



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

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

**CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD**

**TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO**

**CREATIVIDAD EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTO.  
CAMPAÑA INFORMATIVA**

**AUTORES:**

**Adriana Nicole Zavala Valdez  
Christofer Alexander Solari Delgado**

**TUTOR:**

**MSc. Pilar Huayamave Navarrete**

**Guayaquil, Abril del 2019**



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

---

**DIRECTIVOS**

---

Dr. Santiago Galindo Mosquera, Msc.

**DECANO**

---

Dr. Pedro Rizo Bajaña, Msc.

**VICE-DECANO**

---

MSc. Pilar Huayamave Navarrete Lcda.

**DIRECTORA DE CARRERA**

---

Ab. Sebastián Cadena Alvarado

**SECRETARIO**



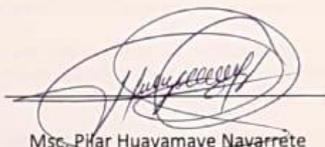
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

---

Guayaquil, 20 de diciembre del 2018

### CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado Lcda. Pilar Huayamave Navarrete, Msc., tutor del trabajo de titulación "Creatividad en el desarrollo de emprendimiento. Campaña informativa" certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por Adriana Nicole Zavala Valdez, con C.I. No. 0929118131 y Christofer Alexander Solari Delgado, con C.I. No. 0955053194 con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Educación con Mención Mercadotecnia y Publicidad, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación carrera Mercadotecnia y Publicidad, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.



Msc. Pilar Huayamave Navarrete

DOCENTE TUTOR REVISOR

C.I. No. 0906354808



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

---

Guayaquil, 20 de diciembre del 2018

Sra. MSc.  
JACINTO CALDERON VALLEJO  
DECANO 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 "Creatividad en el desarrollo de emprendimiento. Campaña informativa" de los estudiantes Christofer Alexander Solari Delgado y Adriana Nicole Zavala Valdez. 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 8 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.

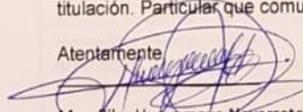
Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- 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 que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que los estudiantes Christofer Alexander Solari Delgado y Adriana Nicole Zavala Valdez están aptos para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

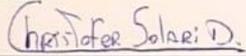
  
Msc. Pilar Huayamaya Navarrete  
DOCENTE TUTOR REVISOR  
C.I. 0906354808



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

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

Yo, Christofer Alexander Solari Delgado con C.I. No. 0955053194 y Adriana Nicole Zavala Valdez con C.I. No. 0929118131, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo titulo es "**Creatividad en el desarrollo de emprendimiento. Campaña informativa**" son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente



Christofer Alexander Solari Delgado

C.I. No. 0955053194



Adriana Nicole Zavala Valdez

C.I. No. 0929118131

\*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**

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios, mi madre, por ser la persona que me ha guiado y me ha acompañado en todo mi trayecto estudiantil, la memoria de mi padre, y a mi familia, por haberme apoyado en los triunfos y momentos difíciles que me han enseñado a valorarlos cada día más.

### **Adriana Nicole Zavala Valdez**

El presente trabajo se lo dedico a Dios ya que el nos provee de fuerzas para salir adelante cada día de igual forma a mi madre ya que gracias a su esfuerzo y amor he llegado hasta donde estoy, mi hermana por darme ánimos y a mis familiares que han sido un pilar de apoyo en mi vida.

### **Christofer Alexander Solari Delgado**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por no abandonarme en los momentos más difíciles, a mi madre por haberme forjado como la persona que soy hoy en día, por brindarme su cariño emocional, a mi familia por su unidad y por su apoyo incondicional, a mis profesores que me llenaron de conocimientos en estos 4 años, y a nuestra tutora de titulación por la paciencia y por sus enseñanzas en las tutorías de tesis.

### **Adriana Nicole Zavala Valdez**

Le agradezco a Dios por darme la fuerza de seguir adelante todos los días, a mi madre por su infinito apoyo, esfuerzo y amor, a mi tutora por guiarnos en este arduo trabajo y a mi compañera por su esfuerzo y dedicación.

### **Christofer Alexander Solari Delgado**

## ÍNDICE

Portada.....	I
Página de Directivos.....	II
Certificación de Tutor Revisor.....	III
Revisión Final .....	IV
Licencia Gratuita.....	V
Dedicatorias.....	VI
Agradecimientos.....	VII
Índice General.....	VIII
Índice de tablas o Cuadros.....	XI
Índice de Gráficos.....	XII
Índice de Imágenes.....	XIII
Índice de Anexos.....	XV
Resumen.....	XVI
Abstract.....	XVII
Introducción.....	XVIII
1. EL PROBLEMA .....	1
1.1 Planteamiento del Problema de Investigación .....	1
1.2 Formulación del problema .....	2
1.3 Sistematización.....	2
1.4 Objetivos de la Investigación .....	3
1.5 Justificación e Importancia.....	3
1.6 Delimitación del problema.....	5
1.7 Premisas de la investigación .....	5
1.8 Operacionalización de las Variables.....	6

2	MARCO TEÓRICO.....	8
2.1	Antecedentes de la Investigación .....	8
2.2	Marco Conceptual.....	11
2.2.1	La Creatividad es Relevante para el Emprendimiento .....	11
2.2.2	El pensamiento creativo como herramienta educativa .....	15
2.2.3	La Creatividad como Herramienta para Optimizar el Aprendizaje de la Asignatura de Emprendimiento y Gestión.....	18
2.2.4	Influencia de los Docentes en la Creatividad de los Estudiantes.....	20
2.2.5	El Emprendimiento en Instituciones Educativas.....	21
2.2.6	Desarrollo de la Actitud Emprendedora en los Estudiantes .	23
2.2.7	Campaña informativa como herramienta para el emprendimiento educativo .....	24
2.2.8	Fundamentación Epistemológica .....	26
2.2.9	Fundamentación Pedagógica – Didáctica .....	27
2.2.10	Fundamentación Psicológica .....	27
2.3	Marco Contextual.....	28
2.4	Marco Legal .....	29
	CAPÍTULO III .....	32
3	METODOLOGÍA.....	32
3.1	Diseño de la Investigación .....	32
3.2	Modalidad de la investigación.....	33
3.2.1	Investigación cualitativa .....	33
3.2.2	Investigación Cuantitativa .....	34
3.3	Tipos de investigación .....	34
3.3.1	Investigación de campo.....	34
3.3.2	La Investigación Documental .....	35
3.3.3	Investigación Bibliográfica.....	35
3.3.4	Investigación descriptiva .....	36
3.4	Métodos de Investigación .....	36
	Método Analítico-Sintético.....	36
	Método Inductivo-Deductivo.....	37
	Histórico- Lógico.....	37

Nivel Empírico.....	37
3.5    Técnicas de investigación.....	37
3.5.1    Encuesta.....	38
3.5.2    Observación.....	38
3.6    Instrumento de investigación.....	39
3.6.1    Ficha de observación.....	39
3.6.2    Cuadros Estadísticos.....	39
3.7    Población y muestra.....	40
3.8    Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón.	41
3.9    Análisis de la encuesta aplicada a los Docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón.....	51
3.10   Conclusiones y Recomendaciones.....	61
4    LA PROPUESTA.....	63
4.1    Título de la Propuesta.....	63
4.2    Justificación de la Propuesta.....	63
4.3    Objetivos de la Propuesta.....	64
4.4    Aspectos Teóricos de la Propuesta.....	64
4.4.1    Aspecto Pedagógico.....	65
4.4.2    Aspecto Sociológico.....	65
4.4.3    Aspecto Legal.....	66
4.5    Factibilidad de su aplicación:.....	68
4.5.1    Factibilidad Técnica.....	68
4.5.2    Factibilidad Financiera.....	68
4.5.3    Factibilidad Humana.....	69
4.6    Descripción de la Propuesta.....	69
4.7    Referencias Bibliográficas.....	115

## ÍNDICE DE TABLAS O CUADROS

<b>Contenidos</b>	<b>Pág.</b>
Cuadro N° 1 Operacionalización de Variables .....	6
Cuadro N° 2 Tipos de Pensamientos.....	16
Cuadro N° 3 Población de la Unidad Educativa “Dr Francisco Huerta Rendón” .....	40
Cuadro N° 4 Estrategias de la creatividad .....	41
Cuadro N° 5 Creatividad vinculada al emprendimiento.....	42
Cuadro N° 6 Bases del emprendimiento.....	43
Cuadro N° 7 Desarrollo de la creatividad.....	44
Cuadro N° 8 La creatividad en el emprendimiento .....	45
Cuadro N° 9 Incentivar el espíritu emprendedor .....	46
Cuadro N° 10 Campaña para motivar el emprendimiento .....	47
Cuadro N° 11 Motivación a emprender.....	48
Cuadro N° 12 Creatividad como técnica para emprender.....	49
Cuadro N° 13 Participación en campaña informativa.....	50
Cuadro N° 14 Vínculo creatividad y emprendimiento.....	51
Cuadro N° 15 Bases para emprender.....	52
Cuadro N° 16 Bajo interés en Emprendimiento y Gestión .....	53
Cuadro N° 17 Recursos actualizados .....	54
Cuadro N° 18 Interés en emprender .....	55
Cuadro N° 19 Técnicas que desarrollan la creatividad .....	56
Cuadro N° 20 Incentivar el espíritu emprendedor.....	57
Cuadro N° 21 Feria de emprendimiento .....	58
Cuadro N° 22 Emprender con tecnología .....	59
Cuadro N° 23 Campaña informativa para motivar .....	60
Cuadro N° 24 Presupuesto de la campaña.....	69
Cuadro N° 25 Actividades a realizar .....	73
Cuadro N° 26 Cronograma de actividades .....	71
Cuadro N° 27 Recursos para la campaña .....	71

## ÍNDICE DE GRÁFICOS.

<b>Contenidos</b>	<b>Pág.</b>
Gráfico N° 1 Estrategías de la creatividad .....	41
Gráfico N° 2 Creatividad vinculada al emprendimiento .....	42
Gráfico N° 3 Bases del emprendimiento.....	43
Gráfico N° 4 Desarrollo de la creatividad.....	44
Gráfico N° 5 La creatividad en el emprendimiento .....	45
Gráfico N° 6 Incentivar el espíritu emprendedor.....	46
Gráfico N° 7 Campaña para motivar el emprendimiento .....	47
Gráfico N° 8 Motivación a emprender.....	48
Gráfico N° 9 Creatividad como técnica para emprender .....	49
Gráfico N° 10 Participación en campaña informativa .....	50
Gráfico N° 11 Vínculo creatividad y emprendimiento.....	51
Gráfico N° 12 Bases para emprender.....	52
Gráfico N° 13 Bajo interés en Emprendimiento y Gestión .....	53
Gráfico N° 14 Recursos actualizados .....	54
Gráfico N° 15 Interés en emprender.....	55
Gráfico N° 16 Técnicas que desarrollan la creatividad .....	56
Gráfico N° 17 Incentivar el espíritu emprendedor.....	57
Gráfico N° 18 Feria de emprendimiento .....	58
Gráfico N° 19 Emprender con tecnología .....	59
Gráfico N° 20 Campaña informativa para motivar .....	60

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1 Roll up campaña informativa.....	80
Imagen N° 2 Tríptico portada.....	81
Imagen N° 3 Tríptico contenido .....	82
Imagen N° 4 Gigantografía motivacional 1.....	83
Imagen N° 5 Gigantografía motivacional 2.....	84
Imagen N° 6 Gigantografía motivacional 3.....	85
Imagen N° 7 Flyer actividad 2.....	88
Imagen N° 8 Creatividad diapositiva 1 .....	88
Imagen N° 9 Creatividad diapositiva 2.....	89
Imagen N° 10 Creatividad diapositiva 3.....	89
Imagen N° 11 Creatividad diapositiva 4.....	90
Imagen N° 12 Creatividad diapositiva 5.....	90
Imagen N° 13 Creatividad diapositiva 6.....	91
Imagen N° 14 Creatividad diapositiva 7.....	91
Imagen N° 15 Creatividad diapositiva 8.....	92
Imagen N° 16 Creatividad diapositiva 9.....	92
Imagen N° 17 Creatividad diapositiva 10.....	93
Imagen N° 18 Creatividad diapositiva 11.....	93
Imagen N° 19 Flyer actividad 3.....	94
Imagen N° 20 Emprendimiento diapositiva 1.....	95
Imagen N° 21 Emprendimiento diapositiva 2.....	95
Imagen N° 22 Emprendimiento diapositiva 3.....	96
Imagen N° 23 Emprendimiento diapositiva 4.....	96
Imagen N° 24 Emprendimiento diapositiva 5.....	97
Imagen N° 25 Emprendimiento diapositiva 6.....	97
Imagen N° 26 Emprendimiento diapositiva 7.....	98
Imagen N° 27 Emprendimiento diapositiva 8.....	98
Imagen N° 28 Emprendimiento diapositiva 9.....	99
Imagen N° 29 Emprendimiento diapositiva 10.....	99
Imagen N° 30 Flyer actividad 4.....	100
Imagen N° 31 Gestión diapositiva 1.....	101
Imagen N° 32 Gestión diapositiva 2.....	101
Imagen N° 33 Gestión diapositiva 3.....	102
Imagen N° 34 Gestión diapositiva 4.....	102
Imagen N° 35 Gestión diapositiva 5.....	103
Imagen N° 36 Gestión diapositiva 6.....	103
Imagen N° 37 Gestión diapositiva 7.....	104
Imagen N° 38 Gestión diapositiva 8.....	104
Imagen N° 39 Flyer actividad 5.....	105

Imagen N° 40 Marketing diapositiva 1 .....	106
Imagen N° 41 Marketing diapositiva 2 .....	106
Imagen N° 42 Marketing diapositiva 3 .....	107
Imagen N° 43 Marketing diapositiva 4 .....	107
Imagen N° 44 Marketing diapositiva 5 .....	108
Imagen N° 45 Marketing diapositiva 6 .....	108
Imagen N° 46 Marketing diapositiva 7 .....	109
Imagen N° 47 Marketing diapositiva 8 .....	109
Imagen N° 48 Marketing diapositiva 9 .....	110
Imagen N° 49 Marketing diapositiva 10 .....	110
Imagen N° 50 Marketing diapositiva 11 .....	111
Imagen N° 51 Marketing diapositiva 12 .....	111
Imagen N° 52 Flyer actividad 6 .....	112

## ÍNDICE DE ANEXOS.

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
Anexo N°1 Formato de evaluación de la propuesta de la propuesta de trabajo de titulación.....	118
Anexo N°2 Acuerdo del plan de tutoría.....	119
Anexo N°3 Informe de avance de la gestión tutorial.....	120
Anexo N°4 Informe correspondiente a la tutoría del trabajo de titulación.....	121
Anexo N°5 Rubrica de evaluación trabajo de titulación.....	122
Anexo N°6 Certificado porcentaje de similitud.....	123
Anexo N°7 Rubrica de evaluación memoria escrita trabajo de titulación.....	124
Anexo N°8 Carta de la carrera.....	125
Anexo N°9 Carta del colegio.....	126
Anexo N°10 Fotos de encuestas de los estudiantes.....	127
Anexo N°12 Fotos de encuestas a los docentes.....	128
Anexo N°13 Certificado practicas docentes.....	129
Anexo N°14 Certificado de vinculación .....	131
Anexo N°15 Instrumentos de investigación.....	133
Anexo N°16 Fotos de tutorías de tesis.....	135
Anexo N°17 Ficha de registro de tesis.....	136



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

**TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO**

Creatividad en el desarrollo de emprendimiento. Campaña informativa.

**AUTORES:**

Christofer Alexander Solari Delgado  
Adriana Nicole Zavala Valdez

**TUTOR:**

Msc. Pilar Huayamave Navarrete

**Guayaquil, enero del 2018**

**RESUMEN**

El presente proyecto investigativo tiene como objetivo promover el espíritu emprendedor, en los alumnos de 6 año del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Fiscal “Francisco Huerta Rendón”. En la actualidad el espíritu emprendedor tiene un rol importante en la humanidad siendo generadores de la creatividad, y fracción esencial del progreso monetario de un país. Dado esto se efectuó un estudio de campo, documental, bibliográfico y descriptiva, con la finalidad de comprender el alcance del emprendimiento en la colectividad. Gracias a las deducciones de las encuestas, con el propósito de informar el grado del espíritu emprendedor se determinó que hay elementos que oprimen el desarrollo del emprendimiento y la creatividad en los dicentes, siendo la motivación y la creatividad los mecanismos más importantes para incentivar el emprendimiento. Por la cual se realizará una campaña informativa, para impulsar la creatividad y el emprendimiento, donde los favorecidos serán los estudiantes.

**Palabras Claves:** Creatividad, Empezar, Campaña.



**UNIVERSITY OF GUAYAQUIL  
FACULTY OF PHILOSOPHY, LETTERS AND EDUCATION SCIENCES  
CAREER MARKETING AND ADVERTISING**

**TITLE OF RESEARCH WORK PRESENTED**

Creativity in the development of entrepreneurship. Informative campaign

**Author::**

Christofer Alexander Solari Delgado  
Adriana Nicole Zavala Valdez

**Advisor:**

Msc. Pilar Huayamave Navarrete

**Guayaquil, January 2018**

**ABSTRACT**

The objective of this research project is to promote the entrepreneurial spirit among 6 year old students of the Unified General Baccalaureate of the Fiscal Education Unit "Francisco Huerta Rendón". At present, the entrepreneurial spirit has an important role in humanity as generators of creativity, and an essential fraction of the monetary progress of a country. Given this, a field, documentary, bibliographical and descriptive study was carried out, in order to understand the scope of entrepreneurship in the community. Thanks to the deductions of the surveys, with the purpose of informing the degree of entrepreneurial spirit, it was determined that there are elements that oppress the development of entrepreneurship and creativity in the sayings, with motivation and creativity being the most important mechanisms to encourage entrepreneurship. For which an information campaign will be held to promote creativity and entrepreneurship, where the students will be favored.

**Keywords:** Creativity, Entrepreneurship, Campaign.

## Introducción

En la actualidad el emprendimiento es el pilar fundamental de los países debido a que ayuda a aumentar su evolución monetaria y social, es por eso que el fin del emprendedor es importante que se efectúe desde las unidades educativas, para que pueda ser desarrollado en el diario vivir. Algunos países como Perú, Colombia, Argentina y Uganda que se están en pleno desarrollo, apuntan al emprendimiento con el objetivo de crear empleos dándole paso al incremento de ingresos públicos.

El emprendimiento en la formación educativa da nuevas preparaciones y valores a los alumnos pudiendo hacerlos competitivos, desde un punto de vista en el que se puedan desarrollar como seres íntegros, que permitan a la sociedad formadora: la construcción de saberes, desarrollando conductas y prácticas importantes para dar origen a actitudes encaminadas a mejorar como personas y a la transformación de la humanidad.

En la unidad educativa Dr. Francisco Huerta Rendón se evidencia que los estudiantes reciben la asignatura emprendimiento y gestión la cual contribuye con que los estudiantes tengan una base de conocimientos sobre lo que involucre un emprendimiento, pero no son debidamente impulsados a que desarrollen su creatividad para poder crear sus propios emprendimientos. Es por este motivo que se realiza esta investigación para poder indagar, conocer e implementar las estrategias idóneas que desarrollen la creatividad emprendedora de los estudiantes para que ellos puedan ser fundadores de empresas ofreciendo un sin número de plazas de empleos

Por lo cual se detallará lo que contiene el proyecto educativo, vale reiterar que el proyecto está comprendido por 4 capítulos que ayudaran a estudiar el espíritu emprendedor en el alumnado.

**Capítulo I:** Aquí se detalla el planteamiento del problema de forma macro, meso y micro para de esta forma pasar a la formulación del problema aquí se detallará la variable independiente que es la creatividad y por consiguiente la variable dependiente la cual es el emprendimiento además se indica donde se sitúa la situación conflicto que es la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón correspondiente para su realización, sistematización del mismo, objetivos de la investigación, justificación, delimitación, premisas de investigación y su operacionalización, la cual incluye los subtemas que intervienen en el desarrollo de la investigación.

**Capítulo II:** Aquí se exponen los fundamentos y antecedentes de acuerdo a proyectos ya elaborados, que vayan de la mano con el tema e hipótesis que vengan de terceros investigadores, desarrollando el marco contextual. Además, las fundamentaciones y el marco legal, que son las bases del proyecto.

**Capítulo III:** Este capítulo trata de como se ha realizado la investigación y de acuerdo a que metodologías, la población, a quienes van dirigidas las encuestas, terminado con sus conclusiones y recomendaciones correspondientes

**Capítulo IV:** Aquí se refiere a la creación de una campaña informativa, con el propósito de promover el espíritu emprendedor en el alumnado. La cual se dará a conocer mediante, trípticos, flyers y gigantografías con sus conclusiones y recomendaciones, dando fin a este proyecto con las referencias bibliográficas y anexos.

## **CAPÍTULO I**

### **1. EL PROBLEMA**

#### **1.1 Planteamiento del Problema de Investigación**

La creatividad es un proceso dinámico que siempre está cambiando en el ser humano, eso quiere decir que es el motor de desarrollo de los individuos para avanzar a futuros que siempre han parecido inalcanzables, gracias a esta palabra la humanidad, la sociedad, los individuos y las organizaciones han evolucionado, existen en el mundo países altamente desarrollados, con ciencias aplicadas en todo ámbito que puedan existir, este término ha sido objeto de estudio en diversas áreas a nivel mundial durante mucho tiempo, hoy en día el mundo se enfrenta grandes desafíos; enfermedades que necesitan cura, el cambio climático, desigualdad creciente, el avance tecnológico, el desempleo que en la actualidad se va dando por la falta de creatividad para innovar o para emprender, entre muchos otros, la creatividad será esencial para encontrar las soluciones a estos problemas en el mundo.

En el Ecuador en la ciudad de Guayaquil se da esta problemática se escucha que muchas personas quieren emprender en un negocio nuevo que tenga acogida, pero la falta de creatividad para la creación de nuevas empresas, hace que las personas no pueden tener algo propio y tengan que buscar fuentes de trabajo en vez de ser los creadores de fuentes de trabajo, que si hay definitivamente ideas extraordinarias en la Ciudad, de eso no cabe la menor duda. La existencia de esta problemática como lo es la creatividad en los jóvenes que son los que en algún momento guiaran al

País, hace que se le dé importancia a este tema, ya que la innovación y la creatividad era, es y será siempre la que ayude a la sociedad a mejorar.

Después de haber hecho una observación directa en el tercer año del Bachillerato General Unificado de la unidad educativa Francisco Huerta Rendón, se evidencio que la creatividad para emprender es una herramienta infaltable para la creación de nuevos proyectos, que muchos jóvenes tienen pero no saben cómo desarrollarlos, o por dónde empezar, u otros jóvenes que no sienten tener la creatividad necesaria para ser jóvenes emprendedores, o para crear alguna empresa, o no saben cómo desarrollar su creatividad, esto es un punto en lo que más trabajo se necesita; ya que si no existe la innovación no se sabrá desde que punto partir o como comenzar.

## **1.2 Formulación del problema**

¿De qué forma se puede desarrollar la creatividad para el emprendimiento de los estudiantes de Tercer Año de Bachillerato de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón Distrito 6 zona 8 en el período lectivo 2018-2019?

## **1.3 Sistematización**

- ¿Cuáles son los aspectos que inciden en el desarrollo de la creatividad?
- ¿Puede la asignatura emprendimiento y gestión servir como base de conocimientos para los estudiantes?
- ¿El diseño de una campaña informativa, permitirá el desarrollo del emprendimiento?

## **1.4 Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo General**

Determinar los factores que desarrollan la creatividad mediante la investigación bibliográfica y de campo a través de una metodología exploratoria y el estudio de campo para incentivar el emprendimiento educativo mediante el desarrollo de una guía de estrategias interactivas en los estudiantes del tercer año de Bachillerato BGU de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón 09HD06 en el período lectivo 2018 – 2019.

### **Objetivos Específicos**

1. Diagnosticar las estrategias que desarrollaran el emprendimiento educativo mediante la metodología exploratoria.
2. Establecer los beneficios del emprendimiento en los estudiantes de la institución.
3. Validar el diseño de una campaña informativa que contribuya al desarrollo de la creatividad para el emprendimiento educativo en los estudiantes de tercer año de Bachillerato BGU de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón 09HD06 en el período lectivo 2018 – 2019.

## **1.5 Justificación e Importancia**

El desarrollo de este trabajo es conveniente tanto para la sociedad como para los estudiantes ya que de esta forma podrán incentivar un espíritu emprendedor en los alumnos, además al graduarse de la institución educativa tendrán conocimientos de cómo desarrollar su propio emprendimiento y poder generar sus propios ingresos.

Este proyecto tiene una relevancia muy importante ante la sociedad mucho más en los jóvenes bachilleres que esta por graduarse de la institución educativa ya que gracias a esta investigación y su propuesto pueden conocer cómo desarrollar su propio emprendimiento esto les será de mucho beneficio si buscan ser trabajadores independientes.

Las implicaciones prácticas de la creatividad serían cuando se presenta un problema o conflicto al cual no se encuentra una solución, causando estrés, preocupación y angustia, la creatividad sería una herramienta práctica para buscar soluciones a los problemas y a los conflictos, lo versado de la creatividad es que no solo que favorece a la solución de conflictos, si no también ayuda a desarrollar muchos otros aspectos de la vida cotidiana, como el emprendimiento, la educación, etc.

El presente proyecto tiene un valor teórico muy extenso el cual nos servirá para el desarrollo de esta investigación y además del diseño de su propuesta ya que esta será de ayuda para los estudiantes de la institución educativa ya que le servirá de guía para realizar sus propios emprendimientos.

Con la investigación sobre la creatividad se habla también de complejidad, de trascendencia, espiritualidad y evolución humana basada en la conciencia, cualquier teoría de la creatividad (superdotación, teorías asociacionistas, teorías de la personalidad, teorías sociales-culturales) hasta sus tendencias más emergentes han ido integrando natural y evolutivamente diferentes componentes desde lo más simple a lo más complejo, gracias al resultado que se vaya a obtener se podrá desarrollar o apoyar las teorías ya mencionadas, se podrá conocer en mayor medida la creatividad que tienen los estudiantes para poder emprender, se espera obtener buenos resultados en el comportamiento emprendedor que tenga el alumnado al que está dirigida la investigación

Se utilizará la metodología cualitativa la cual ayudará a hablar del tema de una manera extensa, haciendo que sea más profunda que exacta, obteniendo casi un entendimiento en su totalidad, será cuantitativa ayudara a que sea clara para saber con exactitud de donde viene la problemática y la importancia de saber qué tipo de incidencia tiene en el alumnado, también será de campo obteniendo datos de las fuentes primarias para un propósito específico.

### **1.6 Delimitación del problema**

**Campo:** Educativo-Bachillerato

**Área:** Pedagógica

**Aspectos:** creatividad – Emprendimiento

**Título:** la creatividad para el desarrollo del emprendimiento educativo

**Propuesta:** Campaña informativa.

**Contexto:** Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón.

### **1.7 Premisas de la investigación**

- ✓ La creatividad y su relevancia para el emprendimiento.
- ✓ El pensamiento creativo como herramienta educativa.
- ✓ La creatividad como herramienta para optimizar el aprendizaje de la asignatura de emprendimiento y gestión.
- ✓ Influencia de los docentes en la creatividad de los estudiantes.
- ✓ El emprendimiento en instituciones educativas.
- ✓ Desarrollo de la actitud emprendedora en los estudiantes.
- ✓ Campaña informativa como herramienta para el emprendimiento educativo.

## 1.8 Operacionalización de las Variables.

Cuadro N° 1

### Operacionalización de Variables

Variables	Dimensión conceptual	Dimensiones Operacional	Indicadores
<b>1.Variable Independiente</b>  <b>La Creatividad.</b>	La creatividad se puede definir como un proceso en el que los individuos, a partir de un sentimiento de inspiración espontáneo, tienen la capacidad de desarrollar un producto determinado; o simplemente llegar a la solución de una situación empleando sus conocimientos y habilidades.	Mimética	Adapta ideas y da soluciones a problemas.
		Bisociativa	Crea, relaciona e innova ideas ya existentes.
		Analógica	Analiza creaciones existentes y las reinventa
		Narrativa	Crea y narra historias diseñadas por su creatividad.
		Intuitiva	Capta y genera ideas basándose en intuición.
<b>2. Variable Dependiente</b>	Se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para	Emprendimiento Empresarial	Determina una oportunidad de negocios en el mercado.
		Emprendimiento cultural	Promueve la creatividad y las capacidades artísticas.

<b>Emprendimiento.</b>	iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades.	Emprendimiento Social	Desarrolla soluciones a problemas sociales, sin fines de lucro.
		Emprendimiento y Gestión	Promueve la actitud emprendedora y gestiona su economía.

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes de la Investigación

Habiendo realizado una profunda indagación para la debida fundamentación del nuevo proyecto, se buscó varios estudios a nivel mundial, nacional y local con una gran semejanza al presente texto. Entre las más importantes que se ha encontrado se tiene:

Como referente se decidió seleccionar el siguiente libro internacional realizado por la Universidad Nacional de Córdoba, la Universidad Nacional de Entre Ríos y la Universidad Nacional de Rosario (2013) el cual tiene como título: “Creatividad e innovación aplicadas al desarrollo emprendedor”.

Este trabajo muestra como durante el paso del tiempo los conceptos de las palabras creatividad y emprendimiento han ido cambiando, evolucionando y haciendo que las palabras tengan como un hilo que las una; en el que se busca construir una alianza entre la noción de compromiso y el encanto o comodidad que un emprendimiento o trabajo puede provocar; y no se sienta como sacrificio haciendo que sea posible el alcance de objetivo mayor; además el texto sustenta que la capacidad ambiciosa de un capital requiere de la presencia de personas con destreza y motivos para emprender un oficio.

Del trabajo de tesis realizado por **Pino Miñaca María Auxiliadora (2014)**, de la Universidad Nacional de Chimborazo, titulado “el

emprendimiento escolar para el desarrollo de la creatividad en los estudiantes del tercer año de educación general básica de la escuela “San Ignacio de Loyola” de la ciudadela las abras, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, periodo lectivo 2013-2014”

El proyecto desarrollado por la autora antes mencionada se fundamenta en el paradigma interpretativo, el cual lo utilizó para estudiar a fondo lo que condiciona el comportamiento de su muestra; este ejemplo parte del concepto que la manera en la que actúan los individuos constantemente está definida por la carga personal de una situación, la cual no se examina con metodologías de cantidad, el método deductivo mediante este estudio propuso Construir la guía didáctica “Ecuadoriano Emprendedor” que suministre información del emprendimiento escolar para ampliar la creatividad y las actividades para los alumnos del Tercer Año del Plantel San Ignacio de Loyola.

Esto quiere decir que actualmente son escasos los favorecidos que al momento tienen con estimulación anticipada a partir de su nacimiento y que son criados para fundar y no para ser aprendices, tomando en cuenta que serán ellos y ellas quienes produzcan de un modo proactivo, ejecutando actividades disímiles a las que viven acostumbrados.

Del trabajo de tesis realizado por **Macías Carrión Dora Azucena (2016)**, Universidad de Guayaquil, Sistema De Educación Superior, Semipresencial Centro Universitario Santo Domingo, titulado “Influencia de la asignatura Emprendimiento y Gestión en las Relaciones Laborales del Micro emprendimiento.”

Se llegó a la conclusión que uno de los primeros problemas es el bajo interés en preparaciones académicos de emprendimiento y creatividad,

esto se debe principalmente a la corta actualización de la reforma curricular por parte de los educadores, por eso el objetivo de realizar una campaña informativa para obtener los resultados deseados en el ámbito educativo, laboral y profesional.

De los proyectos analizados a nivel local, se consideró pertinente mencionar el trabajo desarrollado por **Chila Aviléz Julio Hernán (2017)**, estudiante de la Universidad de Guayaquil, el cual se tituló “Los Procesos Educativos en la Formación de la Cultura de Emprendimiento en los Estudiantes del Bachillerato General Unificado”

En el presente trabajo de investigación el autor expone diversos tipos de emprendedores que le van a permitir al alumnado saber qué tipo de emprendedor es y que oportunidades tiene.

Se permite decir que es de vital importancia incluir como punto de partida la creatividad como necesaria para poder hacer algo nuevo o crear nuevas fuentes de trabajo distintas a las que las personas están comúnmente acostumbradas, La enseñanza con habilidades de creatividad e improvisación, el impulso de la creatividad mancomunado a una tendencia innovadora nace como aspectos claves intrínsecamente del proceso emprendedor, para examinar el argumento o ambiente en exploración de oportunidades que se relacionen a una cadena de elementos particulares como el deleite, la satisfacción, la complacencia, el agrado etc.

## **2.2 Marco Conceptual**

### **2.2.1 La Creatividad es Relevante para el Emprendimiento**

#### **La creatividad**

*Martin Bateson* citado por (*Andreeva Deltcheva, 2015*) La creatividad se puede describir como un proceso de generación de ideas nuevas, que nunca han ocurrido antes o que recombina acciones, ideas o conocimiento existente en una manera novedosa.

Se puede representar la creatividad como un proceso productor de ideas nuevas, que antes no coexistían o que conciertan labores o conocimientos que ya existen pero haciéndolos más novedosas

(*Morales Valiente, 2017*) El concepto más difundido es el que enfoca la creatividad como producto. Vista desde esta perspectiva, la creatividad se define como la habilidad de producir un trabajo que es, a la vez, novedoso, original o inesperado, y apropiado, útil o adaptativo según la tarea.

Esta conceptualización apunta a la creatividad como la destreza cognoscitiva o permisible, pero no envuelve nuevos conceptos que crean la creatividad como una fisionomía distintiva de una persona y la observa como las relaciones interpersonales o la información.

**Boden** citado por **(Méndez Sánchez & Ghitis Jaramillo, 2015)** en su experimento computacional explica que:

**La creatividad es una capacidad humana tal y como lo es la inteligencia, y que además no es privilegiada para algunos individuos, sino que en general todos los seres humanos la poseen; lo que se requiere es un grado de experticia para lograr potencializarla, ya que se adquiere con persistencia y esfuerzo durante un tiempo considerable y por medio del desarrollo habilidoso y típicamente consciente de un gran número de destrezas psicológicas cotidianas, como observar, recordar y reconocer.**

En este experimento, las opiniones han de ser innovadoras y apreciables, deduciendo que lo innovador se puede definir en referencia a concepciones anteriores del hombre o del conjunto de la historia del mundo; y lo inapreciable hace indicación a que han de ser conocidas como significativas de cualquier cualidad por el ser humano o a partir una transacción por un conjunto social a nivel científico, en el ambiente interesante, entre otros.

**(Hernández Arteaga, Alvarado Pérez, & Luna, 2015)** Afirman en su estudio que:

**La creatividad corresponde a un comportamiento y proceder constructivo y a la vez productivo, que funde sus cimientos en la realidad, tiene que ver con la producción de algo nuevo que es valioso, y con la capacidad de descubrir nuevas y mejores formas de hacer las cosas; entre algunos de sus atributos se relacionan: originalidad, novedad, pertinencia, relevancia, transformación y espontaneidad.**

La creatividad pertenece a una conducta y provenir productivo y al mismo tiempo beneficioso, que implante sus orígenes en el entorno, tiene que ver con la elaboración de algo diferente que es apreciable, y con la habilidad de revelar nuevas y excelentes maneras de forjar las sucesos;

entre varias de sus características se vinculan: singularidad, invención, relativo, excelencia, evolución y naturalidad.

## **Importancia de la creatividad**

**(Figuroa Romero & Garzon Ramirez, 2018)** Dicen en su estudio que;

**El desarrollo de la creatividad consiste en fortalecer los pensamientos y funciones que implica el proceso de desarrollo de actividades, haciendo uso de recursos, además del fomento de la enseñanza que coadyuve a las características de las actitudes de los niños y niñas en la etapa de formación inicial, lo cual ofrezca resultados que sean desarrollados por una serie de estrategias establecidas.**

El proceso de la creatividad radica en fortificar los pensamientos y ocupaciones que involucra el proceso de perfeccionamiento de acciones, formando recursos, también del fomento del aprendizaje que contribuya a las peculiaridades del comportamiento de los jóvenes en la etapa de formación, lo cual brinde consecuencias que sean perfeccionados por una cadena de habilidades determinadas.

Dentro de la formación el educativo debe originar varias actividades como usar diferentes recursos para revelar la creatividad, estimular la expresión de las ideas a base de la creatividad cultivando originalidad en los alumnos

## **Emprendimiento**

**Romero** citado por **(Parra Alviz, Rubio Guerrero , & Lopez Posada, 2017)** Señalan que el emprendimiento es un proceso dinámico de visión,

cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas.

El emprendimiento es un desarrollo que necesita de dinamismo visionario, de negocio y creación, los cuales deben ir de la mano con el amor hacia el nuevo emprendimiento y carácter enérgico para la creación e implemento de nuevas doctrinas y procedimientos creativos.

## **Importancia del Emprendimiento**

**(Comercio y Justicia, 2013)** Respecto al emprendimiento:

**La importancia de promover el emprendimiento viene del impacto que éste tiene sobre la prosperidad nacional. Los emprendedores construyen nuevas empresas, que a su vez crean nuevos puestos de trabajo y aumentan la demanda en otros sectores con los que se vinculan, además mejoran la productividad de las firmas promoviendo cambios tecnológicos e innovaciones. Y, en términos agregados, contribuyen a elevar el nivel de competitividad de los países. Especialmente en tiempos de crisis económica, el emprendimiento gana importancia; es clave para facilitar los procesos de reestructuración productiva y de creación de empleo en nuevos sectores.**

El emprendimiento es muy importante ya que además de ayudar al emprendedor a obtener ganancias que lo benefician monetariamente, ayuda a que un país se desarrolle mejor debido a que gracias a los emprendimientos, disminuye la tasa de desempleo a nivel nacional brindando cabida a personas en busca de empleos, mejorando la situación de un país en crisis, además que al realizar un emprendimiento se necesita de materia prima esto produce una mejora en el comercio nacional e internacional.

### **2.2.2 El pensamiento creativo como herramienta educativa**

**(Elisondo, 2015)** En su estudio titulado la creatividad como perspectiva educativa, cinco ideas para pensar los contextos creativos de enseñanza y aprendizaje afirma que:

**Para construir una nueva perspectiva creativa sobre la educación es indispensable revisar ciertos mitos y estereotipos que parecen dificultar la construcción de contextos promotores de la creatividad. Aparecen mitos asociados con las posibilidades de ser creativos, con la consideración de la creatividad como atributo de unos pocos elegidos y también con la vinculación exclusiva en algunas áreas específicas de conocimientos. Parecería que únicamente algunos pueden ser creativos y que el campo de las artes es el espacio privilegiado para la creatividad.**

Para saber cuál es el punto de vista sobre la creatividad en la educación es muy importante saber cuáles son las supersticiones y modelos que dificultan la creación de entornos y generadores de la creatividad. Hay mitos que se asocian con la posible idea de ser creativos, considera que la creatividad es un atributo de pocas personas de algunas un poco más específicas en lo que se refiere a conocimientos. Parece que solo unas cuantas personas pueden ser creativos y que los privilegiados que la tienen se desempeñan en el campo de las artes.

Por cuanto el objetivo es educativo y argumentativo, se cree importante entender a la creatividad como capacidad de formulación y resolución de problemas que supone la activación de procesos cognitivos divergentes, flexibles y alternativos. **(Elisondo, 2015)**

El objetivo del estudio realizado por Elizondo es de tipo formativo y deductivo, es por eso que es trascendental comprender a la creatividad

como paso de planteamiento y solución de problemas, que supone activar procesos cognoscitivos diferentes tipos de vista, adaptables y variados,

**(Elisondo, 2015)** Es posible ofrecer más espacios y oportunidades en los entornos educativos para la promoción de la creatividad y la construcción de nuevas perspectivas que reconozcan las posibilidades de quienes habitan las aulas, las escuelas y las universidades. Y

Se puede dar más capacidad y oportunidad en el ambiente formativo para el desarrollo de la creatividad y la edificación de nuevas herramientas donde se conozcan las posibilidades de quienes ocupan los asientos en los salones de clases

**Cuadro N° 2**  
**Tipos de pensamientos**

<b>Tipos de pensamientos</b>	<b>Facultad asociada</b>	<b>Parte del cerebro asociada</b>	<b>Expresión de la creatividad</b>
<b>Pensamiento reactivo animal</b>	Memoria: Irreflexiva, solo graba y repite	Hipotálamo	Nueva conducta, rompe patrón
<b>Pensamiento lateral</b>	Emoción: Siente, es corporal	Hemisferio Derecho (HD)	Idea, Imagen, expresión corporal,
<b>Pensamiento lógico</b>	Intelecto: divide en partes y relaciones, clasifica	Hemisferio izquierdo (HI)	Genera hipótesis, hace inferencias
<b>Pensamiento Unificado</b>	Voluntad: decide, integra, intenta	HI+HD+cuerpo caloso	Intentos personales, toma de Decisión

<b>Pensamiento creativo</b>	Imaginación: suelta, libera, rompe límites, elimina estructuras	Todas	Diversa, dependiendo del tipo de pensamiento
-----------------------------	---	-------	--

**Fuente:** (Sánchez Dorantes & Aguilar Castillo , 2016)

**Elaborado por:** Adriana Zavala y Christofer Solari

## **Creatividad en la Educación**

**(Rodrigo Martín, Rodrigo Martín, & Martín Requero, 2013)** Dicen en su estudio que;

Si lo que pretendemos es formar al alumnado con capacidad para pensar, crear y resolver problemas necesitamos proporcionarle las condiciones necesarias para que pueda desarrollarse de forma adecuada. La creatividad ha sido la gran olvidada en los programas académicos, no sólo no se ha fomentado, sino que, en numerosas ocasiones, se ha frenado su desarrollo.

Si lo que se intenta es educar a los estudiantes con capacidad para deliberar, instaurar y solucionar dificultades se requiere facilitar los escenarios necesarios para que logre desenvolverse de una manera conveniente. La creatividad ha estado abandonada en los programas educativos, no sólo no se ha promovido, sino que, en muchos momentos, se ha trabado su progreso.

## **Pensamiento Creativo**

Hay ciertas innovaciones que se pueden llamar como accidentales esas que se dan en un momento de imaginación que no se espera, es como una luminosidad que se puede dar como un estímulo-respuesta, la tendencia creativa es un conjunto de maneras de responder en situaciones

ante la vida que contiene particularidades científicas y cognitivas, también emocionales, sociales y de carácter.

Aunque las ideas llegan como un foco de luz que se enciende, también es cierto que ciertas situaciones propician a que aparezca el pensamiento innovador, aunque se pueden estimular con ejercicios como: repasar, escribir, aguzar los sentidos y socializar, estos son algunos adiestramientos que logran fomentar la creatividad

### **2.2.3 La Creatividad como Herramienta para Optimizar el Aprendizaje de la Asignatura de Emprendimiento y Gestión.**

**(Calderón Zamora, 2014)** Afirma en su estudio que:

**El emprendimiento presupone cambios en el proceso formativo, que implican la independencia, la creatividad y la reflexión, pero sobre todo libertad, actuando o no sin interferencias, presiones, ni constricciones; puesto que las exigencias laborales, implica que los estudiantes interactúen en un ambiente que favorezca la integración de los saberes.**

El emprendimiento supone tener que hacer modificaciones en el proceso educativo, que llevan a los alumnos a ser innovadores, reflexivos, autónomos, y sobre todo libres actuando sin interferencias, influencias ni restricciones; ya que los requerimientos profesionales requieren que los alumnos se relacionen en un entorno que beneficie la combinación del aprendizaje.

La creación de un sistema de trabajos de docentes tiene que basarse en la búsqueda de un nacimiento integral y dar respuestas creativas, logrando un desarrollo personal y desplegar sus capacidades innovadoras

que vayan de la mano con los diversos problemas del entorno que se presentan en su diario vivir, dando pie a que los estudiantes aprendan como se relacionan la tecnología con la sociedad para que sus ideas sean prácticas, fomentando el emprendimiento.

### **La Creatividad en el Emprendimiento**

La creatividad es una palabra que se puede asociar muchas veces al arte, pero no solo con el mundo artístico esta palabra va de la mano, se la puede conectar en muchos ámbitos, pocas veces se reflexiona sobre lo mucho que la sociedad ha usado a lo largo del tiempo la innovación y la creatividad, en este caso que es en el emprendimiento se lo puede conectar con la creatividad.

En este caso la creatividad no es la excepción para el emprendedor ya que el primer camino a alcanzar para coexistir como tal: es hacer algo diferente, o renovar algo que ya coexista en el mercado, que sea lo competentemente innovador para que lo promueva a emprender.

### **Aportes de la Asignatura Emprendimiento y Gestión a la Educación**

La incorporación de la asignatura de Emprendimiento y Gestión, tiene como propósito incorporar a la sociedad, nuevos emprendedores, con un enfoque de liderazgo, idóneos para tomar riesgos, para que en un futuro puedan crear fuentes de trabajo, ayudando al sustento de la economía ecuatoriana con un sistema de innovación.

La idea de implementar esta disciplina a la enseñanza aparte de crear jóvenes emprendedores, es que las instituciones trabajen con proyectos interdisciplinarios, el cual admita que los alumnos logren tener contacto con la situación nacional, para en un futuro lograr hacer un cambio en la sociedad ecuatoriana.

#### **2.2.4 Influencia de los Docentes en la Creatividad de los Estudiantes**

La educación es un instrumento importante que puede moldear la conducta de un individuo, permitiéndoles ser creativos, tener oportunidades y crecimiento personal, no se exagera al decir que un maestro capacitado puede ser un gran modelo en la subsistencia de los alumnos.

El profesor puede influir en sus alumnos a través de la educación creativa, inicial y continua, que el les brinde, el docente debe hacer uso de estrategias que incentiven al estudiante a ser creativo en sus trabajos académicos, es preciso que coexista una formación creativa imborrable del alumnado ya que, a medida que se lo va formando, va obteniendo nuevas destrezas y capacidades de solución de conflictos y acción ante las nuevas escenarios y condiciones a las que se enfrenten en su diario vivir.

#### **La Creatividad como un Valor Dentro del Proceso Educativo**

La creatividad es una herramienta que permita a la sociedad mejores niveles de educación, de bienestar social, y oportunidades de desarrollarse en un mejor ambiente, continuando con estas ideas no podríamos hablar de una formación innovadora sin aludir lo importante de un ambiente creativo que favorezca al pensamiento reflexivo y creativo en el aula de clase.

Es preciso propiciar mediante un ambiente de independencia psicológica que muestre la creatividad de los estudiantes, por lo menos en el sentido de que estén capacitados de afrontar lo nuevo y darle una solución al problema. También, enseñarle a no temer el cambio, sino a tener gusto por lo nuevo y alegrarse de este

### **Importancia de Desarrollar la Creatividad en el Aula**

Es sugestivo la idea de experimentar la creatividad en los jóvenes altamente innovadores, pero ciertamente la disposición y propuesta de progreso han de residir en el estudio de todos los educandos, ya que son los que tendrán el compromiso de operar al país en un futuro cercano.

Es necesario que se vea en el salón de clases a la creatividad como un entrenamiento cotidiano, que usen los estudiantes para enriquecerse en prácticas de enseñanza que se demuestran en el aula y adquirir la innovación como un hábito intelectual de productividad para todos.

Para que los alumnos desplieguen la creatividad en el aula es esencial consentir la liberación de experimentar y equivocarse, sin reprochar los errores que realicen, imposibilitando la idea de que se sientan fracasados y poder alcanzar así que continúen desarrollando sus experiencias, para que consigan tener autoconfianza y lleguen a donde ellos deseen.

### **2.2.5 El Emprendimiento en Instituciones Educativas**

Promover el emprendimiento en chicos, jóvenes y adultos es trascendental para originar su independencia y progreso ante el día a día. El beneficio de esta habilidad está compuesto por: el desarrollo de la

creatividad, la asertividad, la seguridad y la reflexión positiva. Por otra parte, además mejora el potencial para solucionar problemas y tomar decisiones

### **Importancia del Emprendimiento en la Educación**

Es tanta la importancia del emprendimiento en la formación educativa que en la actualidad los modelos Occidentales, gubernamentales, y libres establece que el espíritu emprendedor es un método clave que convendría estar integrada en las asignaturas de los estudiantes, conservarse, ser fortalecida y mejorada con el pasar del tiempo.

Los profesores tienen que estar siempre adelantados, ser un modelo de capacidad de emprendimiento para que consigan que los estudiantes se sientan inspirados, puesto que en un futuro donde lo automático y globalizado están llegando para quedarse, la ideal forma de forjar a que los estudiantes logren estar seguros de tener un gran puesto de trabajo, es que estén capacitados para crearlos.

### **Dirección del Emprendimiento y la Educación**

El emprendimiento y la enseñanza no siempre van de la mano en la misma dirección, en la experiencia, cuando los alumnos han culminado su educación competitiva y se sienten limitados en las oportunidades de acceder a una ocupación, se ilumina en ellos, tal cual una flama, el emprendimiento fundado por la carencia de dinero. En cuestión al Ecuador, esto se demuestra en las cantidades del estudio Global Entrepreneurship Monitor (GME), en el cual una de las primeras estimulaciones de los emprendedores es el desempleo y la insuficiencia de necesidades. En el

estudio igualmente se puede identificar que la agilidad emprendedora en el estado ecuatoriano es alta.

Aparte del tipo formativo que se ha usado para inducir el emprendimiento, lo trascendental es a lo largo del proceso pedagógico se llene al sujeto de técnicas teóricas-prácticas, de habilidades para formar un emprendedor, se basa en un dirección estratégica y un enfoque de durabilidad a término extendido, el cual el empresario nuevo tiene que entender que el objetivo de la compañía no solamente es fundar valor a los asociados o propietarios de la empresa, aportar a la creación de importe asimismo para los interesados, conservando proporción entre el progreso financiero, social y circunstancial.

### **2.2.6 Desarrollo de la Actitud Emprendedora en los Estudiantes**

El espíritu emprendedor se desenvuelve a partir de la niñez y se toma la decisión de aprender, al pretender percatarse y desplegar algo desconocido a la mirada, al estudiar y aspirar exponer los conocimientos a los individuos del entorno. Esta concepción consigue llegar a ser un sinónimo de innovación, permutación, creatividad, interés, liderazgo o bueno tomar riesgos.

### **Características de la Actitud Emprendedora**

Un emprendedor debe poder desarrollar características como: amor a lo que hace, ambición a crecer en lo que se desenvuelve, decisión, avasallamiento, innovación, compañerismo, y disposición, trabajo en equipo para tener armonía, trabajo bajo presión, confianza en sí mismos,

estas son actitudes que tienen que desarrollar para poder alcanzar el éxito en su emprendimiento

Al cumplir estas características el negocio o el emprendimiento que se esté ejecutando va a estar guiado por un buen camino, intentar crear un negocio es un desafío que logra cambiar el diario vivir de los emprendedores.

### **2.2.7 Campaña informativa como herramienta para el emprendimiento educativo**

#### **Campaña Educativa**

**Rojas Urrego** citado por (**Aguilera Macias & Anchundia Vasquez , 2017**) Se denomina campaña educativa porque va dirigido a una población estudiantil con el fin de dar a conocer cierta información de tipos pedagógico.

Se la llama campaña educativa por su enfoque que se dirige a la población educativa, con un único objetivo de saber indudable investigación de forma didáctica.

Una campaña posee como objetivo, mostrar, informar y hacer conciencia sobre un inconveniente muy importante con el fin de inducir una huella positiva, con el propósito de obtener como respuesta una reacción de la sociedad.

#### **Propósito de una Campaña Educativa**

Con lo anterior mencionado ya se sabe que todo objetivo de una campaña publicitaria es mostrar, informar, y concientizar sobre un

problema, influenciando a las personas, utilizando recursos que tiene la campaña.

- ✓ **Comunicar:** es el primer paso que hay que dar para hacer una campaña educativa eficaz
- ✓ **Rememorar:** En este punto se refiere a que, así como toda empresa utiliza su publicidad para recordar, también la campaña educativa tiene que hacer que la sociedad a la que está dirigida la tenga presente en su memoria en el momento en que vaya a emprender.
- ✓ **Persuadir:** La campaña educativa tiene que tener tal convencimiento de logre influenciar a la comunidad educativa, haciendo que sus actos estén basados en modelos determinados, con el fin de que logren ser productivos cuando lo deseen.

### **Partes de una Campaña Informativa**

Hay varios elementos que son fundamentales para la creación y el desarrollo de una campaña informativa como lo son:

- ✓ **Plan de acción:** Esta parte de la campana es la que requiere de mayor dedicación, ya que permitirá que se lleve a cabo la creación de la campaña educativa.
- ✓ **Plan de marketing:** Este paso tiene como objetivo hacer que la campana funcione de una manera adecuada, dando su seguimiento para alcanzar el objetivo.
- ✓ **Presupuesto:** Es el dinero que se tiene a disposición para invertir en el proyecto, en esta parte lo que se quiere es lograr el fin de la campana de una forma exitosa.

Estas son básicamente las partes por las que se debe de componer una campaña informativa.

## **Beneficios de una campaña informativa**

- Brindan información importante para el público al que se dirige
- Contribuyen al desarrollo social
- Estimula acciones beneficiosas para la sociedad

### **2.2.8 Fundamentación Epistemológica**

**Hefferman** citado por **(Aguilera Macias & Anchundia Vasquez , 2017)**

Dice en su proyecto de tesis que:

**“De acuerdo a Descartes el racionalismo es la fuente para llegar a la verdad mediante el razonamiento, dado que le concede al hombre habilidades únicas que le permite encontrar una explicación para las cosas, se basa en las ideas o principios de la razón. Esta corriente se caracteriza por lo real, conceptos mentales y lógicos que no necesariamente proviene de la experiencia.”**

El autor hace referencia a que el racionalismo es la clave para alcanzar el razonamiento, ya que le permite al ser humano tener destrezas notables que le ayuden a resolver de una manera innovador a aclarar las dudas, se fundamentan en las percepciones, o en el nacimiento del saber, se puede caracterizar por la lógica que no siempre vendrá de la mano con la experiencia.

Por tanto, ser racionalista es significativo para la formación como también el emprendimiento ya que puede ser el camino al éxito indeterminado para el ser humano, esto involucra que de cierta forma proyectar lo que uno quiera alcanzar, gracias a la lógica y al razonamiento se origina le generación de opiniones, y solucionar conflictos.

### **2.2.9 Fundamentación Pedagógica – Didáctica**

**Ausubel** citado por **(Rodríguez Palmero, 2010)**

**“El origen de la Teoría del Aprendizaje Significativo está en el interés que tiene Ausubel por conocer y explicar las condiciones y propiedades del aprendizaje, que se pueden relacionar con formas efectivas y eficaces de provocar de manera deliberada cambios cognitivos estables, susceptibles de dotar de significado individual y social”**

El aprendizaje significativo es en el que el docente busca que los conocimientos que se les dan a los estudiantes sean útiles en su vida cotidiana, pudiéndose relacionar con actividades que el estudiante realice a diario, esto con el fin de que lo aprendido le sirva como herramienta a largo plazo para que sea capaz de desarrollar capacidades para instruirse y encontrar solución a problemas.

### **2.2.10 Fundamentación Psicológica**

**Mijitáns** citado por **(Esquivias Serrano , 2004)** considera una nueva forma de aproximarse a la comprensión de la determinación psicológica de la creatividad, en ella lo psicológico juega un papel esencial. Ha perfilado su trabajo en torno al desarrollo de la creatividad en el ámbito educativo.

Con la educación muchos problemas el individuo no los puede resolver solo con tener educación y su personalidad si no que necesita conocer referencias históricas con las cuales él se pueda basar y asociar los problemas y buscar una solución adecuada a los conflictos, la cual se

basar en además de sus conocimientos sus experiencias vividas y acontecimientos reales.

### **2.3 Marco Contextual**

La Unidad Educativa Fiscal Dr. Francisco Huerta Rendón, se encuentra en la ciudad de Guayaquil, en la Av. Raúl Gómez Lince, Av. Las Aguas y Juan Tacna Marengo, provincia del Guayas, parroquia Tarqui, promueve la educación general básica y bachillerato, se encuentra en la zona urbana, dentro del régimen costero.

El Dr. Francisco Huerta Rendón hijo del notable jefe del cuerpo de bomberos Luis Felipe Huerta Gómez y de la notable ciudadana Raquel Rendón Constante, contrajo matrimonio con la Señorita Esmeralda Freide Triviño de la cual tuvo descendencia en cuanto a su formación fue autodidacta en el campo de la arqueología descubrió las Culturas Bahías y Chorrera fue un notable escritor de la Sociedad Ecuatoriana de estudios históricos, publicó artículos entre los años 1932 hasta 1966, obtuvo premios muy destacables como el premio al mérito científico por la Municipalidad de Guayaquil.

Se encuentra anexada a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, donde parte del personal docente proviene de esta institución de educación superior en las diferentes áreas de estudio.

El interés de la investigación es desarrollar un estudio sobre la creatividad en el desarrollo del emprendimiento, considerando como caso de estudio la asignatura de Emprendimiento y Gestión, que de acuerdo a los datos obtenidos el problema es que los resultados reflejan limitantes en el desarrollo de las habilidades creativas en el alumnado.

En los análisis con observación que se pudieron realizar y por la cual se decidió trabajar en la presente investigación, se identificó que los alumnos de la Unidad Educativa carecen muchas veces de creatividad necesaria para la vida cotidiana y sobre todo para el tema en cuestión que es el emprendimiento, este estudio se realiza para evitar que los jóvenes terminen en las calles con una mala vida, por falta de educación o de trabajo.

## **2.4 Marco Legal**

### **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR**

#### **Sección segunda Jóvenes**

**Art. 39.-** El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

## LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL

### **Art. 3.- Fines de la educación. - Son fines de la educación:**

r. La potenciación de las capacidades productivas del país conforme a las diversidades geográficas, regionales, provinciales, cantonales, parroquiales y culturales, mediante la diversificación curricular; la capacitación de las personas para poner en marcha sus iniciativas productivas individuales o asociativas; y el fortalecimiento de una cultura de emprendimiento;

### **Art. 43.- Nivel de educación bachillerato. -**

El bachillerato general unificado comprende tres años de educación obligatoria a continuación de la educación general básica. Tiene como propósito brindar a las personas una formación general y una preparación interdisciplinaria que las guíe para la elaboración de proyectos de vida y para integrarse a la sociedad como seres humanos responsables, críticos y solidarios. Desarrolla en los y las estudiantes capacidades permanentes de aprendizaje y competencias ciudadanas, y los prepara para el trabajo, el emprendimiento, y para el acceso a la educación superior. Los y los estudiantes de bachillerato cursarán un tronco común de asignaturas generales y podrán optar por una de las siguientes opciones:

#### **b. Bachillerato técnico:**

Además de las asignaturas del tronco común, ofrecerá una formación complementaria en áreas técnicas, artesanales, deportivas o artísticas que permitan a las y los estudiantes ingresar al mercado laboral e iniciar actividades de emprendimiento social o económico. Las instituciones

educativas que ofrezcan este tipo de bachillerato podrán constituirse en unidades educativas de producción, donde tanto las y los docentes como las y los estudiantes puedan recibir una bonificación por la actividad productiva de su establecimiento.

## **CAPÍTULO III**

### **3 METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño de la Investigación**

El diseño metodológico es la representación de las variables y cómo van a ser presentadas en el proyecto. Por lo general se representa en un esquema matemático donde la codificación esquematiza las relaciones de las variables, y como van a ser medidas a través de los modelos matemáticos.

El desarrollo de este proyecto se encierra en resolver una problemática tanto educativa como social en los estudiantes del tercer año de bachillerato de la unidad educativa “Francisco Huerta Rendón” ya que los docentes que se gradúan de esta institución no utilizan su creatividad para relacionarla con los conocimientos obtenidos gracias a la asignatura de emprendimiento y gestión la cual les abre un camino a desarrollar su propio emprendimiento.

El diseño cuantitativo nos ayuda a describir los acontecimientos que se suscitan en la institución educativa, así mismo se analizarán las variables que se establecieron para así dar a conocer la relevancia de la problemática para que de esta forma se contribuya a dar una solución la cual beneficiara tanto a los estudiantes como a la comunidad en general.

Por medio del uso de la investigación realizada podremos dar a conocer la problemática que se suscita con el fin de llegar a desarrollar una solución al conflicto encontrado en el establecimiento educativo para el beneficio de los educandos y así de esta forma dejar como un precedente a los trabajos realizados mediante técnicas planteadas para implementar su solución, además del acoplamiento de varios métodos y varios tipos de

investigación que ayuden a que el proyecto que se desarrolla sea de calidad.

## **3.2 Modalidad de la investigación**

### **3.2.1 Investigación cualitativa**

Según *(Katayama, 2014)* afirma: “La investigación cualitativa comprende un conjunto de estrategias y acercamiento al estudio del mundo social o humano en sus aspectos simbólicos y por tanto no másicos o cuantificables.” (p. 37)

Este método cualitativo es esencial para la investigación de la problemática en las aulas de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón ya que, mediante la observación adecuada dentro de las aulas y a cada uno de los estudiantes se pudo interiorizar en este tema observando que a los estudiantes se les imparte la asignatura emprendimiento y gestión la cual sirve de bases de conocimientos para que los estudiantes puedan realizar su propio emprendimiento.

La orientación cualitativa muestra incomparables categorías, como: La observación, que consiste en analizar con profundidad las causas que incitan a que los estudiantes no se sientan motivados a desarrollar un emprendimiento.

La perspectiva de esta investigación va direccionada a los estudiantes de Bachillerato General Unificado, que son la pieza fundamental de la investigación ya que la propuesta de investigación va dirigida a beneficio de ellos.

### **3.2.2 Investigación Cuantitativa**

*(Del Canto & Silva Silva, 2013)* Afirman en su artículo que “A través del tiempo, el ser humano ha estado en la búsqueda constante de nuevos conocimientos, siendo la investigación cuantitativa una de las vías para obtenerlo, teniendo su soporte en la indagación a través de elementos cognitivos y en datos numéricos extraídos de la realidad, procesados estadísticamente para probar teorías.”

La investigación cuantitativa es de vital importancia ya que nos ayuda a reflejar los resultados de forma numérica mediante formas estadísticas que los investigadores analizaran y podrá deducir una respuesta textual al análisis de estos datos numéricos que se ven reflejado en los trabajos de investigación que se realice. En el presente trabajo de investigación se hará uso de la investigación cuantitativa para que sirva de complemento a la investigación cualitativa ya que mediante esta podremos dar una deducción estadística a las encuestas que se realizaron para de esta forma estos cuadros estadísticos fueron analizados y dieron paso a elaborar las conclusiones y de esta misma forma nuestras recomendaciones sobre la creatividad en los estudiantes que se desea aplicar en el desarrollo del emprendimiento.

### **3.3 Tipos de investigación**

#### **3.3.1 Investigación de campo**

Se ejecutó la investigación de campo para poder llevar a cabo el estudio en el lugar de los hechos y así poder palpar la problemática que se suscita en la Unidad Educativa “Francisco Huerta Rendón” y de esta forma analizar a los estudiantes en sus actividades diarias dentro de su área académica y se logró descubrir el problema que se suscita en la institución

educativa específicamente en la asignatura de Emprendimiento y Gestión, esto justifica la realización de este proyecto de investigación que busca la solución del problema de desmotivación en realizar un emprendimiento por parte de los estudiantes del establecimiento educativo.

### **3.3.2 La Investigación Documental**

Según nos da a conocer el autor (**Arias, 2012**) la investigación documental es

“La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos o registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas.”

La investigación documental es aquella que se basa en documentos tales como revistas, libros, y demás fuentes bibliográficas que por lo regular son escritos por diversos autores de las materias correspondientes. La investigación documental nos permitió la búsqueda, organización, clasificación y procesamiento de información, lo cual ayudó a obtener los elementos necesarios y suficientes para dar conclusiones o explicaciones al problema de investigación que se está trabajando.

### **3.3.3 Investigación Bibliográfica**

La investigación bibliográfica es importante al realizar un proyecto investigativo ya que reside en recoger datos principales al problema que se está investigando en documentos, para establecer cuál es el estudio verdadero en un dominio en específico.

A lo largo de la realización del proyecto se utilizó la investigación bibliográfica para la búsqueda de extractos que estén afines con la

problemática, de tal manera que los adelantos en cuanto la búsqueda de datos en libros, enciclopedia, artículos, documentos, entre otros, fueron necesarios para los investigadores para seleccionar toda la información importante.

### **3.3.4 Investigación descriptiva**

Según el autor (*Arias, 2012*) define la investigación descriptiva como:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Mediante esta investigación se describirá los hechos suscitados con la problemática del bajo desarrollo de la creatividad para realizar un emprendimiento ya que esto afecta en gran parte a los educandos al momento de querer desarrollar un emprendimiento no cuentan con un desarrollo de creatividad que les permita innovar con algún producto o servicio que puedan ofrecer a la sociedad.

### **3.4 Métodos de Investigación**

**Método Analítico-Sintético.** – Este método permitió estudiar los diferentes argumentos presentados sobre la creatividad en el desarrollo de un emprendimiento para de esta forma analizar correctamente la información encontrada en documentos, revistas, libros y demás para determinar cuál de estas sería útil para la investigación.

**Método Inductivo-Deductivo.** - Ayudó a determinar si los docentes de la institución educativa implementaban el uso o no estrategias que contribuyan con el desarrollo de la creatividad y un espíritu emprendedor en los estudiantes de la institución educativa.

**Histórico- Lógico.** – Sirvió al momento de detallar los antecedentes de la investigación, así como al momento de realizar la recolección de la información y los problemas que causa la carencia de desarrollo de creatividad en los estudiantes.

**Nivel Empírico.** - Se manejó herramientas como la observación para descubrir la realidad en la institución en el ámbito de la creatividad, se analizó y observó si los docentes de la institución utilizan estrategias que fomenten el desarrollo de la creatividad y el espíritu emprendedor en los docentes.

### **3.5 Técnicas de investigación**

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón, aquí se desarrollaron las técnicas desde el enfoque cualitativo y cuantitativo, con las cuales se pudo recopilar la información necesaria entre las técnicas utilizadas tenemos observación, encuestas las cuales permitieron adquirir nuevos conocimientos del problema que se origina en la institución.

Mediante el uso de estas herramientas se logró obtener información de suma relevancia para la investigación sobre la carencia de desarrollo de la creatividad para el emprendimiento en los alumnos, si los docentes utilizan estrategias que fomenten a desarrollar la creatividad en los docentes o no.

### **3.5.1 Encuesta**

Los autores (*Lopez Roldan & Fachelli, 2015*) nos dan a conocer que “La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida.”

Según lo expresado por el autor las encuestas no son nada más que las declaraciones de los sujetos que forman parte de la comunidad afectada por la problemática a los cuales se interroga mediante un escrito y estos expresan su opinión sobre el tema que se le esté presentando.

En el trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta para lograr obtener información de los actores principales los cuales son los alumnos y docentes del Tercer Año de Bachillerato General Unificado sobre esta problemática originada en la Unidad Educativa “Francisco Huerta Rendón”. La encuesta detallara una serie de preguntas sobre el tema de investigación y además de su respectiva propuesta que se desea establecer la encuesta se caracterizara por contar con preguntas claras, precisas y concisas, que serán contestadas por los encuestados y estas serán de carácter anónimo lo cual permite la exposición de los resultados y análisis de estas.

### **3.5.2 Observación**

Para (*Ildefonso Grande & Abascal Fernandez, 2011*) la observación consiste en:

“Consiste en la atención, examen e interpretación de unas conductas sin que el investigador intervenga en su desarrollo con objeto de modificar el curso natural de su desenvolvimiento”. La observación es una de las

técnicas más utilizadas en la investigación ya que como el autor expresar nos ayuda a conocer sobre el desarrollo natural del ambiente al cual se está investigando a conocer características y detalles que muchos no han podido percatar.

La observación es un instrumento que en el presente trabajo de investigación contribuyo en la obtención de información ya que de esta forma se ahonda en la problemática que afecta a los estudiantes del Tercer Año de Bachillerato General Unificado, para de esta forma poder ofrecer una solución que ayude a los estudiantes.

### **3.6 Instrumento de investigación**

#### **3.6.1 Ficha de observación**

La ficha de observación ayuda a recaudar información para proceder a detallar las falencias suscitadas en el campo donde se esté realizando la investigación en este caso la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón en el Tercer Año de Bachillerato General para de esta forma determinar la problemática que se suscita y proceder a darle una solución.

#### **3.6.2 Cuadros Estadísticos**

Los cuadros estadísticos ayudan a reflejar la información de forma estadística donde sea transparente para de esta forma lograr evidenciar a través de estas las cantidades que determinan la gravedad de la problemática suscitada en la unidad educativa. Los cuadros estadísticos muestran la información proporcionada por los actores principales de la investigación donde se podrá conocer su opinión acerca de la problemática que se desarrolla en el entorno en que se encuentran, estos datos servirán para mejorar la situación originada en este lugar

### 3.7 Población y muestra

#### Población

Para la investigación se tomarán como población objetivo a los estudiantes del Tercer año de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón en la asignatura de Emprendimiento y Gestión de la jornada matutina. De esta forma, se define que la población aproximada de estudiantes serían los estudiantes matriculados en las secciones A, B y C la cual registra una cantidad de 134 alumnos entre las tres secciones respectivamente, además de 10 docentes del establecimiento. Al ser una población con una cantidad manejable la encuesta se efectuará con todos los estudiantes y docentes por lo consiguiente no se utilizará una muestra.

**Cuadro N° 3**

#### **Población de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón**

<b>Ítem</b>	<b>Estratos</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>1</b>	<b>ESTUDIANTES</b>	124	92,54%
<b>2</b>	<b>DOCENTES</b>	10	7,46%
<b>Total</b>		<b>134</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

La investigación que dirigida a cursos específicos de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón es por este motivo que se trabajará con una población manejable y la investigación no necesitará de la aplicación de una muestra ya que se trata de una población menor a las 500 personas.

### 3.8 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón.

#### 1.- ¿Conoce sobre estrategias para el desarrollo de la creatividad?

**Cuadro N° 4**

#### Estrategias para la creatividad

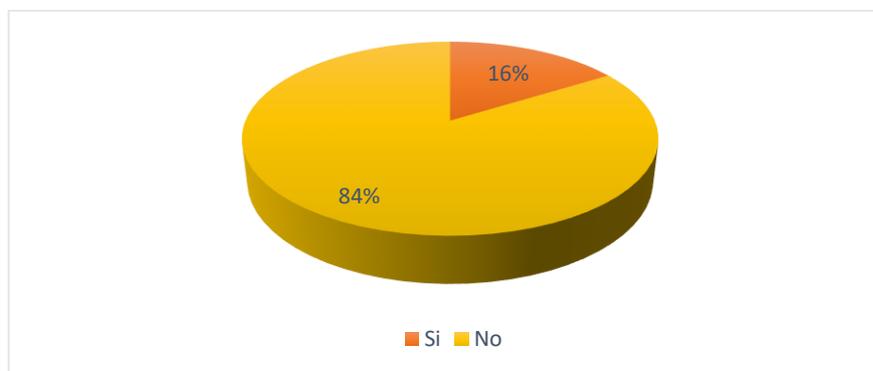
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	20	16,13%
	No	104	83,87%
	<b>TOTAL</b>	124	100%

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 1**

#### Estrategias para la creatividad



**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** De la población encuestada 104 personas negaron conocer sobre estrategias para desarrollar la creatividad; mientras que 20 dijeron conocer sobre ellas, la falta de conocimiento de estas estrategias es un perjuicio para el estudiantado ya que no conocerán de que manera poder mejorar su creatividad para realizar una actividad que en este caso se busca un emprendimiento novedoso.

## 2.- ¿Cree que la creatividad está vinculada con el emprendimiento?

**Cuadro N° 5**

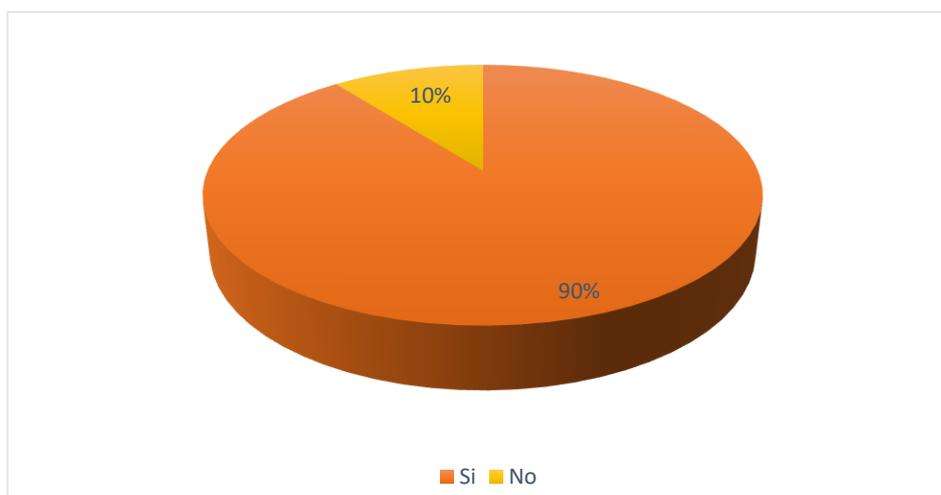
### **Creatividad vinculada al emprendimiento**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	111	89,51%
	No	13	10,49%
	<b>TOTAL</b>	124	100%

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 2**

### **Creatividad vinculada al emprendimiento**



**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** Con respecto a la creatividad y su vínculo con el emprendimiento 111 encuestados afirmaron su vínculo; mientras que 13 lo negaron, la creatividad tiene un vínculo muy importante con el emprendimiento ya que de esta forma se pueden lograr emprendimientos novedosos que llega a ser muy exitosos.

### 3.- ¿Tiene conocimientos bases para realizar un emprendimiento?

**Cuadro N° 6**

#### **Bases de emprendimiento**

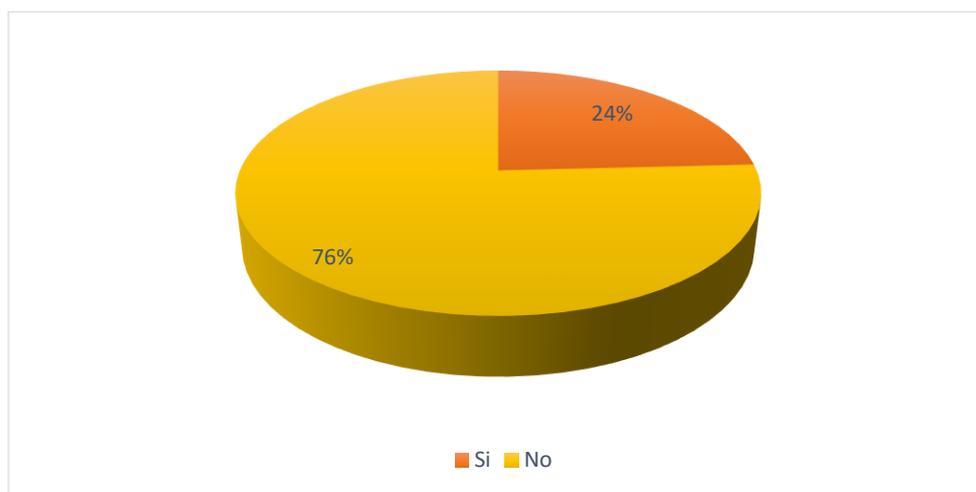
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	30	24,20 %
	No	94	75,80%
	<b>TOTAL</b>	124	100%

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 3**

#### **Bases de emprendimiento**



**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

Análisis: Como respuesta a la interrogante planteada tenemos que 94 encuestados no cuentan con conocimientos bases para emprender; mientras que 30 afirmaron tenerlos, tener conocimientos generales sobre lo que conlleva un emprendimiento es muy importante para las personas que tengan como propósito realizar su propio emprendimiento.

**4.- ¿En la asignatura emprendimiento y gestión el docente hace desarrollar su creatividad para un emprendimiento?**

**Cuadro N° 7**

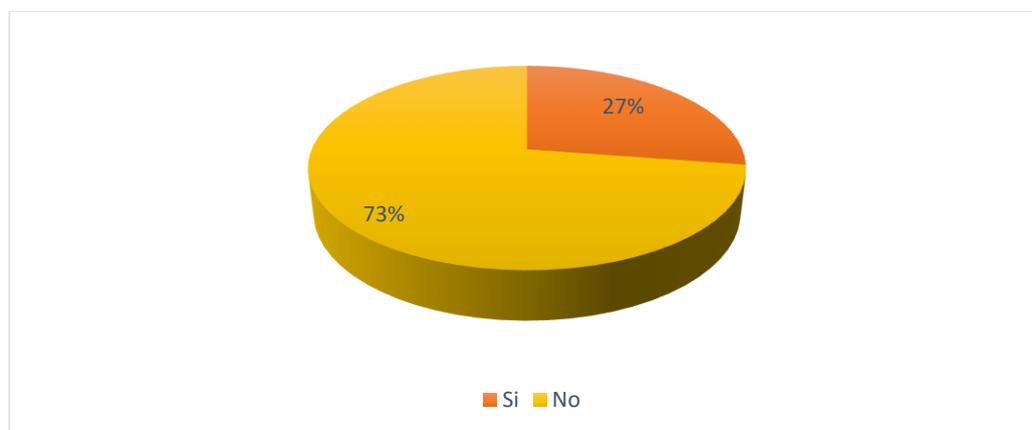
**Desarrollo de la creatividad**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	34	27,42 %
	No	90	72,58 %
	<b>TOTAL</b>	124	100%

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 4**

**Desarrollo de la creatividad**



**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** Al indagar si los docentes desarrollan la creatividad para emprender 90 de los encuestados respondieron que no lo realizan; mientras que 34 de ellos afirmaron que se lo realizan, el desarrollo de la creatividad es muy importante en los jóvenes ya que abre su mente a nuevas ideas y soluciones a problemas existentes.

5.- ¿Considera usted que el buen desarrollo de la creatividad es necesario para realizar un emprendimiento?

**Cuadro N° 8**

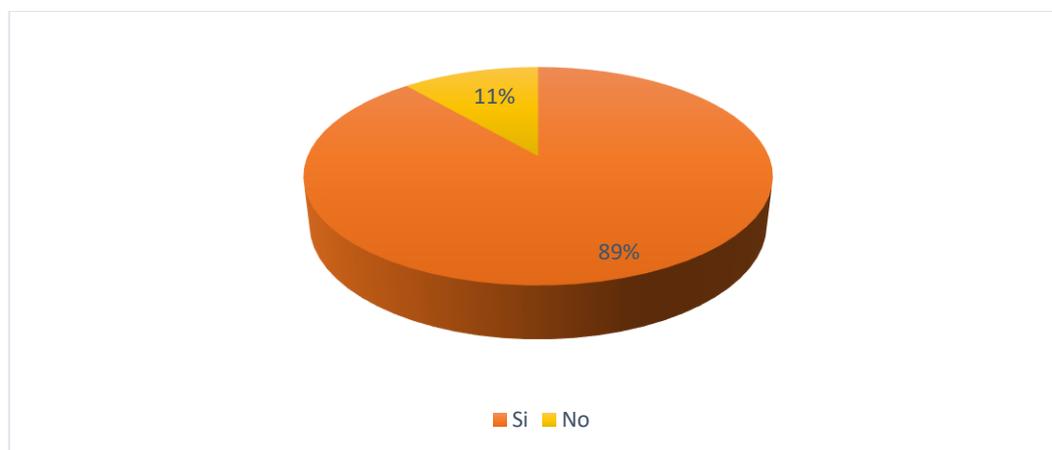
**La creatividad en el emprendimiento**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	110	88,70 %
	No	14	11,30%
	<b>TOTAL</b>	124	100%

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 5**

**La creatividad en el emprendimiento**



**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

Análisis: De las 124 personas encuestadas 110 dijeron que si es necesaria la creatividad en el desarrollo de un emprendimiento; a diferencia de 14 que respondieron que no es necesario, el buen desarrollo de la creatividad es importante al emprender ya que de esta forma se puede llegar a ofrecer un emprendimiento innovador al mercado.

6.- ¿Cree usted que las instituciones educativas deberían incentivar el espíritu emprendedor?

**Cuadro N° 9**

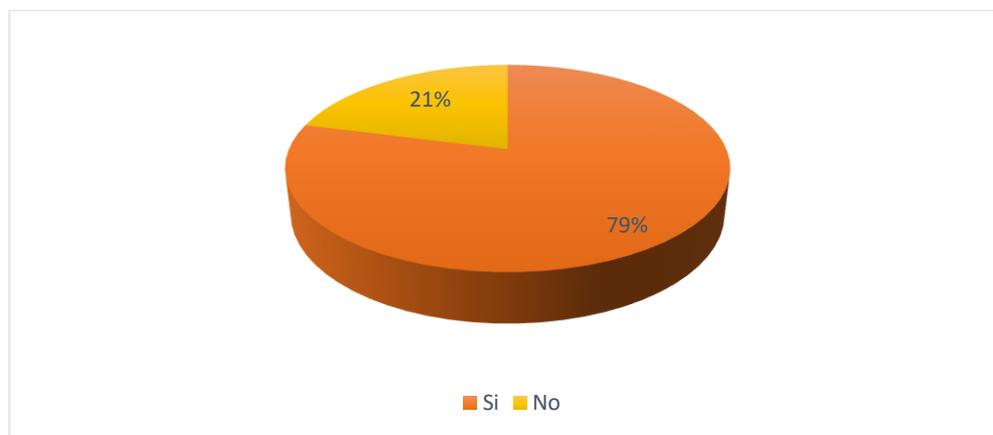
**Incentivar espíritu emprendedor**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	98	79,03 %
	No	26	20,97%
	<b>TOTAL</b>	124	100%

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 6**

**Incentivar espíritu emprendedor**



**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

Análisis: Al preguntar si las instituciones deben fomentar el emprendimiento 98 encuestados estuvieron de acuerdo en que se debe incentivar; mientras 26 de ellos no estuvieron de acuerdo, es muy importante y útil que se fomente el emprendimiento porque es una vía para los bachilleres que se gradúen y quieran emprender.

**7.- ¿Cree usted que una campaña informativa ayudará a motivar a los estudiantes a realizar un emprendimiento?**

**Cuadro N° 10**

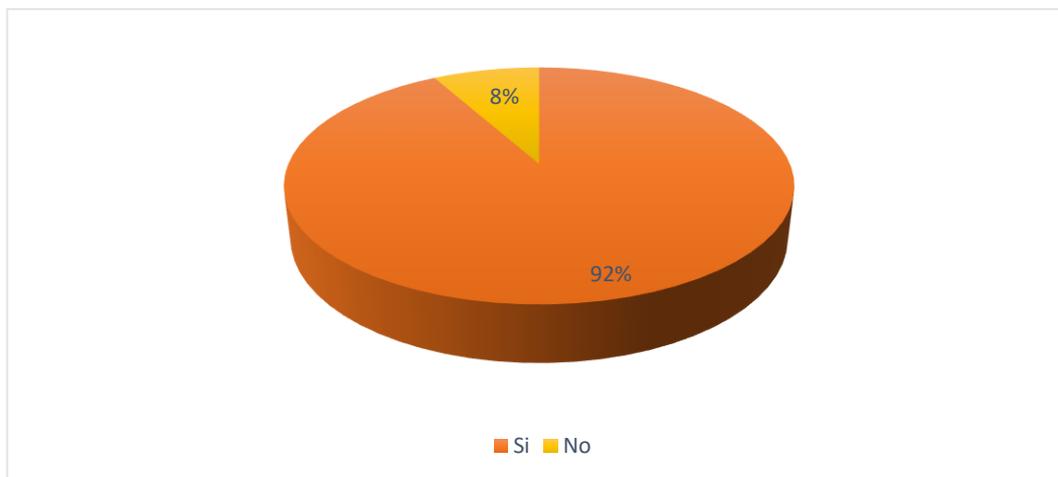
**Campaña para motivar el emprendimiento**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	114	91,93 %
	No	10	8,07%
	<b>TOTAL</b>	124	100%

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 7**

**Campaña para motivar el emprendimiento**



**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** Al indagar sobre si piensa que una campaña informativa motivará a los estudiantes a emprender 114 de los encuestados afirmaron que si ayudaría a motivarlos; mientras que 10 de ellos opinaron que no, una campaña informativa tiene muchos beneficios siempre y cuando se difunda información útil para el público al que se la dirige.

**8.- ¿La institución educativa los motiva a ser una persona emprendedora?**

**Cuadro N° 11**

**Motivación a emprender**

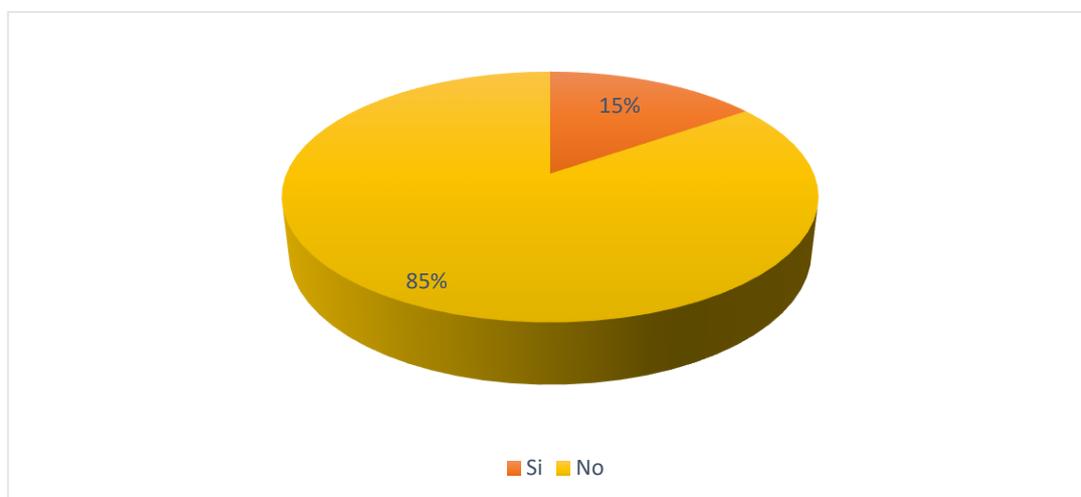
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	19	15,33%
	No	105	84,67%
	<b>TOTAL</b>	124	100%

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 8**

**Motivación a emprender**



**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

Análisis: Al querer saber si la institución educativa motiva a los estudiantes a ser emprendedores 105 de los encuestados respondieron que no se los motiva; a diferencia de 19 de ellos que afirmaron ser motivados, incentivar una actitud emprendedora en los estudiantes ayudaría a solucionar muchos problemas sociales que se suscitan en nuestro País.

9.- ¿Considera usted que se puede aplicar la creatividad como una técnica de emprendimiento?

**Cuadro N° 12**

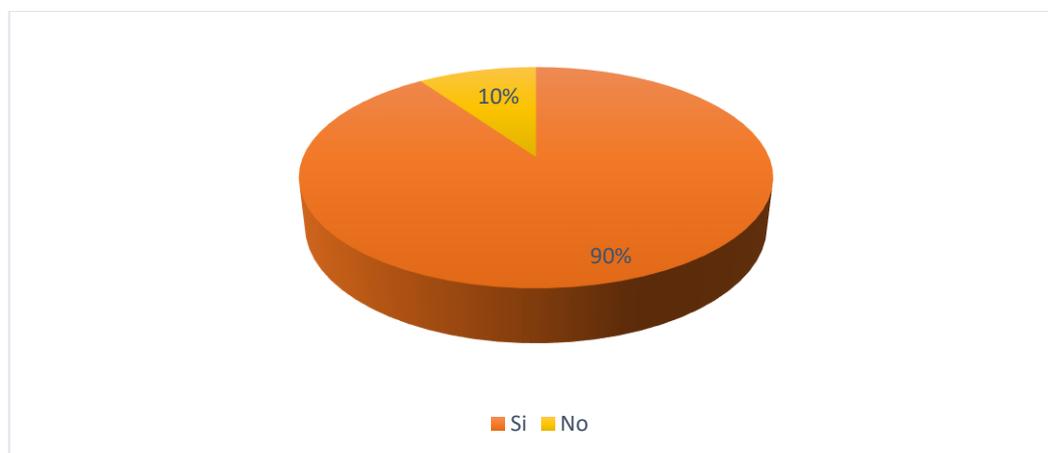
**Creatividad como técnica para emprender**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	112	90,32 %
	No	12	9,68 %
	<b>TOTAL</b>	124	100%

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 9**

**Creatividad como técnica para emprender**



**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

Análisis: Al querer saber si se considera la creatividad como una técnica para el emprendimiento 112 de los encuestados respondieron que si la consideran a diferencia de 12 de ellos que negaron considerarla, la creatividad es una herramienta útil al momento de emprender porque nos brinda ideas novedosas e innovadoras para ofrecer a la sociedad.

**10.- ¿Participarías activamente en una campaña informativa acerca de la creatividad y el desarrollo del emprendimiento?**

**Cuadro N° 13**

**Participación en campaña informativa**

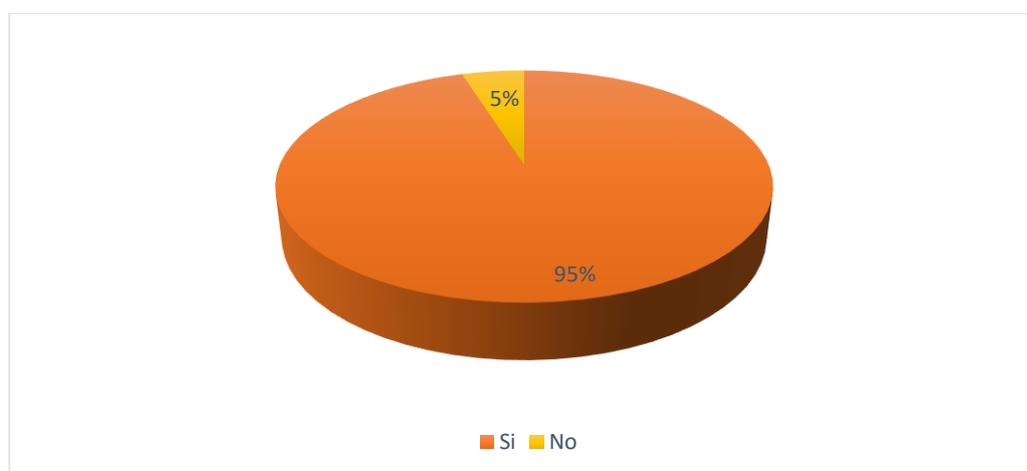
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	118	95,16 %
	No	6	4,84%
	<b>TOTAL</b>	124	100%

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 10**

**Participación en campaña informativa**



**Fuente:** Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

Análisis: Al preguntarle a los encuestados si participarían activamente en una campaña informativa 118 de ellos respondieron estar de acuerdo con la idea; mientras que 6 de ellos no estuvieron de acuerdo, participar activamente en la campaña informativa contribuiría con el desarrollo de los estudiantes de la institución educativa en lo que se refiere a emprendimiento

### 3.9 Análisis de la encuesta aplicada a los Docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón.

1.- ¿Considera usted que la creatividad está vinculada con el emprendimiento?

Cuadro N° 14

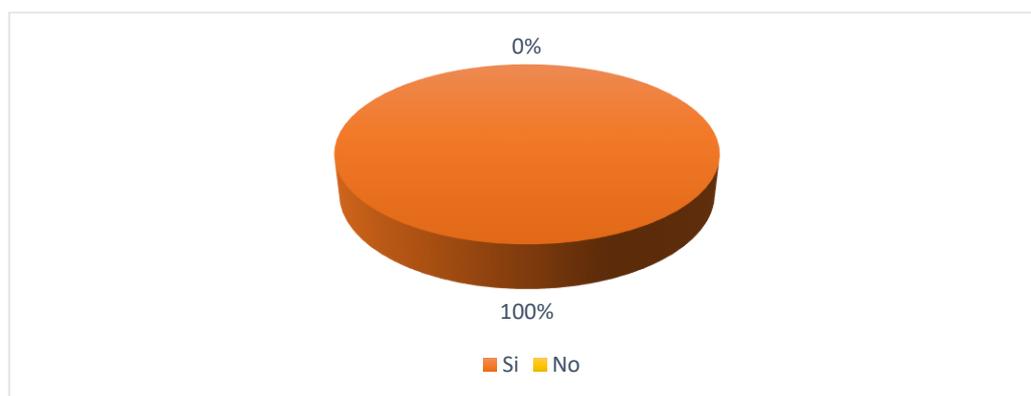
#### Vinculo creatividad y emprendimiento

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	10	100%
	No	0	0%
	<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

Gráfico N° 11

#### Vinculo creatividad y emprendimiento



**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** Al encuestar a 10 docentes si consideran que la creatividad está vinculada con el emprendimiento todos afirmaron la pregunta, claro que la creatividad está vinculada al emprendimiento ya que gracias a ella cada día se obtienen novedosas e innovadoras ideas para ofrecerlas al mercado.

**2.- ¿Cree usted que la asignatura emprendimiento y gestión les brinda a los alumnos bases suficientes para emprender?**

**Cuadro N° 15**

**Bases para emprender**

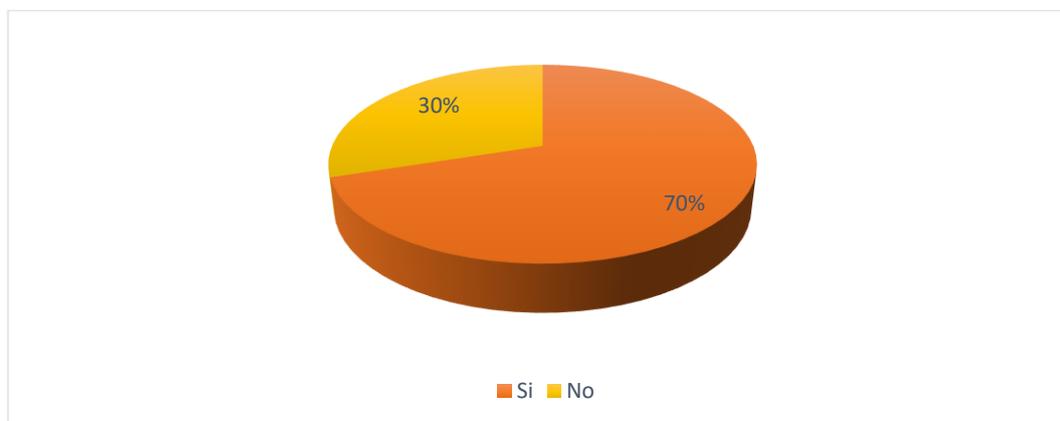
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	7	70%
	No	3	30%
	<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 12**

**Bases para emprender**



**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** al indagar si la asignatura de emprendimiento y gestión brinda bases suficientes para el emprendimiento 7 docentes respondieron que sí; mientras 3 de ellos negaron que se de las bases suficientes, la asignatura si ofrece bases para un emprendimiento, pero puede mejorarse la enseñanza de esas bases con estrategias que ayuden a los docentes.

**3.- ¿Considera que uno de los factores del bajo rendimiento de la asignatura de emprendimiento y gestión es el poco interés de los estudiantes?**

**Cuadro N° 16**

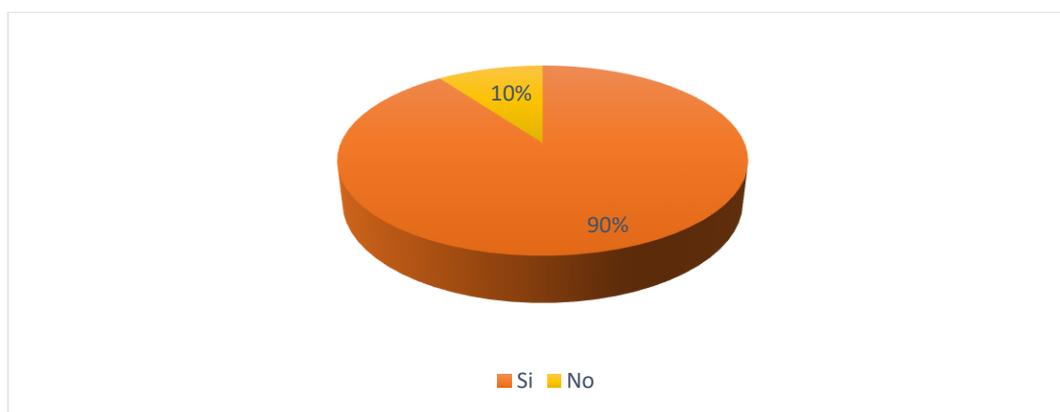
**Bajo interés en emprendimiento y gestión**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	9	90%
	No	1	10%
	<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 13**

**Bajo interés en emprendimiento y gestión**



**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** De la población encuestada de si el bajo rendimiento de la asignatura emprendimiento y gestión es el poco interés 9 docentes respondieron que si; mientras que 1 respondió que no, el poco interés de parte de los estudiantes si es un factor de bajo rendimiento, pero aparte de este existen otros factores que acompañan esta problemática.

#### 4.- ¿Proporciona usted recursos didácticos actualizados para estimular el emprendimiento?

Cuadro N° 17

##### Recursos actualizados

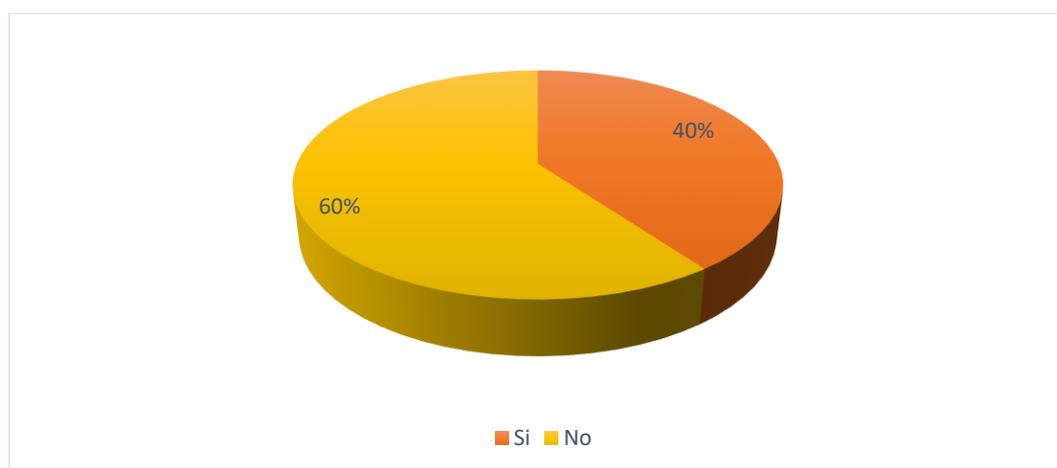
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	4	40%
	No	6	60%
	<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

Gráfico N° 14

##### Recursos actualizados



**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** Al preguntar si se utiliza recursos actualizados para dictar la asignatura de emprendimiento y gestión 6 docentes respondieron que no; mientras que 4 de ellos dijeron que si, es muy importante implementar recursos actualizados muchos docentes no cuentan con las herramientas para hacerlo, pero se pueden ofrecer recursos que son gratuitos y están al alcance de todos los estudiantes como lo es el internet.

**5.- ¿Considera que es fundamental desarrollar en los estudiantes el interés de realizar un emprendimiento?**

**Cuadro N° 18**

**Interés en emprender**

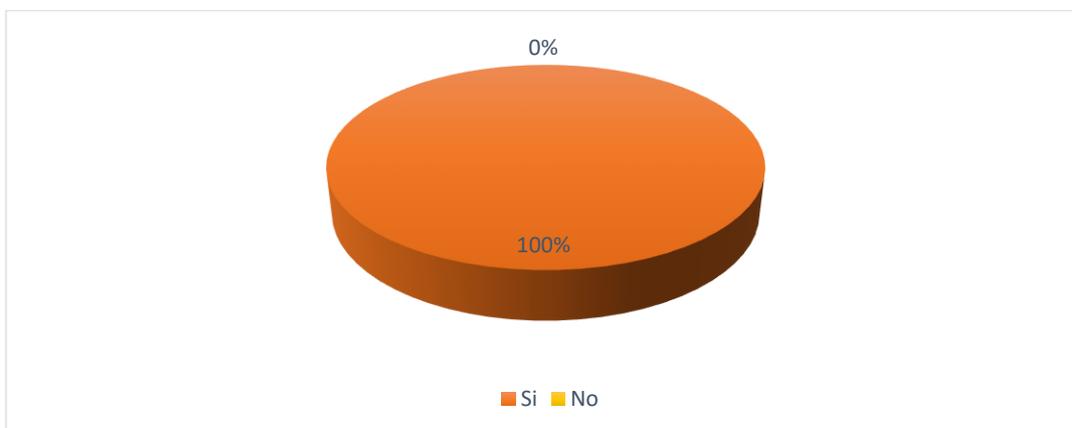
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	10	100 %
	No	0	0%
	<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 15**

**Interés en emprender**



**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** De los 10 docentes encuestados sobre si se debe desarrollar el interés a emprender en los estudiantes todos estuvieron de acuerdo con esta interrogante, hay que desarrollar el interés en los estudiantes ya que el emprendimiento es una vía de superación por la que pueden optar los estudiantes de la unidad educativa.

**6.- ¿Conoce sobre técnicas que desarrollen la creatividad del estudiante?**

**Cuadro N° 19**

**Técnicas que desarrollen la creatividad**

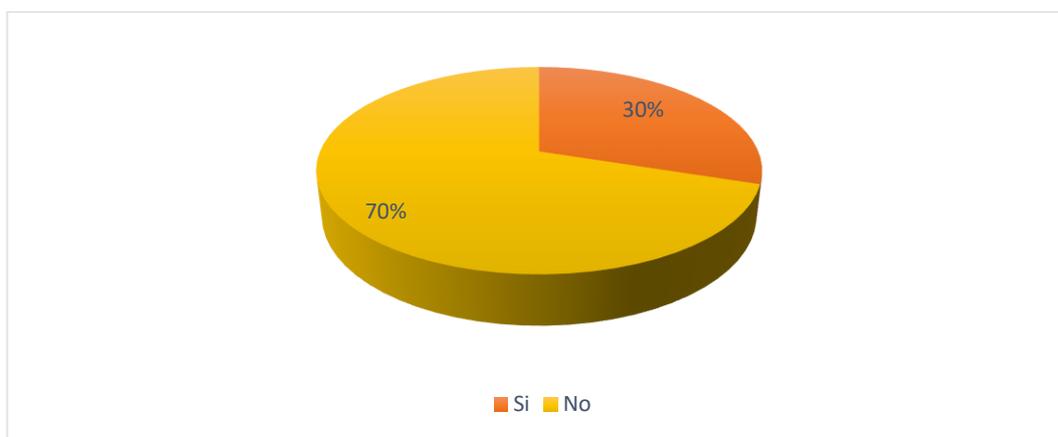
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	3	30%
	No	7	70%
	<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 16**

**Técnicas que desarrollen la creatividad**



**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** Al querer saber si los docentes conocen sobre técnicas que desarrollen la creatividad en los estudiantes 7 de ellos respondieron no tener conocimientos; mientras que 3 afirmaron tenerlos, es importante que todos los docentes cuenten con conocimientos de desarrollo de la creatividad para ayudar a los estudiantes a mejorar su creatividad para emprender un proyecto.

**7.- ¿Cree usted que la unidad educativa incentiva el espíritu emprendedor?**

**Cuadro N° 20**

**Incentivar el espíritu emprendedor**

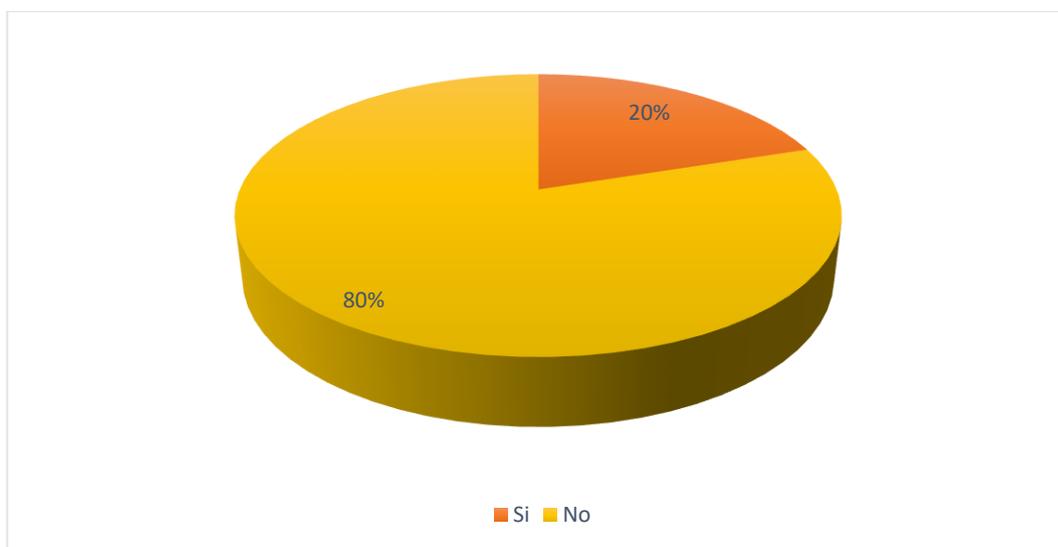
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	2	20%
	No	8	80%
	<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 17**

**Incentivar el espíritu emprendedor**



**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** Indagando si la unidad educativa incentiva el espíritu emprendedor en los estudiantes 8 de los encuestados respondieron que no se lo realiza; a diferencia de 2 de ellos que afirmaron que si se incentiva a los estudiantes.

**8.- ¿Incitaría a los estudiantes a realizar una Feria en donde puedan dar a conocer sus emprendimientos?**

**Cuadro N° 21**

**Feria de emprendimiento**

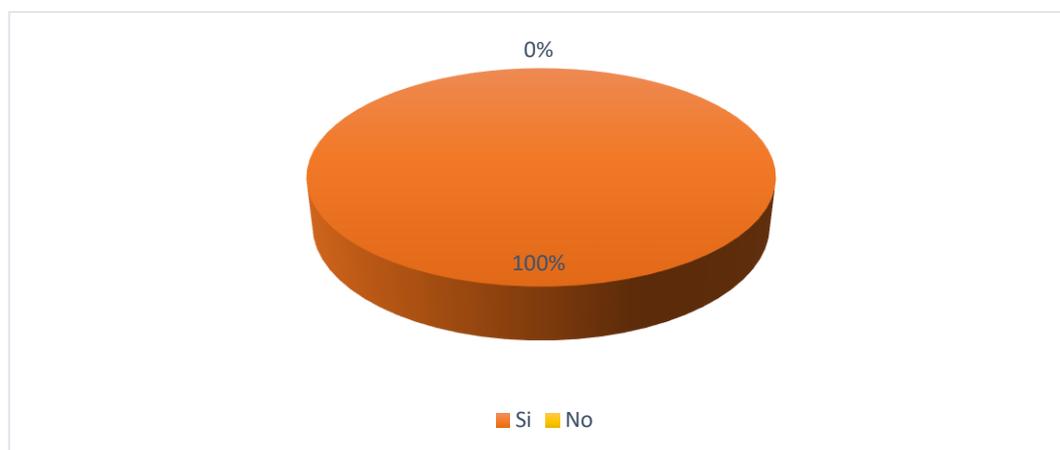
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	10	100%
	No	0	0%
	<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 18**

**Feria de emprendimiento**



**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** Al querer saber si los docentes están de acuerdo con realizar una casa abierta sobre los emprendimientos de los estudiantes todos los encuestados estuvieron de acuerdo con esta interrogante, realizar una casa abierta es una forma de ayudar a los alumnos a dar a conocer sus emprendimientos además que sirve de motivación para que vayan haciendo crecer su proyecto.

**9.- ¿Considera usted que los estudiantes son capaces de emprender en base a la tecnología?**

**Cuadro N° 22**

**Emprender con tecnología**

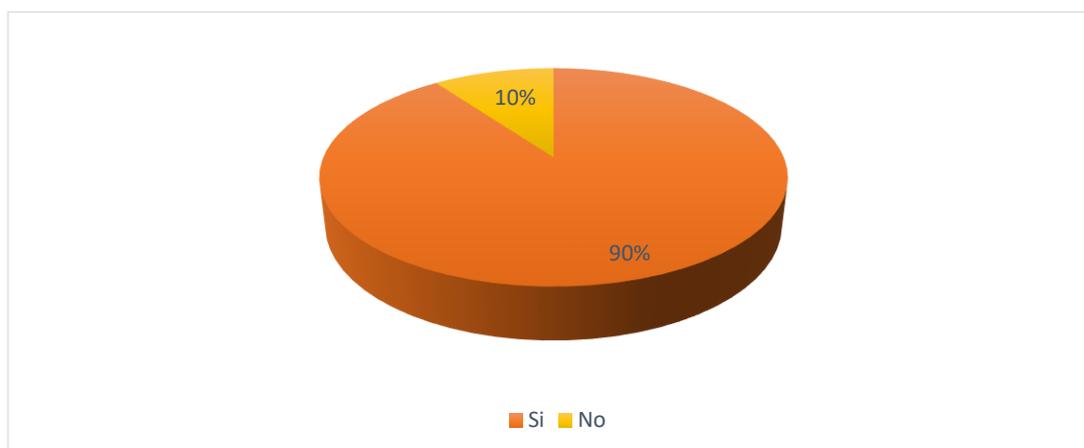
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	9	90%
	No	1	10%
	<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 19**

**Emprender con tecnología**



**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón

**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** De la población encuestada si piensa que los estudiantes sean capaces de emprender en base a la tecnología 9 de ellos respondieron que sí; mientras que 1 respondió que no, los alumnos pueden emprender en base la tecnología ya que ellos tienen varios conocimientos al encontrarse rodeados de esta tecnología es por esto que pueden logran un emprendimiento sobre tecnología.

**10.- ¿Considera usted que implementar una campaña informativa a los estudiantes los motivara a que realicen emprendimientos creativos?**

**Cuadro N° 23**

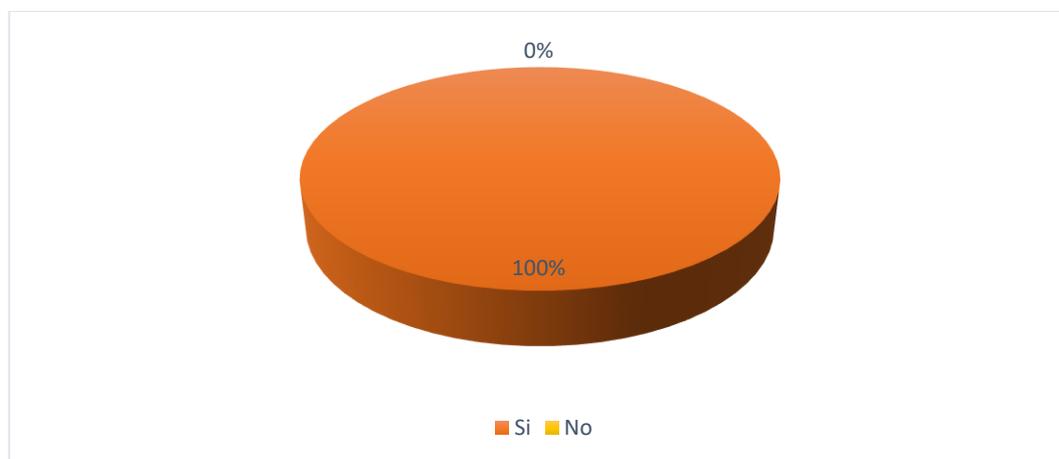
**Campaña informativa para motivar**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Si	10	100%
	No	0	0%
	<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Gráfico N° 20**

**Campaña informativa para motivar**



**Fuente:** Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Dr Francisco Huerta Rendón  
**Elaborado por:** Christofer Solari y Adriana Zavala

**Análisis:** Al indagar si los docentes piensan que una campaña informativa motivaría a los estudiantes a desarrollar un emprendimiento todos estuvieron de acuerdo con la idea, una campaña informativa les abriría la curiosidad a los estudiantes haciendo que consideren realizar su emprendimiento buscando su desarrollo personal.

### **3.10 Conclusiones y Recomendaciones**

#### **Conclusiones:**

- Los estudiantes de la institución educativa no son motivados adecuadamente para el emprendimiento esto conlleva a que estos no vean el emprender como una vía para desarrollar tanto personal como profesionalmente.
- En la institución educativa no se incentiva el desarrollo de la creatividad en los estudiantes ya que los docentes no tienen los conocimientos necesarios de estrategias que puedan utilizar en las aulas de clases con sus estudiantes para fomentar el desarrollo de su creatividad, por esta razón los docentes no se sienten motivados a desarrollar un interés sobre la asignatura de emprendimiento y gestión.
- Los docentes se sienten muy limitados al momento de impartir sus enseñanzas ya que dicen no contar con los recursos adecuados y actualizados que se necesitan en la asignatura esto contribuye a que los estudiantes no se sientan atraídos por la asignatura.
- Muchos de los estudiantes encuestados no se sienten capaces de iniciar un emprendimiento ya que dicen no tener los conocimientos que se necesitan para desarrollar proyectos para emprender, además que no se les ayuda a mejorar su creatividad la cual consideran que va de la mano con la elaboración de un emprendimiento.

## Recomendaciones

- Se recomienda que la unidad educativa tome acciones de motivación para los alumnos ya que estos necesitan ser incentivados para realizar proyectos con la asignatura de emprendimiento y gestión esto con el objetivo de tener bachilleres que tengan una visión emprendedora.
- La institución debe de capacitar a sus docentes respecto a estrategias de desarrollo de la creatividad para que de esta forma estos las incluyan en su proceso de enseñanza aprendizaje y ayuden a que los estudiantes tengan una creatividad muy activa al momento de querer implementar una acción o resolver un problema que se les presente.
- Los docentes no deben de sentirse incapaces al momento de impartir sus clases por no tener recursos actualizados ya que hoy en día si existen recursos que son gratuitos y pueden ser utilizados tanto por los docentes como por los estudiantes y de esta forma fortalecer las enseñanzas que les ofrecen a sus alumnos.
- Tomando consideración de los resultados de la investigación los estudiantes y docentes están de acuerdo con participar en una campaña informativa sobre el emprendimiento, además los docentes consideran un aspecto muy beneficioso que se realice una casa abierta donde los docentes puedan presentar a la comunidad educativa sus proyectos de emprendimiento.

## **CAPÍTULO IV**

### **4 LA PROPUESTA**

#### **4.1 Título de la Propuesta**

Campaña informativa

#### **4.2 Justificación de la Propuesta**

La propuesta se centra en el diseño de una campaña informativa que motive a los estudiantes a realizar su propio emprendimiento, ya que las instituciones educativas hoy en día brindan a los estudiantes la asignatura de emprendimiento y gestión la cual sirve como herramienta básica para que los dicentes tengan conocimientos básicos sobre lo que es un emprendimiento y los pasos que este conlleva pero a pesar de obtener estos conocimientos no se motiva a los alumnos a que emprendan sus propios negocios.

Las estrategias que desarrollen la creatividad de los estudiantes es algo importante que los docentes deben aplicar en sus asignaturas ya que gracias a estas podrán tenerlos conocimientos sobre como fomentar su creatividad para poder desarrollar sus emprendimientos y estos lleguen a ser innovadoras ideas que se presenten en el mercado en que se va a ofrecer.

El emprendimiento es un tema novedoso que cada día toma más fuerza a nivel nacional, es primordial fomentar su relevancia para que el estudiante tome conciencia de las herramientas con las que cuenta para poder desarrollarse como emprendedores, además que el emprendimientos es

una vía para los dicentes que no pudieron obtener cupos en las universidades, se encuentran desempleados, y es una forma de poder involucrarse en aspectos positivos que no los lleven por un mal camino ante la carencia de un empleo o cupo universitario.

### **4.3 Objetivos de la Propuesta**

#### **Objetivo General**

Incentivar a los estudiantes a desarrollar el emprendimiento de forma creativa mediante la implementación de flyers, trípticos y charlas sobre temas base de emprendimiento para incentivar su espíritu emprendedor y su crecimiento personal y profesional.

#### **Objetivos Específicos**

- Informar a los estudiantes sobre las actividades que se llevara a cabo en la institución para su participación activa
- Incentivar el desarrollo de ideas creativas e innovadoras en los alumnos.
- Concienciar a los estudiantes sobre la importancia del emprendimiento para su desarrollo social y profesional

### **4.4 Aspectos Teóricos de la Propuesta**

Dentro de los aspectos que se considera en la propuesta tenemos los siguientes:

#### **4.4.1 Aspecto Pedagógico**

La asignatura Emprendimiento y Gestión es de suma importancia ya que de esta forma las instituciones educativas otorgan a sus estudiantes los conocimientos necesarios para en un futuro pueda potenciar sus ideas de negocios y proceder a realizar su emprendimiento y puedan tener éxito en el campo personal y profesional.

Los docentes deben tener los conocimientos suficientes para poder aplicar estrategias que incentiven al desarrollo creativo de los estudiantes y esto fortalezca los conocimientos que se les brinda a los estudiantes

#### **4.4.2 Aspecto Sociológico**

Actualmente la sociedad se encuentra pasando una serie de problemáticas en diferentes campos, uno de esos problemas es como la juventud de ahora se está perdiendo en malos caminos como lo son la delincuencia y las drogas además de otros vicios que perjudican a los adolescentes hoy en día estos problemas se dan muchas veces porque los jóvenes viven en el ocio y no tienen una actividad que realizar esto se da muchas veces por ser rechazados en ofertas de empleo o no alcanzar un cupo universitario.

Es por eso que a los adolescentes se les debe de inculcar y desarrollar habilidades las cuales le permitan ser una persona que contribuya con el desarrollo de la sociedad, es por esto que se debe fomentar el emprendimiento en ellos para que tengan conocimientos de como poder desarrollar un proyecto y este pueda tener éxito.

### **4.4.3 Aspecto Legal**

De acuerdo con la constitución de la República del Ecuador el siguiente artículo manifiesta:

#### **Sección Segunda**

##### **Jóvenes**

Art. 39.- El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público.

El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

#### **Sección Tercera**

##### **Formas de trabajo y su retribución**

Art. 329.- Las jóvenes y los jóvenes tendrán el derecho de ser sujetos activos en la producción, así como en las labores de auto sustento, cuidado familiar e iniciativas comunitarias. Se impulsarán condiciones y oportunidades con este fin.

Para el cumplimiento del derecho al trabajo de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el Estado adoptará medidas específicas a fin de eliminar discriminaciones que los afecten, reconocerá y apoyará sus formas de organización del trabajo, y garantizará el acceso al empleo en igualdad de condiciones.

Se reconocerá y protegerá el trabajo autónomo y por cuenta propia realizado en espacios públicos, permitidos por la ley y otras regulaciones. Se prohíbe toda forma de confiscación de sus productos, materiales o herramientas de trabajo.

## **PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR**

### **Eje 2: Economía al servicio de la sociedad.**

- Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.
- Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria.
- Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el desarrollo rural integral.

**Objetivo 4:** Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.

### **Políticas**

- 4.1.** Garantizar el funcionamiento adecuado del sistema monetario y financiero, a través del manejo óptimo de la liquidez, contribuyendo a la sostenibilidad macroeconómica y el desarrollo.

### **Metas**

- Aumentar la Balanza Comercial (Comercio Registrado)

- Incrementar la participación de la economía popular y solidaria en la compra pública, en el acceso a mercados nacionales e internacionales y exportaciones.

#### **4.5 Factibilidad de su aplicación:**

##### **4.5.1 Factibilidad Técnica**

La presente propuesta cuenta con una factibilidad técnica apropiada para su ejecución ya que se cuenta con las herramientas y la locación adecuada para que se desarrolle la propuesta la cual se dará en la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón, ya que parte de la propuesta será desarrollada en el aula de clases y su finalización se llevara a cabo en los patios de la institución educativa.

##### **4.5.2 Factibilidad Financiera**

La factibilidad financiera es un punto sumamente importante es por esto que se ha buscado que para el desarrollo de la propuesta no se necesite gran cantidad de dinero para su ejecución es por esto que emplearla llevara un coste mínimo con el que se puede asumir los gastos que esta con lleva aquí un detalle de lo que se implementara y el costo de cada suministro que se necesita.

**Cuadro N° 24**  
**Presupuesto de la campaña**

<b>Recurso</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>
<b>Roll Up</b>	4	\$30
<b>Flyer</b>	200	\$10
<b>Triplicos</b>	200	\$20
<b>Gigantografías</b>	3	\$40
<b>Total</b>		\$100

Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari

#### **4.5.3 Factibilidad Humana**

Como punto más importante de todos tenemos la factibilidad humana ya que sin los actores y desarrolladores de esta propuesta no se podría llevar a cabo su ejecución, como participantes de la propuesta tenemos a los docentes que son quienes ayudarán con la difusión de la información, por otro lado, a los beneficiarios que son los alumnos de la Unidad Educativa que serán quienes ejecuten la actividad final de la propuesta.

#### **4.6 Descripción de la Propuesta**

El nombre de la campaña informativa se define como “Yo emprendo” la cual tiene como objetivo motivar y fomentar la creatividad en el emprendimiento, para que lo estudiantes de la Unidad educativa tengan esa motivación de elaborar un emprendimiento novedoso e innovador el que pueda ayudarlos en su desarrollo económico, social y profesional. Ya que un emprendimiento es una herramienta muy útil que ha venido tomando fuerza en la sociedad ya que es un camino al éxito la cual con trabajo duro y determinación podrá llegar a crecer. Esta propuesta involucra

a los actores principales que son los estudiantes de la unidad educativa quienes serán partícipes de este proyecto, mediante diferentes actividades.

El slogan de la campaña es “Una puerta al éxito” es claro, preciso y fácil de recordar, el cual da a entender que el emprendimiento es un entrada a grandes cosas una de ellas es el desarrollo ya que emprender nos permite mejorar cada día, la campaña tiene como finalidad que los docentes vean el emprender como una oportunidad de mejorar que se les brinda en la institución educativa, la campaña contará con una serie de actividades las cuales le serán de mucha utilidad a los estudiantes, además se incluirán a la campaña gigantografías para motivar a los alumnos al igual que trípticos informativos los cuales contarán con información concreta, veraz y clara que será de mucha utilidad para los participantes, estos elementos serán presentados con colores e imágenes que llamen la atención del público al cual se está dirigiendo la campaña.

Como se ha mencionado esta campaña va dirigida a los estudiantes principalmente que conforman la comunidad educativa ya que su participación es importante para la puesta en marcha de este proyecto que busca incentivar a los docentes a desarrollar proyectos de emprendimientos que sean innovadores para la sociedad y de esta forma en el futuro cuente con su propia fuente de ingreso que le permita mejorar su situación económica.

La propuesta se llevará a cabo en las instalaciones de la Unidad Educativa Dr. Francisco Huerta Rendón, en la cual se podrá establecer los puntos donde se colocarán los materiales que la campaña ofrecerá a la institución educativa.

## **Objetivos de la campaña**

### **Objetivo General**

Incentivar a los estudiantes la creatividad en el emprendimiento para el desarrollo de proyectos innovadores y novedosos con el fin de que cuenten con una herramienta de superación personal y profesional para su futuro.

### **Objetivos Específicos**

- Presentar la campaña informativa ante la comunidad educativa.
- Informar a los estudiantes de la institución sobre el contenido de la campaña informativa.
- Realizar una feria de emprendimiento para que se presente los proyectos que los alumnos han preparado.

### **Perfil de la campaña**

#### **Slogan**

Como slogan de la campaña se representara la frase "Una puerta al éxito" se estableció este slogan con el fin que despierte en los estudiantes un actitud emprendedora donde la vean como una vía o camino que pueden tomar para desarrollar tanto profesional como personalmente ya que un emprendimiento muy bien establecido en un futuro se convierte en una fuente de ingresos y prosperidad estable para la persona que lo desarrolle que eso lo que busca inspirar la campaña en los estudiantes.

## **Descripción del imagotipo**

El imagotipo de la campaña informativa esta conformado por tres elementos los cuales son el logo, el nombre y su respectivo slogan.

El logo esta graficado como un foco el cual representa la parte de emprendimiento ya que para desarrollar un proyecto, las personas necesitan una idea para llevar a cabo su visión, ademas el foco esta dividido en dos partes simulando lo que es el cerebro humano donde se busca destacar lo que es la parte derecha del cerebor o hemisferio derecho que es el fragmento que se encarga de todo lo que es creatividad es por esto que se la grafica con una variedad de colores, a diferencia de su lado izquierdo que representa el emprendimiento y esta identificado con el color amarillo que simboliza la felicidad, alegria y por sobre todo el optimismo que deben de tener los jovenes emprendedores de la unidad educativa.

## Portada



# CAMPAÑA INFORMATIVA



**YO EMPRENDO**  
*!UNA PUERTA AL EXITO!*

**AUTORES:**  
**Christofer Alexander Solari Delgado**  
**Adriana Nicole Zavala Valdez**

**2018**

## INDICE

Actividades a realizar.....	1
Cronograma.....	3
Recursos a utilizar.....	4
Descripción Actividad N° 1.....	5
Roll Up.....	5
Tríptico.....	6
Gigantografía Motivacional 1.....	8
Gigantografía Motivacional 2.....	9
Gigantografía Motivacional 3.....	10
Estrategias de comunicación.....	11
Descripción de las charlas.....	11
Descripción Actividad N° 2.....	12
Descripción Charla No 1.....	13
Flyer Actividad N° 2.....	14
Diapositivas Charla No 1.....	14
Descripción Actividad N° 3.....	20
Descripción Charla No 2.....	20
Flyer Actividad N° 3.....	20
Diapositivas Charla No 2.....	21

Descripción Actividad N° 4.....	26
Descripción Charla No 3.....	26
Flyer Actividad N° 4.....	26
Diapositivas Charla No 3.....	27
Descripción Actividad N° 5.....	31
Descripción Charla No 4.....	31
Flyer Actividad N° 5.....	31
Diapositivas Charla No 4.....	32
Descripción Actividad N° 6.....	38
Descripción Charla No 5.....	38
Flyer Actividad N° 6.....	38
Impacto social de la campaña.....	39

**Cuadro N° 25**  
**Actividades a realizar**

Nro.	Fase	Actividades	Objetivo
1	Apertura de la campaña	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar a los alumnos sobre la campaña que se llevara a cabo en la institución.</li> <li>• Colocar en lugares estratégicos gigantografías, Roll up que se soliciten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que los docentes se sientan incentivados a participar en la campaña informativa</li> </ul>
2	Creatividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar charla sobre lo que es la creatividad, características, tipos y como desarrollarla para realizar un emprendimiento innovador.</li> <li>• Analizar problemas y necesidades sociales para darle una solución creativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer sobre la creatividad a los estudiantes.</li> <li>• Desarrollar la creatividad mediante ejercicios prácticos</li> </ul>

3	Emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer los contenidos teóricos acerca del emprendimiento</li> <li>• Organizar ideas y establecer el emprendimiento en el cual trabajara cada estudiante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instruir a los docentes sobre aspectos teóricos del emprendimiento.</li> <li>• Determinar cuál será su proyecto de emprendimiento.</li> </ul>
4	Gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar a los estudiantes sobre la administración y gestión que conlleva desarrollar un emprendimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el desarrollo administrativo que se debe implementar al emprender.</li> </ul>
5	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer a los estudiantes sobre estrategias de marketing que pueden ejecutar junto con su proyecto de emprendimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer estrategias que ayuden a que los docentes puedan dar a conocer sobre su producto o servicio.</li> </ul>

6	Lanzamiento (Feria de emprendimiento)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los alumnos podrán dar a conocer cada uno de sus proyectos de emprendimiento a la comunidad educativa aplicando los conocimientos y estrategias inculcados a lo largo del desarrollo de la campaña.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Que la comunidad educativa pueda conocer los productos o servicios que se ofrecen además de poder adquirirlos y saber sobre la elaboración de cada uno de ellos.</li> </ul>
---	--	---	--

Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari

### Cuadro N° 26

#### Cronograma de actividades

No.	Actividad	Fecha	Hora	Duración
1	Apertura de la campaña	16/09/2019	10H00	1 hora
2	Charla #1 Creatividad	7/10/2019	11H00	2 horas
3	Charla #2 Emprendimiento	16/10/2019	11H00	2 horas
4	Charla #3 Gestión	25/10/2019	10H00	2 horas
5	Charla #4 Marketing	1/11/2019	10H00	2 horas
6	Feria de emprendimiento	22/11/2019	09H00	4 horas

Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari

## Recursos Necesarios

Para implementar la campaña informativa en la unidad educativa se necesitan una serie de elementos que ayudaran en su desarrollo estos elementos irán detallados en el siguiente cuadro identificando que se necesitara, cuando y para qué.

**Cuadro N° 27**  
**Recursos para la campaña**

Actividad	Recursos	Fecha
<b>Lanzamiento de la campaña informativa “Yo emprendo”</b>	Parlantes, Micrófono, Lugares estratégicos de la institución, Roll Up, Gigantografía, Flyer.	16/09/2019 10h00
<b>Charla #1 “La Creatividad”</b>	Aula de clases, Proyector, Laptop, Flyer.	07/10/2019 11h00
<b>Charla #2 “El Emprendimiento”</b>	Aula de clases, Proyector, Laptop, Flyer.	16/10/2019 11h00
<b>Charla #3 “Gestión”</b>	Aula de clases, Proyector, Laptop, Flyer.	25/10/2019 10h00
<b>Charla #4 “Marketing”</b>	Aula de clases, Proyector, Laptop, Flyer.	01/11/2019 10h00
<b>Finalización de la campaña “Feria de emprendimiento”</b>	Patio de la unidad educativa, Mesas, Parlantes, Micrófono, Trípticos.	22/11/2019 09h00

Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari.

## Descripcion Actividad N° 1

### Roll Up

#### Descripción del Roll Up

Los roll up de la campaña esta representados por diferentes imágenes donde se muestran ferias y stand de emprendedores además de como las personas se acercan a estos para saber más de lo que ofrecen, la campaña quiere reflejar en estas imágenes una visión de cómo los estudiantes puede dar a conocer sus proyectos, por otro lado la parte inferior del roll up cuenta con el imagotipo de la campaña acompañado de un mensaje donde se da a conocer que se llevaran a cabo una serie de charlas en la institución, estos roll up estarán situados en lugares estratégicos como los son, la entrada a la unidad educativa, el bar de la institución, además en las entradas de los edificios.

#### Imagen N° 1

#### Roll Up Campaña informativa



Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari.

## Tríptico

### Descripción tríptico

El tríptico de la campaña dará a conocer una pequeña información a los asistentes a la feria sobre lo que es el emprender, que beneficios trae el emprender a las personas y la sociedad, además de su importancia y que síntomas o como identificarte si eres una persona capaz de realizar un emprendimiento, esta información será muy útil ya que de esta forma ayudara a que los visitantes de la feria aclaren ciertas dudas que tienen acerca del emprendimiento.

El tríptico es llamativo cuenta con una serie de imágenes lo cual lo convierten en una herramienta didáctica que proporciona información útil para los lectores, por otra parte, también cuenta con el imagotipo de la campaña al igual que con el nombre de la feria.

### Imagen N° 2

#### Tríptico portada



Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari.

## Imagen N° 3

### Tríptico Contenido



Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari.

## Gigantografías

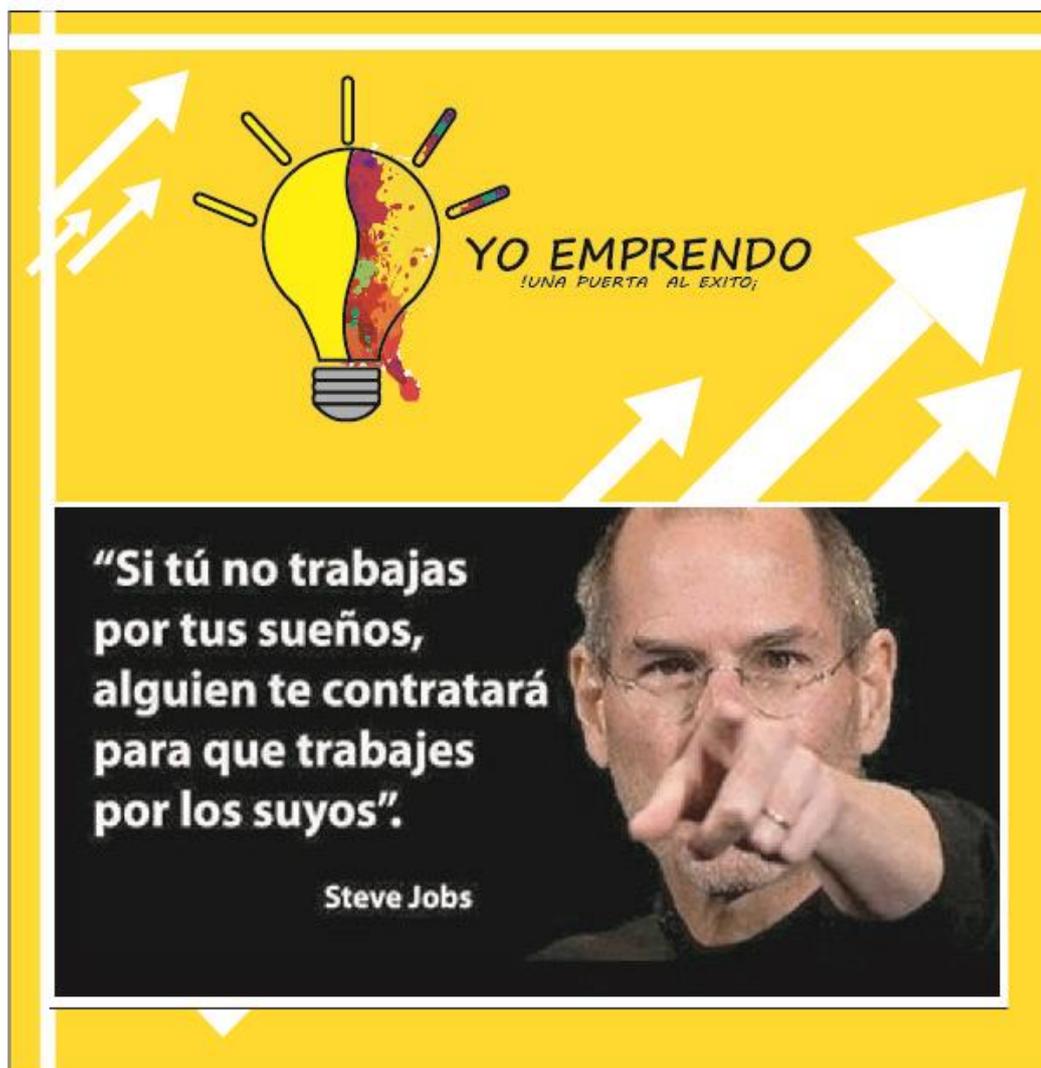
### Descripción gigantografía

Las gigantografías con las que cuenta la campaña informativa suman un total de tres las cuales se tiene previsto ubicarlas en lugares estratégicos de mayo visibilidad en la unidad educativa, estas tienen un fin muy útil para nuestro objetivo y es que cada una de estas gigantografías cuenta con un mensaje o frase de personas que fueron emprendedoras y hoy en día son y fueron grandes empresarios con ideas que generan millones de empleos e ingresos en la sociedad, estos mensajes tienen el fin de motivar a los estudiantes de la institución a imaginarse desarrollando sus ideas de emprendimientos y lograr ser grandes empresarios que sean muy reconocidos ya que cada persona puede desarrollar una idea que revolucione y deslumbré a la sociedad.

Motivar a los alumnos es uno de los propósitos de la campaña porque mediante la motivación adecuada los estudiantes pueden llegar a inspirarse y sentirse capaces de lograr desarrollar algo sumamente impresionante gracias a su creatividad, para que de esta forma puedan ser los futuros empresarios que revolucionen los mercados.

#### Imagen N° 4

#### Gigantografía Motivacional 1



Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari.

Imagen N° 5  
Gigantografía Motivacional 2



Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari.

Imagen N° 6  
Gigantografía Motivacional 2



Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari.

## **Estrategias de comunicación**

Como estrategias de comunicación la campaña cuenta con los roll up que estarán colocados en lugares estratégicos de la unidad educativa, además se utilizarán gigantografías motivadoras situadas en los edificios y patio de la institución, todos estos elementos están diseñados de manera que los estudiantes puedan captar su mensaje de forma clara, precisa y concisa.

Los medios de comunicación impresos a utilizar serán:

- Flyer
- Gigantografía
- Roll Up
- Trípticos

## **Descripción de las charlas**

La campaña informativa contará con charlas las cuales son 4 de ellas donde se le dará a conocer al estudiante sobre cuatro temas principales de un emprendimiento siendo el primer tema la creatividad con esta charla buscamos que los alumnos asimilen lo importante y necesario que es la creatividad al momento de resolver un problema o desarrollar un proyecto, para de esta forma pueda aplicarlo en su emprendimiento.

Como segunda charla entraremos al tema del emprendimiento, que se necesita para realizarlo, como realizarlo y más información sobre lo que es el emprender, además que se irá vinculado cada charla con la anterior como esta se vincula con la creatividad ya que la base de un buen emprendimiento es la creatividad con la que se lo desarrolle, y al final de este taller se le pedirá al estudiante que piense en un emprendimiento que desee realizar para que vaya ejecutando los conocimientos que se le imparte a lo largo de las charlas en su proyecto.

La tercera charla esta denominada con el tema de gestión es en esta donde se les dará a conocer a los dicentes todo lo que tiene que ver con la administración y gestión de un emprendimiento, ya que esto es muy necesario para que un proyecto ya planteado se pueda ir mejorando día a día teniendo en cuenta de cómo se lo va administrando con el pasar del tiempo.

Y como cuarta charla un tema muy importante que se utiliza mucho hoy en día para dar a conocer un producto o servicio que es el marketing, esto ayudara a que los alumnos conozcan estrategias que puede utilizar al momento de impulsar su emprendimiento que medios usar, que tipo de promociones puedo ofrecerle al público, entre otros puntos, este el último paso antes de que el estudiante aplique todos sus conocimientos en la feria que se tiene estructurada en la campaña.

## **Descripcion Actividad N° 2**

### **Descripción Charla No 1**

Las Charlas con las que se impulsara la creatividad son 4 divididas en creatividad, emprendimiento, administración y Gestión y Marketing en esta charla que se titula como La Creatividad se trabajará con 11 diapositivas; que trataran sobre su concepto e importancia, los tipos de creatividad y se explicara cual es la mejor manera de impulsar cada una de ellas en los alumnos, sus elementos y las claves para desarrollarla de una manera más efectiva, ideas de como estimularla, las etapas del proceso creativo, como está dividida, se darán puntos clave e importantes para que los alumnos vean el papel fundamental que forma la creatividad dentro del emprendimiento.

Imagen N° 7

Flyer Actividad N° 2



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

Imagen N° 8

Creatividad Diapositiva 1



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana



## Imagen N° 11

### Creatividad Diapositiva 4

Tipos de Creatividad				
Creatividad mimética	Creatividad Analógica	Creatividad bisociativa	Creatividad narrativa	Creatividad Intuitiva
Se centra en imitar y reproducir algo exactamente igual. Es el tipo de creatividad menos elaborada y mas básica, ya que incluso algunos animales son capaces de desarrollarla.	Requiere una complejidad mayor que la mimética porque la analogía busca conectar cualidades semejantes en seres, objetos, imágenes diferentes.	Se da cuando se dan 2 ideas distintas para crear un nuevo resultado, idea o producto. Es importante al respecto diferenciar entre la asociación y la bisociación.	Reflejar la capacidad de crear historias mediante la conexión de los elementos que componen una narración como son los personajes, las acciones y el lugar, hoy en día se usa mucha en publicidad.	Posiblemente sea la mas compleja porque tiene que ver con el hecho de que se es capaz de crear una idea en la mente sin que se tenga ninguna imagen prefijada.

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 12

### Creatividad Diapositiva 5



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 13

### Creatividad Diapositiva 6

# Claves de la Creatividad:

## 45 CLAVES PARA LA CREATIVIDAD

 <p><b>Claves para GENERAR ideas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Busque variantes.</li> <li>2. Corra fronteras.</li> <li>3. Explore lo posible.</li> <li>4. Impulse en ideas de otros.</li> <li>5. Insista, insista, insista.</li> </ol>	 <p><b>Claves para cambiar de ENFOQUE:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formule problemas nuevos.</li> <li>2. Estime supuestos.</li> <li>3. Mezcle ideas.</li> <li>4. Lleve ideas de un lugar a otro.</li> <li>5. Aproveche los errores.</li> </ol>
 <p><b>Claves para Elegir ideas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tenga claro su objetivo.</li> <li>2. Sea práctico.</li> <li>3. Valore lo simple.</li> <li>4. Focalice su atención.</li> <li>5. Limite los tiempos.</li> </ol>	 <p><b>Claves para producir NOVEDADES:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sustituya algo.</li> <li>2. Combine algo con algo.</li> <li>3. Elimine algo.</li> <li>4. Esagere algo.</li> <li>5. Cambie el orden de algo.</li> </ol>
 <p><b>Claves para lograr FOCO:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. No confunda innovar con cambiar todo.</li> <li>2. Oriente sus ideas.</li> <li>3. Acepte que otros innoven.</li> <li>4. Sepa elegir.</li> <li>5. Escuche ya.</li> </ol>	 <p><b>Claves para empezar a INNOVAR:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Escuche mucho.</li> <li>2. Aprenda mucho.</li> <li>3. Experimente mucho.</li> <li>4. Interactúe mucho.</li> <li>5. Mejore la vida de muchos.</li> </ol>
 <p><b>Claves para ser ORIGINAL:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. No negocie su autenticidad.</li> <li>2. Sea distinto, no repetitivo.</li> <li>3. Perfeccionista.</li> <li>4. Busque patrocinadores.</li> <li>5. Resista críticas.</li> </ol>	 <p><b>Claves para generar FLEXIBILIDAD:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Piense como si fuera una persona.</li> <li>2. Busque nuevos públicos.</li> <li>3. Cree con otros.</li> <li>4. Aprenda a recibir.</li> <li>5. Acepte otros intercambios.</li> </ol>
 <p><b>Claves para implementar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asuma riesgos inteligentes.</li> <li>2. Hágale caso a su vocación.</li> <li>3. Busque contextos identitarios.</li> <li>4. Confíe en su instinto.</li> <li>5. Ponga todo.</li> </ol>	<p><b>Eduardo Kastika</b> CREATIVIDAD E INNOVACIÓN</p> <p>  @EduardoKastika   eduardo@kastika.com   www.kastika.com   byEduardoKastika         </p>

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 14

### Creatividad Diapositiva 7

## IDEAS SIMPLES para estimular la Creatividad

soy una persona creativa

Me por un camino que nunca hegers tomado

**repite diario:**

**juega**

**sal a caminar**

**apláudete** cada vez que hagas algo bueno

**estima tiempos, distancias y pesos**

**¡atrévete!** hace algo que nunca has hecho

**busca figuras en** manzanas, patrones, secuencias, nubes, bebés, etc.

**haz pausas, y diviértete**

**Por cada cosa mala que te ocurra recuerda al menos 3 buenas**

**¡atrévete!** todos los días realiza un ejercicio de creatividad

**busca figuras en** manzanas, patrones, secuencias, nubes, bebés, etc.

**haz una lista de 10 cosas imposibles** luego piensa cómo se haría posible cada una

**inicia una colección** de películas fantásticas

**usa un color que no te guste**

**Relaciona un deporte con tu trabajo**

**cuando tengas una idea anótala y después mira si sucedió**

**piensa cómo se inventa** cualquier artefacto que uses

**establece relaciones** entre personas, cosas, ideas o hechos

**Relaciona una canción con tu trabajo**

**di la respuesta "incorrecta" o poco natural a una pregunta**

**pregunta a los niños** cómo harían una cosa u otra y observa su lado creativo

**prueba alimentos que nunca te has atrevido a comer**

**conversa con los abuelos, escucha sus historias**

**acepta leer algo que no hayas leído**

**Ten amigos de otra parte del mundo**

**cambia el modo, no hay tareas rutinarias** sólo hay modos rutinarios de hacer una tarea

**usa un color que no te guste**

b. Luz

# Ideas para Estimular la Creatividad

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 15

### Creatividad Diapositiva 8



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 16

### Creatividad Diapositiva 9



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 17

### Creatividad Diapositiva 10

# El Pensamiento Creativo

**EL PENSAMIENTO CREATIVO**

**¿QUÉ ES?**  
Capacidad de crear y producir cosas nuevas, inexistentes y valiosas. Capacidad del cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas de manera innovadora.

**BENEFICIOS**  
◦ Entendimiento y percepción de la naturaleza y razonamiento creativo  
◦ Conocimiento de herramientas, procesos metodológicos, tendencias y necesidades sociales  
◦ Deseo y voluntad de hacer esfuerzo creativo

**FUENTES CREATIVAS**  
◦ Juicio  
◦ Acertado  
◦ Inocencia  
◦ Experiencia  
◦ El estilo  
◦ El pensamiento lateral

**USOS**  
◦ Perfeccionamiento  
◦ Resolución de problemas  
◦ Valor de oportunidad  
◦ Visión al futuro  
◦ Motivación

**PENSAMIENTO LÓGICO**

**PENSAMIENTO LATERAL**  
Método de pensamiento que puede ser empleado como una técnica para resolución de problemas de forma imaginativa. Es indirecta y con enfoque creativo. Algoritmos no ortodoxos.

**NO ES CREATIVIDAD**  
◦ La creatividad es un talento natural y no puede ser enseñada  
◦ La creatividad proviene de los rebeldes  
◦ La importancia del hemisferio derecho y del hemisferio izquierdo como fundamental para el desarrollo de la creatividad

DIANA IRAZEMA BONILLA ANGEL  
ANA KAREN ARIZA ARGÜELLO

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 18

### Creatividad Diapositiva 11

# Formas de trabajar la creatividad

- Mayor cantidad de ideas acerca de cualquier tema planteado.
- Mayor libertad para expresar las ideas.
- Pensar en ideas diferentes a las acostumbradas.
- Esfuerzo por complementar las ideas pensando en que sean más eficaces.
- Escuchar las opiniones de otros.

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

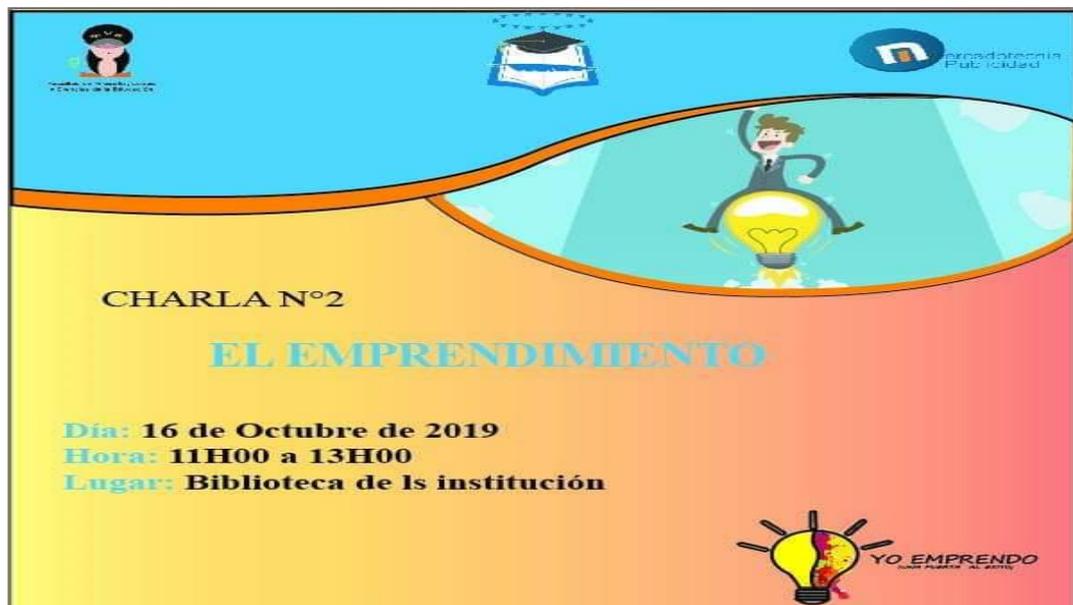
### Descripción Actividad N° 3

#### Descripción Charla No 2:

Esta es la segunda charla con la que cuenta la campaña informativa, el cual esta llamada como El Emprendimiento, en la cual se explicara su concepto e importancia, los tipos de emprendedores que hay para ayudar, a los alumnos a que descubran cual es el emprendedor que hay dentro de cada uno de ellos, y como impulsar más su espíritu emprendedor con la ayuda de unos pequeños tips, las fórmulas que se pueden aplicar para el emprendimiento, una pequeña guía para ser un buen emprendedor, los pasos que deben de seguir para llevar a cabo un emprendimiento, y algunas frases motivadoras que les ayudara a sacar a flote esas ganas de progresar.

### Imagen N° 19

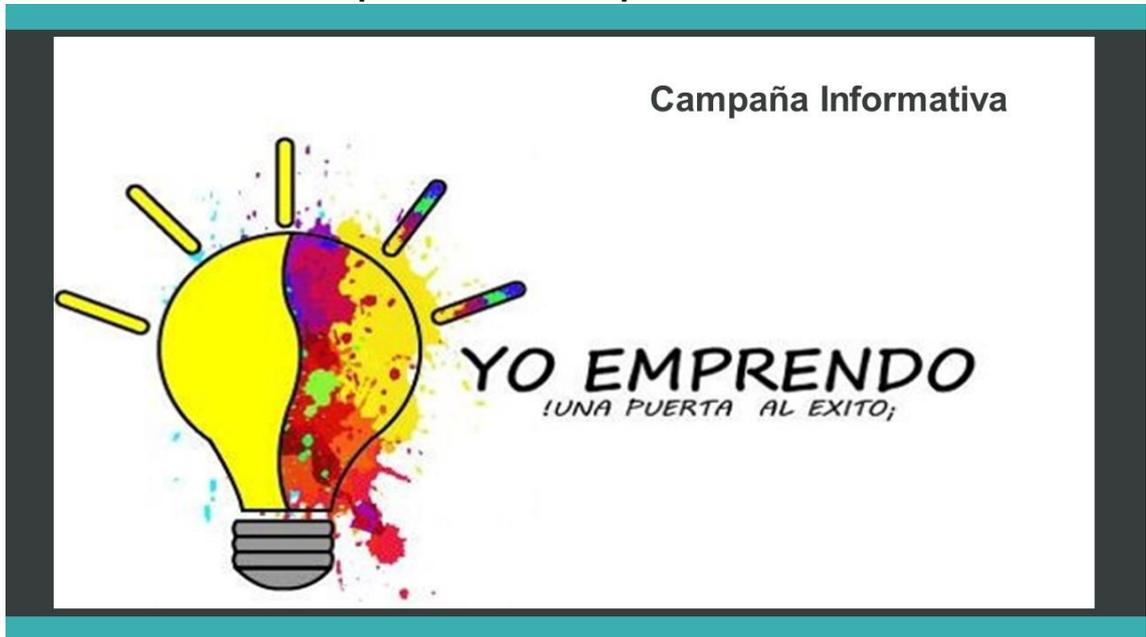
#### Flyer Actividad N° 3



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

Imagen N° 20

Emprendimiento Diapositiva 1



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

Imagen N° 21

Emprendimiento Diapositiva 2



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 22

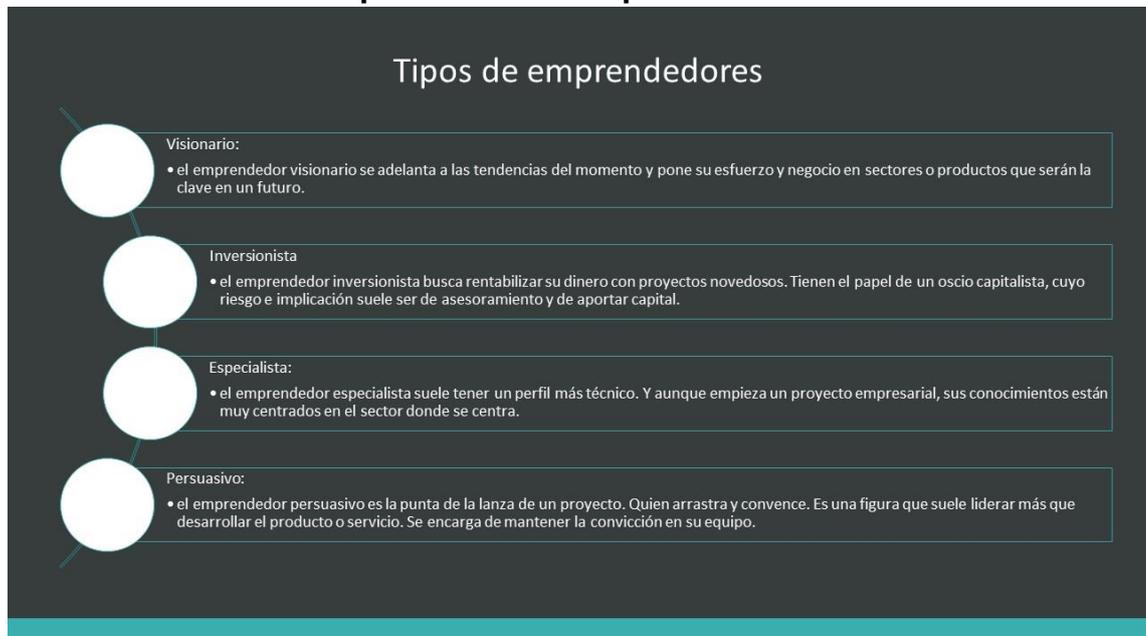
### Emprendimiento Diapositiva 3

CONCEPTO	IMPORTANCIA
<ul style="list-style-type: none"><li>Se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>La importancia de promover el emprendimiento viene del impacto que éste tiene sobre la prosperidad nacional. Los emprendedores construyen nuevas empresas, que a su vez crean nuevos puestos de trabajo y aumentan la demanda en otros sectores con los que se vinculan, además mejoran la productividad de las firmas promoviendo cambios tecnológicos e innovaciones.</li></ul>

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 23

### Emprendimiento Diapositiva 4



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 24

### Emprendimiento Diapositiva 5

Intuitivo:

- el emprendedor intuitivo sabe dónde está el negocio. Y lo sabe porque es un empresario nato. Y emprender es parte de su pasión que son los negocios.

Emprendedor-empresario:

- este emprendedor ya sabe del mundo de la empresa. Nada le es nuevo. El empresario emprendedor asume el riesgo de emprender pero a diferencia del intuitivo o el visionario, le gusta consolidar los proyectos, más que emprender. Y es que hay diferencias entre el emprendedor y el empresario.

Emprendedor-oportunista:

- este emprendedor ve la ocasión y se lanza. Sabe detectar las oportunidades de negocio y los pasos que debe seguir. Conoce el mercado, sus claves y las explota.

Emprendedor-vocacional:

- emprender por emprender. Todos los perfiles de emprendedores tienen algo de este. Estos emprendedores seguramente cuando consiga posicionar su producto, marca o servicio, se vaya en busca de nuevas aventuras

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 25

### Emprendimiento Diapositiva 6

**TIPS PARA EMPRENDEDORES**

- 1 Arriesgate lo más posible
- 2 Céntrate en lo fundamental
- 3 Rodéate de personas clave
- 4 Persigue tu felicidad
- 5 No tomes en cuenta todas las opiniones

Tips para Emprendedores

c-emprendedor

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 26

### Emprendimiento Diapositiva 7

La Formula del Emprendedor

**EL ADN DEL EMPRENDEDOR**  
¿Lo tienes?

Voluntad  
Liderazgo  
Visión

Pasión  
Creatividad  
Detallista

Empatía  
Comunicación  
Persistencia

¿qué contiene un **negocio de éxito**?

- ESTRATEGIA VALIDADA: Modelo de negocio probado.
- ESCALABILIDAD ASEGURADA: Mercado y nicho amplios.
- FINANCIACIÓN INTELIGENTE: Rentas estables y ajustadas a necesidades.
- MARKETING IMPACTO: Acciones rentables y low cost.
- INNOVACIÓN CONSTANTE: Nuevas perspectivas e ideas.
- COMUNICACIÓN EFECTIVA: Mensajes claros y atractivos.
- EQUIPO PODEROSO: Motivado y multidisciplinar.

**NEGOCIO DE ÉXITO**

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 27

### Emprendimiento Diapositiva 8

**Mini GUÍA para ser un GRAN EMPRENDEDOR**  
[www.sergiokou.com](http://www.sergiokou.com)

- 1** **SÉ APASIONADO**  
Haz lo que amas
- 2** **TEN MUCHA INICIATIVA**  
Es el motor de tus ideas
- 3** **E-S-F-U-É-R-Z-A-T-E**  
El espíritu de superación es caerse 100 veces y levantarse una vez más
- 4** **SÉ AMBICIOSO**  
Pero asume tus retos de un modo natural
- 5** **POTENCIA TU CREATIVIDAD**  
Piensa, suena, diseña, crea, inventa imagina, haz...
- 6** **ORGANÍZATE**  
Tienes tiempo para hacerlo todo y más, así que aprende a gestionarlo

**Mini Guía para ser un Emprendedor**

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 28

### Emprendimiento Diapositiva 9

**Mini GUÍA para ser un GRAN EMPRENDEDOR**  
www.sergiokouf.com

- 1 SÉ APASIONADO**  
Haz lo que amas
- 2 TEN MUCHA INICIATIVA**  
Es el motor de tus ideas
- 3 E-S-F-U-É-R-Z-A-T-E**  
El espíritu de superación es caerse 100 veces y levantarse una vez más
- 4 SÉ AMBICIOSO**  
Pero asume tus retos de un modo natural
- 5 POTENCIA TU CREATIVIDAD**  
Piensa, sueña, diseña, crea, inventa imagina, haz...
- 6 ORGANÍZATE**  
Tienes tiempo para hacerlo todo y más, así que aprende a gestionarlo

Mini Guía para ser un Emprendedor

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 29

### Emprendimiento Diapositiva 10

El fracaso es la oportunidad de empezar de nuevo, pero más inteligentemente.  
- Henry Ford

SI ERES TAN BUENO TRABAJANDO PARA ALGUIEN MÁS  
¿POR QUÉ NO TRABAJAS PARA TI MISMO?

NO IMPORTA LO DESPACIO QUE VAYAS, SIEMPRE Y CUANDO NO TE DETENGAS  
- PolitoInglés.com  
#frasesparaEmprender

"Tener grandes expectativas es la clave de todo"  
- Sam Walton

"Puedo aceptar el fracaso, todos fracasan en algo. Pero no puedo aceptar no intentarlo"  
- Michael Jordan

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

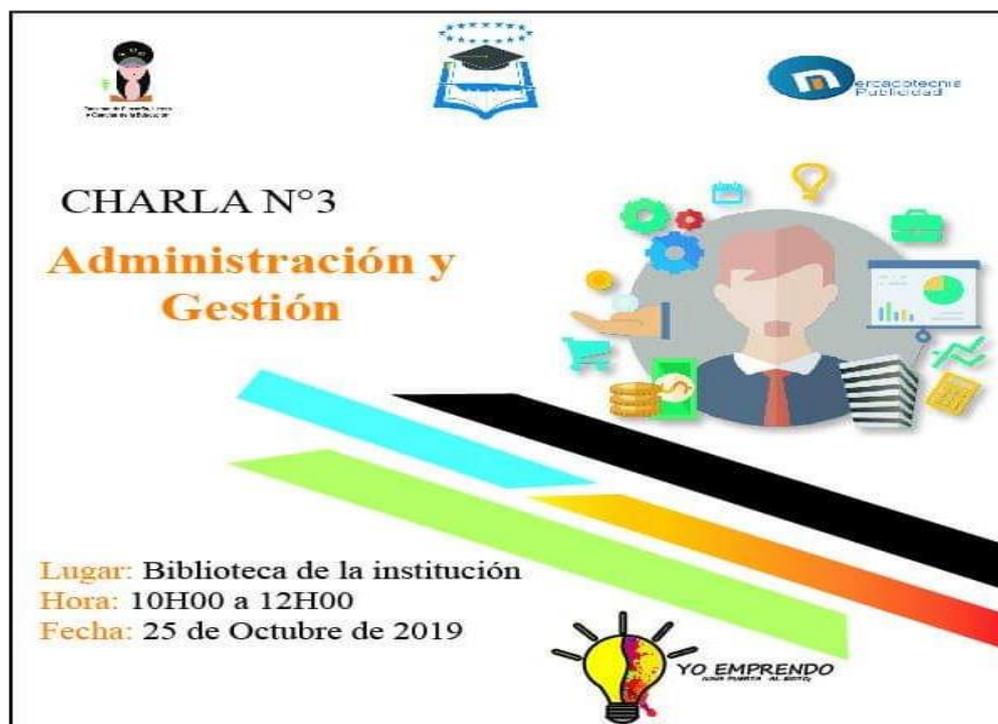
## Descripción Actividad N° 4

### Descripción Charla No 3

Esta es el tercer grupo de diapositivas con el que contara la charla para el impulso de la creatividad en el desarrollo del emprendimiento, el cual se titula Administración y Gestión; que constara con el concepto e importancia de saber de administración y gestión, los procesos que hay para conseguir una buena administración de alguna empresa, de un emprendimiento nuevo en este caso, los pasos para tener un equipo de trabajo contento para con fidelidad la empresa, la ley del sí para una buena administración, las etapas del proceso administrativo explicando cómo desarrollar cada uno de ellos, y las etapas de la administración estratégica.

### Imagen N° 30

#### Flyer Actividad N° 4



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

**Imagen N° 31**

**Gestión Diapositiva 1**



**ELABORADO POR:** Solari Christofer y Zavala Adriana

**Imagen N° 32**

**Gestión Diapositiva 2**



**ELABORADO POR:** Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 33

### Gestión Diapositiva 3



Concepto	Importancia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es un proceso que consiste en las actividades de planeación, organización, dirección y control para alcanzar los objetivos establecidos utilizando para ellos recursos económicos, humanos, materiales y técnicos a través de herramientas y técnicas sistematizadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La importancia de la administración, está en que imparte efectividad a los esfuerzos humanos. Ayuda a obtener mejor personal, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas. Se mantiene al frente de las condiciones cambiantes y proporciona previsión y creatividad. El mejoramiento es su consigna constante.</li> </ul>

**ELABORADO POR:** Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 34

### Gestión Diapositiva 4



## Funciones de la Administración

<b>Planificar:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el proceso que comienza con la visión del Nro. 1 de la organización; la misión de la organización; fijar objetivos, las estrategias y políticas organizacionales, usando como herramienta el Mapa estratégico; todo esto teniendo en cuenta el análisis PODA</li> </ul>
<b>Organizar:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responde a las preguntas de ¿Quién? va a realizar la tarea, implica diseñar el organigrama de la organización definiendo responsabilidades y obligaciones; ¿cómo? se va a realizar la tarea; ¿cuando? se va a realizar; mediante el diseño de Proceso de negocio.</li> </ul>
<b>Dirigir:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es la influencia, persuasión que se ejerce por medio del Liderazgo sobre los individuos para la consecución de los objetivos fijados; basado esto en la toma de decisiones usando modelos lógicos y también intuitivos de Toma de decisiones</li> </ul>
<b>Controlar:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es la medición del desempeño de lo ejecutado, comparándolo con los objetivos y metas fijados; se detectan los desvíos y se toman las medidas necesarias para corregirlos. El control se realiza a nivel estratégico, nivel táctico y a nivel operativo;</li> </ul>

**ELABORADO POR:** Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 35

### Gestión Diapositiva 5



Consultoría  
Comercial  
paso a paso

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 36

### Gestión Diapositiva 6



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

**Imagen N° 37**  
**Gestión Diapositiva 7**

**Etapas del Proceso Administrativo**



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

**Imagen N° 38**  
**Gestión Diapositiva 8**

**Etapas de la Administración Estratégica**



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Descripción Actividad N° 5

### Descripción Charla No 4

Con esta charla se cierra la explicación de la creatividad para el desarrollo de emprendimiento, es el grupo de diapositivas #4 llamado marketing, en las cuales se encontrara el concepto e importancia de este tema, el cual servirá para hacer que el producto o servicio del nuevo emprendimiento tenga un target bien seleccionado, y por supuesto para que los clientes conozcan el producto o servicio que se ofrezca, además de eso, incluirán también los tipos de marketing, y se explicara cual es el más acorde de acuerdo a lo que se esté ofreciendo como producto o servicio.

### Imagen N° 39

#### Flyer Actividad N° 5



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

**Imagen N° 40**

**Marketing Diapositiva 1**



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

**Imagen N° 41**

**Marketing Diapositiva 2**



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 42

### Marketing Diapositiva 3

CONCEPTO	IMPORTANCIA
<ul style="list-style-type: none"><li>Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Se observa a toda empresa que está empezando a descubrir la importancia del marketing, primero porque la competencia internacional los obliga, y en segundo lugar porque están apareciendo segmentos de mercado interno nuevos y que desconocían. Está surgiendo una nueva idea, la cual entiende que el éxito de la empresa depende de cuánto comprendan y satisfagan a las necesidades del mercado, tanto de los mercados nuevos como de los antiguos que cambian día a día</li></ul>

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 43

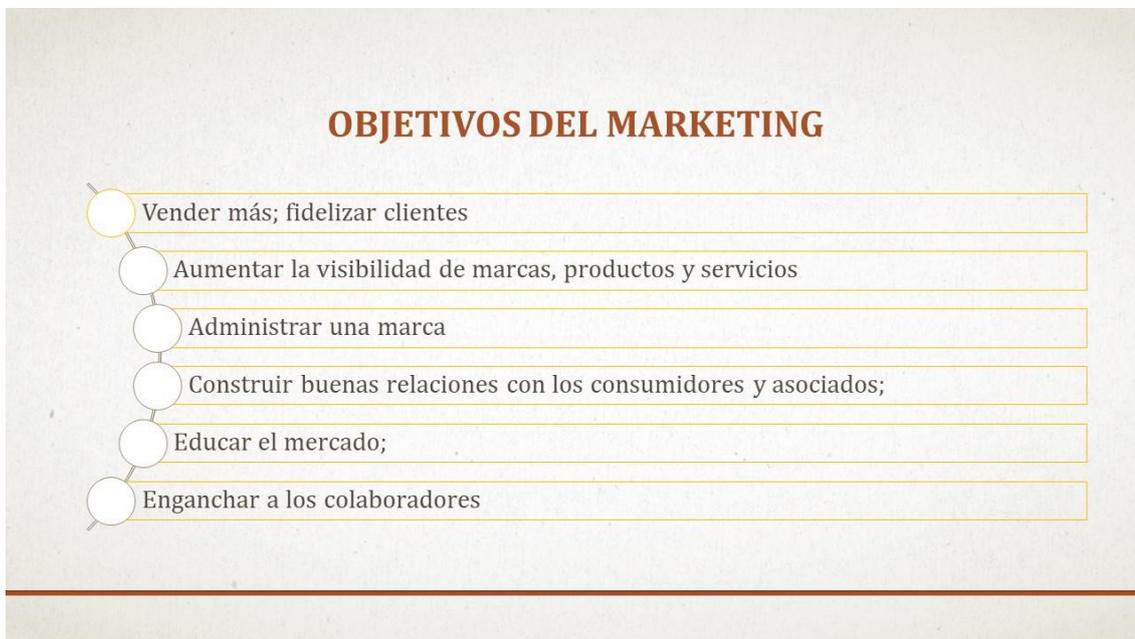
### Marketing Diapositiva 4

### LAS 4P'S DEL MARKETING

<b>Precio:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Punto bien explicativo. Referente al calor y cómo el producto será cobrado al cliente. Además de la definición del valor, otros puntos como la forma en que será cobrado y otras estrategias alrededor de la forma de pago son abordadas.</li></ul>
<b>Plaza:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Se refiere al local en el que tu producto será comercializado. Este punto puede ser un poco confuso cuando analizamos el contexto de un <u>e-commerce</u>, ya que está situado en la internet y puede ser entregado a cualquier lugar del mundo (dependiendo de la logística de cada negocio).</li></ul>
<b>Producto:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Este punto es importante porque deja claro cuáles son las características del producto o servicio que tu empresa está poniendo a disposición en el mercado. También ayuda a definirlo y cambiarlo.</li></ul>
<b>Promoción:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Simple, este último punto se refiere a las estrategias que serán utilizadas para la divulgación del producto o servicio. Es donde entra la <u>publicidad</u> y las comunicaciones.</li></ul>

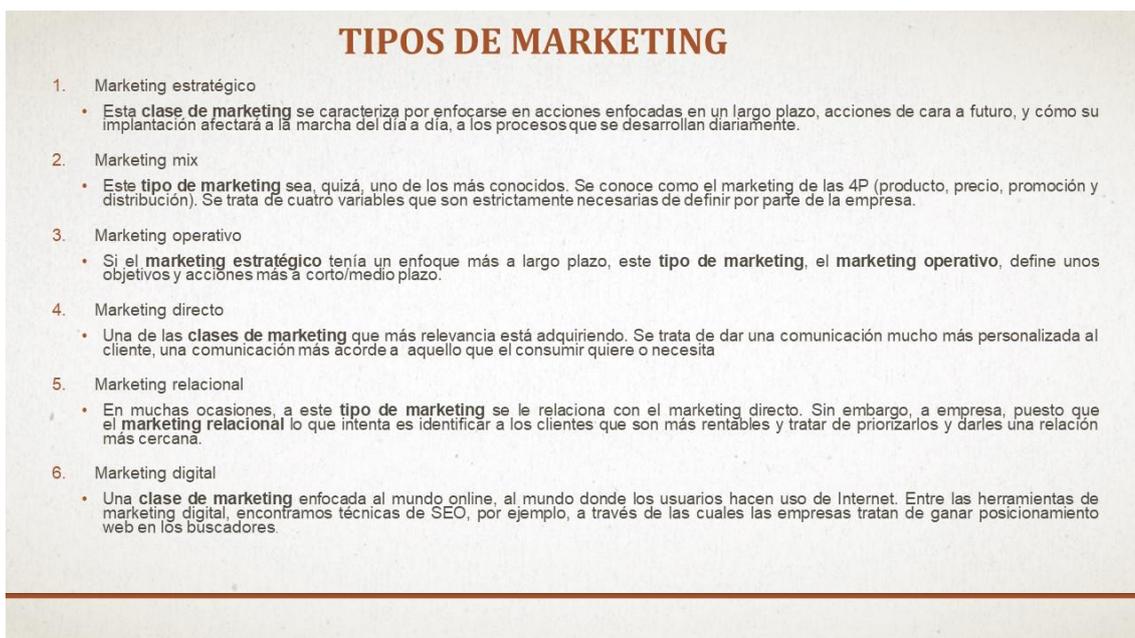
ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

**Imagen N° 44**  
**Marketing Diapositiva 5**



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

**Imagen N° 45**  
**Marketing Diapositiva 6**



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 46

### Marketing Diapositiva 7



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 47

### Marketing Diapositiva 8



ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 48

### Marketing Diapositiva 9

**10 REGLAS DE ORO DEL EMAIL MARKETING**  
BY SPLIO

1. NO ENVÍES EMAILS A QUIÉN NO LO ESPERA
2. MANTÉN TU BBDD LIMPIA Y SANEADA
3. TRATA A TUS USUARIOS COMO CLIENTES Y NO COMO EMAILS
4. IDENTIFÍCATE SIEMPRE DE FORMA CLARA
5. CONTROLA LOS RESULTADOS DE TUS CAMPAÑAS
6. ANALIZA EL COMPORTAMIENTO DE TU BBDD Y ADAPTA TU ESTRATEGIA
7. CUIDA EL DISEÑO DE TU EMAIL
8. INNOVA, SORPRENDE E INTENTA NO ABURRIR
9. PIENSA EN MÓVIL
10. TRABAJA CON UN PARTNER TECNOLÓGICO FIABLE Y PROFESIONAL

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 49

### Marketing Diapositiva 10

**6 Pasos para Elaborar el Plan de Marketing Perfecto**  
advetschool

1. **Punto de partida**  
Saber desde dónde partimos es fundamental para luego establecer unos objetivos posibles y alcanzables.
2. **Análisis DAFO**  
Conocer a fondo tu empresa y la de la competencia te ayudará a saber que tus puntos fuertes para orientar tu estrategia a ello.
3. **Objetivos y Estrategias**  
Un objetivo debe ser alcanzable pero ambicioso, medible y concreto.  
Mal ejemplo: Aumentar las ventas.  
Buen ejemplo: Aumentar las ventas un 15% para Diciembre.
4. **Público Objetivo**  
Estudia a fondo al público al que estás dirigido, conoce sus aficiones, gustos, edad, sexo, intereses... si lo conoces tu estrategia de marketing tendrá más éxito.
5. **Calendario y Presupuesto**  
Una vez tengas todo claro, es hora de planificar la estrategia de marketing por fases y establecer el presupuesto necesario para llevarla a cabo.
6. **Medición**  
Cuando la estrategia esté en marcha, mide cada paso que se haga, para poder mejorar y optimizar los resultados.

advetschool | www.advetschool.com

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 50

### Marketing Diapositiva 11

**PLAN DE MARKETING**

**Tu Plan de Marketing en 5 Pasos**

**Análisis**  
¿Dónde estamos?  
Situación interna y externa  
Análisis DAFO  
Definir el público objetivo  
Definir Propuesta de valor

**PASO 01**

**Objetivos**  
¿Qué queremos conseguir?  
Técnica SMART  
Utilizar un verbo de acción

**PASO 02**

**Estrategias y Tácticas**  
¿Qué haremos para conseguir los objetivos?  
MARKETING MIX

**PASO 03**

**Plan de acción**  
¿Cómo lo haremos, cuándo, cuánto, quién?

**PASO 04**

**Previsiones financieras y Monitorización**  
¿Cómo repercutirá nuestro plan y cómo medir y analizar para mejorar?

**PASO 05**

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Imagen N° 51

### Marketing Diapositiva 12

**10 BENEFICIOS DEL MARKETING DIGITAL**

- REFUERZA TU MARCA
- ALTO IMPACTO, BAJO COSTO
- SEGMENTACIÓN DEL TARGET
- ATRAE TRAFICO A LA WEB
- FORTALECE VÍNCULOS CON EL CLIENTE
- SEGUIMIENTO COMPETENCIA
- ATENCIÓN AL CLIENTE
- SELECCIÓN DE PERSONAL
- NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO
- VIRALIZACIÓN DE CONTENIDOS

**10 BENEFICIOS DEL MARKETING**

ELABORADO POR: Solari Christofer y Zavala Adriana

## Descripción Actividad N° 5

### Descripción del Flyer

Este flyer se utilizará en la última actividad para dar a conocer a la comunidad educativa que se llevará a cabo la organización de la feria de jóvenes emprendedores, esto con el fin de que las personas acudan a la feria, conozcan y observen los proyectos que los estudiantes llevaron a cabo y si lo desean adquirirlos para que de esta forma los dicentes se sientan motivados a seguir desarrollando el emprendimiento y lo lleven más allá de la institución educativa, en la parte inferior del flyer se podrá observar información con el lugar, hora y fecha en que se dará la feria por último se puede apreciar en la parte superior los imagotipos de la campaña, Universidad de Guayaquil, Facultad de Filosofía y la carrera de Mercadotecnia y Publicidad.

### Imagen N° 52

#### Flyer Actividad N° 6

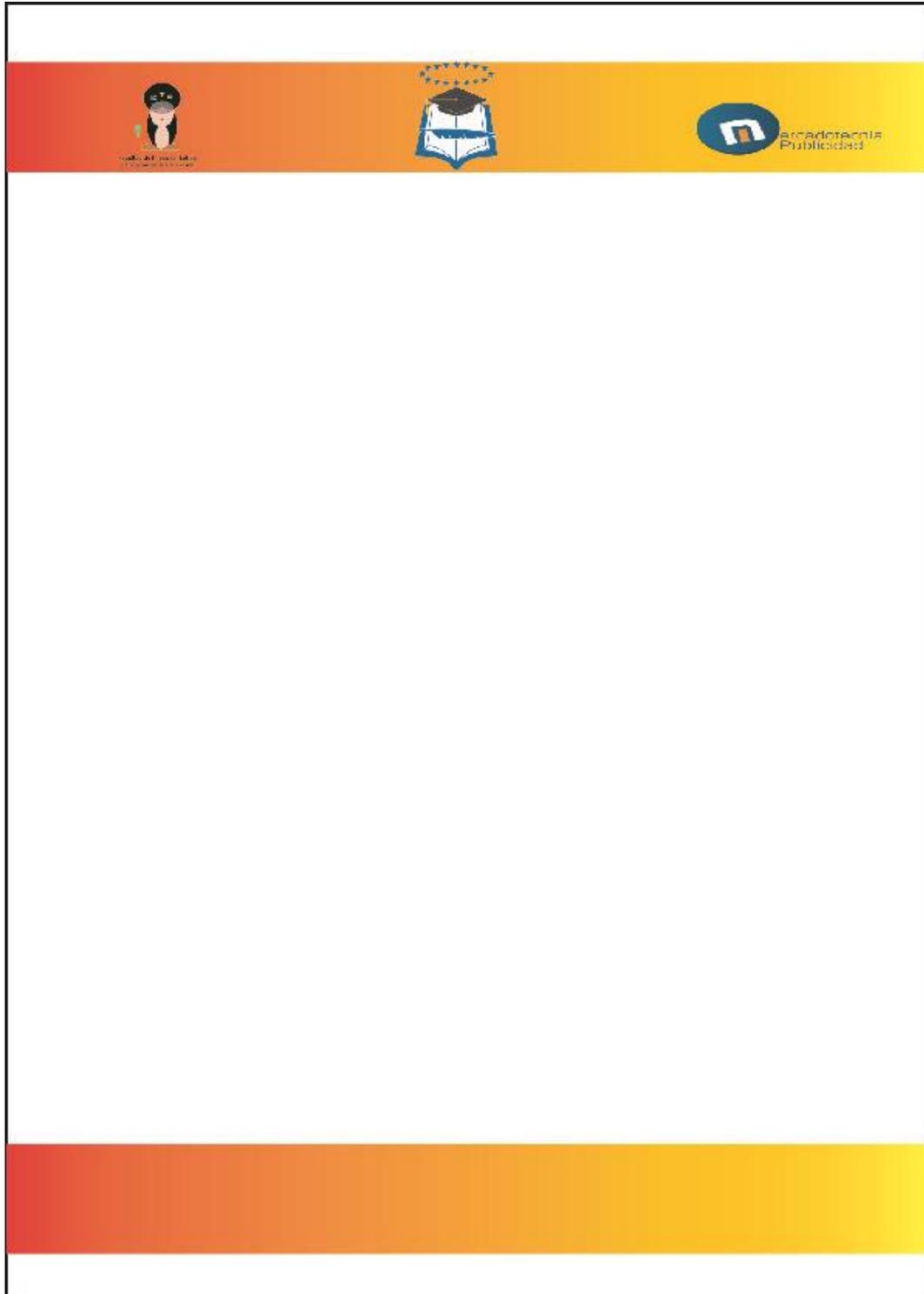


Elaborado por: Adriana Zavala y Christofer Solari.

### **Impacto social**

Este es un punto muy importante en la campaña informativa ya que se busca realizar un impacto positivo en la sociedad , ya que con esa con esta iniciativa buscamos tener jóvenes con una visión amplia y capaces de lograr lo que deseen desarrollar para generar cambios positivos en la sociedad, ya que al existir emprendimientos muchos de ellos irán creciendo con el pasar del tiempo esto producirá que se vea en la necesidad de obtener personal, al obtenerlo ayudara a incrementar la tasa de empleo en el país y a su vez a disminuir la pobreza es por estas razones que el emprender influye de manera positiva sobre las personas.

## Contraportada



## 4.7 Referencias Bibliográficas

- Aguilera Macias, A. L., & Anchundia Vasquez, H. V. (Septiembre de 2017). *EL MARKETING EN EL ESPIRITU EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/26328/1/BFILO-PMP-17P33.pdf>
- Andreeva Deltcheva, A. (03 de 2015). *Factores Impulsadores de la creatividad y sus efectos en la innovacion*. Madrid. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4415/TFG001229.pdf?sequence=1>
- Arias, F. (2012). Episteme.
- Calderón Zamora, M. J. (14 de julio de 2014). La Creatividad y el Emprendimiento en la Enseñanza Universitaria de Hoy. 12. Obtenido de <http://ojs.uac.edu.co/index.php/escenarios/article/viewFile/315/290>
- CHILA AVILÉZ, J. (2017). *LOS PROCESOS EDUCATIVOS EN LA FORMACIÓN DE LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DEL*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/26374/4/BFILO-PMP-17P47.pdf>
- Comercio y Justicia. (2013). *El emprendimiento gana Importancia en la crisis*. Ecos Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=X8O4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Del Canto, E., & Silva Silva, A. (2013). METODOLOGIA CUANTITATIVA: ABORDAJE DESDE LA COMPLEMENTARIEDAD EN CIENCIAS. *Revista de Ciencias Sociales*, 3.
- Elisondo, R. C. (1 de 09 de 2015). *LA CREATIVIDAD COMO PERSPECTIVA EDUCATIVA. CINCO IDEAS PARA PENSAR LOS CONTEXTOS CREATIVOS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/447/44741347027.pdf>
- Esquivias Serrano, M. T. (2004). Creatividad: Definiciones, Antecedentes Y Aportaciones. *Revista Digital Universitaria*, 14-17.
- Figuroa Romero, D. A., & Garzon Ramirez, G. D. (Agosto de 2018). La creatividad en el proceso de enseñanza aprendizaje. Guayaquil, Guayas, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36180/1/BFILO-PD-LP1-19-231.pdf>
- Hernández Arteaga, I., Alvarado Pérez, J. C., & Luna, S. M. (2015). *Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación personal*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1942/194238608010.pdf>

- Ildefonso Grande, E., & Abascal Fernandez, E. (2011). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Esic.
- Katayama, R. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Lima: Universidad Inca Garcilazo de la Vega.
- Lopez Roldan, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. <http://ddd.uab.cat/record/163567>.
- MACIAS CARRION, D. A. (2016). *INFLUENCIA DE LA ASIGNATURA EMPRENDIMIENTO y GESTIÓN EN LAS RELACIONES LABORALES DEL MICROEMPENDIMIENTO*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/26338/1/BFILO-PD-MP6-16-013.pdf>
- Méndez Sánchez, M. A., & Ghitis Jaramillo, T. (2015). La creatividad: Un proceso cognitivo, pilar de la educación. Valdivia, Chile. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1735/173544018009.pdf>
- Morales Valiente, C. (2017). *La creatividad, una revisión científica*. Recuperado el 18 de 11 de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/3768/376852683005.pdf>
- Parra Alviz, M., Rubio Guerrero, G., & Lopez Posada, L. M. (2017). *Emprendimiento y Creatividad: Aspectos esenciales para crear empresas* (1ra ed.). Bogota, Colombia: ECOE Ediciones. Recuperado el 25 de Noviembre de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=5K5JDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Pino Minaca, M. A., & Fonseca, T. (2014). *UNACH Universidad Nacional del Chimborazo, repositorio Digital*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/2610>
- Rodrigo Martín, I., Rodrigo Martín, L., & Martín Requero, M. I. (2013). Enseñanza y aprendizaje de la creatividad en la educación formal. *Creatividad y Sociedad*, 28. Obtenido de <http://www.creatividadysociedad.com/articulos/21/2.Ensenanza%20y%20aprendizaje%20de%20la%20creatividad%20en%20la%20educacion%20formal.pdf>
- Rodríguez Palmero, M. L. (2010). La teoría del aprendizaje significativo en la perspectiva de la psicología cognitiva. Barcelona: Octaedro.
- Sánchez Dorantes, L., & Aguilar Castillo, G. (10 de 2016). Taller de Habilidades de Pensamiento Crítico y Creativo. Mexico, Mexico.
- Universidad Nacional de Córdoba; Universidad Nacional de Entre Ríos; Universidad Nacional de Rosario. (2013). *Creatividad e innovación aplicadas al desarrollo emprendedor*. Obtenido de <https://www.unl.edu.ar/vinculacion/wp-content/uploads/sites/5/2016/11/Libro-Creatividad-e-innovacion-aplicadas-al-desarrollo-emprendedor.pdf>

# **A N E X O S**



ANEXO 1

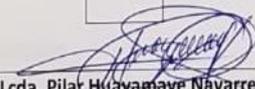
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

FORMATO DE EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA DE LA PROPUESTA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Nombre de la propuesta de trabajo de la titulación	Creatividad en el desarrollo de emprendimiento. Campaña informativa		
Nombre del estudiante (s)	Christofer Alexander Solarí Delgado Adriana Nicole Zavala Valdez		
Facultad	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación	Carrera	Mercadotecnia y Publicidad
Línea de Investigación	Estrategias educativas integradoras e inclusivas	Sub-línea de investigación	Estrategias educativas para promover cualidades relacionadas con el espíritu emprendedor
Fecha de presentación de la propuesta de trabajo de titulación	Septiembre-2018	Fecha de evaluación de la propuesta de trabajo de titulación	Febrero 2019

ASPECTO A CONSIDERAR	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
	SÍ	NO	
Título de la propuesta de trabajo de titulación	X		
Línea de Investigación / Sublíneas de Investigación	X		
Planteamiento del Problema	X		
Justificación e importancia	X		
Objetivos de la Investigación	X		
Metodología a emplearse	X		
Cronograma de actividades	X		
Presupuesto y financiamiento	X		

- APROBADO
- APROBADO CON OBSERVACIONES
- NO APROBADO

  
Lcda. Pilat Huayamave Navarrete, MSc.



ANEXO 2

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

Guayaquil, 25 de Octubre del 2018

SR. (SRA)  
DIRECTOR (A) DE CARRERA  
FACULTAD  
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

**Acuerdo del Plan de Tutoría**

Nosotros, LCDA. PILAR HUAYAMAVE NAVARRETE, MSc. docente tutor del trabajo de titulación y ADRIANA NICOLE ZAVALA VALDEZ y CHRISTOFER ALEXANDER SOLARI DELGADO estudiante de la Carrera/Escuela Mercadotecnia y Publicidad, comunicamos que acordamos realizar las tutorías semanales en el siguiente horario 14 a 15 p.m., el día martes y viernes.

De igual manera entendemos que los compromisos asumidos en el proceso de tutoría son:

- Realizar un mínimo de 4 tutorías mensuales.
- Elaborar los informes mensuales y el informe final detallando las actividades realizadas en la tutoría.
- Cumplir con el cronograma del proceso de titulación.

Agradeciendo la atención, quedamos de Ud.

Atentamente,

ADRIANA NICOLE ZAVALA VALDEZ  
C.C 0929118131

MSc. PILAR HUAYAMAVE NAVARRETE  
C.C 0906354808

CHRISTOFER ALEXANDER SOLARI DELGADO  
C.C 0955053194

CC: Unidad de Titulación



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

INFORME DE AVANCE DE LA GESTIÓN TUTORIAL

Tutor: MSc. Pilar Huayamave Navarrete

Tipo de trabajo de titulación: Proyecto Educativo

Título del trabajo: Creatividad en el desarrollo de emprendimiento educativo.

Campaña informativa

No. DE SESIÓN	FECHA DE TUTORÍA	ACTIVIDADES DE TUTORÍA	DURACIÓN		OBSERVACIONES Y TAREAS ASIGNADAS	FIRMA DEL TUTOR(A)	FIRMA DEL ESTUDIANTE O DE LOS ESTUDIANTES
			INICIO	FIN			
1	25/10/2018	Indicaciones generales	14:00	15:00			
2	30/10/2018	Revisión y corrección del Capítulo 1	14:00	15:00	Redactar introducción		
3	09/11/2018	Revisión y corrección de la primera parte del capítulo 2	14:00	15:00	Completar Marco Teórico		
4	23/11/2018	Indicaciones generales del capítulo 3	14:00	15:00	Desarrollar capítulo 3		
5	11/12/2018	Corrección del capítulo 3 e indicaciones del capítulo 4	14:00	15:00	Corregir capítulo 3 y desarrollar capítulo 4		
6	17/12/2018	Revisión capítulo 1, 2, 3, 4	14:00	15:00	Entrega de anillado		
7	20/12/2018	Entrega	14:00	15:00			



ANEXO 4

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

Guayaquil, 20 de Diciembre de 2018

Sr. /Sra.

DIRECTOR (A) DE LA CARRERA/ESCUELA  
FACULTAD FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación Creatividad en el desarrollo de emprendimiento. Campaña informativa del (los) estudiante (s) ADRIANA NICOLE ZAVALA VALDEZ y CHRISTOFER ALEXANDER SOLARI DELGADO, indicando ha (n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- 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 adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

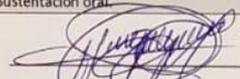
  
LCDA/ PILAR HUAYAMAVE NAVARRETE, Msc.  
C.I. 0906354808



ANEXO 5

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD  
RÚBRICA DE EVALUACIÓN TRABAJO DE TITULACIÓN

ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALF.
<b>ESTRUCTURA ACADÉMICA Y PEDAGÓGICA</b>	<b>4.5</b>	<b>4.5</b>
Propuesta integrada a Dominios, Misión y Visión de la Universidad de Guayaquil.	0.3	0.3
Relación de pertinencia con las líneas y sublíneas de investigación Universidad / Facultad/ Carrera	0.4	0.4
Base conceptual que cumple con las fases de comprensión, interpretación, explicación y sistematización en la resolución de un problema.	1	1
Coherencia en relación a los modelos de actuación profesional, problemática, tensiones y tendencias de la profesión, problemas a encarar, prevenir o solucionar de acuerdo al PND-BV	1	1
Evidencia el logro de capacidades cognitivas relacionadas al modelo educativo como resultados de aprendizaje que fortalecen el perfil de la profesión	1	1
Responde como propuesta innovadora de investigación al desarrollo social o tecnológico.	0.4	0.4
Responde a un proceso de investigación – acción, como parte de la propia experiencia educativa y de los aprendizajes adquiridos durante la carrera.	0.4	0.4
<b>RIGOR CIENTÍFICO</b>	<b>4.5</b>	
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación	1	1
El trabajo expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad, así como del campo al que pertenece, aportando significativamente a la investigación.	1	1
El objetivo general, los objetivos específicos y el marco metodológico están en correspondencia.	1	1
El análisis de la información se relaciona con datos obtenidos y permite expresar las conclusiones en correspondencia a los objetivos específicos.	0.8	0.8
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia bibliográfica	0.7	0.7
<b>PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL</b>	<b>1</b>	
Pertinencia de la investigación	0.5	0.5
Innovación de la propuesta proponiendo una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional	0.5	0.5
<b>CALIFICACIÓN TOTAL *</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
* El resultado será promediado con la calificación del Tutor Revisor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.		

  
LCDA. PÍLAR HUAYAMAVE NAVARRETE, Msc.  
No. C.I. 0906354808

FECHA: 20/12/2018



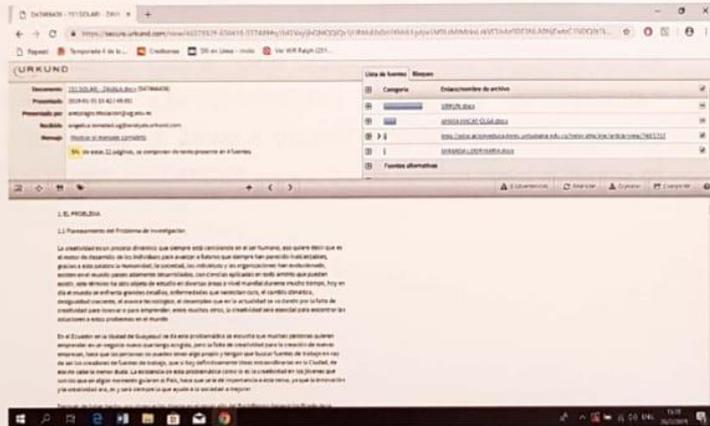
ANEXO 6

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

**CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD**

Habiendo sido nombrado LCDA. PILAR HUAYAMAVE NAVARRETE, Msc., tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por ADRIANA NICOLE ZAVALA VALDEZ, C.C.: 0929118131 y CHRISTOFER ALEXANDER SOLARI DELGADO C.C.: 0955053194, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Educación con mención en Mercadotecnia y Publicidad.

Se informa que el trabajo de titulación: "CREATIVIDAD EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTO. CAMPAÑA INFORMATIVA", ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (URKUND) quedando el 5% de coincidencia.



<https://secure.arkund.com/view/46379329-650418-557489>

*Pilar Huayamave Navarrete*  
**LCDA. PILAR HUAYAMAVE NAVARRETE, MSc.**  
**C.I. 0906354808**





ANEXO 7

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

RÚBRICA DE EVALUACIÓN MEMORIA ESCRITA TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del Trabajo: Creatividad en el desarrollo de emprendimiento. Campaña informativa  
 Autor(s): ADRIANA NICOLE ZAVALA VALDEZ y CHRISTOFER ALEXANDER SOLARI DELGADO

ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALF.	COMENTARIOS
<b>ESTRUCTURA Y REDACCIÓN DE LA MEMORIA</b>	<b>3</b>		
Formato de presentación acorde a lo solicitado	0.6	0.6	
Tabla de contenidos, índice de tablas y figuras	0.6	0.6	
Redacción y ortografía	0.6	0.6	
Correspondencia con la normativa del trabajo de titulación	0.6	0.6	
Adecuada presentación de tablas y figuras	0.6	0.6	
<b>RIGOR CIENTÍFICO</b>	<b>6</b>		
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación	0.5	0.5	
La introducción expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad, así como del campo al que pertenece	0.6	0.6	
El objetivo general está expresado en términos del trabajo a investigar	0.7	0.7	
Los objetivos específicos contribuyen al cumplimiento del objetivo general	0.7	0.7	
Los antecedentes teóricos y conceptuales complementan y aportan significativamente al desarrollo de la investigación	0.7	0.7	
Los métodos y herramientas se corresponden con los objetivos de la investigación	0.7	0.7	
El análisis de la información se relaciona con datos obtenidos	0.4	0.4	
Factibilidad de la propuesta	0.4	0.4	
Las conclusiones expresan el cumplimiento de los objetivos específicos	0.4	0.4	
Las recomendaciones son pertinentes, factibles y válidas	0.4	0.4	
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia bibliográfica	0.5	0.5	
<b>PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL</b>	<b>1</b>		
Pertinencia de la investigación/ Innovación de la propuesta	0.4	0.4	
La investigación propone una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional	0.3	0.3	
Contribuye con las líneas / sublíneas de investigación de la Carrera/Escuela	0.3	0.3	
<b>CALIFICACIÓN TOTAL*</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	

\* El resultado será promediado con la calificación del Tutor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.

LCDO. ANGEL QUITO, Msc.  
 No. C.I. 0914018174

FECHA: 25/02/2019



ANEXO 8

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



UG-FFLCE-MYP-PH-371

Guayaquil, 23 de noviembre de 2018

Sr. Lic.  
Marcos Yambay Herrera, MSc.  
Rector del Colegio Universitario  
Dr. Francisco Huerta Rendón  
Presente. -

De mis consideraciones:

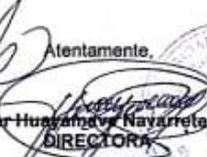
Saludos cordiales, conocedores de su espíritu de colaboración, mediante la presente solicitamos se sirva permitir que los estudiantes: **Zavala Valdez Adriana Nicole**, con cédula de identidad No. **0929118131**, y **Solari Delgado Christofer Alexander**, con cédula de identidad No. **0955053194**, realicen el PROYECTO DE TITULACIÓN en su Institución Educativa, previo a la obtención del título de Licenciados en Ciencias de la Educación, mención Mercadotecnia y Publicidad.

TEMA: CREATIVIDAD EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTO.

PROPUESTA: CAMPAÑA INFORMATIVA.

La información requerida (reseña histórica, aplicación de encuestas, entrevistas entre otros) es de suma importancia para el desarrollo de la investigación.

Por la acogida que dé a la presente, quedo como su segura servidora.

Atentamente,  
  
Pilar Huergando Navarrete, MSc.  
DIRECTORA


*4-12-18  
12h00*



ANEXO 9

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



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y  
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
UNIDAD EDUCATIVA UNIVERSITARIA  
FRANCISCO HUERTA RENDÓN  
RECTORADO  
colyfrcohuertarendon@hola.com - 2-316346



MYH

Oficio n°0464-RC-2018

Guayaquil, diciembre 17 del 2018

Msc. Pilar Huayamave Navarrete  
Directora de la carrera MercadoTecnia y Publicidad

De mis consideraciones:

Reciba un atento saludo, en relación al oficio No UG-FFLVE-MYP-PH-371 suscrito por usted tengo a bien informarle que la Unidad Educativa Francisco Huerta Rendón acepta con mucho agrado el desarrollo del proyecto de Titulación Educativo por los egresados ZAVALA VALDEZ ADRIANA NICOLE y SOLARI DELGADO CHRISTOFER ALEXANDER requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Educación, mención MercadoTecnia y Publicidad aplicado a los estudiantes de III BGU B – C de bachillerato.

**TEMA:** Creatividad en el desarrollo de emprendimiento.

**PROPUESTA:** Campaña Informativa

Particular que comunico para los fines legales pertinentes.



Msc. Marco Yambay Herrera  
RECTOR

Elaborado por:	Eva Quinde Moreno – Asistente 2
Revisado y aprobado por:	MSc. Marco Yambay Herrera -Rector

2-267072 / 2-264505  
Cda. Universitaria Salvador Allende  
www.ug.edu.ec  
Guayaquil - Ecuador



ANEXO 10

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

---





ANEXO 12

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

---





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

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICA DOCENTE  
"DRA. MARÍA INÉS AHMAS VÁSQUEZ"  
TELÉFONO: 04-2281346

CERTIFICACIÓN 160

LA DIRECCIÓN GENERAL DE LA UNIDAD DE PRACTICAS PREPROFESIONALES DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, CERTIFICA: Que, el (a) señor (a) (ita) SOLARI DELGADO CHRISTOFER ALEXANDER, con documento nacional de identidad N° 0955053194 especialización MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD modalidad PRESENCIAL realizó y aprobó las Prácticas Docentes Reglamentaria en el COLEGIO "LUIS BONINI PINO" con la calificación DIEZ (10), bajo la supervisión del(a) MSc. OSCAR GAYREY, correspondiente al período lectivo 2017 - 2018. Así consta en los archivos que reposan en la secretaría de la Dirección a mi cargo, a los que me remito en caso necesario.- Guayaquil, 26 de febrero del 2018.

Atentamente,

*[Handwritten signature]*  
MSc. ROSA CHENCHE JACOME.  
DIRECTORA GENERAL  
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICA DOCENTE

*[Handwritten notes on the left side of the certificate:]*  
Verificado por  
MSc. Rosalme Castro  
10/02/2018  
C/Ch...

Elaborado por:	M.Sc. ZOILA SERNAQUE SANDOVA
Revisado y aprobado:	M.Sc. ROSA CHENCHE JACOME

DIRECCIÓN GENERAL  
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICA DOCENTE



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



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICA DOCENTE  
"DRA. MARÍA INÉS ARMAS VÁSQUEZ"  
TELÉFONO: 04-2281346



CERTIFICACIÓN

159

LA DIRECCIÓN GENERAL DE LA UNIDAD DE PRACTICAS PREPROFESIONALES DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, CERTIFICA: Que, el (a) señor (a) (ita) ZAVALA VALDEZ ADRIANA NICOLE, con documento nacional de identidad N° 0929118131 especialización MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD modalidad PRESENCIAL realizó y aprobó las Prácticas Docentes Reglamentaria en el COLEGIO "LUIS BONINI PINO" con la calificación DIEZ (10), bajo la supervisión del(a) MSc. OSCAR GAYREY, correspondiente al período lectivo 2017 - 2018. Así consta en los archivos que reposan en la secretaría de la Dirección a mi cargo, a los que me remito en caso necesario.- Guayaquil, 26 de febrero del 2018.

*Validación por  
Msc. Juan Carlos  
10/09/2018  
J. C. J.*

Atentamente,

MSc. ROSA CHÉNCHÉ JACOME.  
DIRECTORA GENERAL  
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICA DOCENTE

Elaborado por:	MSc. ZOLA SERNAQUE SANDOVAL
Revisado y aprobado:	MSc. ROSA CHÉNCHÉ JACOME

DIRECCIÓN GENERAL  
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICA DOCENTE



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



**CERTIFICADO**

LA COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, CERTIFICA: Que, revisadas las evidencias correspondientes, el Sr. (a.) (ta.) ZAVALA VALDEZ ADRIANA NICOLE, con C.I. 0929118131, carrera **MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD** en la modalidad **PRESENCIAL** realizó y aprobó la actividad de Vinculación con la Sociedad, por lo que se le concede el presente certificado.- Guayaquil, 18 de octubre de 2017.....

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.-

Atentamente,

COORDINACIÓN  
GESTIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO  
Facultad de Filosofía  
Universidad de Guayaquil

*Lucrecia Resabala*  
Lic. Lucrecia Resabala Manosalvas, MSc

Coordinadora de Gestión Social del Conocimiento

*Validez por:*  
*Pérez*  
*11/10/2018*

Elaborado y Revisado por:	Econ. Gisella Alcivar Pérez, Asistente Administrativo
Revisado y Autorizado por:	Lic. Lucrecia Resabala Manosalvas, MSc., Coordinadora de Gestión del Conocimiento





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

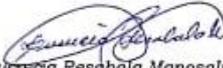


**CERTIFICADO**

LA COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, CERTIFICA: Que, revisadas las evidencias correspondientes, el Sr. (a.) (ta.) SOLARI DELGADO CHRISTOFER ALEXANDER, con C.I. 0955053194, carrera **MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD** en la modalidad **PRESENCIAL** realizó y aprobó la actividad de Vinculación con la Sociedad, por lo que se le concede el presente certificado.- Guayaquil, 18 de octubre de 2017.-

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.-

Atentamente,

  
Lic. Lucrecia Resabala Manosalvas, MSc  
Coordinadora de Gestión Social del Conocimiento

COORDINACIÓN  
GESTIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO  
Facultad de Filosofía  
Universidad de Guayaquil

*Validado por:*  
*Mercaderes*  
*4/10/17*

Elaborado y Revisado por:	Econ. Gisella Alcivar Pérez, Asistente Administrativo
Revisado y Autorizado por:	Lic. Lucrecia Resabala Manosalvas, MSc., Coordinadora de Gestión del Conocimiento

7304





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

Universidad de Guayaquil  
Facultad: Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación  
Mercadotecnia y Publicidad

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA Dr. FRANCISCO HUERTA RENDÓN MODALIDAD MATUTINA CON EL OBJETIVO DE CONOCER SOBRE LA CREATIVIDAD EN EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO.

INSTRUCCIONES:

1. La presente encuesta es anónima
2. Se solicita que antes de contestar leer cada pregunta y luego seleccione con una (X) la alternativa de acuerdo con su criterio:

Preguntas	SI	NO
1. ¿Conoce sobre estrategias para el desarrollo de la creatividad?		
2. ¿Cree que la creatividad está vinculada con el emprendimiento?		
3. ¿Tiene conocimientos bases para realizar un emprendimiento?		
4. ¿En la asignatura emprendimiento y gestión el docente hace desarrollar su creatividad para un emprendimiento?		
5. ¿Considera usted que el buen desarrollo de la creatividad es necesario para realizar un emprendimiento?		
6. ¿Cree usted que las instituciones educativas deberían incentivar el espíritu emprendedor?		
7. ¿Cree usted que una campaña informativa ayudara a motivar a los estudiantes a realizar un emprendimiento?		
8. ¿La institución educativa los motiva a ser una persona emprendedora?		
9. ¿Considera usted que se puede aplicar la creatividad como una técnica de emprendimiento?		
10. ¿Participarías activamente en una campaña informativa acerca de la creatividad y el desarrollo del emprendimiento?		

Gracias por su colaboración.



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

Universidad de Guayaquil  
Facultad: Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación  
Mercadotecnia y Publicidad

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DOCENTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA Dr. FRANCISCO HUERTA RENDÓN MODALIDAD MATUTINA CON EL OBJETIVO DE CONOCER SOBRE LA CREATIVIDAD EN EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO.

INSTRUCCIONES:

1. La presente encuesta es anónima
2. Se solicita que antes de contestar leer cada pregunta y luego seleccione con una (X) la alternativa de acuerdo con su criterio:

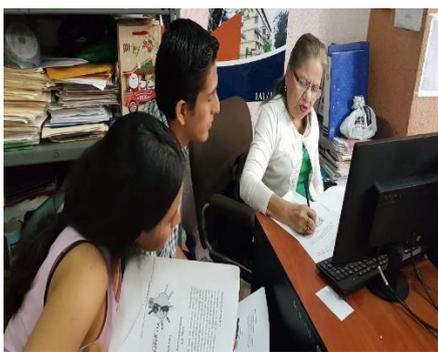
Preguntas	SI	NO
1. ¿Considera usted que la creatividad está vinculada con el emprendimiento?		
2. ¿Cree usted que la asignatura emprendimiento y gestión les brinda a los alumnos bases suficientes para emprender?		
3. ¿Considera que uno de los factores del bajo rendimiento de la asignatura de emprendimiento y gestión es el poco interés de los estudiantes?		
4. ¿Proporciona usted recursos didácticos actualizados para estimular el emprendimiento?		
5. ¿Considera que es fundamental desarrollar en los estudiantes el interés de realizar un emprendimiento?		
6. ¿Conoce sobre técnicas que desarrollen la creatividad del estudiante?		
7. ¿Cree usted que la unidad educativa incentiva el espíritu emprendedor?		
8. ¿Incentivaría a los estudiantes a realizar una casa abierta en donde puedan dar a conocer sus emprendimientos?		
9. ¿Considera usted que los estudiantes son capaces de emprender en base a la tecnología?		
10. ¿Considera usted que implementar una campaña informativa a los estudiantes los motivara a que realicen emprendimientos creativos?		

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ANEXO 16

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





ANEXO 17

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



**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y  
TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Creatividad en el desarrollo de emprendimiento. Campaña informativa.		
<b>AUTOR(ES) (apellidos/nombres):</b>	Zavala Valdez Adriana Nicole Solari Delegado Christofer Alexander		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):</b>	MSc. Huayamave Navarrete Pilar MSc. Quito Angel		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Mercadotecnia y Publicidad		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Licenciado		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	Febrero 2019	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	156
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Bachillerato General Unificado		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Creatividad, Emprender, Campaña.		

**RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):** El presente proyecto investigativo tiene como objetivo promover el espíritu emprendedor, en los alumnos de 6 año del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Fiscal “Francisco Huerta Rendón”. En la actualidad el espíritu emprendedor tiene un rol importante en la humanidad siendo generadores de la creatividad, y fracción esencial del progreso monetario de un país. Dado esto se efectuó un estudio de campo, documental, bibliográfico y descriptiva, con la finalidad de comprender el alcance del emprendimiento en la colectividad. Gracias a las deducciones de las encuestas, con el propósito de informar el grado del espíritu

emprendedor se determinó que hay elementos que oprimen el desarrollo del emprendimiento y la creatividad en los dicentes, siendo la motivación y la creatividad los mecanismos más importantes para incentivar el emprendimiento. Por la cual se realizará una campaña informativa, para impulsar la creatividad y el emprendimiento, donde los favorecidos serán los estudiantes.

The objective of this research project is to promote the entrepreneurial spirit among 6 year old students of the Unified General Baccalaureate of the Fiscal Education Unit "Francisco Huerta Rendón". At present, the entrepreneurial spirit has an important role in humanity as generators of creativity, and an essential fraction of the monetary progress of a country. Given this, a field, documentary, bibliographical and descriptive study was carried out, in order to understand the scope of entrepreneurship in the community. Thanks to the deductions of the surveys, with the purpose of informing the degree of entrepreneurial spirit, it was determined that there are elements that oppress the development of entrepreneurship and creativity in the sayings, with motivation and creativity being the most important mechanisms to encourage entrepreneurship. For which an information campaign will be held to promote creativity and entrepreneurship, where the students will be favored.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0989213473/0986725864	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:adriana.zavala95@hotmail.com">adriana.zavala95@hotmail.com</a> <a href="mailto:alexander_solari@hotmail.com">alexander_solari@hotmail.com</a>
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.	
	<b>Carrera:</b> Mercadotecnia y Publicidad	
	<b>Teléfono:</b>	
	<b>E-mail:</b> mercadotecnia94@gmail.com	