción, la motivación, etc. (Pág. 3)

Según lo expresado por RUIZ la Psicología como disciplina se encarga del comportamiento humano y la psicología de la educación, del comportamiento del alumno en su proceso de formación de aprendizaje. En dicha disciplina conviven las teorías del aprendizaje lo que convierte la psicología de la instrucción en la ciencia aplicada de la psicología de la educación.

Al mismo tiempo analizaremos conceptos como estrategias y estilo de aprendizaje, programas de motivación o de diversificar metodología que tienen el propósito de dotar a nuestros alumnos de la educación de calidad y que a su vez los motive a prepararse profesionalmente a través de capacitaciones e investigaciones.

Fundamentación Andragogica

Es la ciencia y el arte que, siendo parte de la Antropología y estando inmersa en la educación permanente, se desarrolla a través de una praxis fundamentada en los principios de participación, horizontalidad y flexibilidad. Se expresa como la disciplina educativa que trata de comprender al adulto, desde todos los componentes humanos, es decir como un ente biológico, psicológico y social. Este intercambio va generando un proceso nuevo en los sujetos que intervienen

De acuerdo a diversos estudios se ha establecido que en promedio un adulto retiene: 10% de lo que lee, 20% de lo que oye, 30% de lo que ve, 50% de lo que ve y oye, 70% de lo que dice y discute y el 90% de lo que dice y realiza.

Según (LANCHO, 2015)Expresa que:

Etimológicamente andragogía hace referencia a antropos (hombre) por contraposición a la pedagogía que hace referencia al Paidós (niño). La andragogía se definió como una pedagogía invertida. La práctica Andragogica se concebía como el reverso de la pedagogía. La andragogía hacía referencia a las características de la pedagogía, como teoría y práctica educativa infantil para negarlas en la teoría y práctica educativa con personas adultas. (Pág. 179)

La Andragogía plantea la formación de un nuevo individuo: un individuo preparado para las nuevas generaciones, para los cambios, el que puede ser innovador y creativo, profundamente crítico y reflexivo, ese individuo formado con una excelente capacitación abierto para descubrir un mundo de posibilidades y oportunidades. La adquisición de nuevas habilidades y destrezas representan, un camino para mejorar efectivamente el desempeño laboral en las distintas áreas del conocimiento; fortaleciendo el espíritu creativo e innovador en pro de la obtención de resultados efectivos.

2.3. Marco Contextual

El Instituto Técnico Superior Simón Bolívar una Institución educativa formadora de Tecnólogo, con una excelente preparación científica-técnica; con una mentalidad creativa, crítica y reflexiva que le permitirán afrontar los avances del mundo actual y con bases sólidas para proseguir los estudios nivel superior

Esta importante institución educativa inició su funcionamiento con el nombre de colegio técnico Simón Bolívar, mediante el acuerdo ministerial N° 837, del 20 de mayo de 1948. Las especializaciones que ofrecía al estudiantado eran Mecánica, Radiotécnica y Carpintería. Bajo la resolución ministerial N° 888, del 25 de septiembre de 1958, se le otorga la categoría de colegio técnico experimental para impartir educación vocacional. Por aquellos años tenía sus instalaciones en las calles Primero de Mayo y Machala.

Años antes, ya se habían realizado los trámites para la adquisición de un terreno de 90.000 metros cuadrados en la Av. de Las Américas (donde se encuentran actualmente), para la construcción de una nueva edificación. Sin embargo, no fue hasta el 24 de mayo de 1957, durante la presidencia de Camilo Ponce Enríquez, que se hizo la entrega del primer tramo de la obra. En aquel tiempo Alfredo Hincapié Segura era quien dirigía la institución.

El 19 de febrero de 1971 se autorizó el funcionamiento del ciclo diversificado en Artes Industriales, con las modalidades de Mecánica Automotriz, Mecánica Industrial, Electricidad y Electrotecnia. Nueve años después el establecimiento fue elevado a la categoría de Instituto Técnico Superior Simón Bolívar, permitiendo a los estudiantes que culminaban el bachillerato obtener un título en las especializaciones de Mecánica General,

Mecánica Automotriz, Electricidad Industrial, Electrónica, y Refrigeración y Aire Acondicionado.

Finalmente, mediante el acuerdo N° 115, del 30 de julio del 2003, el Consejo Nacional de Educación Superior (Conesup) reconoce al plantel como Instituto Técnico Simón Bolívar, luego de un estudio de factibilidad. Poco más de 100 trabajadores, entre docentes y personal administrativo, laboran diariamente en este plantel, cuya actual rectora es la Lcda. Ruth Rivera España Msc.

El Instituto Técnico Superior Simón Bolívar una Institución educativa formadora de Técnicos, con una excelente preparación científica-técnica; con una mentalidad creativa, crítica y reflexiva que le permitirán afrontar los avances del mundo actual y con bases sólidas para proseguir los estudios nivel superior

A partir del 2008 se autorizó el Bachillerato Técnico Industrial, propuesto por el Proyecto Educativo Institucional (PEI), por medio del cual ofrece a los estudiantes especialidades como Electromecánica Automotriz, Mecanizado y Construcciones Metálicas, Instalaciones, Equipos y Máquinas Eléctricas, Electrónica de Consumo, y Climatización.

Datos Generales

INSTITUTO TECNICO SIMÓN BOLÍVAR

Sede: Guayaquil (Guayas)

Financiamiento: Público

Dirección: Av de Las Américas diagonal a la Universidad Laica Vicente

Rocafuerte Código Postal: 090150 EC

Email: secretaria@itssb.edu.ec

2.4. Marco Legal

CAPÍTULO 2

DE LA TIPOLOGÍA DE INSTITUCIONES, Y RÉGIMEN ACADÉMICO

Sección Tercera

Del Funcionamiento de las Instituciones de Educación Superior

Se toma en consideración que este proyecto necesita estar respaldado por leyes establecidas dispuesta en la Constitución del Ecuador mencionamos que a más de ser un requisito indiscutible para la obtención de la Licenciatura en Comercio Exterior de la Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación bajo el mandato de lo siguiente de la ley de Educación de la República del Ecuador; mencionamos los siguientes artículos:

LEY ORGÁNICA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Art. 144.- Tesis Digitalizadas.- Todas las instituciones de educación superior estarán obligadas a entregar las tesis que se elaboren para la obtención de títulos académicos de grado y posgrado en formato digital para ser integradas al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

CAPÍTULO VI: DEL TRABAJO DE TITULACIÓN O GRADUACIÓN

Art. 37.2.- Para la obtención del grado académico de Licenciado o de Título Profesional Universitario Académico, el estudiante debe realizar y defender un proyecto de investigación conducente a una propuesta para resolver un problema o situación práctica, con características de viabilidad, rentabilidad y originalidad en los aspectos de acciones, condiciones de aplicación recursos, tiempos y resultados esperados.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

La Metodología o Diseño Metodológico consiste en el conjunto más o menos coherente y racional de técnicas y procedimientos cuyo propósito fundamental apunta a implementar procesos de recolección, clasificación y validación de datos y experiencias provenientes de la realidad, y a partir de los cuales pueda construirse el conocimiento científico los métodos se utilizan para recopilar datos de la investigación que se plantea.

Los objetivos que persigue el presente proyecto de investigación se utilizará los parámetros descriptivo y explicativo, la modalidad que se aplica es de campo y bibliográfica ya que se lo ha realizado en el Instituto Tecnológico Superior Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil en contacto directo con estudiantes, docentes, y la comunidad ciudadana general con la finalidad de incluir en la formación técnica de los estudiantes de tercer año de bachillerato un tema que considero vital en su formación.

Se debe establecer dos grandes clases de métodos de investigación: los métodos lógicos y los empíricos. Los primeros son todos aquellos que se basan en la utilización del pensamiento en sus funciones de deducción, análisis y síntesis, mientras que los métodos empíricos, se aproximan al conocimiento del objeto mediante sus conocimiento directo y el uso de la experiencia, entre ellos encontramos la observación y la experimentación.

Para entender con más claridad la realización de este proyecto debemos entender los diferentes tipos de investigación es lo que se explicará a continuación:

3.2. Modalidad de la investigación

Método Deductivo: Es el que aspira a demostrar en forma interpretativa, mediante la lógica pura, la conclusión en su totalidad a partir de unas premisas, de manera que se garantiza la veracidad de las conclusiones del tema.

Una deducción se puede sacar con premisas que forman un silogismo en el que la premisa mayor establece la línea directa, que por medio de la premisa menor llega a una conclusión. Así pues la deducción viene en forma directa conforme a las premisas, por lo que el método deductivo es una serie de procesos o principios “lógicos premisorios” que nos llevan a una conclusión directa, ya sea falsa o verdadera.

Método Inductivo: Es el que crea leyes a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado. Merino (2005) afirma “Es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos sociales” (p.29). En términos muy generales, consiste en establecer ciertos criterios a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad.

Debe llevarse a cabo una etapa de observación y registro de los hechos que llevara a sacar una consecuencia o deducir una cosa de otra hasta obtener una conclusión. Es frecuente que se confunda en el método inductivo con el deductivo. Pero la diferencia es muy sencilla: mientras el primero apuesta por el establecimiento de una serie de leyes a partir de lo que se observa, el segundo lo que hace es inferir algo en base a una ley general.

3.3. Tipos de Investigación

Cuando se inicia el capítulo de la metodología lo primero que se encuentra el investigador es la definición del tipo de investigación que desea realizar. La escogencia del tipo de investigación determinará los pasos a seguir del estudio, sus técnicas y métodos que puedan emplear en el mismo

En el presente trabajo se emplean los siguientes tipos de investigación que ayudaran a diseñar de la mejor manera la propuesta. La investigación descriptiva y explicativa permitirán recolectar una información fundamental y confiable por lo tanto podemos decir que estos tipos de investigación serán de gran ayuda para el diseño del seminario taller sobre técnicas de innovación tecnológica.

Investigación Cualitativa.

El método de investigación cualitativa es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados. Podemos decir que la investigación cualitativa no descubre, sino que construye el conocimiento, gracias al comportamiento entre las personas implicadas.

La observación constante, el análisis de cada situación relacionada con el comportamiento entre las personas, es la base de la investigación cualitativa. Nuestra conducta radica en la relación con nuestro entorno, experiencias, conocimientos y contextos que, muchas veces, se nos escapan de nuestro control. Por eso, es necesaria la aplicación de un método de investigación cualitativo que recoja todas consecuencias de comportamientos del ser humano en relación con culturas e ideologías. Este podría ser el principal objetivo del método cualitativo.

Investigación Cuantitativa

La Investigación cuantitativa se basa en números para analizar y comprobar datos e información concreta. Es la investigación empírico-analista por excelencia. Las cosas se producen por una causa y efecto, partiendo de preguntas cuantitativas. De ahí su utilidad en las ciencias más exactas como las matemáticas, la física o la estadística.

El método cuantitativo está basado en una investigación empírico-analista. Basa sus estudios en números estadísticos para dar respuesta a unas causas-efectos concretas.

La investigación cuantitativa tiene como objetivo obtener respuestas de la población a través de preguntas específicas y a diferencia de la investigación cualitativa, que se centra en palabras, el método cuantitativo se basa en números y estadística, siendo los estudios probabilísticos su manera de analizar cada situación.

El método cuantitativo se suele aplicar en la fase final del proyecto, en este momento tenemos más datos para analizar y los resultados salen más exactos. Además, las personas responsables de esta investigación suele ser ajenos al tema a tratar, pues sólo se centran en números desde un enfoque objetivo.

Las herramientas que se usan en este tipo de investigación son cuestionarios, encuestas, mediciones y otras técnicas para recoger datos numéricos normalmente la representación de esta información están reflejadas en tablas.

Investigación Descriptiva

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas o cosas, se conduce o funciona en presente.

Según (SABINO, 1986) explica que:

La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada. (Pág. 24)

Mediante lo investigado se describe el fenómeno y hechos que se encontraron en la formación académica de los estudiantes de tercer año de bachillerato del Instituto Tecnológico Simón Bolívar cuyo objetivo primordial es buscar mejorar la formación técnica para que se puedan desarrollar en el ámbito microempresarial, haciendo uso de la innovación tecnológica.

Investigación de Campo

Constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación. Este tipo de investigación es la que se efectúa en el lugar donde se va a desarrollar el proyecto.

Según (SABINO, 1986) explica que:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (Pág. 31)

La investigación de campo es el trabajo metódico realizado para acopiar o recoger material directo de la información en el lugar en el lugar mismo donde se presenta el fenómeno que quiere estudiarse o donde se realizan aquellos aspectos que van a sujetarse a estudio

Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. La investigación de campo es la más completa, auxilia y mejora la información documental. En algunas ocasiones, la información directa recabada por medio de estos procedimientos basta para tener autentica validez.

Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica constituye una excelente introducción a todos los otros tipos de investigación, además de que constituye una necesaria primera etapa de todas ellas, puesto que ésta proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas acerca del tema o problema que el investigador se propone investigar o resolver.

En un sentido amplio, el método de investigación bibliográfica es el sistema que se sigue para obtener información contenida en documentos. En

sentido más específico, el método de investigación bibliográfica es el conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y acceder a aquellos documentos que contienen la información pertinente para la investigación.

Definir los sistemas y estrategias que debe seguir el método de investigación bibliográfica no es tarea sencilla, especialmente porque cada empresa de investigación tiene sus propias peculiaridades y cada investigador sus propios métodos. Éstos dependen, además, del grado de accesibilidad de las fuentes, de los medios con que cuente el usuario, de su formación y capacidad de trabajo y, en fin, de mil factores más que incidirán de manera decisiva en el trazado de los procedimientos que seguirá.

3.4. Técnicas de Investigación

La técnica explica la manera de recorrer el camino que se delinea en el método; son las estrategias empleadas para recabar la información requerida y así construir el conocimiento de lo que se investiga, mientras que el procedimiento alude a las condiciones de ejecución de la técnica. La técnica propone las normas para ordenar las etapas del proceso de investigación, proporciona instrumentos de recolección, clasificación, medición, correlación y análisis de datos, y aporta a la ciencia los medios para aplicar el método.

Lo que permite operar a la técnica es el instrumento de investigación. Se aclara que en ocasiones se emplean de manera indistinta las palabras técnica e instrumento de investigación; un ejemplo es lo que ocurre con la entrevista que es una técnica, pero cuando se lleva a cabo, se habla entonces de la entrevista como Instrumento.

Las técnicas más comunes que se utilizan en la investigación cualitativa son la observación, la encuesta y la entrevista y en la cuantitativa son la recopilación documental, la recopilación de datos a través de cuestionarios que asumen el nombre de encuestas o entrevistas y el análisis estadístico de los datos.

Encuesta

La encuesta se define como una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población

Para la realización de este proyecto se usó la técnica de la encuesta, que es el conjunto de preguntas que permite al investigador analizar mediante la respuestas que se obtiene, se sabrá la opinión, en las instalaciones de la unidad educativa del Instituto Técnico Superior Simón Bolívar.

La encuesta, según García Ferrando, podría definirse como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de una población más amplia, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”. Al igual que la entrevista, forma parte de los métodos de observación y está directamente vinculada con aquellas personas cuyas características, conductas o actitudes son relevantes para los objetivos de la investigación.

Según Stanton, Etzel y Walker, una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente. Para Richard L. Sandhusen, las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya

sea personales, telefónicas o por correo. Según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado.

En resumen las anteriores definiciones indican que la encuesta se utiliza para estudiar poblaciones mediante el análisis de muestras representativas a fin de explicar las variables de estudio y su frecuencia. Consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

Las características de la encuesta

- ✓ La encuesta es una observación no directa de los hechos, sino por medio de lo que manifiestan los interesados.
- ✓ Es un método preparado para la investigación.
- ✓ Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse universalmente.
- ✓ Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.
- ✓ Se puede obtener un informe con la muestra de forma rápida y certera.
- ✓ Los resultados de la muestra pueden extrapolarse estadísticamente al colectivo total.
- ✓ Utiliza un cuestionario estructurado como instrumento básico de obtención de información.

Tipos de encuestas

Según sus objetivos

Encuestas descriptivas: Reflejan o documentan las actitudes o condiciones presentes. Esto significa que intentan describir en qué situación se encuentra una determinada población en el momento en que se realiza la encuesta.

Encuestas analíticas: Buscan, además de describir, explican los porqués de una determinada situación. En este tipo de encuestas las hipótesis que las respaldan suelen contrastarse por medio del examen de por lo menos dos variables, de las que se observan interrelaciones y luego se formulan inferencias explicativas.

Según las preguntas

De respuesta abierta: En estas encuestas se le pide al interrogado que responda él mismo a la pregunta formulada. Esto le otorga mayor libertad al entrevistado y al mismo tiempo posibilitan adquirir respuestas más profundas así como también preguntar sobre el por qué y cómo de las respuestas realizadas. Por otro lado, permite adquirir respuestas que no habían sido tenidas en cuenta a la hora de hacer los formularios y pueden crear así relaciones nuevas con otras variables y respuestas.

De respuesta cerrada: En éstas, los encuestados deben elegir para responder una de las opciones que se presentan en un listado que formularon los investigadores. Esta manera de encuestar da como resultado respuestas más fáciles de cuantificar y de carácter uniforme, lo ideal es siempre agregar la opción “otros”.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE TERCER AÑO DE BACHILLERATO
DEL INSTITUTO TECNICO SUPERIOR SIMOPN BOLIVAR DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL.**

Instructivo: Agradecemos a usted se digne contestar el cuestionario consignando una X en el casillero de su preferencia.

Número	PREGUNTAS Se deberán escoger la opción que mejor les parezca conveniente según su grado de acuerdo	OPCIONES				
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1	¿Considera usted que se debe fortalecer la formación técnica de los estudiante de tercer año de bachillerato en temas de innovación?					
2	¿Cree usted que con conocimientos adecuados de técnicas de innovación tecnológica se establecería una cultura de emprendedores on-line?					
3	¿Considera usted que con conocimiento de técnicas de innovación tecnológica se fomentaría la creación de pymes on-line?					
4	¿Cree usted que la formación técnica sobre técnica de innovación tecnológica mejorara el perfil profesional del estudiante?					
5	¿Cree usted que se debe incluir estrategias de enseñanza y aprendizaje sobre técnicas de innovación tecnológica en su formación en los estudiantes de tercer año de bachillerato?					
6	¿Considera que la formación técnica es un factor importante para el desarrollo profesional de bachiller?					
7	¿Cree usted que la innovación tecnológica basada en negocios on-line puede es una alternativa que se debe considerar para generar propuestas empresariales a corto plazo?					
8	¿Considera usted que la formación técnica debe estar orientada al desarrollo productivo y microempresarial basada en negocios virtuales?					
9	¿Está usted de acuerdo en que se debe diseñar un seminario taller para capacitar a los estudiantes sobre temas de innovación tecnológica?					
10	¿Considera que es importante contar con el apoyo de las autoridades y docentes para llevar a cabo la propuesta del presente proyecto?					

3.5. Población y Muestra

Población

Una población de la investigación también es conocida como una colección bien definida de individuos u objetos que tienen características similares. Todas las personas u objetos dentro de una determinada población por lo general tienen una característica o rasgo en común, pueden ser finitas o infinitas como por ejemplo: la población estudiantil de un determinado colegio.

Según Tamayo y Tamayo, (1997), “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (Pag.114)

De acuerdo con la aportación descrita por Tamayo y Tamayo la cual define que la población es un conjunto de personas comunes que será objeto de un estudio determinado que se le aplicará a una muestra del total de la población y obtener datos específicos que forman parte de la investigación.

Tabla # 2

Población

Ítem	Detalles	Frecuencia	Porcentaje
1	Autoridad	1	1%
2	Docentes	4	11 %
3	Estudiantes	126	88 %
TOTAL		131	100%

Fuente: Total de estudiantes y docentes de 3er año de bachillerato del Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Muestra

Se define por muestra que es una porción de la población que tiene como objetivo principal analizar e investigar, una muestra es tomada de diferentes áreas debido a que pertenece a una pequeña porción o cantidad sea esta de personas, es decir, la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. La muestra es de tipo Probabilístico, para ello la fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Hay que tener en cuenta que hay varios tipos de muestreo sin embargo son cuatro tipos principales de diseños de muestras de probabilidad:

- ✓ Muestreo aleatorio simple
- ✓ Muestreo estratificado
- ✓ Muestreo sistemático y
- ✓ Muestreo por conglomerados.

Muestreo aleatorio simple: El muestreo aleatorio simple es un método de selección de n unidades sacadas de una población N, de tal manera que cada una de las muestras tiene la misma probabilidad de ser elegida.

Muestreo estratificado: En un muestreo aleatorio estratificado se divide la población en clases o estratos y se escoge aleatoriamente, un número de individuos de cada estrato proporcional al número de componentes.

Muestreo sistemático: En un muestreo aleatorio sistemático se elige un individuo al azar y a partir de él, a intervalos constantes, se eligen los demás hasta completar la muestra.

Muestreo por conglomerados: El muestreo por conglomerados es una técnica utilizada cuando hay agrupamientos "naturales" relativamente homogéneos en una población estadística.

La población que se va a investigar es muy pequeña debido a que está dirigida a una Institución Educativa por lo que el procedimiento que se utilizara para establecer la muestra es el método muestro aleatorio simple.

Fórmula para calcular la muestra de una población

Para calcular el tamaño de la muestra probabilístico suelen utilizarse las siguientes fórmulas:

Cuando no se conoce el tamaño de la población:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{E^2}$$

Cuando se conoce el tamaño de la población:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

En donde,

N= tamaño de la población.

Z= nivel de confianza.

P= probabilidad de éxito.

Q= probabilidad de fracaso.

E= error máximo admisible (valor complementario al nivel de confianza).

Nivel de Confianza y Error

El nivel de confianza y error máximo representa el porcentaje de intervalos que incluirían el parámetro de población si usted tomara muestras de la misma población una y otra vez, un nivel de confianza de 95% funciona adecuadamente.

GRAFICO REFERENCIAL POR NIVELES DE CONFIANZA						
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65
E	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10

Fuente: www.monografias.com/trabajos60

Para este caso de investigación como conocemos el número de la población la fórmula que aplicaremos es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Datos:

n = ?; N = 131; Z = 1.96; P = 0.50; Q = 0.50; E = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 131}{(0.05)^2 \times (131 - 1) + (1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}; \quad n = 98$$

Tabla # 3

Muestra

Ítem	Detalles	Frecuencia	Porcentaje
1	Docentes	4	17 %
2	Estudiantes	94	79%
TOTAL		98	100%

Fuente: La muestra representa el 26 % de la población

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

3.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS ESTUDIANTES Y DOCENTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA TÉCNICO SIMON BOLIVAR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Fortalecer de la formación Técnica

Tabla # 4

Ítem	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy de Acuerdo	60	64%
2	De Acuerdo	18	18%
3	Indiferente	12	11%
4	En Desacuerdo	7	6%
5	Muy en Desacuerdo	1	1%
TOTAL		98	100%

Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Gráfico # 1



Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

ANÁLISIS:

Según estos resultados arrojados a la primera pregunta formulada se puede observar la importancia de la formación técnica de cara a la nueva tendencia tecnológica. Se concluye que los docentes y estudiantes están interesados en adquirir nuevos conocimientos sobre innovación y tecnológica por lo que es necesario la enseñanza de las nuevas técnicas de innovación tecnología en la institución educativa.

Adecuados conocimiento de Técnicas de Innovación Tecnológica

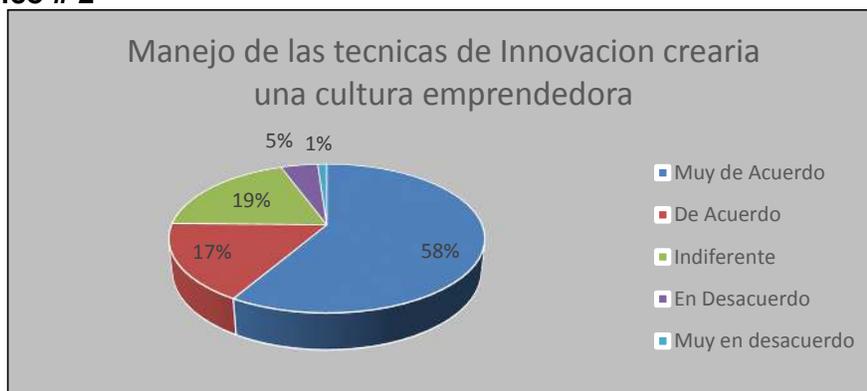
Tabla # 5

Ítem	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy de Acuerdo	55	58%
2	De Acuerdo	17	17%
3	Indiferente	19	19%
4	En Desacuerdo	6	5%
5	Muy en Desacuerdo	1	1%
TOTAL		98	100%

Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Gráfico # 2



Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

ANÁLISIS:

Durante las dos últimas décadas, el escenario internacional ha experimentado importantes que han impulsado a la innovación de las empresas concambios organizacionales y las estrategias de mercado digital.

Existe actualmente una profunda dependencia entre ciencia y tecnología, siendo una variable determinante en la competitividad; por tal motivo la capacitación e instrucción sobre las técnicas de innovación tecnológica orientado al desarrollo microempresarial guiara a los estudiantes a exhibir sus destreza y además podrán atrapar clientes a través de la tecnología.

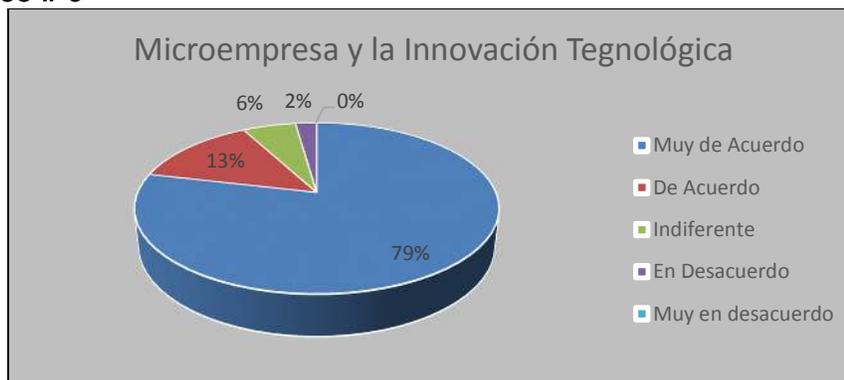
Innovación Tecnológica y la Pymes

Tabla # 6

Ítem	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy de Acuerdo	75	79%
2	De Acuerdo	14	13%
3	Indiferente	7	6%
4	En Desacuerdo	2	2%
5	Muy en Desacuerdo	0	0%
TOTAL		98	100%

Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar
Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Gráfico # 3



Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar
Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

ANÁLISIS:

Las Pymes tienen la ventaja de no requerir altas inversiones para aumentar su productividad y han encontrado en el Internet una oportunidad para publicar sus productos y servicios.

Sin embargo, se requiere también investigación de las necesidades de la sociedad, innovación, uso de nuevas tecnologías, capacitación técnica y sobre todo la actitud ante el cambio. Dentro de este marco el autor concluyen que los estudiantes van a beneficiarse si adquieren los conocimientos necesarios de las estrategias micro empresariales y poner al servicio de la sociedad sus destrezas y conocimientos.

Escaza enseñanza sobre innovación tecnológica

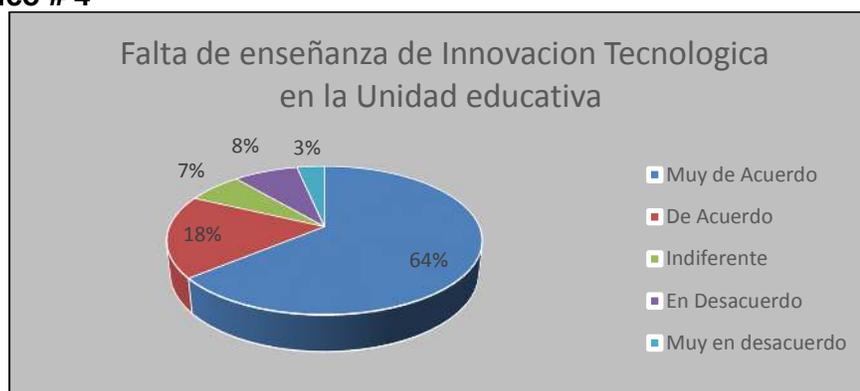
Tabla # 7

Ítem	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy de Acuerdo	59	64%
2	De Acuerdo	19	18%
3	Indiferente	8	7%
4	En Desacuerdo	9	8%
5	Muy en Desacuerdo	3	3%
TOTAL		98	100%

Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Gráfico # 4



Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

ANÁLISIS:

Se puede observar por las respuestas que dan los encuestados que no existe escasa preparación sobre las técnicas de innovación tecnológica a los estudiantes del Instituto técnico Superior Simón Bolívar, se comprueba que es necesario la enseñanza-aprendizaje en temas como la innovación tecnológica enfocada al desarrollo de Pymes.

Por consiguiente es necesario realizar cambios metodológicos y didácticos de forma que las nuevas tecnologías y la innovación sean también llevadas al aula con total involucración de los docentes.

Incluir la enseñanza de la Innovación Tecnológica a los estudiantes de tercer año de bachillerato

Tabla # 8

Ítem	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy de Acuerdo	60	67%
2	De Acuerdo	22	19%
3	Indiferente	12	10%
4	En Desacuerdo	2	2%
5	Muy en Desacuerdo	2	2%
TOTAL		98	100%

Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar
 Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Gráfico # 5



Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar
 Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

ANÁLISIS:

La vertiginosa irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación en la sociedad implica que ningún país puede hoy darse el lujo de ignorar la necesidad de introducir las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC en el sistema educativo. Se concluye que existe la necesidad de introducir el tema de técnicas de innovación tecnológica en la enseñanza y formación de los estudiantes que servirá como una cualidad adicional que facilitara a mejorar su capacidad de emprendimiento.

Formación técnica es un factor importante para el éxito Comercial

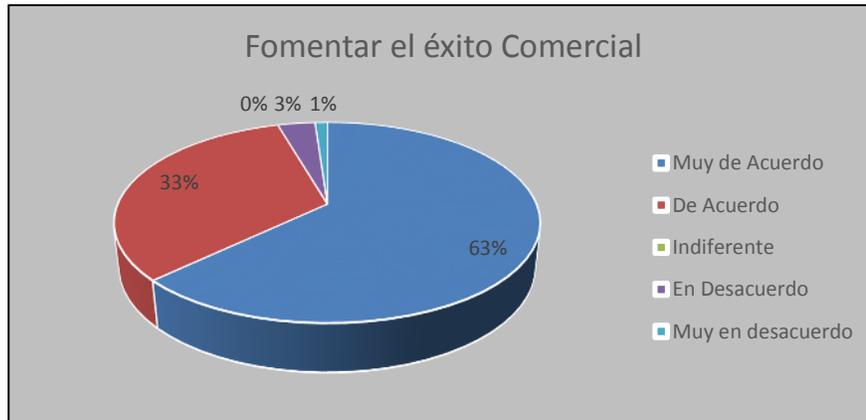
Tabla # 9

Ítem	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy de Acuerdo	58	63%
2	De Acuerdo	35	33%
3	Indiferente	0	0%
4	En Desacuerdo	4	3%
5	Muy en Desacuerdo	1	1%
TOTAL		98	100%

Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Gráfico # 6



Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

ANÁLISIS:

Las pequeñas y medianas empresas, PYMES, tienen necesidad de innovar, así como definir estrategias de cada empresa. Concluye con una serie de recomendaciones relacionadas con el mejoramiento de la capacidad de innovación en las empresas. Los estudiantes ven la importancia de una formación técnica de excelencia por tal motivo se muestran interesados en adquirir conocimientos necesarios de nuevas estrategias de innovaciones en su formación técnica y aplicarlos al emprendimiento.

Formación técnica con conocimiento de innovación tecnológica en negocios on-line

Tabla # 10

Ítem	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy de Acuerdo	41	44%
2	De Acuerdo	33	35%
3	Indiferente	8	7%
4	En Desacuerdo	12	11%
5	Muy en Desacuerdo	4	3%
TOTAL		98	100%

Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar
Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Gráfico # 7



Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar
Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

ANÁLISIS:

En síntesis y de acuerdo a los resultados porcentuales se puede expresar que la tecnología y la innovación son fundamentales para generar propuestas empresariales de valor agregado, así como también el desarrollo de negocios on-line para ofrecer servicios técnicos. Por lo tanto es importante motivar a los estudiantes a que se interesen en buscar alternativas de ingresos económicos haciendo uso de las innovaciones para el emprendimiento.

Formación técnica debe estar orientada al desarrollo

Tabla # 11

Ítem	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy de Acuerdo	51	54%
2	De Acuerdo	24	25%
3	Indiferente	8	7%
4	En Desacuerdo	5	4%
5	Muy en Desacuerdo	10	10%
TOTAL		98	100%

Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Gráfico # 8



Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

ANÁLISIS:

Este proyecto tendrá como principal objetivo garantizar una educación de calidad relacionado temas actuales y globalizados dentro de la formación técnica los bachilleres, como lo es la innovación tecnológica y de esta forma promover oportunidades de aprendizaje y cuyo contenido será de muchos beneficios durante toda la vida. En definitiva, en el país requiere de la adecuada alineación de una constelación de políticas educativas, laborales, que de impulso al emprendimiento y la innovación.

Seminario Innovación y Tecnología

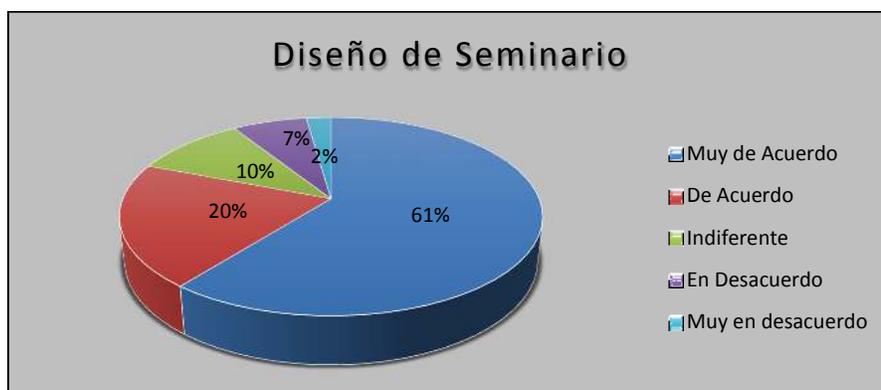
Tabla # 12

Ítem	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy de Acuerdo	55	61%
2	De Acuerdo	22	20%
3	Indiferente	11	10%
4	En Desacuerdo	8	7%
5	Muy en Desacuerdo	2	2%
TOTAL		98	100%

Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Gráfico # 9



Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta se considera muy importante la capacitación y el propósito principal del seminario debe estar enfocado a practicar el proceso de conseguir, analizar e integrar información sobre temas de innovación tecnológica orientados a ofertar servicios y soporte técnico. En este caso es necesario establecer una adecuada metodología para la enseñanza de este tema.

Importancia del apoyo de las Autoridades para realizar la propuesta

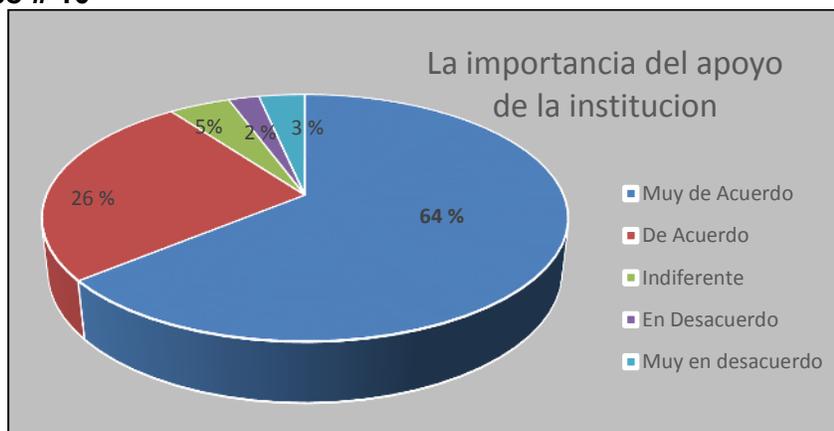
Tabla # 13

Ítem	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy de Acuerdo	59	64%
2	De Acuerdo	28	26%
3	Indiferente	6	5%
4	En Desacuerdo	2	2%
5	Muy en Desacuerdo	3	3%
TOTAL		98	100%

Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Gráfico # 10



Fuente: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar.

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

ANÁLISIS:

Desde el punto de vista económico, la repercusión clave de este proceso es la mayor importancia adquirida por la tecnología como factor de producción, se puede decir por lo tanto que la estrategia comercial de todo negocio en la actualidad; están obligadamente ligadas al uso de tecnologías

En resumen, la innovación tecnológica busca entonces responder a las necesidades del mercado.

3.7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LAS TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Al término de este proyecto se obtiene las siguientes conclusiones:

Conclusiones

- ✓ Al diseñar un seminario para la capacitación sobre innovación tecnológica se fomentara el uso de la tecnología para brindar servicio mantenimiento y soporte técnico a través del internet, redes sociales, mail y creación de sitios web, además se está promoviendo el emprendimiento y creación nuevas oportunidades de negocio.
- ✓ Los estudiantes de tercer año del Instituto Técnico Superior Simón Bolívar no cuentan con los conocimientos sobre técnicas Innovación Tecnológica, por lo que cuando terminan su carrera técnica optan por la dependencia laboral pasan a ser asalariados, muchas veces en cargos que no van acorde a sus estudios.
- ✓ Al recibir la capacitación los estudiantes de Simón Bolívar tendrán conocimientos necesarios para registrarse en los portales de internet y podrán participar en licitaciones de contratos de servicio técnico.
- ✓ Los temas a tratarse pueden despertar en los estudiantes en la creación de microempresas, generando a su vez competitividad y desarrollo profesional en sus áreas técnicas.
- ✓ Atraves de un buen uso del conocimiento adquirido sobre innovación tecnológica los futuros bachilleres podrán Asegurar una posición estratégica en el mercado, servicios personalizados y satisfacción de las necesidades de los clientes.

Recomendaciones

- ✓ Un factor decisivo en la introducción de la innovación tecnológica en la formación técnica de los estudiantes de tercer año de bachillerato de Instituto Técnico Superior Simón Bolívar será a través de una diseños de un Seminario taller de técnicas innovación tecnológica.
- ✓ Los docentes deben concientizar a los estudiantes de las carreras técnicas la importancia de obtener conocimientos globales sobre la innovación tecnológica de cara a su futuro profesional incrementando su oportunidad de generar ganancias económicas para el bienestar de sus familias y de su población.
- ✓ Fomentar capacitación de seminarios por parte de profesionales que tengan conocimiento de las técnicas de innovación tecnológica para la comercialización, así como también las estrategias de ventas y ofertas.
- ✓ Los estudiantes deben poner en práctica los conocimientos adquiridos en el Seminario taller asimilado de muy buena forma por parte del estudiante lo que debe ser apoyado con una debida motivación.
- ✓ Garantizar la continuidad del proyecto durante el tiempo que sea necesario para lograr los objetivos que se plantearon. Tener en consideración el desarrollo y mejora proyectos de emprendimiento en carreras técnicas.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1. Título de la Propuesta

Seminario: Técnicas de Innovación tecnológica.

4.2. Justificación

La ciencia y la tecnología han terminado por transformar numerosos asuntos de las sociedades contemporáneas. Son innegables los beneficios que de tal transformación se obtienen, pero también son numerosos los riesgos que han surgido de tan vertiginoso desarrollo globalizado. Esta condición obliga a que temas relacionados a la ciencia y la tecnología deban ser introducidas de forma obligada en la formación de los estudiantes.

La ciencia y la tecnología juegan un papel importante en lo social, político y económico. Bajo este contexto debemos contribuir para que los estudiantes adquieran los debidos conocimientos y despertar el interés y necesidades de desarrollar habilidades de emprendimiento a través del uso de la innovación tecnológica de ser referentes en Latinoamérica.

El desafío que enfrentamos como sociedad y desde el ámbito educativo requiere reestructurar los modelos formativos desde la infancia hasta la adolescencia. Se trata de comprender que las instituciones educativas, entre las que destaco los colegios técnicos, ya no son espacios para la transmisión de información y conocimientos y deben convertirse en formadores de emprendedores productivos de vasto conocimiento útil. Por tal motivo los estudiantes del Instituto Técnico Superior Simón Bolívar están muy gustosos capacitarse a través de este seminario taller.

4.3. Objetivos de la propuesta

Objetivo General de la propuesta

Desarrollar un seminario taller sobre técnicas de Innovación tecnológica para que los estudiantes de tercer año de bachillerato del Instituto Técnico Simón Bolívar adquieran un conocimiento apropiado de innovación tecnológica a través de este plan de capacitación, potenciar la capacidad creativa, la iniciativa emprendedora e infundir la importancia que tiene la innovación tecnológica para desarrollar habilidades de crecimiento profesional y de emprendimiento microempresarial a corto plazo.

Objetivos Específicos de la propuesta

- ✓ Promover en los estudiantes del Colegio Técnico Simón Bolívar el desarrollo de las técnicas de innovación y el uso tecnológico en beneficio de su desarrollo profesional con miras al emprendimiento.
- ✓ Promover la investigación de las nuevas técnicas de innovación a fin de que mejorar la calidad de la formación técnica de los bachilleres de la institución.
- ✓ Analizar la importancia del uso del internet y la tecnología para ofertar los conocimientos técnicos y servicios técnicos, negocios on line.
- ✓ Desarrollar el criterio de microempresa, emprendimiento e innovación en los estudiantes de terceros años de bachillerato con la finalidad de entregar una herramienta que sirva para el bienestar de su desempeño profesional y servicio a la comunidad.

4.4. Aspectos Teóricos de la propuesta

Epistemología

La Epistemología se la considera una disciplina que se ocupa de estudiar los métodos que se emplean para alcanzar el conocimiento científico y las formas de validar dicho conocimiento, es una rama de la filosofía que está relacionada con el conocimiento, las teorías, conceptos, definiciones que rodea una ciencia o en este caso estudia el origen de toda información.

La propuesta de esta capacitación con beneficio educativo útil para la formación técnica tal como un diseño de un plan Seminario Taller para los estudiantes de tercer año de bachillerato sobre técnicas de Innovación tecnológica. A mi modo de ver, se trata de que los futuros bachilleres y profesores empiecen a plantearse el papel de la tecnología y, en especial, las nuevas tecnologías de la información.

Sociológica

La sociología es una ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales. Esta ciencia analiza las formas internas de organización, las relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de cohesión existente en el marco de la estructura social. En este sentido lo que busca el presente proyecto es que los estudiante de las carreras técnicas del Instituto Técnico Superior Simón Bolívar falta de conocimientos en temas relacionados a la creatividad y el emprendimiento como lo es el tema de innovación tecnológica se capacite y reciban una apropiada formación técnica, diseñada y orientada al desarrollo de capacidades y ofertar conocimiento en beneficio de la sociedad.

Andragógica

La andragogía es la ciencia y el arte de educar adultos. Hasta hace mucho tiempo se creía que la educación era sólo cuestión de niños, que la única institución llamada a impartirla era la escuela y que el ser humano era educable sólo en su edad temprana; pero lo cierto es que el proceso educativo actúa sobre el hombre durante toda su vida puesto que no hay momento de su existencia en que el medio deje de ejercer su influjo sobre él.

Como hemos mencionados ésta propuesta está a los estudiantes de tercer año de bachillerato de la carreras técnicas del Instituto Técnico Superior Simón Bolívar siendo ellos jóvenes próximos a graduarse y cumplir su mayoría de edad se estima que se deben usar métodos de enseñanza acorde a su edad cronológica para que los conocimientos impartidos en la capacitación lo asimilen de forma responsable.

Psicológica

La psicología es la disciplina que investiga sobre los procesos mentales de personas y animales. La palabra proviene del griego: *psico-* (actividad mental o alma) y *-logía* (estudio). Esta disciplina analiza las tres dimensiones de los mencionados procesos: cognitiva, afectiva y conducta, en nuestro caso podemos decir que va a estar enfocada en la conducta es decir en el comportamiento del ser humano principalmente cultural y social.

La metodología de estudio de la psicología se divide en dos grandes ramas: aquella que entiende esta disciplina como una **ciencia básica** también denominada **experimental** y emplea una metodología científica-cuantitativa (contrasta hipótesis con variables que pueden cuantificarse en el marco de un entorno de experimentación), y otra que busca comprender el

fenómeno psicológico mediante metodologías cualitativas que enriquezcan la descripción y ayuden a comprender los procesos.

La psicología puede dividirse en **psicología básica** (su función es generar nuevos conocimientos respecto a los fenómenos psicológicos) y **psicología aplicada** (tiene como objetivo la solución de problemas prácticos a través de la aplicación de los conocimientos producidos por la psicología básica. Por otro lado, es necesario aclarar que la psicología es una ciencia en constante desarrollo y dados los condicionantes sociales y morales, va transformándose en base a la madurez de las sociedades a lo largo del tiempo

En enfoque que el presente proyecto de capacitación desde el punto de vista psicológico es que los estudiantes al recibir el seminario, sean motivados a emprender desafíos de negocios y que estos nuevos conocimientos les de la seguridad necesaria ampliar su desarrollo profesional con un título técnico y como individuos servir a la comunidad.

4.5. Factibilidad de su aplicación

Podemos indicar que se puede realizar esta capacitación del seminario taller sobre el tema de innovación tecnológica porque contamos con la disposición muy positiva de parte la Institución educativa en general es decir, alumnos, docentes, padres de familias y directivos, todos ellos se encuentran muy motivados y sienten que estos conocimientos que se le impartirán a los estudiantes ayudara y será como un complemento muy importante en su formación técnica.

Factibilidad Financiera

Es factible desde el punto de vista financiero llevar a cabo la propuesta del presente proyecto debido a que es viable realizar el seminario taller por lo que los gastos que se generan que es solo de transporte los fines de semana pueden ser cubiertos por los padres de familia, como se indicó anteriormente se sienten muy motivado a que sus representados reciban la capacitación, por lo que se puede decir que se cuentan con el consentimiento tanto de las autoridades educativas y de los padres de familias para que desarrolle la ejecución del seminario..

Factibilidad Técnica del Proceso de Enseñanza

La elaboración de un proyecto educativo debe ser un proceso formativo para todos los integrantes de la Comunidad Educativa, el mismo promueve la reflexión sobre el cómo, el para qué, el por qué y para quién debe ser y el motivo de fondo del presente proyecto.

Este proyecto educativo que es "un instrumento para la gestión del mismo, que define y enumera las notas de identidad, que formula los objetivos que pretende y expresa la organización del centro" fue elaborado y aprobado en su día por los representantes de la comunidad educativa.

La técnica que se utilizara para la capacitación sobre el tema de innovación tecnológica que se les impartirá a los estudiantes enfocado en la oferta de servicio técnica a través de la tecnología es con el uso de dos técnicas que son: explicativo y demostrativo con el fin de ofrecer una enseñanza clara y dinámica.

Explicativo.- Es el método que más se usara en la capacitación, se dará las pautas de introducción y en la medida que se vaya avanzando el desarrollo

del tema se buscara ampliar los conocimientos y facilitar la interpretación de los puntos planificados a tratarse en la capacitación.

Demostrativo.- se la empleara como soporte para sostener y revalidar los temas tratados por medio de ilustraciones y ejemplos de los usos que se han venido dando con la innovación tecnológica en el campo empresarial, ventas de servicio técnico y emprendimiento pymes.

Factibilidad Humana

El autor del presente proyecto será el responsable de llevar a cabo la capacitación, quien facilitara el material guía como folletos, archivos digitales, diapositivas y videos, relacionado la tema propuesto en coordinación con las autoridades de la Institución Educativa.

Factibilidad Legal

Esta propuesta es factible en el ámbito legal, ya que se respalda por las diferentes leyes que existen en el Ecuador con sus respectivos artículos, como lo son; La Constitución de la República del Ecuador, Ley de la Educación Superior Art. 8.-Serán Fines de la Educación Superior.-La educación superior tendrá los siguientes fines:

- a) Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones Tecnológicas;
- f) Fomentar y ejecutar programas de investigación de carácter científico, tecnológico y pedagógico que coadyuven al mejoramiento y protección del ambiente y promuevan el desarrollo sustentable nacional.

Y en concordancia con el Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural - LOEI Art. 88.- **Proyecto Educativo Institucional**

4.6. Descripción de la Propuesta

Visión

Capacitar a los estudiantes de tercer año de bachillerato de las carreras técnicas del Instituto Técnico Simón Bolívar sobre las técnicas de innovación tecnológica para que sirva para que motiven a satisfacer las necesidades técnicas de clientes y empresas, haciendo uso de la tecnología y ofertar sus conocimientos

Misión

Brindar a los estudiantes los conocimientos y una información apropiada sobre el uso de la innovación tecnológica, que servirá en la formación técnica de los estudiantes, fomentando el emprendimiento para que puedan brindar un servicio técnico autorizado y eficiente con el uso de la tecnología.

Política de la Propuesta

La presente propuesta se la realiza por medio del diseño de un plan de capacitación a través de un Seminario Taller con el objetivo de que los estudiantes de tercer años de las carrera técnicas el Instituto Técnico Superior Simón Bolívar de la provincia del Guayas obtengan conocimientos importantes relacionado a la innovación tecnológica técnicas y uso en el mercado comercial, emprendimiento y Venta de Servicio a través del Internet y Redes Sociales y de esta forma contribuir con el crecimiento profesional de los estudiantes.

La propuesta del proyecto se realizará en la siguiente manera:

Lugar: En las Instalaciones del plantel educativo, Av. de las Américas S/N y Roberto Noboa Caamacho

Tiempo: 8 fines semanas (Dos meses)

Horario: Los días sábado de 9 a 12: am

Costo: No tendrá Costo.

Colaboradores: El autor de este proyecto contara con el apoyo de los Docentes y Autoridades del Plantel.

Aspectos teóricos de los temas a tratarse en la capacitación son las siguientes:

- ✓ Que es la Innovación - Tipos de innovación, Innovación Tecnológica.
- ✓ Emprendimiento y la importancia de la innovación tecnológica.
- ✓ Comercio Electrónico(E- Commerce),Marketing Digital y Estrategias.
- ✓ Ventas de Productos y Servicio técnico a través del uso de Internet.
- ✓ Herramientas Tecnológicas.

Creación, Diseño y Usos de Sitios Web, Redes Sociales(Facebook, Twitter y Canal de YouTube), Blog y email marketing

- ✓ PYMES (Definición y tipos de pymes).

Creación y Constitución legal de una Pymes de Servicio Técnico

Organigrama - Misión, Visión y Políticas a considerar.

Conclusiones del Seminario de capacitación.

Cuadro # 1

PLANIFICACIÓN DE CAPACITACIÓN – SEMINARIO TALLER INNOVACION TEGNOLOGICA				
Tema	Objetivos	Actividades	Recursos	Tiempo
Que es la Innovación -Tipos de innovación, -Innovación Tecnológica	Introducción y Conceptos de Innovación, Breves explicación de los tipos de Innovación. Que es la Innovación Tecnológica	Definición de Conceptos Explicación de los tipos de Innovación Desarrollar tema de Innovación Tecnológica.	Pizarra Marcadores Hojas Lápices	Seis Horas
Emprendimiento y la importancia de la innovación tecnológica	Explicar Conceptos teóricos del emprendimiento . Establecer la importancia de la relación entre innovación tecnológica y el emprendimiento	Definición de Conceptos y Tipos de emprendimiento Beneficios del emprendimiento Innovación Tecnológica en el emprendimiento y su importancia para el éxito comercial	Pizarra Marcadores Hojas Lápices	Tres Horas

<p>Comercio Electrónico (E-Comerce). Marketing Digital y Estrategias</p>	<p>Definición del Comercio electrónico, reseña histórica. Establecer el impacto comercial del E-Comerce en el mundo. E-Comerce en Ecuador Marketing y estrategias a considerar.</p>	<p>Breve definición y reseña histórica – formular preguntas con los estudiantes. Exposición y conceptos del Comercio electrónico. Interacción con los estudiantes de la importancia del Comercio Electrónico. Exponer las Estrategias y Marketing del Comercio Electrónico.</p>	<p>Folleto Pizarra Marcadores Hojas Lápices</p>	<p>Tres Horas</p>
<p>Ventas de Productos y Servicio técnico a través del uso de Internet</p>	<p>Dar a Conocer los Criterios y estrategias comerciales para promocionar un producto o servicio técnico a través de los medios tecnológicos. Establecer Términos de negociación y forma de pagos</p>	<p>Presentación de Videos, Realizar actividades en clase. Uso de Diapositivas</p>	<p>Folletos Computador Proyector Marcadores Pizarra</p>	<p>Tres Horas</p>

<p>Herramientas Tecnológicas.</p>	<p>Comprender el uso correcto de las herramientas tecnológicas.</p> <p>Crear y diseñar, realizar una dinámica de ejercicios del uso de las herramientas Tecnológicas para ofertar productos y servicio técnico.</p>	<p>Mostrar mediante dispositivos el uso de los medios tecnológicos y su evolución e importancia para el emprendimiento.</p> <p>Taller práctico para Creación, Diseño y Usos de Sitios Web, Redes Sociales, Blogger y email marketing</p>	<p>Computadora</p> <p>Proyector</p> <p>Folletos</p> <p>Pizarra</p> <p>Marcadores</p> <p>Hojas</p> <p>Lápices</p>	<p>Seis Horas</p> <p>Dos Sábados</p>
<p>PYMES</p>	<p>Definir concepto de PYMES.</p> <p>Establecer la Constitución legal y registro de una PYMES de Servicio técnico.</p> <p>Establecer Misión, Visión y Políticas de una PYMES</p> <p>Organigrama Laboral.</p>	<p>Taller práctico con los estudiantes para la creación de una Pymes de Venta de Servicio Técnico</p> <p>Organigrama - Misión, Visión y Políticas</p>	<p>Pizarra</p> <p>Marcadores</p> <p>Hojas</p> <p>Lápices</p>	<p>Tres Horas</p>

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

Cuadro # 2



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SEMANA I Y SEMANA II

PLANIFICACIÓN DE CAPACITACIÓN – SEMINARIO TALLER INNOVACION TEGNOLOGICA

TEMA: Que es la Innovación Tecnológica.

TIEMPO: 6 horas.

OBJETIVO: Introducción y Conceptos de Innovación IT.

LUGAR: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres.

DESTREZA CON CRITERIO DE DESEMPEÑO	PRESICIONES PARA LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	RECURSOS	INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN
Determinar conceptos y criterios de la Innovación. Reconocer Tipos de Innovaciones. Determinar el conocimiento acerca de la Innovación Tecnológica.	<p>Actividad Inicial: Saludo Afectivo de bienvenida.</p> <p>Motivación: Dinámica “Conociendo a los estudiantes”</p> <p>Diagnóstico: Explicación breve sobre los temas a tratar.</p> <p>Construcción de conocimientos -Dinámica con los estudiantes para establecer conceptos de innovación – Tipos de Innovaciones - Selección del tema Innovación Tecnológica.</p>	<p>Pizarra</p> <p>Marcadores</p> <p>Hojas</p> <p>Lápices</p>	<p>Según los aprendido conteste las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- ¿Qué es la Innovación? 2.- ¿Mencione los tipos de Innovaciones que usted conoce? 3.- ¿Qué es la Innovación Tecnológica? 4.- ¿Cree usted que es importante la Innovación tecnológica Explique porque?

SEMANA I

Que es la Innovación

Introducción y Conceptos de Innovación

Para obtener un concepto sobre Innovación se planteara la pregunta a los estudiantes haciendo una dinámica sobre lo que ha escuchado o que conoce acerca de innovación, con esta participación se buscara llegar a un concepto unificando las ideas más relevantes del resultado de la dinámica.



Fuente:www.selvv.com/innovacion-empresarial

Ampliando el concepto de Innovación.

Se entiende por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o servicios con el propósito de mejorar los resultados alcanzados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología, en colaboración externa o adquirida mediante asesoramiento o por compra y uso de nuevas tecnología.

La innovación implica la utilización de un nuevo conocimiento o de una nueva combinación de conocimientos existentes.

Tipos de Innovación

Las actividades de este módulo del Seminario se plantean los tipos de Innovación en 4 áreas temáticas, que serán objeto de exposición a continuación:

Tema 1: Innovación de producto/servicio

Aporta un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características técnicas o en cuanto a su uso u otras funcionalidades, la mejora se logra con conocimiento o tecnología, con mejoras en materiales, en componentes, o con informática integrada. Para considerarlo innovador un producto debe presentar características y rendimientos diferenciados de los productos existentes, incluyendo las mejoras en plazos o en servicio.

Ejemplos:

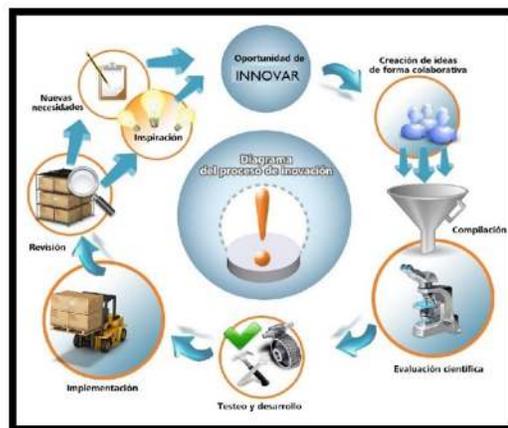


Fuente: www.camara.es/innovacion-y-competitividad

Con el concepto sobre innovación de producto y los ejemplos citados realizar una interacción con los estudiantes para que desarrollen una innovación de producto dependiendo de la carrera técnica de bachillerato que siguen.

Tema 2: Innovación de proceso:

Concepto aplicado tanto a los sectores de producción como a los de distribución. Se logra mediante cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos empleados, que tengan por objeto la disminución de los costes unitarios de producción o distribución, la mejorar la calidad, o la producción o distribución de productos nuevos o sensiblemente mejorados.



Fuente: www.luisdelbarrio.com

Las innovaciones de proceso incluyen también las nuevas o sensiblemente mejoradas técnicas, equipos y programas informáticos utilizados en las actividades auxiliares de apoyo tales como compras, contabilidad o mantenimiento.

Con el uso de la pizarra y marcadores se realizara una actividad con los estudiantes sobre una innovación de un proceso que debe ser mejorado según sea la carrera técnica del estudiante, eléctrico, electrónico, mecánico industrial, técnico en refrigeración y procesos de mecánica automotriz

Tema 3: Innovación en Marketing:

Antes de comenzar a desarrollar este tema se hará una previa indagación sobre el término de innovación de marketing a través de una interacción entre estudiantes haciendo la pregunta obvia ¿Qué es Innovación en Marketing? ¿Cuál es su finalidad?

Concepto:

Consiste en utilizar un método de comercialización no utilizado antes en la empresa que puede consistir en cambios significativos en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación, siempre con el objetivo de aumentar las ventas. Los cambios de posicionamiento pueden consistir en la creación de nuevos canales de venta como el desarrollo de franquicias, la venta directa, las modificaciones en la forma de exhibir el producto o la venta de licencias de uso.



Fuente: www.tumarcao.com/

Los cambios en promoción suponen la modificación en la comunicación utilizando nuevos soportes, sustitución del logo, los sistemas de fidelización y la personalización de la relación con el cliente.

Tema 4: Innovación en organización:

Son cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa, modificaciones en el lugar de trabajo, en las relaciones exteriores como aplicación de decisiones estratégicas con el propósito de mejorar los resultados mejorando la productividad o reduciendo los costes de transacción internos para los clientes y proveedores.

La actualización en la gestión del conocimiento también entra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad. Igualmente se consideran innovaciones en organización las variaciones en las relaciones con clientes y proveedores, incluyendo centros de investigación y la integración de proveedores o de inicio de subcontratación de actividades.

Las actividades de innovación pueden ser de tres clases: Conseguidas, en curso o desechadas antes de su implantación. Todas las empresas que desarrollan actividades de innovación durante el período estudiado se consideran como “empresas con actividades innovadoras”, tanto si la actividad ha desembocado o no en la introducción de una innovación.

Actividades que no se consideran innovación:

1. Dejar de hacer algo obsoleto
2. Sustituir y ampliar equipos
3. Trasladar las variaciones de coste a los precios
4. Cambios por estacionalidad
5. Vender algo nuevo con el método habitual

Citar ejemplos con la interacción de los participantes

SEMANA II

Innovación Tecnológica

Concepto:

Desarrollar un nuevo concepto de innovación tecnológica con la interacción de los estudiantes participantes, previo se introducirá un concepto inicial.

Las actividades de este módulo del Seminario se plantean en torno a 2 áreas temáticas, que serán objeto de exposición, casos de éxito y talleres e intercambio de experiencias.

Tema 1: Innovación Tecnológica y Competitividad. Implementación y gestión de la Innovación.

1. Aspectos básicos. Gestión de la Innovación empresarial y tecnológica. Diagnóstico Tecnológico. Formulación de Estrategia orientada a la competitividad e innovación tecnológica. Gestión empresarial orientada a la adaptación y desarrollo de tecnología como eje de competitividad.
2. Sistemas y redes de Información y comunicación. Uso de TICs- Presentación de casos de éxito.

Tema 2: Apoyo a PyMES - Importancia de la identificación selectiva de sectores con potenciales ventajas competitivas para servicios técnicos a través del uso de la innovación Tecnológica.

1. Selección del sector. Identificación de potencialidades de un sector o región a donde se desea alcanzar.
2. Formación del modelo de negocio. Presentación de experiencias y modelos empresariales teniendo la innovación tecnológica como eje transversa.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
TALLER I
PREGUNTAS

SEGÚN LO APRENDIDO CONTESTE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS

1.- ¿Qué es la Innovación?

2.- ¿Mencione los tipos de Innovaciones que usted conoce?

3.- ¿Qué es la Innovación Tecnológica?

4.- ¿Cree usted que es importante la Innovación tecnológica Explique porque?

Cuadro # 3



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

SEMANA III

PLANIFICACIÓN DE CAPACITACIÓN – SEMINARIO TALLER INNOVACION TECNOLÓGICA

TEMA: Emprendimiento y la importancia de la innovación tecnológica. **TIEMPO:** 3 horas.

OBJETIVO: Explicar Conceptos Establecer la importancia de la relación entre innovación tecnológica y el emprendimiento. **LUGAR:** Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

DESTREZA CON CRITERIO DE DESEMPEÑO	PREVISIONES PARA LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	RECURSOS	INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN
Determinar lo que es el emprendimiento y la importancia de la innovación tecnológica para el emprendimiento	Actividad Inicial: Saludo Afectivo Motivación: Dinámica “Voy a formar mi empresa” Diagnóstico: Retroalimentación sobre el tema a tratarse. Construcción de conocimientos- Emprendimiento. Creación y Evaluación de nuevos negocios. Emprendimiento Digital.	Pizarra Marcadores Hojas Lápices	Según los aprendido conteste las siguientes preguntas: 1.- ¿Según su punto de vista qué importancia tiene la innovación tecnológica para el emprendimiento? 2.- ¿Cuáles son los primeros pasos que debes considerar para crear tu propio negocio?

SEMANA III

Emprendimiento y la importancia de la innovación tecnológica

Emprendimiento

Dada la evidencia de que la educación en Emprendimiento fortalece las competencias y habilidades de los emprendedores actuales y potenciales, corresponde conocer qué opciones de capacitación en Emprendimiento tienen los estudiantes de las carreras técnicas del Instituto Técnico Superior Simón Bolívar que ha culminado su bachillerato, y van a iniciar sus estudios universitarios. Los bachilleres deben contar con conocimiento de emprendimiento uso adecuado como las herramientas tecnológicas para emprender un negocio mientras siguen una carrera profesional.

Partiendo de esta premisa es necesario que los profesionales de hoy tengan presente los inminentes cambios del entorno profesional en temas emprendimiento digital. Las decisiones innovadoras no sólo deben encaminarse a mejorar el ámbito del negocio, sino que deben contemplar la globalidad empresarial del momento actual.



Fuente: www.perumaq.com/

Creación y Evaluación de nuevos negocios.

La nueva generación de comercialización electrónica ha incorporado la innovación como la suma de invención y comercialización en productos, servicios, procesos, sistemas, estructuras, marcas, patentes, etc., en algo por lo que el cliente y/o el consumidor están dispuestos a pagar utilizando este medio de compra/venta.

En este sentido, la innovación radical de negocio es más que innovación de producto o innovación tecnológica, y requiere pensar holísticamente sobre el sistema de negocio, cambiando de forma coherente y diferencial frente a los competidores, se debe definir varios elementos:

1. Productos/Servicios: Crear nuevos productos o nuevos servicios.
2. Plataformas: Crear plataformas modulares y puntos de control estratégico.
3. Soluciones: Resolver problemas “end-to-end” para los clientes.
4. Clientes: Encontrar nuevos segmentos de clientes o necesidades insatisfechas de los clientes.
5. Experiencia del Cliente: Cambiar cómo los clientes interactúan contigo.
6. Modelo de ingresos: Cambiar cómo eres pagado.
7. Logística: En que transportas los productos u equipos.
8. Canales: cómo vas al mercado con tus productos o servicio.

Este proceso de adaptación está llevando a algunas empresas y microempresas a una integración en redes de comunicación y más enfocada al uso tecnológico, y a la adopción de herramientas informáticas sofisticadas en sus actividades de diseño y desarrollo, para incrementar la flexibilidad, rapidez y eficiencia del mismo.

Emprendimiento Digital.

Actualmente el concepto de tecnología ha evolucionado, ya no solo se refiere a máquinas y equipos, sino a todo lo referente a la información, conocimiento y comunicación a través de la Web, un negocio moderno debe estar alineado de acuerdo a los patrones actuales, donde la tecnología se constituye en un elemento estratégico en el proceso de toma de decisiones.

Desde la crisis económica nos hemos familiarizado con la palabra “autoempleo”, escuchamos en los medios de comunicación vocablos como “freelance”, conceptos que existen desde hace mucho tiempo pero que ahora ha tomado más fuerza. La idea puede ser cualquier cosa, y en el marco actual de índices enormes de desempleo, es normal buscar diferentes posibilidades de encontrar ingresos económicos.

Así surgen nuevas ideas, nuevos proyectos y nuevas soluciones; el comercio electrónico es una de las alternativas más usadas. Sin embargo, en nuestro país hay mucho desconocimiento sobre el uso de este medio.



Fuente: www.muchoNegociosRentables.com/

Servicio técnico como idea de negocio

Si ya reparas los ordenadores, Smart TV y móviles de tus amigos y das mantenimiento a los equipos de climatización de tus familiares es un buen comienzo así puedes crear reputación para tus futuros clientes. Sin embargo debes formularte la siguiente pregunta ¿Por qué no crear un negocio pequeño y próspero con los conocimientos que tienes de servicio técnico en lugar de reparar las cosas de tus amigos y familiares?

El servicio técnico es un conjunto de acciones realizadas por un especialista para solucionar los problemas de un equipo (electrónico en este caso).

¿El servicio Técnico es rentable?

Por supuesto que sí. Todas las empresas y consumidores están en Internet y necesitan que sus equipos tengan mantenimiento y reparación. Si bien es cierto que siempre tendrás algo que reparar, la competencia es muy amplia. Sin embargo, tus posibilidades para darle un mejor enfoque a tu negocio dependerán de tu creatividad y de seguir los pasos siguientes.

Primeros pasos para crear tu propio negocio de servicio técnico

Es cierto que puedes empezar simplemente a reparar equipos mientras haces todos los trámites necesarios. El servicio técnico personal es uno de los pocos casos en donde no necesitas primero un plan de negocio o buscar financiamiento. Sin embargo, para hacer un negocio bastante estable o vivir de este tienes que seguir ciertos pasos para encaminar tu emprendimiento, debes considerar algunos aspectos adicionales para emprender tu negocio, a continuación se detalla los puntos considerar:

Realiza un estudio de mercado

Mira quién más ofrece servicio técnico, dónde está ubicado, horarios de apertura, rango de precios y servicio extra que ofrece, mira quiénes son los potenciales clientes. Debes identificar dónde están, cómo son, cuáles son sus necesidades, su presupuesto, etc.

¿Se debe contar con una infraestructura para el negocio?

Si creas un negocio en tu casa puedes ahorrarte varios miles de dólares en alquiler de un local, etc. Pero para vivir con el servicio técnico necesitas espacios para guardar los equipos, los repuestos y espacio adecuado personal para que te ayuden en las labores técnicas. Así que piensa salir un poco de lo tradicional y tomar un poco más de riesgos. Sin embargo inicialmente te puede servir el garaje o algún rincón de tu casa.

Crea tu plan de negocio

Definir los objetivos del servicio técnico. Tal vez responder las siguientes preguntas te ayude a definir aún más tu idea de negocio:

- ¿Quiero ser la empresa líder del mercado o mantener un perfil bajo?
- ¿Los bajos precios son más importantes que la calidad?
- ¿Seré un servicio exclusivo a domicilio? ¿Combinaré un local físico con el servicio a domicilio o solo atenderé en el local?
- ¿Quiero ser reconocido por la calidad de servicio?
- ¿Quiero ser una empresa de servicio técnico especializado o abarcaré todo lo que sea posible?

Define tu público meta

La experiencia en el servicio técnico es clave. A nadie le gusta dejar sus aparatos en manos de alguien que no sepa lo que hace. Así que podrías empezar tu negocio enfocado gradualmente en un público:

- Familiares y amigos cercanos.
- Conocidos de tus amigos y familiares que laboran en empresa, escuela o Institución.
- Empresas y Pequeñas empresas (PYMES).

Puedes ofrecer tus servicios a empresas pequeñas que necesiten siempre servicio técnico de sus equipos, institutos y escuelas que usen eléctricos o electrónicos, etc. y cualquier consumidor atraído por tus estrategias de marketing.

Equipa tu negocio

Lo primordial en una empresa de servicio técnico es el conocimiento en la manipulación de los equipos a los que les harás mantenimiento y reparación. Además de eso, necesitarás:

- Conocimiento en software para equipos digitales.
- Accesorios y equipos necesarios para el mantenimiento y reparación.
- Estar actualizado en los avances tecnológicos.
- Capacítate tomando cursos de actualización y si cuentas con empleados deben ser también capacitados.

Si decides crear una empresa de servicio técnico a domicilio necesitarás también un medio de transporte que te ahorre tiempo como una motocicleta y una agenda muy organizada. Si por el contrario, decides tener una oficina física necesitarás un local

Políticas del servicio técnico

Debes definir cómo será el proceso de recepción, reparación y entrega de equipos; si hay un plazo fijo de entrega o si dependerá de la dificultad de la reparación y todas las condiciones para aceptar las devoluciones, etc.

Promocionar tu empresa de servicio técnico a través de la Tecnología

En prácticamente cualquier lugar y plataforma (excepto en la televisión porque cuesta bastante dinero). Puedes anunciar tu negocio en los periódicos de tu localidad, en la radio, pegar volantes, repartir tarjetas de presentación y estar en Internet.

Si decides darle una presencia online a tu servicio de negocio técnico, te recomiendo que crees una página web con una página de aterrizaje optimizada para SEO.

Puedes crear un blog para realizar marketing de contenidos que se enfoque en consejos diarios y simples para hacer mantenimiento a los equipos. Sin embargo, **ofrecer todo a los usuarios podría ser contraproducente**. Si no tienes la astucia necesaria te podría costar caro así que no dudes en contratar a profesionales que sepan enfocar tu contenido SEO para atraer clientes.

No está de más decirte que estar presente en las redes sociales (excelentes para ofrecer un servicio de atención al cliente) e indexar tu página en **Google Mi Negocio** y en todos los listados de servicios en Internet aumentará la visibilidad de tu negocio, haciéndolo más competitivo.

Mide, optimiza y mejora

Una vez que tengas tu negocio de servicio técnico listo para andar (y que hayas cumplido con los requisitos legales) te recomendamos llevar un registro de notas que detallen los resultados de tu negocio en los primeros meses. Esto lo hacemos con el fin de detectar problemas y conseguir mejores estrategias que atraigan al público.

El comercio actual, móvil y el internet para todo

Los dispositivos móviles serán los grandes protagonistas de los próximos años. Desde el punto de vista de las aplicaciones, veremos desarrollar **tecnologías Sourcing**. Aplicaciones que facilitan al máximo la participación del ciudadano en la vida cotidiana y social, del tipo de si ven un bache en la carretera puedan avisar de forma inmediata y gratuita al servicio de mantenimiento indicando el punto exacto donde hay el problema, pagos e información al instante y, servicios técnicos a domicilio.



Fuente:www.reportelobby.com



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
TALLER II
PREGUNTAS

SEGÚN LO APRENDIDO CONTESTE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS

1. SEGÚN SU PUNTO DE VISTA QUE IMPORTANCIA TIENE LA INNOVACION TECNOLÓGICA EN EL EMPREDIMINETO.

2. CUALESONLOSPRIMEROS PASOS QUE SE DEBE CONSIDERAR PARA CREAR TU PROPIO NEGOCIO.

Cuadro # 4



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
CULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SEMANA IV



PLANIFICACIÓN DE CAPACITACIÓN – SEMINARIO TALLER INNOVACION TECNOLÓGICA

TEMA: Comercio Electrónico (e-Commerce), Marketing Digital y Estrategias. **TIEMPO:** 3 horas.

OBJETIVO: Definición y reseña histórica del Comercio Electrónico,

LUGAR: Instituto Técnico Simón Bolívar.

DESTREZA CON CRITERIO DE DESEMPEÑO	PRESIONES PARA LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	RECURSOS	INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN
Definir y conocer que es el Comercio Electrónico, Comercio Electrónico en el Ecuador sus Ventajas y Beneficios	Actividad Inicial: Saludo Afectivo de Bienvenida Motivación: Dinámica el juego del teléfono Diagnóstico: Repaso de la clase anterior. Construcción de conocimientos <ul style="list-style-type: none">- Definición- Reseña histórica- Impacto Comercial del e-Commerce en el mundo.- e-Commerce en Ecuador Marketing y estrategias a considerar.- Ventajas y Beneficios	Folleto Pizarra Marcadores Hojas Lápices	Complete: 1.- Concepto de e-Commerce. 2.- Indique algunas ventajas del e-Commerce. 3.-Contesta un breve concepto de los tipos de comercio electrónico Business to Business (B2B): Business to Consumer (B2C): Consumer to Consumer (C2C):

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

SEMANA IV

Comercio Electrónico (e-Commerce)

Definición

E-Commerce comercio electrónico es un método de compraventa de bienes, productos o servicios valiéndose de internet como medio, es decir, comerciar de manera online. Esta modalidad de comercio se ha vuelto muy popular con el auge de Internet y la banda ancha, así como por el creciente interés de los usuarios a comprar cualquier producto o servicio por Internet.

Gráfico No. 8



Fuente: www.quora.com

Reseña histórica del Comercio electrónico.

En 1970, aunque aún no habían aparecido las computadoras como ahora se conocen, surgen las primeras relaciones comerciales en las que se hacía uso de ordenadores para transmitir datos. Con esta plataforma, en 1980 se modernizó el comercio por catálogo con ayuda de la televisión a través de las “televentas”, éstas mostraban mayor realismo de los productos al ser exhibidos, resaltaban sus atributos y características más importantes. Este tipo de venta directa se hacía mediante llamadas telefónicas y el pago se realizaba a través de tarjetas de crédito.

Fue en 1979 cuando Michael Aldrich, un empresario inglés, inventó el “online shopping” con el que habilitó el proceso de transacciones en línea entre consumidores y empresas, o entre una empresa y otra. Ya en el año 1989 la tecnología tendría su mayor auge, y por lo tanto el comercio electrónico, al aparecer la “www” o World Wide Web. La web, creada por el inglés Tim Berners-Lee, cambió por completo la forma de comunicación y comercialización en el mundo.

En los 90, con el Internet activo, el comercio electrónico creció como nunca antes lo había hecho; en 1995 nacen portales como Amazon e eBay, los que hasta ahora se mantienen fuertemente activos. En este mismo año los integrantes del G7/G8 crearon la iniciativa de un mercado global para pymes, esta plataforma tenía por objetivo aumentar el E-commerce entre las empresas de todo el mundo, y funcionó.



Fuente: <http://www.genteecommerce.com>

Auge e-Commerce finales de los años 90 inicios del nuevo milenio

1997: la compañía Dell supera el millón de dólares en ventas online.

2002: eBay compra PayPal y se populariza “la forma más rápida y segura de enviar dinero, realizar pagos en línea, recibir dinero o configurar una cuenta de comercio”, lo que facilita las compras en comercios electrónicos. Esto secunda que el gran porcentaje de los usuarios conectados compran hoy algo por Internet.

2007: Apple lanza al mercado el iPhone, y un año más tarde Google hace lo mismo con su versión en Android, así nace una nueva, fácil, rápida y efectiva forma de acceder a las tiendas de E-commerce.

2011: 8 de cada 10 personas posee un celular.

A lo largo de la historia el comercio ha evolucionado involucrándose en la simple actividad de pagar-recibir, aspectos tan importantes como ver, sentir, tocar y oler; aún no se alcanza el punto más alto del comercio en línea, pues siempre surgirán formas más efectivas y eficientes de intercambio de productos y servicios entre los seres humanos.

Sin duda, la principal razón por la que el E-commerce ha tenido tanto éxito es por la facilidad de llevarse a cabo con sólo acceder a Internet, mediante su surgimiento en las redes sociales, las comunicaciones móviles, la web, los teléfonos inteligentes y las tablets, los que han modificado los hábitos de consumo y formado compradores cada vez más exigentes. Esta tendencia mejorará y se impondrá en un futuro no muy lejano, lo que obligará a las empresas a adaptarse bajo este nuevo hábito de consumo.

Impacto Comercial del e-Commerce en el mundo

Están quienes consideran que el comercio electrónico no quitará demasiada cuota de mercado al comercio físico, lo cual parece aventurado afirmar, según la tendencia actual.

Es cierto que el *eCommerce* en *retail*(al por menor) aún se sitúa en la mayoría de los mercados por debajo del 10 por ciento del total del negocio, pero también es incuestionable un crecimiento interanual sostenido alrededor del 20 por ciento y las ventajas evidentes para cierto productos o servicio.

Por otro lado, están quienes sostienen que el comercio físico desaparecerá y viviremos en un mundo de centros comerciales abandonados y drones y camionetas de reparto controladas por neveras y despensas inteligentes que harán los pedidos mientras nos dedicamos a otras cosas.

Cómo crece el Comercio Electrónico en el mundo

El mundo globalizado, su vertiginosa competitividad y la rapidez para concretar negocios han impulsado el desarrollo del comercio electrónico, modificando la forma de vender y comprar productos o servicios en Internet.

Sin embargo, es lo mismo que el intercambio de productos en la época antigua, solo que ahora han cambiado las variables de espacio y tiempo, sin intermediarios. Teniendo como ventajas la rebaja en el precio de venta, es posible adquirir productos de cualquier lugar del mundo sin salir de casa gracias al *eCommerce*

El comercio electrónico ha experimentado una notable evolución, pasando de ser un simple catálogo de productos o servicios colocados en una página web, a convertirse en un medio eficaz para realizar negocios.

Tipos de comercio electrónico

Existen tres tipos de comercio electrónico:

Business to Business (B2B): El comercio electrónico B2B (Business to Business) es el negocio orientado entre las diversas empresas que operan a través de Internet. Dentro del comercio electrónico B2B se pueden distinguir tres modalidades:

1. El mercado controlado por el vendedor en busca de compradores.
2. El mercado controlado por el comprador que busca proveedores.
3. El mercado controlado por intermediarios que persiguen el acuerdo entre vendedores y compradores.

El comercio electrónico B2B ha supuesto un gran avance tecnológico, pero se requieren una serie de características para sacar el rendimiento óptimo:

1. Experiencia en el mercado concreto.
2. La oferta debe ser un valor añadido.
3. Evitar fallos de producción, logística y distribución.

Las ventajas y características han convertido al comercio B2B en una opción que cada vez tiene más relevancia en la red comercial empresarial:

1. Reducción de costes.
2. Ampliación de mercado.
3. Aumento de la velocidad.
4. Centralización de oferta y demanda.
5. Información de compradores, vendedores, productos y precios en un lugar común.
6. Mayor control de las compras.

Business to Consumer (B2C): Es la abreviatura de la expresión Business-to-Consumer (del negocio al consumidor), hace referencia al canal que

desarrollan las empresas comerciales para llegar directamente al cliente o usuario final.

Una de las compañías de referencia del modelo B2C es Amazon, por ser una de las más importantes a nivel mundial en ventas de libros y discos a través de su portal de Internet. También debemos destacar a Yahoo o Google en los modelos basados en la publicidad ya que estos gestionan la publicidad que sus clientes desean mostrar dentro de las webs, la función que realizan es de intermediarios para mostrar a los usuarios publicidad más enfocada a sus gustos y tendencias.

Fuente: www.ekumba.es



Consumer to Consumer (C2C):

El comercio electrónico C2C, consumer to consumer, es el tipo de comercio que se lleva a cabo entre dos o más consumidores mediante la red. El objetivo de esta modalidad es facilitar la comercialización de productos entre particulares. Algunas de las empresas más conocidas de C2C son por ejemplo eBay o Mercado libre, que realizan una actividad de intermediación entre los consumidores y cobran una pequeña tarifa por el servicio.

Por una parte, unos usuarios ofertar ciertos artículos a través de las diferentes plataformas habilitadas, por el otro, usuarios interesados en estos artículos tratan de obtener el producto mediante ofertas o pujas. El método de subasta se popularizó a través de la página Ebay.com

e-Commerce en Ecuador

Actualmente el comercio electrónico ha experimentado un fuerte crecimiento a nivel global, tanto en volumen de usuarios como de sitios comerciales; sin duda alguna la inversión en publicidad ha contribuido a su acelerado desarrollo de una manera exponencial.

En Ecuador, en ese escenario, tiene un rol antagónico. De acuerdo con Leonardo Ottati, director de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), las compras online con tarjeta de crédito podrían acercarse a los 200 millones de dólares. No obstante, cree necesario ampliar el cálculo a otros métodos de pago donde se usaron los canales electrónicos como antesala de una compra. “Enviar una papeleta de depósito por e-mail, pagar en efectivo al recibir la mercadería o usar una tarjeta de débito, también es e-commerce”.

Bajo ese análisis, dice, este rubro en 2015 se acercó a los 500 millones de dólares. Pero aún con esa cifra, el peso de Ecuador en la región apenas supera el uno por ciento. ¿Problema de oferta o el crecimiento depende de la demanda? Ottati cree que el reto es de los dueños de los comercios. “Ellos tienen que culturizar al comprador (...) Deben darle la mayor información posible para que sienta esa confianza” que tienen en portales extranjeros.

Similar opinión tiene Jorge Terán, gerente de la asesora Edutic Ecuador, quien agrega que sí hay ganas de comprar vía online, pero que las marcas nacionales o los servicios deben dar confianza, beneficios, algo que agregue valor a esa venta. “Si llegas al consumidor con la oferta adecuada, con el método de pago que necesita, y una entrega segura, esto crecerá”. Por ahora indica que el 98 por ciento de las compras online se hacen en sitios del exterior.

Diez estrategias de marketing para usar en e-commerce.

Aumentar conversiones es uno de retos fundamentales a los que se enfrenta el e-commerce, una práctica que está en constante crecimiento y evolución. Por eso, si eres de los que desea abrirse un hueco en este mercado, te ofrecemos, en este post, 10 estrategias fundamentales del marketing que no puedes pasar por alto.

1. Generar tráfico

Teniendo en cuenta el bombardeo de información y publicidad que sufren los usuarios mientras navegan por la Red, uno de los objetivos más importantes del e-commerce es diferenciarse y hacer que te vean.

Pero, ¿cómo? Utilizando marketing de contenidos, mejorando la interacción y la publicidad en redes sociales, optimizando el SEO o implementando publicidad display programática.

Este último concepto tan novedoso se refiere a un tipo de publicidad gráfica, muy atractiva visualmente y de contenido relevante, que aparece en ciertas páginas web gracias a la utilización de una plataforma automática para comprar impresiones. Entre sus beneficios, se destacan:

- **Segmentación muy concreta:** basándose en una combinación de sitios y anuncios, permite dirigirse, no sólo a un porcentaje aproximado de clientes sino a aquellos clientes a los que realmente se quiere llegar. Esta segmentación se consigue gracias al estudio de algoritmos que tienen en cuenta tanto el perfil de los usuarios como su comportamiento dentro del entorno digital.
- **Minimiza el gasto:** una segmentación tan ajustada ayuda a que los impactos a la audiencia se den en los lugares adecuados y en los momentos precisos. Además, los procesos que ocurren entre los diferentes actores de la publicidad digital se reúnen en un único canal que,

además de ahorrar tiempo, trabajo y dinero, posibilita la automatización y optimización de campañas.

- **Maximiza las conversiones:** es capaz de recuperar potenciales clientes que han visitado una web pero que se han marchado sin comprar.

2. Crear una buena Pagina web

La Página web debe construirse como un lugar atractivo a la vista, con una llamada a la acción y con una lista de beneficios de los productos y opiniones de otros usuarios. Toda la información de tus productos o servicios debe estar recogida en esta página, ya que el usuario muchas veces llega a la web por medio de buscadores y sin conocer ningún dato sobre la marca.

3. Mejorar la usabilidad

El tiempo de carga de la Página web, la facilidad en los pasos a dar en el procedimiento de compra del producto/servicio o el tipo de información que se da en la página de producto puede significar la diferencia entre la supervivencia y el fracaso, es necesario comunicar de una forma óptima, atractiva y rápida para que la decisión del usuario de continuar con la compra sea lo más ágil posible.

4. Simplificar los formularios

A nadie le gusta dar sus datos personales pero, en el caso del comercio electrónico es algo necesario para que las transacciones puedan realizarse. El cliente lo entiende pero hasta cierto punto, por eso no es recomendable pedir información de más con la finalidad de obtener unas bases de datos más completas. En el caso de que fuera imprescindible, se le debería explicar al cliente el motivo para ello.

5. Poner en práctica el email remarketing

Una parte de los usuarios que acceden a una web se pierde en el camino hacia la compra y acaba por abandonar la página sin obtener ningún servicio o producto. Para intentar solventarlo y recordarle al cliente que tiene una lista de artículos pendientes de considerar, puede enviársele un email para que retome el proceso de compra, acelere la toma de decisión y complete finalmente la transacción.

6. Preparar estrategias de crosselling y upselling

Evitar los abandonos es esencial, pero también lo es intentar incrementar el valor del carrito de compra. En el primer caso se trata de proponer productos similares al que el cliente ha guardado o comprado; y en el segundo caso, de ofrecer productos de mayor calidad a los que está mirando.

7. Adaptarse al entorno mobile

El mobile commerce es una de las tendencias para este 2016, se estima que un 77% de las grandes empresas ya adoptó el m-commerce. Además, como Google está dejando de indexar a los sites que no cuentan con diseños web adaptados a este tipo de plataformas, implica que aplicar una buena estrategia de marketing para los clientes mobile se vuelve prácticamente una obligación.

8. Ofrecer incentivos a la compra

Acciones como obsequiar con el envío gratuito, con un descuento por suscripción a la newsletter o con un código de descuento para la siguiente compra a cada usuario que haya realizado más de cinco pedidos en la misma página, son alicientes que invitan al usuario a adquirir más productos.

9. Marketing de afiliación

Consiste en pagar una comisión a otras páginas web, con las que se ha hecho un convenio previo, por las ventas que provengan de visitas generadas por ellas. Otra alternativa es llegar a un acuerdo con bloggers relacionados con el sector para que den difusión de la marca o de un artículo concreto a través de alguna red social o para que creen contenido relacionado en sus blogs personales.

10. Monitorizar y optimizar

No sólo hay que trabajar para crear la mejor versión de nuestra página web sino saber qué está pasando y cómo se están comportando los usuarios cuando llegan a ella. En este sentido es crucial utilizar herramientas de analítica y monitorización, como es Google Analytics. Podremos saber desde qué tipo de dispositivo utilizan los consumidores para acceder a la página web hasta el número de leads (registros) que hemos conseguido en un periodo de tiempo determinado.

Ventajas del eCommerce

- ✓ No hay que hacer colas para comprar
- ✓ Acceso a tiendas y productos en lugares remotos
- ✓ No es necesario tener una tienda física para comprar y vender
- ✓ Es posible ofrecer y encontrar una gran cantidad de opciones
- ✓ Las tiendas online están disponibles las 24 horas todos los días.
- ✓ Capacidad de comprar y vender a otros consumidores.
- ✓ Compra inmediata de productos digitales(descarga online)
- ✓ Facilidad para crecer y ofrecer más y mejores productos y servicios
- ✓ No hay limitaciones ni condicionamientos de espacio.
- ✓ Facilidad y rapidez para comunicarse
- ✓ No hay necesidad de manejar dinero en efectivo
- ✓ Transacciones y contrataciones rápidas y eficientes.

- ✓ Reducción de gastos de personal
- ✓ Capacidad para hacer un seguimiento del producto o servicio.

Desventajas del eCommerce

- ✓ Falta de comunicación y relación personal.
- ✓ Imposibilidad de probar el producto antes de comprarlo.
- ✓ Es necesario contar con una conexión a Internet segura.
- ✓ Es imprescindible tener dispositivo conectado a Internet.
- ✓ Miedo a hackers o pagos fraudulentos estafas.
- ✓ Incomodidad para las devoluciones.
- ✓ Retraso en la recepción de los productos..

Conclusiones

Parece evidente que las ventajas del eCommerce pesan más que los inconvenientes, tanto para consumidores como para comerciantes. Para poder tener éxito en un negocio online, los empresarios deben tener en cuenta las circunstancias que los clientes consideran desventajas para poder facilitarles el proceso de compra y conseguir aumentar las ventas.

El eCommerce como una oportunidad de negocio extraordinaria y para tenerla en cuenta como una actividad principal, y no secundaria o complementaria a un negocio tradicional. Es más, con el paso del tiempo se va viendo que son los negocios físicos locales los que surgen como complemento y ampliación de un negocio electrónico.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
TALLER III**

COMPLETE:

1.- Concepto de e-Commerce

El e-Commerce o _____ es un método de _____ de bienes, productos o servicios por medio del _____ como medio, es decir, comerciar de manera _____

2.- Indique algunas ventajas del e-Commerce

3.- Contesta un breve concepto de los tipos de comercio electrónico

Business to Business

(B2B): _____

Business to Consumer (B2C):

Consumer to Consumer (C2C):

Cuadro # 5



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**



**SEMANA V
PLANIFICACIÓN DE CAPACITACIÓN – SEMINARIO TALLER INNOVACION TEGNOLOGICA**

TEMA: Ventas de Productos y Servicio técnico a través del uso de Internet

TIEMPO: 3 horas.

OBJETIVO: Dar a Conocer los Criterios y estrategias comerciales para promocionar un producto o servicio técnico a través de los medios tecnológicos.

LUGAR: Instituto Técnico Superior Simón Bolívar

DESTREZA CON CRITERIO DE DESEMPEÑO	PRESIONES PARA LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	RECURSOS	INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN
<p>Determinar qué tipo de servicio técnico se va a promocionar por Internet y establecer términos de negociación y forma de pagos</p>	<p>Actividad Inicial: Saludo Afectivo Motivación: Dinámica “Capitán manda” Diagnóstico: Explicación breve sobre los temas a tratar. Construcción de conocimientos - Ventas de productos o servicio técnico. -Condiciones de Venta del producto o la asistencia técnica -Garantía del producto o servicio técnico.</p>	<p>Folletos Computador Proyector Marcadores Pizarra</p>	<p>Según lo aprendido conteste las siguientes preguntas: 1.- ¿Según su punto de vista que importancia tiene la innovación tecnológica para el emprendimiento? 2.- ¿Cuáles son los primeros pasos que debes considerar para crear tu propio negocio?</p>

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

SEMANA V

Ventas de productos o servicio técnico por internet

Productos y Servicio Técnico

Cuando se compra un producto o un servicio técnico, el fabricante o comerciante está obligado a responder de los posibles defectos de fabricación o mal servicio técnico durante un periodo determinado a lo que se conoce como (garantía), las mismas que deben estar sujetas a legislación de cada país. El Servicio técnico y la garantía de un producto adquirido solo son por un periodo determinado. Cuando el periodo vence el comprador en la mayoría de los casos contrata una empresa para mantenimiento y reparaciones futuras.

Existe gran cantidad de servicios técnicos no oficiales, es decir, que no están vinculados a ningún fabricante o comercializador en concreto, sino que actúan por su cuenta y riesgo.

Aunque el término SAT (Servicio de Atención Técnica) es empleado por los talleres de servicios que reparan equipos con garantía de fabricante, existe otro tipo de talleres CAST (Centro Autorizado de Servicio Técnico), estos centros se diferencian manejar mas reparaciones a los SAT y por tal motivo deben de contar con un control más estricto.

Los CAST's deben sujetas a regulaciones de los fabricantes a los cuales prestan sus servicios, el objeto es ofrecer un servicio de excelencia para sus clientes y de esta manera conservar la imagen de la marca que representan. Menudo se ven obligados a obtener certificados de calidad, ya sea en el ámbito industrial como en el de satisfacción al cliente. Los certificados de calidad se pueden obtener adquiriendo sistemas de gestión especializados que obliguen a cumplir con los procesos de manejo de garantías pero que a la vez optimicen la relación con los clientes

Condiciones de Venta del producto o la asistencia técnica.

Condiciones de venta

Estas Condiciones son importantes tanto para Usted como para el vendedor puesto que han sido diseñadas para crear un acuerdo legalmente vinculante entre ambas partes, protegiendo sus derechos como cliente y los nuestros como emprendedores microempresarios.



Fuente: www.tolecarnes.com

Les rogamos que lean atentamente las presentes Condiciones y nuestra Política de Privacidad antes de confirmar su pago para realizar el pedido. La contratación de productos y servicios a través de las Webs únicamente puede realizarse en castellano.

Pedido

El hecho de realizar usted un pedido en las Webs equivale a la aceptación plena y entera de los precios, de la descripción de los productos a la venta y de las condiciones generales de venta, que serán las únicas aplicables al contrato así concluido. Usted se compromete a hacer uso del sitio web para realizar consultas o pedidos legalmente válidos.

También se obliga Usted a facilitarnos de manera cierta y correcta su dirección de correo electrónico, dirección y/u otros datos de contacto, declarando conocer que podemos hacer uso de esta información para ponernos en contacto con usted si es necesario de acuerdo con nuestra Política de Privacidad.

Si usted no nos facilita correctamente toda la información que necesitamos, no podremos cursar su pedido correctamente. Usted podrá identificar errores en los datos facilitados en los correos de confirmación que le enviemos y, en su caso, corregirlos a través del Servicio de Atención al Cliente, a través de nuestro formulario de contacto.



Fuente: www.freepsvault.blogspot.com

Al realizar un pedido a través de las Webs usted nos garantiza que está plenamente autorizado para utilizar la correspondiente tarjeta de crédito o débito, en caso de elegir dicha modalidad de pago. Sólo las personas con la capacidad jurídica necesaria para suscribir contratos relativos a la clase de bienes y servicios propuestos pueden realizar pedidos en las Webs.

Para realizar un pedido, deberá seguir el proceso de compra online hasta el pago. Una vez completado el anterior proceso, recibirá un correo electrónico acusando recibo de su pedido (la “Confirmación de Pedido”).

Disponibilidad

Los artículos que se ofrecen a través de este sitio web están disponibles únicamente en España peninsular, Baleares y Portugal peninsular.

La empresa hará todo lo posible para complacer a todos sus clientes, pero todos los pedidos están sujetos a la disponibilidad de los correspondientes productos: si se producen dificultades en cuanto a su suministro, o si no quedan artículos en stock, nos reservamos el derecho de facilitarle información acerca de productos sustitutos de calidad y valor igual o superior que usted podrá encargar. Si no desea hacer un pedido de esos productos sustitutos, le reembolsaremos cualquier cantidad que pudiera usted haber abonado.

Entrega

La empresa se compromete a entregar los productos o brindar el servicio en la dirección que usted señale en el formulario de pedido. Usted puede solicitar la entrega, en otro domicilio y a otra persona física diferente a la que suscribe el pedido, siempre y cuando el domicilio de entrega esté situado en alguna de las ubicaciones especificadas antelación.

Con el fin de optimizar la entrega, le agradecemos que indique una dirección en la cual el pedido pueda ser entregado dentro del horario laboral habitual.

En cada confirmación de envío le proporcionaremos todos los datos sobre su envío (empresa de mensajería y número de seguimiento) para que usted pueda consultar y conocer en todo momento el lugar donde se encuentra su envío o el tiempo de llegada del técnico.

En caso de alguna demora o retraso por caso fortuito se enviara un aviso vía telefónica. Si tampoco fuera posible establecer contacto por esta vía le enviaremos a Usted un email a la dirección que nos haya facilitado en el proceso de compra indicándole la novedad y el tiempo para concretar la entrega.

La empresa hará todo lo posible para asistir o entregar siempre todos los pedidos, puede haber circunstancias excepcionales que nos impidan la tramitación de algún pedido después de haber enviado la Confirmación de Pedido. En este caso, procederemos al reembolso total del importe pagado por Usted.

Retirada de productos o servicio técnico:

Nos reservamos el derecho de retirar cualquier Producto o servicio técnico de nuestro sitio web en cualquier momento y/o a quitar o modificar cualquier material o contenido del mismo. No seremos responsables frente a Usted o frente a cualquier tercero por el hecho de retirar cualquier producto de las Webs.

Precios

Los precios de los productos o servicio técnico serán los publicados en la web en cada momento. Dichos precios incluyen el IVA. El precio debe ser pagado en su totalidad al efectuar la compra. Los gastos de envío varían en

función del peso, material enviado, tamaño, tipo de servicio o asistencia técnica.

La empresa se reserva el derecho de modificar en cualquier momento los precios de venta que figuran en las Webs, pero los artículos se facturarán en base a las tarifas en el momento en el que se registre el pedido bajo reserva de disponibilidad en esa fecha.

Tipo de Pago

El pago de los pedidos podrá efectuarse utilizando las siguientes modalidades:

Tarjeta Visa o MasterCard

Transferencia o ingreso en cuenta bancaria



Fuente: www.vectorecuador.com

La empresa se reserva el derecho a cambiar las modalidades de pago, pudiendo crear nuevas o eliminar alguna de las existentes, sin que el usuario/cliente de las Webs pueda realizar reclamaciones por este motivo. No obstante si el cambio en la modalidad de pago afectase a un pedido ya realizado, nos pondríamos en contacto con el cliente para informarle de dicho

cambio, ofreciéndole la opción de cancelar el pedido si lo considerase conveniente.

El cargo en su tarjeta se realiza en tiempo real a través de la pasarela de pago de la entidad financiera correspondiente y una vez se haya comprobado que los datos comunicados son correctos.

Con el objetivo de dar la máxima seguridad al proceso de pago, las Webs utilizan sistemas de pago seguro de entidades financieras de primer orden. Puede encontrar información adicional sobre la seguridad de sus datos en el apartado Política de privacidad.

Las tarjetas de crédito estarán sujetas a comprobaciones y autorizaciones por parte de la entidad emisora de las mismas, pero si dicha entidad no autorizase el pago no nos haremos responsables por ningún retraso o falta de entrega y no podremos formalizar ningún Contrato con Usted.

Garantía de los productos adquiridos

En el caso de falta de conformidad, deberá informarnos en el plazo de dos meses desde que tuvo conocimiento de ella a través de nuestro formulario de contacto indicando sus datos, el número de su factura de compra y la anomalía detectada. El incumplimiento de dicho plazo no supondrá la pérdida de la garantía, pero Usted será no obstante responsable de los daños o perjuicios ocasionados por el retraso en la comunicación.

En el caso de existir un defecto de fabricación, la empresa se hará responsable de los costes de devolución, así como de los gastos relacionados con la mano de obra y los materiales. El artículo a devolver deberá estar correctamente embalado y conservar todos sus accesorios e instrucciones de origen para poder ser devuelto.

Las instrucciones para el correcto uso e instalación del producto, así como la documentación de garantía incluida por los fabricantes, son de obligada lectura por el comprador. La garantía perderá su vigencia en caso de defectos o deterioros causados por factores externos, accidentes, en especial accidentes eléctricos, desgaste, instalación o mal uso del producto, manipulación indebida o utilización no conforme a las instrucciones del Proveedor.

Quedan también excluidos de la garantía los productos modificados o reparados por el cliente o cualquier otra persona no autorizada por el proveedor. Para cualquier pregunta o solicitud de información, puede ponerse en contacto con el Servicio de Atención al Cliente a través de nuestro formulario de contacto.

Responsabilidad y exoneración de responsabilidad

La responsabilidad de la empresa en relación con cualquier producto o servicio técnico adquirido en las Webs estará limitada estrictamente al contrato de compra, y no se verá comprometida por simples errores u omisiones que hayan podido tener lugar, cuando se hayan tomado todas las precauciones necesarias en la presentación y la descripción del de los productos.

La empresa no podrá ser considerada responsable por un cliente o un tercero de daños indirectos, pérdidas de explotación o lucro cesante ocurridos por el medio que fuera aunque dicho daño, pérdida o perjuicio.

La empresa no podrá ser considerada responsable del incumplimiento del contrato suscrito en casos de fuerza mayor, de interrupción de la actividad o

huelga total o parcia, de los servicios postales y medios de transporte o comunicaciones, inundaciones o incendio.

Comunicaciones por escrito y notificaciones

La normativa aplicable exige que parte de la información o comunicaciones que le enviemos sean por escrito. Al usar las Webs, Usted acepta que la mayor parte de las comunicaciones con nosotros se realicen por vía electrónica. A efectos contractuales, usted consiente en utilizar el correo electrónico como medio de comunicación y reconoce que todo contrato, notificación, información y demás comunicaciones que le enviemos de forma electrónica cumplen con los requisitos legales de ser por escrito. Esta condición no afectará a sus derechos reconocidos por ley.

Las notificaciones que usted nos envíe deberán enviarse preferiblemente a través de nuestro formulario de contacto. Con arreglo a lo anteriormente dispuesto y salvo que se estipule lo contrario, le podremos enviar comunicaciones bien al e-mail o bien a la dirección postal facilitada por usted a la hora de realizar un pedido.

Se entenderá que las notificaciones han sido recibidas y han sido correctamente hechas en el mismo instante en que se publiquen en nuestro sitio web, 24 horas después de haberse enviado un correo electrónico.

Comentarios y sugerencias

Estaremos encantados de recibir sus comentarios y sugerencias y a tal efecto le invitamos a utilizar nuestro formulario de contacto.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
TALLER IV
PREGUNTAS

CONTESTA:

a).- ¿Que significa las siglas SAT y CAST e indique sus diferencias?

b).-¿Indique cuáles serían las condiciones de Venta del producto o la servicio técnico?

Cuadro # 6



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SEMANA VI Y SEMANA VII
PLANIFICACIÓN DE CAPACITACIÓN – SEMINARIO TALLER INNOVACION TEGNOLOGICA

TEMA: Herramientas Tecnológicas

TIEMPO: 6 horas.

OBJETIVO: Comprender el uso correcto de las herramientas tecnológicas. **LUGAR:** Instituto Técnico Superior. Simón Bolívar

DESTREZA CON CRITERIO DE DESEMPEÑO	PRESISIONES PARA LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	RECURSOS	INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN
<p>Conocer la importancia de las herramientas tecnológicas. Conceptos y Criterios que se debe considera para su uso.</p>	<p>Actividad Inicial: Saludo Afectivo de bienvenida Motivación: Voy a vender por internet Diagnóstico: Repaso de la clase anterior Actividades de Construcción de conocimientos y experiencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Herramientas tecnológicas. - Importancia de las Herramientas Tecnológicas. - Sitio Web. - Redes Sociales. - Blog. - Marketing Email 	<p>Computadora Proyecto Folleto Pizarra Marcadores Hojas Lápices</p>	<p>Según los aprendido conteste las siguientes preguntas: 1.- Conteste Verdadero(V) o Falso (F) según corresponda: Un sitio web disminuye el campo de posibilidades de tu empresa_() El primer paso para crear un sitio Web es registrar el dominio_() El email marketing es envió masivo de correo electrónico_() 2.- Mencione los pasos para crear un sitio Web</p>

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

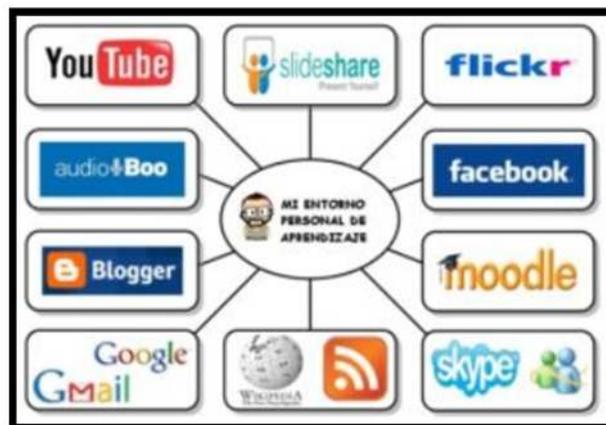
SEMANA VI

Herramientas Tecnológicas

Primero definamos a la tecnología como el resultado de los procesos que los humanos siguen en su entorno para lograr cubrir sus metas y necesidades.

La tecnología está basada en experiencias de la persona visto desde un campo científico y los estudios que apoyaron dicho campo. Es decir la evolución de la tecnología se basa en la investigación y la práctica. Y las Herramientas Tecnológicas tienen por fin mejorar tiempos y calidad en el trabajo además de lograr una distribución y dosificación de recursos eficaz.

Las herramientas tecnológicas permiten el intercambio de experiencia, estudios e investigación en el interior de las organizaciones así como con su entorno. En una definición más global, podríamos indicar que una herramienta tecnológica es cualquier “software” o “hardware” que ayuda a realizar bien una tarea, entiéndase por “realizar bien” que se obtengan los resultados esperados, con ahorro de tiempo y ahorro en recursos personales y económicos.



Fuente: www.upla.cl/noticias

Importancia de las Herramientas Tecnológicas

La importancia de las herramientas tecnológicas radica en que han servido y sirven para la optimización de procesos y comunicación entre las personas.

Veamos un ejemplo con los drones, el número de aplicaciones que se le puede dar desde su invención se viene acrecentando en forma exponencial, es decir que la existencia de ésta herramienta tecnológica hace que se creen y perfeccionen ideas en beneficio de la humanidad.

Otra herramienta que se percibe de gran uso para el comercio electrónico son las aplicaciones para los dispositivos móviles, los desarrolladores han logrado niveles tan altos en la presentación de estas tecnologías que sus innumerables usos y agilidad para cerrar negocios de manera impensada hace solo una decena de años.

Herramientas tecnológicas de gran alcance para iniciar tu negocio

Las compañías pueden usar a las herramientas de la web como sus aliados para posicionarse en el mercado y para fomentar cercanía con sus clientes. En la actualidad es fundamental la implementación de herramientas tecnológicas que permitan tener una plataforma de mejor posicionamiento para las empresas

Las Tecnologías de la Información (TI) permiten mejorar la interconectividad entre una empresa y sus potenciales clientes, a la vez son herramientas que generan ahorro en costos y tiempo. Algunos aspectos de tecnología de la información que ayudan a apuntalar el posicionamiento de la empresa en cuanto a comercialización, las herramientas tecnológicas más usadas son: Sitio Web, Redes Sociales, Blog y email marketing.

Que es una página web

Empezando por su definición, consideramos una página web a un documento disponible en Internet, o World Wide Web (www), codificado según sus estándares y con un lenguaje específico conocido como HTML. A estos sitios se puede llegar a través de los navegadores de Internet, que reciben la información del documento interpretando su código y entregando al usuario la información de manera visual.

Una página web necesita un lugar donde alojarse para que cuando el usuario solicite la información desde su navegador, la información que esta contiene se cargue y aparezca en el ordenador. Es por ello que los sitios web se encuentran en un servidor web o host, que podría definirse a grandes rasgos como un gran ordenador que entrega el contenido cuando se solicita por la red.



Fuente: www.eopensolutions.com/

Pasos para crear y hacer andar el sitio web de tu negocio

Tener un sitio web y hacerlo trabajar aumenta el campo de posibilidades de tu empresa. Te permite comunicarte con quien sea para anunciar tus promociones, mostrar a clientes potenciales tu producto o servicio y facilitarles la compra directamente. Puedes además hacer pruebas de mercado, entrar a grupos de discusión con individuos de tu industria, enviar información a tus clientes y vincularte con otros emprendedores.

1. Registra tu dominio

Lo primero que debes hacer es una lista de posibles nombres para tu sitio y verificar que el nombre que has elegido no esté tomado. A cambio de una modesta cuota (alrededor de \$35), encontrarás una lista de compañías tales como www.networksolutions.com, que te guiarán para inscribir tu dominio. Un sitio que es de particular ayuda es www.register.com pues, al igual que otros servicios similares, te informará si el nombre que has elegido ya está dado, pero va un paso más allá al ofrecerte una lista de nombres alternativos que se encuentran disponibles. De dichos nombres, elige el que sea más fácil de escribir y recordar.

2. Crea un esbozo

Una vez tengas tú dominio estás listo para diseñar y construir tu página de internet. Antes de involucrarte con los detalles de diseño, crea un esbozo para facilitar el proceso de producción. El esbozo es una lista de las páginas que componen tu sitio web.

3. Define el contenido

Ofrece a los visitantes mucha información interesante, incentivos para visitarlo, comprar y maneras de entrar en contacto contigo. Una vez que el sitio esté en marcha, actualízalo continuamente y añade contenidos frescos para que los clientes regresen por más.

4. Arma la estructura

Decide cuántas páginas incluir y cómo enlazarlas. Elige gráficas e íconos que realcen el contenido. Ahora, organiza el contenido en un mapa del sitio. El mapa del sitio contiene las páginas numeradas que esbozan el contenido del sitio y muestra cómo se relacionan y pasan de una otra. La página uno es tu página de inicio o portada, la primera que verán los visitantes cuando tecleen tu URL. Arregla los íconos que describan las áreas de contenido importantes en el orden que prefieras. Las páginas dos en adelante corresponden a un ícono cada una en tu página de inicio.

5. Diseña

Ya sea que estés usando a un diseñador externo o lo estés haciendo tú mismo, concéntrate en la simplicidad, facilidad de lectura y consistencia.

Ofrece a tus visitantes ciertas claves, mediante el uso de gráficas, esquemas de fuente y color que tengan sentido. Por ejemplo, si tu sitio ofrece artículos para el hogar, podrías definir el color naranja para los textos e íconos relacionados con la cocina y el color verde para los relacionados con el living. Chequea www.tripod.com, contiene servicios de diseño que te permiten utilizar FrontPage gratis; y Angelfire, un servicio con herramientas de diseño que incluye una biblioteca de gráficos.

6. Facilita la navegación

No uses más de dos o tres enlaces con áreas principales, nunca dejes a los visitantes en un callejón sin salida y no los obligues a regresar tres o cuatro enlaces para ir de un área de contenido a otro. Los programas de diseño tales como Front-Page Express de Microsoft hacen fácil la creación de enlaces a otros sitios.

7. Muestra credibilidad

Tu sitio debe tener aspecto profesional y dar a los clientes potenciales la misma sensación de confianza que una llamada telefónica o una visita personal les daría. Además, asegúrate de recordar a tus visitantes que tu negocio no sólo existe en el ciberespacio. La información completa para contactar a tu empresa debe aparecer en tu página de inicio o portada.

8. Coloca el sitio en la web

Puedes obtener el servicio 24/7 mediante el arrendamiento de espacio en el servidor de alguien más. Un servidor es sencillamente una computadora que está conectada permanentemente a Internet. Puedes conectarte a un servicio de hospedaje a través de la red mediante el uso de un proveedor de Internet, después subes tus archivos y gráficas en el espacio rentado. Existen toneladas de servicios de hospedaje. El sitio de CNet.com facilita la comparación de precios (la mayoría inicia con \$50 al mes).

Posicionar mi web en Google (SEM y SEO)

Todas las empresas necesitan una web, y todas las webs necesitan estar visibles en los buscadores. Esta es la realidad que ha hecho que cada vez más personas se interesen en descubrir qué es el SEO y cómo pueden empezar a posicionar su web en Google. Existen varias claves para que una estrategia SEO funcione desde el principio. Pero antes, hace falta conocer cuáles son los objetivos de la web, sus keywords y su posible audiencia. A diferencia del SEM (Google Adwords),

El SEO es un trabajo que tarda bastante tiempo en ofrecer resultados óptimos. Hace falta analizar, probar y corregir de forma constante para dar con la clave y empezar a recibir visitas orgánicas desde los buscadores. No hay un secreto único y general, pero existen numerosas técnicas y trucos para empezar a posicionar una web en Google

SEMANA VII

Redes sociales

Definición

Son sitios de Internet formados por comunidades de individuos que comparten intereses o actividades, como ser amistad, parentesco, trabajo, hobbies, y que permiten intercambio de información. No necesariamente los integrantes se tienen que conocer previamente, sino que pueden hacerlo a través de ella. Las redes sociales en internet se basan en los vínculos que hay entre sus usuarios. Existen varios tipos de redes sociales:

Redes sociales genéricas. Son las más numerosas y conocidas. Las más usadas en Ecuador son Facebook, Twitter, Instagram y Google+

Redes sociales profesionales. Sus miembros están relacionados laboralmente. Pueden servir para conectar compañeros o para la búsqueda de trabajo. Las más conocidas son LinkedIn, Xing y Viadeo.

Redes sociales verticales o temáticas. Están basadas en un tema concreto. Pueden relacionar personas con el mismo hobby, la misma actividad o el mismo rol. Las más famosas son YouTube, Flickr y Pinterest.



Fuente: www.fotonostra.com

BLOG

¿Qué es un blog?

Un blog es otra de las herramientas de comunicación digital más utilizadas en la red. En ellos el autor recopila y publica información sobre un tema concreto. Existen infinidad de temas y no tienen que ajustarse necesariamente a uno sólo.

El emisor del mensaje puede dar la opción al receptor de comunicarse con él. Esto puede hacerse a través de un apartado de comentarios o directamente por email. También son conocidos en español como bitácora y en inglés como weblog. Es lo más parecido a un diario ya que su contenido se actualiza periódicamente y en un orden cronológico. Cada noticia publicada se llama post.

Terminología de blogs

El uso de blogs se extendió a finales de los años 90 por toda la red. De ahí se han derivado términos específicos como blogosfera, blogroll, post, etc.

1.- Blogosfera: Se llama así al conjunto de blogs publicados en internet. Los weblogs pueden estar ordenados dentro de la blogosfera. Lo habitual es que el orden responda a la temática de cada uno de ellos. Todos estos blogs interconectados pueden entenderse como un fenómeno social.

2.- Blogroll: Es la lista de blogs recomendados o enlazados. Esta lista puede estar publicada en un blog o en cualquier otro tipo de página web. Normalmente se sitúa en un lateral de la web principal.

3.- Post: Término inglés que designa cada una de las publicaciones hechas en la bitácora. En español sería "artículo".

Servidores para blogs

Existen numerosos servidores en los que alojar un blog. Los más comunes y utilizados son Wordpress y Blogger. Ambos son gratuitos y ofrecen plantillas para la creación de blogs. No necesitan instalar ningún software y no se requieren conocimientos previos para publicar en ellos.



Fuente: www.blogomundo.com

Beneficios de un blog para ventas online

Alcanzar una audiencia nueva

Con un blog, lo que puedes hacer es dotar de contenidos frescos tu tienda online y esto es muy positivo para Google.

Una vez que has montado tu tienda online es probable que no vayas a incorporar nuevos productos o nuevas categorías cada semana. En cambio sí puedes producir un par de artículos cada semana, es contenido fresco que Google va a poder indexar y así va a percibir movimientos en tu dominio. Lo cual es muy bueno para tus rankings.

Al aumentar tu probabilidad de estar posicionado más alto en los rankings de Google, estás incrementando tu alcance y estás llegando a un público que, sin tener blog, no podrías conseguir.

Humanizar tu negocio

En tu blog, usa fotos y pequeños videos donde apareces tú dando la cara, como dueño del negocio.

Generar confianza

Si haces esto, lo que estás haciendo es humanizar tu negocio y yo creo que es muy, muy importante, porque debes tener muy claro, sobre todo si tratas de vender productos que no tienen marca propia, que tienes que generar confianza antes de tratar de vender lo que sea.

Muestra tus activos

Por ejemplo, si tú trabajas en un almacén y tienes muchas máquinas, deberas sacar provecho de esto y sacar fotos de las máquinas o explicar a la gente cómo trabajas en tu almacén y también grabar pequeños videos con tu webcam o tu móvil, donde apareces tú y das la cara.

Un proceso de compra más transparente

Tener un blog donde ofreces información que ayude para que tus lectores puedan tomar sus decisiones de compra de forma totalmente preparada, significa que tienes un montón de información que viene a completar lo que puede ser la propia ficha del producto que ya se encuentra en tu tienda online.

Y cuando ofreces más información, lo que estás haciendo es posibilitar que ocurran más procesos de compra en tu propia tienda. Cuanta más información des a la gente que te lea sobre el proceso de compra, sobre las condiciones de devolución, sobre el servicio de entrega a domicilio, etcétera, etcétera, mejores decisiones podrán tomar ellos y seguramente, más ventas vas a lograr.

Soporte de valor añadido

Si también piensas en las actividades de atención al cliente, puedes usar el formato video para grabar mini tutoriales. Dotando de valor añadido tu servicio de atención al cliente estás haciendo dos cosas: por un lado cuidas muy bien las relaciones que puedes desarrollar con tus clientes y además, cuando produces videos de este tipo, lo que estás haciendo es aumentar tu credibilidad y asentar tu autoridad en el nicho.

Una relación contextual en cada momento

Una de las jugadas perfectas que puedes hacer cuando tienes una tienda online y un blog es relacionar en cada momento, las entradas que publicas con las fichas de tus productos.

En el blog te enfocas a ofrecer contenido de valor para tu target, para la gente que quieres atraer en tu blog y en segunda instancia, en tu tienda. Pero puedes utilizar por ejemplo el pie de tus entradas para enseñar 2 o 3 fichas de productos relacionados con el tema que has abordado en la entrada.

Un canal de doble vía

Esto tiene que funcionar del blog a la tienda y también de la tienda al blog, porque alguien que está consultando una ficha de producto en tu tienda pero que todavía no está preparado para ejecutar la compra en este momento (porque todavía no está convencido, o no ha tomado la decisión sobre qué producto comprar), en este caso es muy útil seguir nutriendo esta relación con este “pre cliente” que todavía no está dispuesto a comprar pero que si le das buena información, lo más probable es que en un par de días después vuelva a tu blog-tienda y termine por realizar la compra en tu página antes que en otras.

email marketing

Definición

El email marketing (emailing o e-mailing) es una palabra en inglés que se utiliza para definir el envío masivo de correos electrónicos a un conjunto de contactos. El envío de una campaña de email marketing es a la vez un acto de comunicación online y marketing directo. Su objetivo es promover un mensaje a un conjunto de usuarios a través de la bandeja de entrada de sus emails.

Ventajas de enviar campañas de email marketing

El email marketing es la herramienta más eficaz de marketing directo. Para sacarle el máximo provecho debe de estar correctamente enfocada y organizada. El envío de newsletters por email es la mejor manera de mantener una relación estable a largo plazo con los clientes actuales y los clientes potenciales. Veamos las ventajas de email marketing:

El coste de email marketing es bajo

Enviar una newsletter o boletín de noticias, tiene costos inferiores a otros medios de comunicación y sus costos variables son bajos.

Enviar campañas es simple y rápido

Una campaña de email marketing es más fácil de configurar que una campaña de marketing directo a direcciones físicas. Se requiere un menor número de jugadores y trae menos estrés. El software de envío de newsletter hace que la creación y el envío de emailing sea aún más fácil. Sólo unos pocos minutos pueden separar la creación de una newsletter y su distribución a miles de destinatarios.

Se adapta a tu negocio y tus necesidades

Desde el envío de una newsletter semanal o mensual, el mailing se presta muy bien a muchas situaciones y diferentes escenarios.

El email marketing va más allá del mail

Una campaña de email marketing permite provocar interacciones con tus destinatarios, superando la simple lectura del email. Una oferta comercial puede desencadenar una compra inmediata en la página de la tienda, una newsletter puede generar en aumentar el tráfico en tu web y mejorar tu reputación online.

El emailing permite personalizar al máximo

Puede enviar diferentes newsletters basados en atributos específicos y distintivos (dirección física, historial de compras, entre otros). Solo necesitas una base de datos completa y precisa. La estrategia de construcción de base de datos solo la limita la imaginación. La base de datos también permite insertar campos personalizados en tu mensaje con el fin de aumentar la relevancia y su alcance.

El email marketing tiene un ROI del 4.300%

Las tasas de conversión del email marketing son altas comparadas con otras herramientas de marketing directo. Puedes calcular con exactitud el coste de su campaña y evaluar el retorno de la inversión (ROI).

Obtienes resultados de forma instantánea

A partir del momento que se envía una campaña, en breves instantes ya podemos ver los primeros resultados. ¿Sabías que un 80% de respuestas a newsletter tienen lugar en los primeros 3 días a partir del envío del correo?

Accedes a estadísticas completas

El comportamiento de los destinatarios puede ser seguido en tiempo real. Los informes estadísticos disponibles al instante permiten evaluar el rendimiento de sus ofertas y de ser necesario, analizar la capacidad de respuesta de cada uno de sus contactos.

El mailing te permite hacer test A/B

El emailing permite realizar pruebas sencillas y económicas con muestras representativas de su base de datos. Esto permite medir el rendimiento potencial de una oferta y si es necesario modificarla. También puede ofrecer 2 ofertas diferentes a 2 grupos del mismo tamaño y analizar los resultados para enviar la oferta con mejor rendimiento al resto de su base de datos.

El marketing viral

Las newsletters son precursoras de marketing viral. Si el mensaje está bien construido, la oferta es atractiva y el contenido de su newsletter es interesante, los destinatarios pueden compartir su newsletter con otras personas, pasando a ser una especie de "recomendación." Convirtiéndose así en marketing viral.

La asincronía

Tus destinatarios podrán leer tus mensajes cuando lo deseen, a diferencia de una llamada telefónica por ejemplo.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
TALLER V

1.- Conteste verdadero (V) o falso (F) según corresponda.

Un sitio web disminuye el campo de posibilidades de tu empresa ____ ()

El primer paso para crear un sitio Web es registrar el dominio _____ ()

El email marketing es envió masivo de correo electrónico _____ ()

2.- Mencione los pasos para crear un sitio web

Cuadro # 7



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SEMANA VIII**



PLANIFICACIÓN DE CAPACITACIÓN – SEMINARIO TALLER INNOVACION TEGNOLOGICA

TEMA: PYMESTIEMPO: 3 horas.

OBJETIVO: Definir concepto de Pymes, Establecer constitución Legal, Misión, **LUGAR:** Instituto Técnico Superior. Visión y Políticas para crear una Pymes
Simón Bolívar

DESTREZA CON CRITERIO DE DESEMPEÑO	PRESICIONES PARA LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	RECURSOS	INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN
Conceptos y Criterios que se debe considera para la creación de una microempresa	<p>Actividad Inicial: Saludo Afectivo de bienvenida</p> <p>Motivación: Vamos a crear una empresa</p> <p>Diagnóstico: Repaso de la clase anterior</p> <p>Actividades de Construcción de conocimientos y experiencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pymes - Importancia de la Pymes. - Creación y Constitución legal - Misión, Visión y Políticas 	<p>Pizarra</p> <p>Marcadores</p> <p>Hojas</p> <p>Lápices</p> <p>Proyector</p>	<p>Conteste:</p> <p>1.- ¿Cuáles son las Leyes y Normas que Rigen a las Pymes?</p> <p>2.- ¿Indicar que políticas establecería en una Pymes?</p>

Elaborado por: Leonardo Orrala Torres

SEMANA VIII

PYMES

¿Qué son las PYMES?

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- ✓ Comercio al por mayor y al por menor.
- ✓ Agricultura, silvicultura y pesca.
- ✓ Industrias manufactureras.
- ✓ Construcción.
- ✓ Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- ✓ Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- ✓ Servicios comunales, sociales y personales.

Importancia de las PYMES

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

Tratamiento tributario de las PYMES

Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que poseanse las divide en personas naturales y sociedades. De acuerdo a cual sea su caso Ud. podrá encontrar información específica para cumplir con sus

obligaciones tributarias escogiendo las opciones Personas Naturales ó Sociedades.

Diferencia de las PYMES

TIPO	DEFINICIÓN	IMPORTANCIA	CARACTERÍSTICA
PEQUEÑA INDUSTRIA	Unidad de producción dedicada a la transformación de la materia prima.	Es generadora de plazas de empleo, a su vez aporta al desarrollo de la economía del país.	Predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual Capital no será mayor de US \$ 112.000
PEQUEÑA EMPRESA	Unidad económica que realiza la comercialización de bienes y servicios	Genera empleo y contribuye con la economía del país	De 5 a 40 y un máximo de 50 empleados. El capital no tiene piso pero su patrimonio tiene un techo de \$ 150.000.
MEDIANA EMPRESA	Unidad económica destinada a la comercialización de servicios o bienes	Factor importante para el desarrollo económico de un país	Número de empleados entre 50 y 100

MICROEMPRESA	Unidad económica productiva y puede ser de producción, comercio o servicios	El manejo operacional y administrativo lo realiza generalmente una persona.	Sus activos no sobrepasan los US \$ 20.000. El número de trabajadores es máximo de 10 personas incluido el propietario.
ARTESANIAS	La artesanía es la actividad que se ejerce en forma individual o colectiva en la transformación de la M.P	destinada a la producción de bienes, servicios o artística	Predominio de la labor manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas.
GRANDES EMPRESAS	Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y presentación de bienes y servicios	Son necesarias para el desarrollo de la economía de un país.	Son aquellas que tienen más de 100 trabajadores. Y 120 mil dólares en activos fijos

Fuente: www.revistadeiure.wordpress.com

LEYES, NORMAS Y REGLAMENTOS QUE RIGEN A LAS PYMES

Las empresas necesariamente requieren de leyes y normas que las regulen, de las cuales mencionamos las siguientes:

- ✓ Ley de Compañías
- ✓ Código tributario/ SRI
- ✓ Ley de Seguridad Social I.E.S.S
- ✓ Código de trabajo
- ✓ Ley Orgánica del Distrito Municipal.

Son necesarias para el funcionamiento de las actividades comerciales, de esta forma mejorar el desarrollo microempresarial en un mercado organizado, permitiendo realizar transacciones de forma lícitas. También los preceptos de este Código Trabajo, regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y respetar las condiciones de trabajo.

Las normas y leyes son la base del desarrollo de una economía lícita y transparente en un país permitiéndole presentar una imagen adecuada frente al mercado extranjero, lo cual es una ventaja competitiva.

En las leyes esta expresado las requerimientos para que una persona pueda realizar actos de comercio. Una persona que se dedica a una actividad comercial, tiene que cumplir con ciertos requisitos que la Ley exige, los cuales necesariamente tienen que considerarlos en el desenvolvimiento del negocio establecido. Mencionaremos los siguientes:

- ✓ Capacidad legal para contratar
- ✓ Realizar una actividad comercial por cuenta propia
- ✓ Efectuar el comercio en una forma habitual.

Obtención del Ruc

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA

Es muy importante la afiliación a la Cámara de la Pequeña Industria del Guayas nos sirve de ayuda para fortalecer los conocimientos sobre la actuación en el mercado, también establecer estrategias para mejorar la calidad del servicio. Beneficia a sus socios y busca el desarrollo empresarial mediante capacitaciones. Las mismas que son orientadas a los siguientes temas:

- ✓ Fortalece la competitividad y productividad mediante la aplicación de medios para facilitar el acceso al crédito, mejorar la calidad de los programas de capacitación de los recursos humanos.
- ✓ Impulsar el desarrollo de nuevas tecnologías, y mejorar el marco jurídico.
- ✓ Fortalecer a los sectores productivos más vulnerables como son las PYMES, las microempresas, etc.
- ✓ Da apoyo a la institucionalización de la normalización y calidad de los productos y servicios.

AFILIACIÓN AL INSTITUTO DE SEGURIDAD SOCIAL

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad, cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social

Es fundamental que una organización que desarrolla sus actividades económicas bajo los parámetros legales. Para evitar sanciones y multas por parte de las autoridades competentes. Todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular.

El empleador tiene la obligación de registrar al trabajador (aviso de entrada) desde el primer día de trabajo, realizando el aviso de entrada a través de la página web de la Institución.

DOCUMENTOS PATENTES Y PERMISOS MUNICIPALES

Una pequeña o mediana empresa debe cumplir con los requisitos necesarios para su correcto funcionamiento. Y uno de los requerimientos es el permiso Municipal que permitirá la apertura del local.

El Municipio es un órgano de gobierno que actúa como facilitador de los esfuerzos de la comunidad en la planificación, ejecución, generación, distribución y uso de los servicios que hacen posible la realización de sus aspiraciones sociales.

Es necesario la obtención de la Licencia ya que es un documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Muy Ilustre Municipio de Guayaquil.

POLÍTICAS QUE DEBEN ESTABLECERSE

- ✓ Establecer que todo el personal reciba capacitación técnica.
- ✓ Ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- ✓ Ayudar a los clientes de forma inmediata.
- ✓ Establecer que las instalaciones, equipos, personal y materiales y herramientas a emplear estén en perfecto estado.
- ✓ Determinar la ejecución del servicio técnico y el equipo en un tiempo determinado.
- ✓ Evaluar la atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto.
- ✓ Establecer la seguridad, inexistencia de peligros, riesgos o daños del servicio brindado.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

TALLER VI

CONTESTE

1.- ¿Cuáles son las Leyes y Normas que Rigen a las Pymes?

2.- ¿Indicar que políticas establecería en una Pymes?

Impacto Social

El impacto social lo llevara a cabo cada estudiante del Instituto Técnico Superior Simón Bolívar que se gradué de bachiller técnico al poner en práctica lo ya aprendido y se reflejara en su desempeño profesional garantizando el buen nombre de la Unidad educativa beneficiando además a la sociedad debido a que incursionar en el comercio de sus conocimientos a través del usos tecnológico poniendo en práctica los conocimientos adquiridos.

También se verán involucrado en este impacto los familiares que recibirán directamente los beneficios que obtendrán con el comercio de sus productos y servicios creando un beneficio social y económico.

Beneficiarios del Proyecto

Los beneficiarios de este proyecto podemos decir que son los estudiantes que están por graduarse de bachilleres técnicos y sus familias de forma directa aprovecharan al máximo los conocimientos y cambiaran su estilo de vida obteniendo bienestar familiar, obtendrán protección con sus ingresos en alimentación, vestido y arreglo de infraestructura de sus casas, a la vez fortalecerán el sector microempresarial.

Conclusión

Al término de esta capacitación se da la siguiente conclusión:

1. Se puede evidenciar que los estudiantes de tercer año de bachillerato del Instituto Técnico Simón Bolívar no consideran la Innovación Tecnológica como factor clave de éxito, tampoco disponen de un departamento o tutor encargado de introducir este tema.
2. Al recibir esta capacitación a través del Seminario taller sobre técnicas de Innovación Tecnológica los estudiantes de tercer año de bachillerato del Instituto Técnico Superior Simón Bolívar podrán ser capaces de emprender y montar una pequeña empresa de servicio técnico y promocionar sus conocimientos haciendo uso de medio digitales (Internet).

Recomendación

Una vez realizada las conclusiones de este trabajo se recomienda:

1. Los Directivos y docentes de la Institución educativa realicen capacitaciones constantes y actualicen conocimientos de las nuevas tendencias tecnológicas de esa forma seguir incentivando desarrollo técnico profesional del futuro bachiller.
2. Los estudiantes de tercer año de bachillerato de todas las carreras técnicas se deben organizar y crear una asociación estudiantil para intercambiar ideas de negocio de ser posible para celebrar reuniones periódicamente y exponer posibles negocios de emprendimiento.

BIBLIOGRAFÍA

Nuevas tecnologías. La Habana: Academia. 2005. (Suplemento especial de Universidad para todos).

Castro Díaz-Balart F. Cuba, amanecer del tercer milenio. Ciencia, tecnología y sociedad. Madrid: Debate. 2002.

Cañedo Andalia R. Ciencia y tecnología en la sociedad. Perspectiva histórico-conceptual Acimed. 2001;19(1). Disponible en: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol9_1_01/aci051001.htm [Consultado: 18 de abril de 2007].

Villavicencio D. Transferencia de tecnología y aprendizaje tecnológico: Reflexiones basadas en trabajos empíricos. El Trimestre Económico. 1998;61(2):257-79.

Talavera Rodarte A. Nuevo paradigma de planeación estratégica en centros de investigación aplicada y desarrollo tecnológico. En: Seminario Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica ALTEC. México DF: Instituto Mexicano de Tecnología del Agua. 2003.

Brito Viñas BC, Hernández Pérez G, Álvarez González A. Ciencia, gestión tecnológica y desarrollo sostenible y solidario en los países latinoamericanos: experiencia cubana. Espacios. 1998;19(2). Disponible en: <http://www.revistaespacios.com/a98v19n02/40981902.html> [Consultado: 18 de abril de 2007].

Vilcacundo, A. (2014). La Innovación Tecnológica como factor de Competitividad en las Pequeñas y Medianas Empresas Manufactureras del cantón Ambato. Tesis inédita. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

4.7. Referencias Bibliográficas

ARIAS, F. G. (2012). *EL PROYECTO DE INVESTIGACION 6TA EDICIÓN*. CARACAS - REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA: EPISTEME.

BERMÚDEZ LILIA TERESA, R. L. (2013). *INVESTIGACIÓN EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL*. BOGOTÁ - COLOMBIA: ECOE EDICIONES.

Castrillon, M. A. (2005). *El modelo intraempresarial para la innovación*. Bogota- Colombia: Centroi Editorial Rosarista.

CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (s.f.). ECUADOR.

Igual, J. F. (2015). *El emprendimiento en el sistema universitario. El caso de las universidades de la ciudad de Valencia*. España: Editorial de la Universidad de Cantabria.

Luna, A. G. (2012). *Panorama del emprendimiento 2012*. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y Centro de la OCDE en Mexico para America Latina.

TAMAYO, M. T. (2008). *EL PROCESO DE INVESTIGACION CIENTIFICA*. MEXICO: LIMUSA S.A.

Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Estado de Naucalpan: Editorial Pearson.

MELISSA A. SCHILLING (2008) Dirección estratégica de la Innovación tecnológica

JOSE MOLERO ZAYAS (2001) Innovación tecnológica y competitividad en Europa

REFERENCIAS WEB

<http://www.empresaeiniciativaempresadora.com/?Montar-una-Empresa-Multiservicios>

<http://www.forbes.com.mx/la-historia-de-la-empresa-mas-innovadora-del-mundo/#gs.SmponUA>

<http://www.estrategiasdemarketingonline.com/las-nuevas-plataformas-de-distribucion-en-internet-y-como-pueden-ayudarte-a-tener-tu-propio-negocio-online/>

<http://www.monografias.com/trabajos22/educacion-y-tecnologia/educacion-y-tecnologia.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos14/innovatecnologica/innovatecnologica.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos82/gestion-tecnologia-y-innovacion/gestion-tecnologia-y-innovacion2.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos82/gestion-tecnologia-y-innovacion/gestion-tecnologia-y-innovacion2.shtml>

<http://www.eoi.es/blogs/paolaandreaecheverry/2012/03/26/la-importancia-de-la-innovacion-en-el-mundo-empresarial/>

<http://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/tipos>

<http://psicologiayempresa.com/caracteristicas-del-verdadero-innovador.html>

<http://www.spri.eus/euskadinnova/es/innovacion-tecnologica/ambitos-actuacion/innovacion-tecnologica/162.aspx>

<http://www.unesco.org/new/es/santiago/education/technical-vocational-education-and-training/>

http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=49355&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

<http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002452/245239s.pdf>

<http://www.monografias.com/trabajos89/motivacion-profesional-bachiller-tecnico/motivacion-profesional-bachiller-tecnico.shtml>

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2353/1/02%20IEF%2063%20TE SIS.pdf>

<http://www.conocimientosweb.net/portal/section-viewarticle-79.html>

http://www.cobachsonora.edu.mx/files/semestre3/CPT_DM_Submodulo2.pdf

http://digeset.ucol.mx/tesis_posgrado/Pdf/Francisco_Israel_Davalos_de_la_Mora.pdf

<http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>

<http://investigadorcientifico.blogspot.com/2010/01/tipos-de-investigaciones.html>

<http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/educacionenemprendimiento.pdf>

<http://www.sri.gob.ec/de/32>

**A
N
E
X
O
S**



Universidad de Guayaquil

ANEXO 1

**FACULTAD DE FILOSOFÍA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA: COMERCIO EXTERIOR
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 17 de Agosto de 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado Msc. Karina Moeses Jiménez, tutor del trabajo de titulación La Innovación Tecnológica de Desarrollo en la Formación Técnica **Propuesta:** Seminario: Técnicas de Innovación y Tecnología certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **Leonardo Francisco Orrala Torres**, con C.I. No. 0916249519, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Educación mención en Comercio Exterior , ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

DOCENTE TUTOR REVISOR

C.I. No. 0910805918



COLEGIO FISCAL DE BACHILLERATO
"SIMÓN BOLÍVAR"
Dirección: Av. de las Américas
Teléfonos: 2-294051- 2283055
e-mail: simonbolivar.edu.gvs.ec@gmail.com
Guayaquil - Ecuador

Guayaquil, 17 de septiembre de 2018
Of. N°262-R-Secretaría

Licenciada
Sofía Jacome Encalada
DIRECTORA DE COMERCIO EXTERIOR SEMIPRESENCIAL
Ciudad

De mi consideración:

Visto su oficio N° SCES-097 informo a usted que se ha aceptado en nuestra institución para que aplique el proyecto previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Educación mención en Comercio Exterior, con el tema: **"La Innovación Tecnológica de Desarrollo en la Formación Técnica"**, el estudiante **LEONARDO FRANCISCO ORRALA TORRES** con CC 0916249519.

Particular que comunico para los fines pertinentes.
Atentamente,

MGs. Ivonne Haz Mora
RECTORA ENGDA.



Elisa

FOTOS – INVESTIGACION DE CAMPO

Foto No. 1



Efectuando la entrevista a estudiantes (investigación de campo)

Foto No. 2



Observando - Docente impartiendo sus conocimientos técnicos.

FOTOS – REALIZACION DE ENCUETA

Foto No. 3



Encuesta a Estudiantes de tercer año de bachillerato - Carrera mecánica Industrial.

Foto No. 4



Explicando cómo responder las preguntas de la encuesta.

FOTOS – INVESTIGACION DE CAMPO

Foto No. 1



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE TERCER AÑO DE BACHILLERATO
DEL INSTITUTO TECNICO SUPERIOR SIMOPN BOLIVAR DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL.

Instructivo: Agradecemos a usted se digne contestar el cuestionario consignando una X en el casillero de su preferencia.

Número	PREGUNTAS Se deberán escoger la opción que mejor les parezca conveniente según su grado de acuerdo	OPCIONES				
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1	¿Considera usted que se debe fortalecer la formación técnica de los estudiante de tercer año de bachillerato en temas de innovación?					
2	¿Cree usted que con conocimientos adecuados de técnicas de innovación tecnológica se establecería una cultura de emprendedores on-line?					
3	¿Considera usted que con conocimiento de técnicas de innovación tecnológica se fomentaría la creación de pymes on-line?					
4	¿Cree usted que la formación técnica sobre técnica de innovación tecnológica mejorara el perfil profesional del estudiante?					
5	¿Cree usted que se debe incluir estrategias de enseñanza y aprendizaje sobre técnicas de innovación tecnológica en su formación en los estudiantes de tercer año de bachillerato?					
6	¿Considera que la formación técnica es un factor importante para el desarrollo profesional de bachiller?					
7	¿Cree usted que la innovación tecnológica basada en negocios on-line puede es una alternativa que se debe considerar para generar propuestas empresariales a corto plazo?					
8	¿Considera usted que la formación técnica debe estar orientada al desarrollo productivo y microempresarial basada en negocios virtuales?					
9	¿Está usted de acuerdo en que se debe diseñar un seminario taller para capacitar a los estudiantes sobre temas de innovación tecnológica?					
10	¿Considera que es importante contar con el apoyo de las autoridades y docentes para llevar a cabo la propuesta del presente proyecto?					



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE FILOSOFÍA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA: COMERCIO EXTERIOR
UNIDAD DE TITULACIÓN



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	TEMA: LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DE DESARROLLO EN LA FORMACIÓN TÉCNICA PROPUESTA: SEMINARIO: TÉCNICAS DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	ORRALA TORRES LEONARDO FRANCISCO		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	MSC. KARINA MOESES JIMENEZ		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
UNIDAD/FACULTAD:	FILOSOFIA		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	COMERCIO EXTERIOR		
GRADO OBTENIDO:	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION COMERCIO EXTERIOR		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	SEPTIEMBRE 2018	No. DE PÁGINAS:	150
ÁREAS TEMÁTICAS:	TECNICAS DE INNOVACION TECNOLOGICA		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	EMPREDIMIENTO, TÉCNICAS, INNOVACIÓN, MICROEMPRESARIAL		
RESUMEN/ABSTRACT			
<p>El presente trabajo de investigación está dirigido a los estudiantes del tercer año de bachillerato del Instituto Teológico Superior Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de inculcar el espíritu de emprendimiento a su vez brindar los conocimientos necesarios relacionado a las técnicas de innovación y tecnología dentro de su proceso educativo, el propósito de este trabajo es dar a conocer las nuevas tendencias microempresariales y la importancia del uso de la tecnología como herramienta principal para el emprendimiento a su vez se les enseñara un enfoque de gestión del conocimiento permitirá a los estudiantes enriquecer sus estrategias al momento de ofrecer los conocimientos adquiridos. El conocimiento se ha convertido en uno de los recursos más preciados para los negocios en la actualidad. Los activos intangibles tienen su base en los conocimientos, habilidades y actitudes, el objetivo de este proyecto es brindar el suficiente conocimiento para sacar ventajas competitivas a través de su implementación</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 2616362 0983579316	E-mail: leo_orralla@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: FACULTAD DE FILOSOFIA		
	Teléfono: 2391345		
	E-mail: facultad.filosofia@ug.edu.ec		