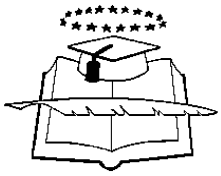


UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALIZACIÓN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
SEMIPRESENCIAL.

PROYECTO EDUCATIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS
EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
MENCIÓN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

TEMA:

INFLUENCIA DE OPORTUNIDADES EN EL EMPRENDIMIENTO MICROEMPRESARIAL.

PROPUESTA:

DISEÑAR TALLERES DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA DESARROLLAR LAS HABILIDADES MICROEMPRESARIALES.

AUTORAS:

DIANA ASUNCIÓN CHIRIBOGA ANGULO

OLGA MERCEDES CORTEZ CELY

CONSULTORA

MSC. MARÍA ELENA MARIDUEÑA TUFIÑO

GUAYAQUIL – ECUADOR

2014

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

DIRECTIVOS

MSc. Silvia Moy-Sang Castro Arq.

DECANA

MSc. José Zambrano García

SUBDECANO

MSc. Pilar Huayamave Navarrete Lcda.

DIRECTORA

MSc. Olga Bravo Santos Ing. Ind.

SUBDIRECTORA

Ab. Sebastián Cadena Alvarado

SECRETARIO

Guayaquil, 20 de marzo del 2015

MSc.
SILVIA MOY-SANG CASTRO ARQ.
DECANA DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA,
LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Ciudad.-

De mis consideraciones:

En virtud de la Resolución de la comisión Académica de la Facultad de Filosofía, fecha 10 de diciembre del 2014, en la cual se me designó consultora de Proyectos Educativos de la Licenciatura en Ciencias de la Educación, especialización Mercadotecnia y Publicidad tengo a bien informar lo siguiente:

El grupo conformado por las estudiantes, Cortez Cely Olga Mercedes y Chiriboga Angulo Diana Asunción, diseñaron y elaboraron el Proyecto Educativo: Tema: Influencia de oportunidades en el emprendimiento microempresarial, Propuesta: Diseñar de talleres de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microempresariales. El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones dadas por la suscrita.

Las participantes satisfactoriamente han ejecutado las diferentes etapas constitutivas del Proyecto; por lo expuesto se procede a la APROBACIÓN del proyecto y pongo a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,

Msc. María Elena Maridueña Tufiño
CONSULTORA

DERECHOS INTELECTUALES

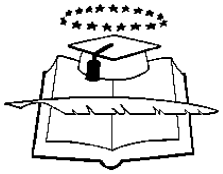
MSc.
SILVIA MOY-SANG CASTRO ARQ.
DECANA DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA,
LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Ciudad.-

Para los fines legales pertinentes comunico a usted que los derechos intelectuales del proyecto educativo INFLUENCIA DE OPORTUNIDADES EN EL EMPRENDIMIENTO MICROEMPRESARIAL, mediante la realización de talleres de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microempresariales, a los estudiantes del décimo año de bachillerato del Colegio Fiscal Nocturno Alfredo Baquerizo Moreno de la ciudad de Guayaquil – provincia del Guayas, pertenece a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, pertenecen a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

Atentamente,

Cortez Cely Olga Mercedes
C. I. 0916991565

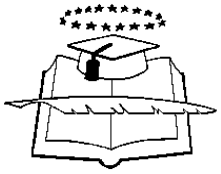
Chiriboga Angulo Diana Asunción
C.I. 0916473689



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

ADVERTENCIA

Se advierte que las opiniones, ideas o afirmaciones vertidas en el presente proyecto, son de exclusiva responsabilidad de las autoras del mismo y no está incluida la responsabilidad de la Universidad de Guayaquil.



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

TRIBUNAL EXAMINADOR

CONFIERE AL PRESENTE PROYECTO

La calificación de _____

Equivalente a _____

TRIBUNAL

_____ _____

_____

SECRETARIO

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a Dios quien guía y bendice mi camino, a mis padres Jorge y Alba, con especial homenaje a mi mami, quien recibirá con mucho orgullo este nuevo logro en mi vida exitosamente obtenido.

Diana Asunción Chiriboga Angulo

DEDICATORIA

Dedico este proyecto al Padre Celestial quien ha sido luz y guía en mi caminar, que me ha acompañado todos los días de mi vida, dando fortaleza y mucha fe. También a mi esposo y mis hijos quienes estuvieron conmigo día a día en la lucha y por su paciencia me supieron comprender y entender.

Olga Mercedes Cortez Cely

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi esposo, compañero y amigo Enrique y a mi hijo Álvaro, por su amor, apoyo incondicional e infinita paciencia, ellos caminaron conmigo cada paso de este proyecto para que logre cumplir mi meta.

Diana Asunción Chiriboga Angulo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a mis Padres por haberme brindado su apoyo incondicional, especialmente a mi papá por el gran soporte brindado a lo largo de este proyecto.

Olga Mercedes Cortez Cely

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO: **Pág.**

PORTADA

DIRECTIVOS……...……...II

CARTA ACEPTACIÓN…….....…..…….III

DERECHOS INTELECTUALES….……..……IV

ADVERTENCIA……...……V

TRIBUNAL EXAMINADOR…..……..VI

DEDICATORIA……VII

AGRADECIMIENTO……VIII

ÍNDICE GENERAL……..IX

ÍNDICE DE CUADROS...……XIII

ÍNDICE DE GRÁFICOS……..……....XIV

ÍNDICE DE IMÁGENES……....XV

ÍNDICE DE ANEXOS……....XV

RESUMEN……....XVII

ABSTRACT……..……XVIII

INTRODUCCIÓN……1

CAPÍTULO I 4

1 EL PROBLEMA 4

1.1 Planteamiento del problema de investigación 4

1.2 Causas y Consecuencias 7

1.3. Delimitación del problema 8

1.4 Planteamiento del problema o formulación 9

1.5. Evaluación del problema 9

1.6 Justificación e importancia 11

1.7 Objetivos de la investigación 13

1.7.1 Objetivos Generales 13

1.7.2 Objetivos Específicos 14

1.8 Hipótesis y variables de la investigación 14

1.8.1 Variables de la Investigación 14

1.8.1.1 Variable Independiente 14

1.8.1.2 Variable Dependiente 14

1.9 Elaboración de Hipótesis 15

1.10 Formulación de la Hipótesis 15

1.11 Interrogantes de la Investigación 15

CAPÍTULO II 19

2. MARCO TEÓRICO 19

2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO 19

2.2 Fundamentación Teórica 20

2.3 Fundamentación Epistemológica 32

2.4 Fundamentación Sociológico 34

2.5 Fundamentación Psicológica 35

2.6 Fundamentación Pedagógica o Andragógica 36

2.7 Fundamentación Legal 38

2.8 Definición de las variables 40

2.9 Glosario de Términos 42

CAPÍTULO III 47

3 METODOLOGÍA **47**

3.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN **47**

3.1.1 Diseño de la Investigación 47

3.1.2 Método Cualitativo 47

3.1.3 Método Cuantitativo 48

3.2 Modalidad de la Investigación 49

3.2.1 Investigación de Campo 50

3.2.2. Investigación Bibliográfica 51

3.3 Tipos de Investigación 52

3.4 Población y Muestra 53

3.5 Instrumento de la investigación 55

3.6 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta a estudiantes 59

3.7 Discusión e interpretación de resultados 69

CAPÍTULO IV **70**

4. LA PROPUESTA **70**

4.1 Título de la Propuesta 70

4.2 Justificación 70

4.3. Objetivo General 71

4.4 Objetivo Específico 71

4.5 Factibilidad de su aplicación 71

4.6 Importancia 72

4.7 Ubicación Sectorial y Física 72

4.8 Descripción de la propuesta 75

4.9 Talleres 76

4.10 Actividades 106

4.11 Conclusiones 110

4.12 Recomendaciones 111

4.13 Definición de Términos Relevantes 112

4.14 Bibliografía 115

4.15 Anexos 120

ÍNDICE DE CUADROS

Contenido:

Cuadro Nº 1. Causas y consecuencias 8

Cuadro Nº 2. Operacionalización de las variables 41

Cuadro Nº 3. Estratos de Población 54

Cuadro Nº 4. Estratos de Muestra 55

Cuadro Nº 5. Fortalecimiento espíritu emprendedor a estudiantes 59

Cuadro Nº 6. No tienen adecuada información 60

Cuadro Nº 7. Iniciar nuevo negocio alternativa término de carrera 61

Cuadro Nº 8. Importancia a las carreras técnicas 62

Cuadro Nº 9. Conocimientos de emprendimientos en la institución 63

Cuadro Nº 10. Importancia del emprendimiento 64

Cuadro Nº 11. El emprendimiento microempresarial proporciona ingresos económicos al país 65

Cuadro Nº 12. Conocimientos de estrategias de marketing 66

Cuadro Nº 13. Creación asignatura de marketing y ventas en los bachilleres técnicos 67

Cuadro Nº 14. Taller de capacitación con técnicas adecuadas para desarrollar microempresas 68

Cuadro Nº 15. Cronograma de actividades de la propuesta

2014 – 2015 106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenido:

Gráfico Nº 1. Fortalecimiento espíritu emprendedor 59

Gráfico Nº 2. No tienen adecuada información 60

Gráfico Nº 3. Iniciar nuevo negocio alternativa término de carrera 61

Gráfico Nº 4. Importancia a las carreras técnicas 62

Gráfico Nº 5. Conocimientos de emprendimientos en la institución 63

Gráfico Nº 6. Importancia del emprendimiento microempresarial Para bajar el desempleo 64

Gráfico Nº 7. El emprendimiento microempresarial proporciona ingresos económicos al país 65

Gráfico Nº 8. Conocimientos de estrategias de marketing 66

Gráfico Nº 9. Creación asignatura de marketing y ventas en los bachilleres técnicos 67

Gráfico Nº 10. Taller de capacitación con técnicas adecuadas para desarrollar microempresas 68

ÍNDICE DE ÍMAGENES

Contenido:

Imagen Nº 1. Fachada principal 72

Imagen Nº 2. Ubicación sectorial y física 73

Imagen Nº 3. Imagen Satelital 74

ÍNDICE DE ANEXOS

Contenido:

Anexo Nº 1. Carta tesis aprobado por la Universidad 121

Anexo Nº 2. Carta del proyecto autorizado por el colegio 122

Anexo Nº 3. Colegio donde fue realizado el proyecto 123

Anexo Nº 4. Foto satelital 124

Anexo Nº 5. Foto de la fachada principal 125

Anexo Nº 6. Ubicación sectorial y física 126

Anexo Nº 7. Cronograma de actividades de la propuesta 2014 -2015 127

Anexo Nº 8. Presupuesto de la propuesta 128

Anexo Nº 9. Modelo de la encuesta 129

Anexo Nº 10. Foto revisión del material con el rector del colegio 130

Anexo Nº 11. Fotos de la encuesta 131

Anexo Nº 12. Fotos del taller de prácticas técnicas del colegio 132

Anexo Nº 13. Talleres 133

Anexo Nº 14. Fotos con la consultora 147

Anexo Nº 15. Escaneo de las asistencias con la consultora 148

Anexo Nº 16. Escaneo certificado vinculación con la sociedad 150

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

INFLUENCIA DE OPORTUNIDADES EN EL EMPRENDIMIENTO MICRO EMPRESARIAL.

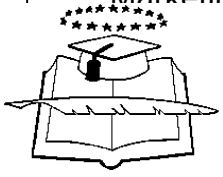
AUTORAS: CORTEZ CELY OLGA MERCEDES
CHIRIBOGA ANGULO DIANA ASUNCIÓN

CONSULTORA: MSc. MARIDUEÑA TUFIÑO MARIA ELENA

RESUMEN

Este presente proyecto es de suma importancia pues aborda los temas relacionados para desarrollar destrezas, capacidades, habilidades y estrategias de marketing para lograr como objetivo que los bachilleres aprendan las herramientas que les permita iniciar emprendimientos micro empresariales cuando culminen sus estudios de carreras técnicas. Frente a esta situación se diseñan los talleres de estrategias de marketing para los estudiantes del décimo año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno” de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil. En el Marco Teórico se analiza los antecedentes, fundamentación teórica del emprendimiento, definición e importancia del emprendimiento micro empresarial, el marketing y la elaboración talleres de estrategias de marketing con las herramientas necesarias para dar a conocer las nuevas propuesta de negocios de emprendimiento acorde al mercado actual; en lo referente a la fundamentación psicológica se sustenta en lo preceptuado por J Piaget que indica, cuando el sujeto aprende lo hace modificando activamente sus esquemas, a través de las experiencias, o bien transfiriendo los ya existentes a situaciones nuevas, en la fundamentación sociológica, está sustentada en los preceptos de Vigotsky que en su teoría sociocultural nos enseña que el ser humano aprende al observar y participar con otros individuos. La fundamentación legal se sustenta la constitución en los art 26, 27, 28, 29 y 37. La LOEI y su reglamento. En la propuesta se realizará el diseño de talleres de estrategias de marketing para desarrollar habilidades microempresariales.

Emprendimiento | Marketing | Talleres



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

INFLUENCIA DE OPORTUNIDADES EN EL EMPRENDIMIENTO MICRO EMPRESARIAL.

AUTORAS: CORTEZ CELY OLGA MERCEDES
CHIRIBOGA ANGULO DIANA ASUNCIÓN

CONSULTORA: MSc. MARIDUEÑA TUFIÑO MARIA ELENA

ABSTRACT

This project is extremely important as it deals with issues related to developing skills, abilities, skills and marketing strategies to achieve the objective that the graduates learn the tools that allow them to start micro business ventures when complete their studies in technical careers. Faced with this situation workshops marketing strategies for sophomores fiscal year baccalaureate technical Night "Doctor Alfredo Baquerizo Moreno" school in the parish Tarqui city Guayaquil are designed. Theoretical Framework In the background, theoretical foundation of entrepreneurship, definition and importance of entrepreneurship micro business, marketing and processing workshops marketing strategies necessary to introduce new entrepreneurial business proposal according to market analyzes tools Current; regarding the psychological foundation is based on the precepts by J Piaget indicating when the subject learns he does actively modifying their schemes through experiences or transferring existing to new situations, in sociological foundation, is supported by the precepts of Vygotsky in its sociocultural theory teaches us that human beings learn to observe and participate with other individuals. The legal basis the constitution is based on the art 26, 27, 28, 29 and 37. The LOEI and its regulations. The proposed design marketing strategies workshops will be held to develop microenterprise skills.

Entrepreneurship | Marketing | Workshops

INTRODUCCIÓN

El desarrollo y evolución de las empresas actuales vienen antecedidos de los pequeños negocios que se formaban dentro del núcleo familiar donde la cabeza de familia era el que dirigía y todos sus integrantes trabajaban en ella.

Si bien es cierto después de la revolución industrial se produce un cambio rápido en toda la estructura social y económica a nivel mundial creando un nuevo modelo de vida, que con la introducción de nuevas fuentes de energía da origen a la creación de máquinas automáticas, las cuales hicieron que el trabajo sea más ágil, pero así mismo provocó la reducción de la mano de obra humana y aunque la era de la industrialización haya alcanzado en la actualidad adelantos extraordinarios se debe reconocer la participación que ha tenido la microempresa en este desarrollo, que aunque a lo largo de los años muchas polémicas hayan surgido acerca de su creación y a pesar de su tamaño, esta categoría influye de manera notable en la economía global, ya que por su naturaleza posee un gran potencial para generar ingresos y puestos de trabajo.

A pesar de su importante rol, el apoyo al microempresario cada vez se ha ido debilitando más y más, haciendo que en la mente de cada uno de nosotros se introduzca la idea de que solo con la dependencia laboral lograremos generar los ingresos económicos que necesitamos para nuestra vida cotidiana, haciendo que cada día más gente salga a la calle a pelear por un empleo antes que generar uno.

Tomando como punto de partida este dato encontramos la inquietante problemática de la falta de empleo a la que se enfrentan los nuevos bachilleres que egresan de las aulas de clase a la cacería de una oportunidad dentro del

mercado laboral, pero esta idea puede cambiar si le damos al estudiante un nuevo concepto que le permita ser el creador de su propio trabajo y enseñarle desde la misma aula de clases las habilidades necesarias para aprender a ser un emprendedor.

Pero esta oportunidad debe ser generada desde la misma institución educativa, que los capacite técnicamente, ya que el desarrollo empresarial es un proceso de enseñanza-aprendizaje por medio del cual el futuro microempresario aprende a adquirir y fortalecer las habilidades y destrezas que le favorecerán para el manejo eficiente y eficaz de los recursos que les permita innovar y crear sus propias fuentes de trabajo. Un empresario para lograr alcanzar el éxito del negocio que preside puede y debe ser emprendedor, pero un emprendedor no siempre logra convertirse en empresario.

Es por lo antes escrito la importancia de este proyecto en el cual se quiere incluir un taller que contenga todas las herramientas mercadológicas que se deben aplicar para iniciar y mantener una actividad comercial. Con este taller se va a generar el interés que necesitan los estudiantes para que cuando culminen sus estudios estos pasen directamente a formar sus propios negocios en donde podrán desarrollarse y a su vez seguir cumpliendo metas.

El trabajo de investigación que a continuación se presenta tiene por finalidad proponer talleres de estrategias de Marketing para desarrollar las habilidades micro empresarial en los estudiantes del Colegio Fiscal Técnico Nocturno “Dr.

Alfredo Baquerizo Moreno" donde el objetivo es fomentar las oportunidades en el emprendimiento micro empresarial.

El proyecto se constituye de Cuatro Capítulos:

Capítulo I.- Comprende al contexto de la investigación, formulación del Problema, delimitaciones, objetivos, interrogantes de la investigación y justificación.

Capítulo II.- Se contempla el Marco Teórico que incluye los antecedentes de estudio, las fundamentaciones: teórica, pedagógica, psicológica, social, filosófica, científica y legal, identificación y operacionalización de las variables.

Capítulo III.- Comprende a la Metodología a emplearse compuesto por el lugar de investigación, tipo de investigación, establecimiento de la población y muestra, métodos y técnica y los instrumentos a utilizar con su respetivo análisis donde conjuntamente se enuncian las conclusiones y recomendaciones.

Capítulo IV.- Se presenta la Propuesta, Diseño talleres orientados a mejorar la comunidad educativa el que incluye los datos informativos y justificación.

CAPÍTULO I

1 EL PROBLEMA.

1.1 Planteamiento del problema de investigación.

El presente proyecto se ubica en el contexto educativo y socioeconómico. Al iniciar esta investigación se ratifica que el emprendimiento microempresarial, es trascendental en generar oportunidades de desarrollo económico para el país, un problema apto para ser investigado y reconocido.

El desarrollo de esta investigación se realizará en el Colegio Fiscal Nocturno "Doctor Alfredo Baquerizo Moreno" el cual se creó en 1966 como "Centro de Capacitación Ocupacional para Adultos", contaba con las especializaciones de Mecánica Automotriz, Electricidad, Radio y Televisión, Belleza, Economía Doméstica y Secretariado, siendo la institución dirigida por la profesora Hilda Bowen de Chávez directora del este establecimiento, quien hizo un llamado a los adultos que querían o buscaban una profesión "rápida y corta" que sea más práctica que teórica y este proyecto tuvo buena acogida, la mayoría de los alumnos que se inscribieron no habían ni terminado la instrucción primaria, pero eso no fue impedimento ya que la visión de la señora rectora profesora Hilda Bowen de Chávez era llevar a estos adultos al campo de trabajo.

Pero esta visión de la mentalizadora era ir mucho más delante y por esta razón en 1975, cambia de modalidad de "Centro de Capacitación Ocupacional para

Adultos” a “Colegio de Ciclo Básico Profesional”, mediante decreto 354 de la Presidencia de la República en el mandato del General Guillermo Rodríguez Lara y publicado en el Registro Oficial N° 806 del 20 de mayo del 1975, “Crease el Colegio de Ciclo Básico Nocturno Profesional Doctor Alfredo Baquerizo Moreno, en la ciudad de Guayaquil, en el mismo local y con los recursos humanos, materiales y técnicos con los que ha venido funcionando en el Centro de Capacitación Ocupacional del mismo nombre”.

El 18 de Marzo de 1991, mediante Resolución N° 094 de la Subsecretaría Regional de Educación se legaliza los estudios de ciclo básico profesional y se da la apertura a las carreras “Post Ciclo Básico”, de esta manera se autoriza el cambio de denominación de “Colegio Ciclo Básico Profesional” por el de “Colegio Fiscal Nocturno de Ciclo Básico Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”. El 20 de diciembre del mismo año mediante Resolución N°529 se resuelve ampliar la Resolución N°094 para legalizar los estudios de los alumnos que asisten al tercer curso de ciclo básico profesional reconociendo matrículas, calificaciones y todo lo actuado por los alumnos y maestros durante el periodo lectivo 1991-1992.

Mediante Resolución N° 728 de Julio 29 de 1994, se resuelve autorizar al colegio el funcionamiento del “Curso Único de Carreras Costas Post Ciclo Básico” de 1 año de duración en la especialización de “Reparación de Equipos de Radio y TV”, en la jornada nocturna por tres promociones en los años lectivos 1991-1992; 1992-1993; 1993-1994.

Al siguiente año por medio de Resolución N° 463 del 19 de Mayo de 1995, se autoriza al “Colegio Fiscal Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”, el funcionamiento del “Primer Curso de Ciclo Diversificado del Bachillerato Técnico Industrial” en la especialización de “Mecánica Automotriz” para la Jornada Nocturna y al mismo tiempo autoriza dos promociones en la Especialidad de “Comercialización”.

Por Resolución N° 411, del 21 de Noviembre de 1997, la Subsecretaría Regional de Educación autoriza el funcionamiento de todos los cursos en jornada nocturna de la Especialización de “Mecánica y Electricidad”. Luego con Resolución N° 432 del 05 de Junio del 2002, la Subsecretaría de Educación autoriza el funcionamiento de la Especialización en “Electrónica”.

Las dos especialidades que tiene el bachillerato técnico de Colegio Fiscal Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno tiene un alto grado de desarrollo micro empresarial, en el caso de la primera especialización mecánica automotriz, ponemos como ejemplo los datos registrados a inicios del año 2000 hasta los últimos datos del año 2011 donde se muestra que el parque automotor de la ciudad del Guayaquil ha crecido el 113%, (UNIVERSO, 2011), este crecimiento debe impulsar los emprendimientos micro empresariales en los bachilleres técnicos de esta especialización.

Con respecto a la especialización de electricidad, el desarrollo arquitectónico e inmobiliario de la ciudad de Guayaquil atraviesa una etapa de crecimiento constante, (EXPLORED, 2012) aquí hay una oportunidad de desarrollo micro

empresarial que no está siendo considerado dejando a las grandes empresas apoderarse como únicos beneficiarios de esta oportunidad.

Si bien es cierto la mayor problemática que enfrentan estos bachilleres es no tener los recursos necesarios para la compra de herramientas y maquinarias y poder iniciar sus propios negocios, también a esto se suma que no cuentan con una apropiada guía que contengan las instrucciones de las técnicas mercadológicas actuales para que se conviertan en futuros emprendedores, que desde su etapa estudiantil conozcan y aprenda todos los métodos teórico y prácticos dentro del campo de los negocios y se implemente dentro de su educación conocimientos que deben utilizar para convertirse en un futuro emprendedor y microempresario, guía que también incluya las diferencia oportunidades financieras a las que puedan acceder ya sea gubernamentales o privadas.

Una vez hecha la investigación esta nos llevó a plantear el diseño de una guía práctica a través del diseño de talleres de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microsempresariales.

1.2 Causas y consecuencias.

Las causas y consecuencias del presente proyecto educativo son las que a continuación se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº1

Causas y consecuencias

Causas	Consecuencias
▪ Inadecuado asesoramiento.	▪ Desconocimiento de leyes y reglamentos para su beneficio.
▪ Creatividad en diseño publicitario.	▪ Consumidor desconoce productos.
▪ Difícil adquisición de materia prima.	Disminución de oportunidades para desarrollo micro empresarial.
▪ Escases de capacitación para desarrollar su negocio.	▪ Dificultad para ingresar al mercado.

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

1.3 Delimitación del problema.

Campo: Educativo.

Área: Mercado.

Aspectos: Oportunidades, emprendimiento microempresarial, talleres de estrategias de marketing.

Tema: “Influencia de oportunidades en el emprendimiento microempresarial”.

Propuesta: Diseñar tallares de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microempresariales.

1.4 Planteamiento del problema.

¿De qué manera influyen las oportunidades en el emprendimiento micro empresarial en los estudiantes del décimo año de bachillerato del Colegio Fiscal Técnico Nocturno “Dr. Alfredo Baquerizo Moreno” de la ciudad de Guayaquil en el año lectivo 2014 - 2015?

1.5 Evaluación del problema.

Los aspectos más importantes que permiten evaluar el problema de presente proyecto educativo son los que a continuación se detallan:

Delimitado: Este proyecto educativo será ejecutado en el Colegio Técnico Nocturno “Dr. Alfredo Baquerizo Moreno” ubicado en la ciudad de Guayaquil, de la provincia del Guayas durante el año lectivo 2014 – 2015, en los décimos

cursos de los Bachilleratos Técnicos en las carreras de Electricidad y Electromecánica.

Claro: El proyecto está elaborado de forma clara, lo que permitirá comprender de manera fácil la investigación y es de total comprensión para los directivos, docentes y estudiantes del colegio.

Evidente: El problema planteado tiene manifestaciones claras, reales y observables.

Concreto: En la ejecución del proyecto se plantea de manera precisa los objetivos reales a lograr, para superar el problema.

Relevante: El proyecto es importante para la comunidad educativa y es de importancia resolverlo de una manera científica.

Original: Este proyecto es totalmente original ya que es la primera vez que se va a capacitar a los estudiantes para ser emprendedores en el campo micro empresarial.

Factible: La ejecución del proyecto cuenta con la colaboración de los directivos de la institución educativa y los medios necesarios para la factibilidad del proyecto.

1.6 Justificación e importancia.

Los intentos por corregir la gran problemática de la falta de empleo entre los jóvenes bachilleres se ha convertido en un grave problema para todo en Ecuador, pero esto en gran parte es por el poco interés que se pone en el desarrollo de emprendimientos microempresariales que los jóvenes deben aprender y aprovechar desde su etapa escolar.

Se debe enseñar técnicas rápidas y eficaces para que los estudiantes aprendan desde las aulas a desarrollar sus propios negocios y así obtener los ingresos adecuados para lograr en el futuro mantener el hogar de forma digna, responsable y así contribuir con el desarrollo económico de su comunidad.

Este proyecto se justifica para orientar a los futuros bachilleres y lograr aumentar el número de emprendedores, proporcionándoles un taller de estrategias de marketing que ayude a garantizar una mejora de los resultados de emprendimientos. El contenido de este taller va a estar diseñado para aportar ideas y contribuir a incrementar la creatividad necesaria para iniciar futuros negocios microempresarial.

Los beneficiarios son los estudiantes del décimo año de bachillerato del Colegio Fiscal Técnico Nocturno “Dr. Alfredo Baquerizo Moreno”.

Mediante nuestro taller a los estudiantes se les enseñarán nuevas técnicas de estudio que contendrán los mecanismos apropiados para el emprendimiento micro empresarial, ellos tienen el deber de captar toda la información que se brindará porque estas herramientas permitirán dar una solución a los problemas de desempleo que se enfrentarán después de graduarse de bachilleres técnicos.

Conveniencia.

Esta investigación es conveniente porque de manera directa determinamos el problema existente en la institución acerca de la influencia de oportunidades en el emprendimiento que existen para los estudiantes de las carreras técnicas.

Relevancia Social.

La relevancia de esta investigación se basa en brindar ayuda para que los estudiantes tengan una idea clara acerca del emprendimiento micro empresarial. Esperamos que la presente investigación realizada sirva como fuente de información para la Rector y demás autoridades de la institución, así como guía para otros planteles que desea actualizar su administración.

Implicaciones prácticas.

La investigación ayuda a resolver dudas e interrogantes a los estudiantes y comunidad en general acerca del emprendimiento micro empresarial.

Valor teórico.

La información que se obtenga servirá para la autoeducación y desarrollo de los estudiantes en su espíritu emprendedor.

Unidad metodológica.

Con este método de investigación obtendremos de manera concreta las variables que les servirá a los estudiantes a conocer más detalles acerca de las oportunidades de emprendimiento microempresarial.

1.7 Objetivos de la investigación.

1.7.1 Objetivo general.

Analizar la influencia de oportunidades en el emprendimiento micro empresarial mediante el estudio bibliográfico y de campo para diseñar talleres de estrategias de marketing.

1.7.2 Objetivos específicos.

- Identificar el nivel de oportunidades de los estudiantes.
- Determinar el grado de competitividad en el emprendimiento micro empresarial.
- Establecer las estrategias de marketing para el diseño de talleres.

1.8 Hipótesis y variables de la investigación.

1.8.1 Variables de la investigación.

1.8.1.1 Variable independiente.

Emprendimiento microempresarial.

1.8.1.2 Variable dependiente.

Habilidades microempresariales.

1.9 Elaboración de la hipótesis.

¿De qué manera influyen las oportunidades en el emprendimiento micro empresarial en los estudiantes del décimo año de bachillerato del Colegio Fiscal Técnico Nocturno “Dr. Alfredo Baquerizo Moreno” de la ciudad de Guayaquil en el año lectivo 2014 – 2015?.

1.10 Formulación de la hipótesis.

Con el diseño de tallares de estrategias de marketing se propenderá el emprendimiento como eje generador de oportunidades para desarrollar habilidades microempresariales.

1.11 Interrogantes de la investigación.

1.- ¿Se logrará crear interés en los estudiantes de que hay una mejor forma de obtener ingresos dignos sin necesidad de depender de un empleador?

2.- ¿De qué manera afecta la falta de conocimientos sobre las técnicas de marketing en el emprendimiento micro empresarial?

3.- ¿Cómo influye en los estudiantes la falta de oportunidades laborales?

4.- ¿Cree usted que con una mejor capacitación se lograra despertar el interés de emprender sus propios negocios?

5.- ¿Cómo influye en el desarrollo económico de la comunidad la falta de emprendimiento de los jóvenes bachilleres?

6.- ¿Obtendremos mayor índice de desarrollo microempresarial?

7.- ¿Cuáles son las causas que originan la falta de capacitación micro empresarial en los bachilleres técnicos?

8.- ¿Por qué no existe asesoramiento para obtener financiamiento económico a los proyectos microempresariales?

9.- ¿Qué factores internos y externos impiden a los bachilleres técnicos desarrollar proyectos de emprendimiento microempresarial?

10.- ¿Cómo influye el nivel socioeconómico del estudiante para capacitarse en técnicas y herramientas para formar microempresas?

11.- ¿Con una capacitación adecuada los bachilleres tendrán más y nuevas oportunidades laborales?

12.- ¿Cuánto desarrollo de habilidades en técnicas de marketing lograrían obtener los estudiantes incorporando este taller dentro de su malla curricular?

13.- ¿Estarán los directivos y maestros del plantel a formar parte de este proyecto para el desarrollo de sus estudiantes?

14.- ¿Por qué hasta el momento no se ha logrado obtener mejoras en la capacitación de los bachilleratos técnicos?

15.- ¿Cuándo influirá la falta de recursos didácticos que tiene la entidad educativa en el desarrollo del proyecto?

16.- ¿Por qué el bachillerato técnico no ha logrado superar el número de estudiantes comparado con las carreras tradicionales?

17.- ¿Cuál es el futuro de los bachilleratos en carreras técnicas en el país?

18.- ¿Creando nuevas materias que contengan técnicas de aprendizaje modernas se lograría incrementar las posibilidades de emprendimientos micro empresarial?

19.- ¿Mostrando el potencial de desarrollo económico que pueden tener las carreras técnicas se lograría apoyo de la empresa privada?

20.- ¿Cuánto desarrollo laboral individual se podrá obtener de cada estudiante aplicando desde las aulas las técnicas actuales de marketing?

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio.

Haciendo la respectiva investigación en los archivos existentes de la Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil y en el Cólegio Fiscal Técnico Nocturno “Dr. Alfredo Baquerizo Moreno”, se encontró un proyecto de investigación de los autores Cristian Antonio Almache Pincay y Luis Javier Benites Mantuano en el año 2014 con el siguiente tema: Influencia de la falta de oportunidades en el desarrollo empresarial, mediante un taller de capacitación a los estudiantes del décimo año del colegio municipal 5 de noviembre del cantón Salitre- provincia del guayas en el año 2014. Cuyo objetivo principal es énfasis al desarrollo microempresarial con los estudiantes del colegio municipal 5 de noviembre en para desarrollar las habilidades de comercialización.

En la Escuela Politécnica del Ejército en el año 2009 la autora: Grimanesa del Carmen Moya Murgueytio, presento una investigación con el título: Estudio para la creación de un centro de capacitación especializada e integral para empresarios de la microempresa en el distrito metropolitano de Quito, cuyo objetivo es: El presente proyecto analiza la factibilidad de instalar un Centro de Capacitación para empresarios de la microempresa. La investigación de mercado permitió determinar la existencia de una apreciable demanda insatisfecha referida a cursos de capacitación, lo que permite aseverar que el proyecto es comercialmente viable. Es importante aclarar que un tema de un curso puede replicarse varias veces y en diferentes lugares.

También se encontró en la Biblioteca General de la Universidad Javeriana de Bogotá en el año 2008 un proyecto de investigación de los autores: María Cristina Bolívar Abelló y Laura Fandiño Padilla, con el tema: Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado, con el objetivo: Evaluar el impacto que ha tenido el Emprendimiento en el Espíritu de Empresarismo del estudiante y/o egresado Javeriano y estudiar los factores claves para ser exitosos.

2.2 Fundamentación teórica.

Emprendimiento.

En el sitio web: http://www.gerencie.com/emprendimiento.html, se encontró la siguiente definición: El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.
La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite

avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

Importancia del emprendimiento.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.
En muchos países (Casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros Estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.

Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

Emprendimiento microempresarial.

Las microempresas inician operaciones con un stock de aprendizaje que generalmente proviene de autoaprendizajes, del ámbito escolar, de parientes y/o amigos y del trabajo anterior es decir la principal fuente de experiencia es el autoaprendizaje. El autoaprendizaje es la fuente principal que tiene el microempresario para familiarizarse con el proceso y desarrollar habilidades y conocimientos. Esta fuente junto con el aprendizaje obtenido de parientes y amigos genera a los microempresarios.

Marketing.

En la página web: http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html, se encontró la siguiente definición: En término generales, el ***marketing*** es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales.

Por ese motivo, resulta indispensable que todas las personas que son parte (directa o indirectamente) del área comercial de una empresa u organización,

***Definición de Marketing*, Según Diversos Expertos en la Materia:**

- Para Philip Kotler *"el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes".*

- Según Jerome McCarthy, *"el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente".*

- Stanton, Etzel y Walker, proponen la siguiente definición de marketing: *"El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización".*

- Para la American Marketing Asociation (A.M.A.), *"el **marketing** es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización..."*

En síntesis, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se plantea la siguiente *definición de marketing*:

El marketing es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización.

El emprendimiento y la vida personal.

El emprendimiento afecta directamente la vida personal del emprendedor de forma importante, lo que hace necesario que el emprendedor tenga conciencia de ello antes de dedicarse de lleno a sus proyectos.

Es conocida aquella frase de que no hay que llevarse el trabajo para la casa, lo cual aplica bastante bien para quien trabaja para una empresa. En el caso del emprendimiento, no se trata de una ocupación de 8 horas al día; se trata de ocupación total, a tiempo completa, luego, no hay posibilidad de decir que no se lleva trabajo para la casa, puesto que será imposible.

El asalariado no se preocupa de los problemas fuera de su trabajo, puesto que para eso está su jefe o el empresario para que se preocupe, para que los solucione, pero el emprendedor no tiene quien se ocupe de sus problemas, así que tendrá que hacerlo el mismo, y bien sabemos que los problemas no saben de horarios ni de fechas.

Eso hace que la vida familiar del emprendedor se afecte, por cuanto el emprendimiento absorbe el emprendedor casi un 100%, dejándole muy poco espacio para compartir con su familia, lo que sin duda le causará traumatismos.

Es por ello que en el emprendimiento no basta con que se comprometa el emprendedor; debe también comprometerse su familia, o por lo menos comprenderlo y apoyarlo, pues de lo contrario el emprendedor corre el riesgo de fracasar tanto en el proyecto como en su familia.

La familia es un elemento básico en todo ser humano, lo cual no es ajeno al emprendedor, por lo que se hace necesario evaluar los efectos que la dedicación de tiempo completo a un proyecto pueda tener en las relaciones familiares.

Cuando se decide ser emprendedor, hay que evaluar todos los aspectos posibles, tanto el pro como el contra. Entre menos de deje al azar y la improvisación, más sencillo será sortear las dificultades.

> **El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Lic. María Marta Formichella.**

El mencionado estudio señala que:

Los individuos se socializan de dos maneras. Por una parte existe la socialización primaria. Esta es la que el individuo experimenta en sus primeros años de vida y de aquellas personas que tienen contacto con él, que generalmente pertenecen a su familia. Los niños reciben una imagen recortada de la realidad y creen que así es la realidad. También adquieren actitudes que

sus mayores le transmiten, formas de comportamiento familiares que a ellos se les impregnan y ven como la única manera de hacer las cosas.

Talleres.

Cómo se debe planificar un taller.

El punto de partida estratégico para la planificación de un Taller consiste en tener en cuenta los objetivos que se pretende alcanzar: el “para qué” de la realización del taller. Las características que adopten el taller, su duración, contenidos, técnicas que se utilizarán, así como la estrategia de difusión, registro y evaluación.

Lineamientos para la planificación de un Taller.

Proponemos a continuación un lineamiento básico para la planificación de un Taller. Naturalmente se trata de una guía tentativa entre tantas posibles de utilización, flexible según los objetivos y contexto en que se vaya a planificar el taller. Para planificar un taller resulta importante tener en cuenta los siguientes elementos:

Objetivos.

¿Qué buscamos con el Taller?

Es importante tener claros los objetivos que nos proponemos alcanzar con el Taller, por un lado para poder ver qué cosas puede darnos el taller y que cosas no; y por otro para poder luego hacer una adecuada evaluación, valorando el taller en el marco de la totalidad del proceso.

Participantes.

¿A Quiénes va dirigido?

Es importante conocer las características de los participantes (edad, genero, si se conocen, si comparten actividad en común, trabajo, etc.).El coordinador deberá tener en cuenta esta información, por ejemplo, para pensar los criterios de una división en subgrupos, así como para potenciar la participación y la valoración del saber de todos.

El taller, en tanto espacio microsocial y micropolítico, es también una arena donde se reproducen las relaciones de poder y dominación de nuestra sociedad; y es tarea del coordinador poder ir realizando un trabajo de redistribución del saber, una valoración del saber del otro. En cuanto al número

de personas para realizar un taller, si bien ciertamente no existe una cantidad estrictamente indicada, se suele acordar que el número adecuado sería entre 10 y 30 personas. En cualquier caso, el número de participantes adecuado dependerá también de los objetivos del taller.

¿Cómo hacemos el taller?

En función de los objetivos que perseguimos con el Taller, los contenidos que queramos trabajar en él y las características de los participantes, analizaremos la estrategia del abordaje de los contenidos, la secuencia lógica de su tratamiento, los tiempos que dedicaremos a cada tema, y las técnicas específicas que utilizaremos (dinámicas de caldeamiento y presentación, técnicas dramáticas, técnicas participativas para la evaluación o el diagnóstico, etcétera).Es importante realizar un adecuado análisis de la relación entre objetivos-contenidos- y tiempo disponible.

Los contenidos (y la estrategia de su tratamiento) debe responder a los objetivos del taller, de modo de evitar la realización de dinámicas “porque sí”, sin un adecuado fundamento. Asimismo, se debe analizar cuidadosamente el tiempo disponible.

Es preferible resignar el tratamiento de algunos contenidos en función de trabajar adecuadamente otros, a realizar un taller donde por querer abarcar demasiado, se trabaje con insuficiencia todo, frustrando el cumplimiento de los objetivos.

Un Taller es por definición un espacio en que se trabaja con intensidad en torno a un tema, por lo que la cantidad de contenidos no debe ser excesiva Por último, al planificar el tratamiento de los contenidos, es importante tener en cuenta un aspecto fundamental: la propuesta debe ser agradable. Se debe procurar pasar un buen momento, disfrutar, gozar, sin detrimento de la importancia o dificultad de las cuestiones que se trabajen.

¿Qué necesitamos para realizar el Taller?

Este detalle es sin embargo un aspecto que debemos preguntarnos sistemáticamente. Solemos olvidar las cosas más elementales por no incluirlas en la planificación, y así llegamos luego al momento del Taller y ocurre por ejemplo no tenemos suficientes lapiceras o sillas, o nos falta la ficha adecuada para poder enchufar el reproductor de música.

En la planificación de los recursos incluimos todo lo necesario según la actividad planificada: desde el salón, hasta elementos como papel sulfito, cinta adhesiva, marcadores, lapiceros, radio, etcétera. Asimismo es necesario conocer previamente el lugar donde se realizará el taller, el espacio, las condiciones de iluminación y acústica, si existen o no instalaciones eléctricas y su distribución, si podemos utilizar el salón en todo el horario previsto, etcétera.

Responsables y roles.

Dentro del equipo de coordinación es importante definir quién se hace responsable de tareas. Esto refiere por una parte al punto anterior: es necesario planificar quién queda responsable de traer cada una de las cosas necesarias para el taller, de modo de evitar la frecuente situación en la que nadie sabe quién trae qué cosa y a la hora de iniciar el taller falta el reproductor de música y hay por ejemplo cuatro cintas adhesivas. Por otra parte también es importante distribuir previamente los roles a desempeñar durante el taller, definiendo quién será el coordinador, quién tendrá a cargo el registro, quién coordinará una técnica en específico, etcétera.

Tiempo.

El tiempo adecuado de duración de un Taller también es variable, según los objetivos del taller y las características de los participantes. Es difícil que los grupos mantengan la concentración y la atención durante más de una hora y media. Luego de ese tiempo, a veces es contraproducente seguir trabajando, salvo que se trate de grupos muy consolidados y consustanciados con la tarea.

En cualquier caso, si se va a trabajar más de una hora y media, conviene hacer un pequeño recreo en el medio. Una vez planificado el taller, resulta útil elaborar un guion de los contenidos que se trabajarán, las técnicas que se utilizarán, el momento de cada contenido y el tiempo dedicado a cada momento. Este guion consiste en un punteo ordenado de la estructura del

Taller y la articulación de sus momentos y contenidos, que será de utilidad a la hora de coordinar el taller, llevar adelante la planificación, y eventualmente adoptar decisiones que cambien parcialmente la planificación prevista.

2.3 Fundamentación epistemológica.

La epistemología, como teoría del conocimiento, se ocupa de problemas tales como las circunstancias históricas, psicológicas y sociológicas que llevan a la obtención del conocimiento, y los criterios por los cuales se le justifica o invalida, así como la definición clara y precisa de los conceptos epistémicos más usuales, tales como verdad, objetividad, realidad o justificación.

El Pragmatismo: Movimiento filosófico desarrollado especialmente en Estados Unidos e Inglaterra, pero con repercusión y desarrollo parcial en otros países.

El pragmatismo consiste en reducir "lo verdadero a lo útil" negando el conocimiento teórico en diversos grados; para los más radicales sólo es verdadero aquello que conduce al éxito individual, mientras que para otros, sólo es verdadero cuando se haya verificado con los hechos.

El intelecto es dado al hombre, no para investigar y conocer la verdad, sino para poder orientarse en la realidad. El conocimiento humano recibe su sentido y su valor de este su destino práctico. Su verdad consiste en la congruencia de los pensamientos con los fines prácticos del hombre, en que aquellos resulten útiles y provechosos para la conducta práctica de éste.

En general, para las diversas formas de pragmatismo, la verdad radica en la utilidad y en el éxito, por lo tanto, todo conocimiento es práctico si sirve para algo, si es posible de realizar.

> **Fernando González García (2011) en referencia a William James (1910), En su más amplio sentido, 'adecuar' con una realidad *sólo puede significar ser guiado ya directamente hacia ella o bien a sus alrededores, o ser colocado en tal activo contacto con ella que se la maneje a ella, o a algo relacionado con ella* […] Copiar una realidad es, indudablemente, un modo de estar de acuerdo con ella, pero está lejos de ser esencial. Lo esencial es el proceso de ser conducido. Cualquier idea que nos ayude a *tratar*, práctica o intelectualmente, la realidad o sus conexiones, que no complique nuestro progreso con fracasos, que se *ajuste*, de hecho, y adapte nuestra vida al marco de la realidad, estará de acuerdo suficientemente como para satisfacer la exigencia, será verdadera de esa realidad. (pág. 95)**

Esto refiere a que "Pragmatismo", clasifica la verdad en términos de conducción. Las creencias verdaderas, conducen a la consistencia, a la estabilidad y a la fluidez de las relaciones humanas. Una idea es verdadera cuando permite alcanzar el fin que el sujeto se ha propuesto al concebirla. Lo importante no es comprender la cosa en sí, sino sus consecuencias. La utilidad es cambiable con el tiempo.

Oviedo Diana (2010) en referencia lo expresado por John Dewey que dice: *"Consideremos qué efectos, que puedan tener concebiblemente repercusiones prácticas, concebimos que tiene el objeto de nuestra concepción. Entonces, nuestra concepción de esos efectos es el todo de nuestra concepción del objeto". (pág. 13).* El autor propone que ser humano logrará el éxito siempre y cuando ponga en práctica sus conocimientos es así

que el presente proyecto se fundamenta en el Pragmatismo ya que para que la investigación sea válida se debe fundamentar en los principios de la verdad, de una problemática situada y percibida a través de los sentidos para ser puesta en práctica y tener resultados positivos.

2.4 Fundamentación sociológica.

La teoría sociocultural propuesta por Vigotsky se fundamente en cuatro dominios que los denomino: el dominio filogenético, es el que investiga las diferencias entre los seres humanos y los demás seres vivos, se adjunta también el enfoque de la evolución sociocultural, que es el efecto de la mediación de herramientas que se encuentran en el contexto del sujeto , así tenemos, la escritura o el sistema numérico, que han influido en el desarrollo de la civilización, otro de los dominios es el ontogenético, el cual indaga la interiorización de la mediación durante la infancia, su efecto en el desarrollo físico y mental del niño, y para concluir propone, el dominio microgenético es el que está relacionado con la investigación a corto plazo del desarrollo cognitivo durante una actividad específica.

Desde que se planteó la teoría sociocultural, se conoce que el aprendizaje es un proceso beneficioso de transformación cognitiva y social, mismo que se presenta en un contexto colaborativo, es decir, aprendemos al observar y participar con otros individuos y por la *mediación* de objetos del contexto cultural que se nos presentan en las actividades dirigidas hacia un fin. Los procesos mentales superiores se manifiestan en primer lugar en la interacción con otros seres humanos así como de aspectos culturales. Con el transcurrir del tiempo estas habilidades las asimila cognitivamente el sujeto y estará en capacidad de operar por sí mismo, sin ninguna ayuda. Un concepto importante en la teoría sociocultural, que esta representa es el expuesto a continuación.

> **Antón Marta (2010). El espacio en que tiene lugar el aprendizaje, es la Zona de Desarrollo Próximo (ZDP). En líneas generales, ZDP es la diferencia entre lo que un individuo puede hacer por sí solo (evidencia de que ya está adquirido) y lo que puede hacer con ayuda de otras personas, es decir, aquello que está en vías de ser adquirido. (pág. 10)**

La colaboración entre tutor experto y discípulo novato, e incluso entre dos novatos, presenta la oportunidad de avanzar la ZDP de cada individuo ya que es precisamente en el entorno social donde se da la transferencia de funciones cognitivas al plano individual. El concepto de *interiorización* es también central a la teoría sociocultural ya que mediante este proceso las funciones cognitivas superiores, que se originan en un contexto social, pasan al plano intramental. Este proceso tiene poder transformativo y sirve de puente entre la actividad externa, social, y la actividad interna.

2.5 Fundamentación psicológica.

El cognitivismo: Tiene como objeto de estudio los mecanismos de elaboración del conocimiento, desde la percepción, la memoria y el aprendizaje, hasta la formación de conceptos y razonamiento lógico. Lo cognitivo se refiere al acto de conocimiento, en sus acciones de almacenar, recuperar, reconocer, comprender, organizar y usar la información recibida a través de los sentidos.

Jean Piaget (1896-1980) estudia cómo el conocimiento está representado en la mente, qué funciones u operaciones permiten el cambio de estas representaciones y qué estadios se pueden distinguir a través del desarrollo evolutivo. Para Piaget, la inteligencia tiene su origen en la acción. A través de

la experiencia las acciones se van coordinando, formando estructuras cognitivas cada vez más complejas. *Valenzuela Cesar (2012) enfatiza lo expuesto por Piaget "el conocimiento no puede considerarse un hecho, sino un proceso, por lo tanto la epistemología genética debe esclarecer el devenir de este continuo, que transita desde un conocimiento menor a uno de mayor complejidad."(pág. 15).* En este sentido indica que la teoría del conocimiento es una teoría de la adaptación del pensamiento a la realidad. El ser humano obtiene conocimientos, que lo adquiere durante su existencia, y le es beneficioso mientras lo puede aplicar en su entorno social y es capaz de realizar transformaciones gracias a esos conocimientos.

2.6 Fundamentación andragógica.

El crecimiento biológico del ser humano llega en un momento determinado al alcanzar su máximo desarrollo en sus aspectos fisiológicos, morfológicos y orgánicos; sin embargo desde el punto de vista psicosocial, el crecimiento del ser humano, a diferencia de otras especies, se manifiesta de manera ininterrumpida y permanente.

La Andragogía siendo parte de la antropología y estando inmersa en la educación permanente, se desarrolla a través de una praxis fundamentada en los principios de participación y horizontalidad; cuyo proceso, al ser orientado con características sinérgicas por el facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida, y la creatividad del participante adulto, con el propósito de proporcionarle una oportunidad para que logre su autorrealización. Por ser independiente del nivel de desarrollo psíquico y por partir del nivel de desarrollo cognitivo genera una nueva actitud del hombre frente al problema educativo.

Sobre lo que a educación de adultos se refiere (UNESCO, 2009; Torres del Castillo, 2009). Como objetivos de la VI CONFITEA, la región de América Latina y el Caribe se planteó:

> **UNESCO, (2009). Reconocimiento del aprendizaje y la enseñanza no formal de adultos en la perspectiva de un aprendizaje de amplio espectro a lo largo de toda la vida. Incluir la diversa gama de formatos, modalidades, lugares y temas que componen el aprendizaje y la educación no formal de los adultos. Concertar el aprendizaje y la enseñanza no formal de adultos con otros programas internacionales de educación y desarrollo (pág. 2).**

Además de ello, se indica que la Andragogía es la ciencia y el arte que, siendo parte de la Antropogogía y estando inmersa en la educación permanente, se desarrolla a través de una praxis fundamentada en los principios de participación y horizontalidad; cuyo proceso, al ser orientado con características sinérgicas por el facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la creatividad del participante adulto, con el propósito de proporcionarle una oportunidad para que logre su autorrealización.

Actualmente se considera que la educación no es solo cuestión de niños y adolescentes, el hecho educativo es un proceso que actúa sobre el hombre a lo largo de toda su vida, por lo tanto la naturaleza del hombre indica que puede continuar aprendiendo durante toda su vida sin importar su edad cronológica.

2.7 Fundamentación legal.

La fundamentación legal de este proyecto se fundamenta en la Constitución de la República del Ecuador 2008 del cual se deriva; la Ley Orgánica de Educación Intercultural y su Reglamento; y para el caso específico del Colegio Fiscal Técnico Nocturno "Dr. Alfredo Baquerizo Moreno", no existe reglamento interno.

La Constitución de la República, señala:

Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.

Art. 28.- La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente. Es derecho de toda persona y comunidad interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende. El Estado promoverá el diálogo intercultural en sus múltiples dimensiones.

El aprendizaje se desarrollará de forma escolarizada y no escolarizada. La educación pública será universal y laica en todos sus niveles, y gratuita hasta el tercer nivel de educación superior inclusive.

Art. 29.-El Estado garantizará la libertad de enseñanza, la libertad de cátedra en la educación superior, y el derecho de las personas de aprender en su propia lengua y ámbito cultural.

Las madres y padres o sus representantes tendrán la libertad de escoger para sus hijas e hijos una educación acorde con sus principios, creencias y opciones pedagógicas.

El Reglamento a la Ley Orgánica de Educación Intercultural, señala:

Art. 37.- Unidades educativas de producción. “Las instituciones educativas que oferten Bachillerato Técnico pueden funcionar como unidades educativas de producción de bienes y servicios que sean destinados a la comercialización, siempre y cuando cumplan con toda la normativa legal vigente para el ejercicio de las actividades productivas que realicen. Los estudiantes que trabajen directamente en las actividades productivas pueden recibir una bonificación por ese concepto. Los beneficios económicos obtenidos a través de las unidades educativas de producción deben ser reinvertidos como recursos de autogestión en la propia institución educativa”.

2.8 Definición de las variables: conceptual y operacional.

El diseño de talleres de estrategias de marketing proporcionaría habilidades microempresarial a los estudiantes del décimo año del Colegio Fiscal Técnico Nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno” de la Ciudad de Guayaquil.

Variable Independiente:

- Emprendimiento microempresarial.

Variable dependiente:

- Habilidades microempresariales.

CUADRO Nº 2

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
1. **Variable Independiente** Emprendimiento microempresarial.	Estudiantes tercero año bachillerato.	Números de bachilleres que al culminará realizan emprendimientos micro empresariales.
2. **Variable dependiente** Habilidades micro empresariales.	Mejorar las oportunidades de los estudiantes.	Comparación de las oportunidades de los estudiantes de un periodo a otro en realizar emprendimientos.
3. **Variable dependiente 2** Estrategias de Marketing.	Aprendizajes acerca de técnicas de marketing.	Comparar las actividades laborales a que se dedicarán los bachilleres.

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.
Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

2.9 Glosario de términos.

1.- Administrar: Gobernar, ejercer la autoridad o el mando sobre un territorio y sobre las personas que lo habitan.

2.- Análisis: Distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos.

3. - Antecedente: Que antecede. Acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores al que se hace referencia en una relación anafórica.

4.- Aprendizaje: Acción y efecto de aprender algún arte, oficio u otra cosa.

5.- Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.

6.- Campo: Ámbito real o imaginario propio de una actividad o de un conocimiento.

7.- Competencia: son repertorios de comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, lo que las hace eficaces en una situación determinada.

8.- Constitución: Forma o sistema de gobierno que tiene cada Estado.

9.- Currículo: Prácticas destinadas a que el alumno desarrolle plenamente sus posibilidades.

10.- Desarrollo: Acción y efecto de desarrollar o desarrollarse. || 2.*Econ.*

Evolución progresiva de una economía hacia mejores niveles de vida.

11.- Ejecutar: Poner por obra algo.

12.- Elaborar: Transformar una cosa u obtener un producto por medio de un trabajo adecuado.

13.- Enseñar: Instruir, doctrinar, amaestrar con reglas o preceptos.

14.- Estimular: Avivar una actividad, operación o función.

15.- Evaluar: Señalar el valor de algo.

16.- Excelencia: Tratamiento de respeto y cortesía que se da a algunas personas por su dignidad o empleo.

17.- Falencia: Engaño o error.

18.- Filosofía: Conjunto de saberes que busca establecer, de manera racional, los principios más generales que organizan y orientan el conocimiento de la realidad, así como el sentido del obrar humano.

19.- Institución: Establecimiento o fundación de algo.

20.- Instrumento: Conjunto de diversas piezas combinadas adecuadamente para que sirva con determinado objeto en el ejercicio de las artes y oficios.

21.- Justificación: Causa, motivo o razón que justifica.

22.- Laboral: Perteneciente o relativo al trabajo, en su aspecto económico, jurídico y social.

23.- Ley: Regla y norma constante e invariable de las cosas, nacida de la causa primera o de las cualidades y condiciones de las mismas.

24.- Marketing: es el conjunto de actividades que facilitan el paso de los productos/servicios desde el lugar de origen o producción hasta el destino final: el consumidor.

25.- Mercado: es un lugar concreto, donde las personas y empresas concurren para comprar y vender bienes y servicios.

26.- Objetivo: Perteneciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir.

27.-Pertinente: Perteneciente o correspondiente a algo.

28.- Proceso: Acción de ir hacia adelante.

29.- Programático: declaración de lo que se piensa hacer en alguna materia.

30.- Proyecto: Designio o pensamiento de ejecutar algo.

31.- Resultado: Efecto y consecuencia de un hecho, operación o deliberación.

32.- Selección: Acción y efecto de elegir a una o varias personas o cosas entre otras, separándolas de ellas y prefiriéndolas.

33.- Social: Perteneciente o relativo a la sociedad.

34.- Sociología: Ciencia que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas.

35.- Taller: Conjunto de colaboradores de un maestro.

36.- Trascendente: Que está más allá de los límites de cualquier conocimiento posible.

37.- Valor: Cualidad que confiere a las cosas, hechos o personas una estimación, ya sea positiva o negativa

38.- Variable: Que varía o puede variar. Inestable, inconstante y mudable.

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA.

3.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

3.1.1 Diseño de la investigación.

La investigación ayudara a conocer a profundidad los problemas que enfrentarán los futuros bachilleres de los colegios técnicos de la ciudad de Guayaquil, especialmente en el colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”.

La investigación será cuali-cuantitativa por lo que utilizaremos como una técnica fundamental la observación para explorar significados y normas de comportamiento. También se utilizaran como técnica de investigación muestras probabilísticas, encuestas, análisis de datos.

3.1.2 Método cualitativo.

Es una investigación interpretativa que requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan. A diferencia de la investigación cuantitativa, la investigación cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento.

- Genera teorías, hipótesis y se refiere a un sujeto en particular en los que los resultados deben ser sometidos a la triangulación para evitar la subjetividad del investigador.

- Es holístico, cuyas variables no son definidas operativamente.

- Es flexible y recursivo por la elaboración y reformulación del problema con las modificaciones que sean necesarias.

- Es democrático, y en esencia es trabajo de campo.

- Se hacen estudios intensivos a pequeña escala y la medición depende del criterio del investigador.

- Es más comprensiva, y por ello puede aplicarse a análisis globales de casos específicos.

Al aplicar el Método Cualitativo a este proyecto, se podrá desarrollar las habilidades micros empresariales de las personas involucradas en el presente trabajo. A través de este se demostrará que el proyecto emprendido dará solución a una problemática emergente en la institución.

3.1.3 Método cuantitativo.

Es aquel que permite examinar los datos de forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística. Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de

investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos.

- Su naturaleza es descriptiva. Los resultados son descriptivos y pueden ser generalizados.

- Permite al investigador “predecir” el comportamiento del consumidor.

- Los métodos de investigación incluyen: Encuestas.

Con una muestra de las personas que intervendrán en el presente proyecto obtendremos datos generales con el apoyo de estadísticas y análisis de datos y con la generalización de estos datos vamos a encontrar como ayudar a mejorar las oportunidades de los estudiantes de la institución a través del diseño de talleres de estrategias de Marketing.

3.2 Modalidad de la investigación.

El presente trabajo de investigación es un proyecto basado en la investigación de campo.

3.2.1 Investigación de Campo.

Este tipo de investigación se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio, lo que permite que el conocimiento se genere de forma más amplia y favorable para el investigador, ya que los datos pueden ser manejados o manipulados con mayor seguridad y confianza, además se podrá respaldar en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control de las diferentes técnicas de investigación.

Por medio del diseño de investigación se desarrolla el plan de acción a seguir durante la ejecución de la misma para poder obtener los resultados requeridos.

> **(Libertador 2009) dice: Se entiende por investigación de campo, el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores contribuyentes.**

La investigación se realizará en la parroquia Tarqui, en el colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno” de la ciudad de Guayaquil, el mismo que se encuentra ubicado en el centro de la cuidad.

3.2.2 Investigación bibliográfica.

El investigador aplica este diseño de investigación para los efectos de investigación se apoya en textos, libros, folletos, entrevistas, artículos y demás fuentes de consultas bibliográficas las mismas que le permiten obtener toda la información del problema en estudio. En el caso del presente proyecto, fue recopilar abundante información bibliográfica con diferentes autores, pensadores para determinar, conceptualizar, analizar la influencia de oportunidades en el emprendimiento micro empresarial.

> **Yépez, E (2010) afirma que: Tiene el propósito de conocer, comparar, ampliar, profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos, fuentes primarias o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias). (pág. 53)**

Esta investigación nos contribuyó a la introducción concreta de cualquier fuente de información bibliográfica, a todos los tipos de indagación nos proporcionó el conocimiento de las averiguaciones teóricas, hipótesis, experimentos, resultados y técnicas usadas acerca del problema que se propuso resolver por lo tanto se requirió la consulta de varias obras de referencia.

3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Investigación Descriptiva.

Investigación descriptiva, permite describir los datos y características sobre población o fenómeno que es estudiado. La investigación descriptiva brinda una buena percepción del funcionamiento de un fenómeno.

> **Según Yépez E (2010). La investigación Descriptiva, describe, registra, analiza e interpreta la naturaleza actual, la composición y los procesos de los fenómenos para presentar una interpretación correcta se pregunta Cómo es y cómo se manifiesta la investigación. Está dada en base a una realidad que nos ha comprometido en la búsqueda de soluciones viables y factibles que serán medidas en forma cuantitativa y cualitativa. (pág. 4)**

Como lo manifiesta el autor, el objetivo de la investigación descriptiva es medir las variables que intervienen en la investigación, consiste en conocer las situaciones y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino al análisis e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de determinados grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea

sometido a análisis. Evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga.

3.4 Población y muestra.

Población.

Aguirre R. (2009) refiere ña conceptualización sobre población:

> **Población es el conjunto de sujetos u objetos para los que se va a producir la investigación. Son todos los sujetos que están en un curso, en una ciudad, en una escuela, en una institución, o en varios cursos, ciudades, escuelas, instituciones, etc. que van a constituir el objeto a quien se pretende solucionar el problema (pág. 139).**

La población para el desarrollo del presente trabajo fueron un total de 125 personas, quienes son parte del décimo año de educación básica del Colegio Fiscal Técnico Nocturno “Doctor. Alfredo Baquerizo Moreno”. La población se estratificará de acuerdo a las funciones que realicen las personas a ser investigadas.

Cuadro Nº 3:

Estratos de la población.

ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	Autoridades	5	4 %
2	Docentes	10	8 %
3	Estudiantes	55	44 %
4	Representantes legales	55	44 %
	TOTAL	**125**	**100%**

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.
Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Muestra

Definición de la Muestra.

Es el subconjunto representativo que se extrae de la población accesible. Es decir, representa una parte de la población objeto de estudio.

Tamaño de la muestra.

Es la unidad de análisis, o subconjunto representativo y suficiente de la población que será objeto de las observaciones, entrevistas, aplicación de encuestas, experimentación, etc., que se llevarán a cabo dependiendo del problema, el método, y de a finalidad de la investigación. La muestra se divide en dos grandes ramas: Muestra probabilística y muestra no probabilística. Esta se obtiene definiendo las características de la población, el tamaño de la muestra y a través de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis.

> **Para Hernández et al, (2010). Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas suponen un procedimiento de selección informal. Se utilizan en muchas investigaciones y, a partir de ellas, se hacen inferencias sobre la población. (pág. 312)**

La muestra para la presente investigación es **no probabilística** y es de la siguiente manera: Como se puede observar la muestra es limitada no ha sido necesario aplicar fórmula para el tamaño muestral.

Cuadro Nº4:

Estratos de la muestra

ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	Estudiantes	48	100%
	TOTAL	48	100%

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

3.5 Instrumentos de la investigación.

La encuesta.

La investigación por encuesta es considerada como una rama de la investigación social científica orientada a la valoración de poblaciones enteras mediante el análisis de muestras representativas de la misma. De acuerdo con la investigadora Mosquera L (2013) sobre lo escrito por Garza (1988) la investigación por encuesta "... se caracteriza por la recopilación de testimonios, orales o escritos, provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones actitudes," (p. 183). Para

Baker (1997) la investigación por encuesta es un método de colección de datos en los cuales se definen específicamente grupos de individuos que dan respuesta a un número de preguntas específicas.

En resumen las anteriores definiciones indican que la encuesta se utiliza para estudiar poblaciones mediante el análisis de muestras representativas a fin de explicar las variables de estudio y su frecuencia. La instrumentación consiste en el diseño de un cuestionario o de una cédula de entrevista elaborados para medir opiniones sobre eventos o hechos específicos. Los dos anteriores instrumentos se basan en una serie de peguntas. En el cuestionario las preguntas son administradas por escrito a unidades de análisis numerosas.

El tipo de encuestas que se aplicará será de preguntas cerradas y selección múltiple, utilizando la escala de Likert (1932), modificada a 4 – 5 escogitamientos.

Procedimiento de la Investigación.

Para el procedimiento de esta investigación se siguieron los siguientes pasos:

- Elaboración del proyecto.
- Presentación y aprobación del tema del proyecto.
- Elaboración de los instrumentos de validación.
- Aplicación, procesamiento de datos.

- Análisis e interpretación del proyecto.
- Redacción del borrador.
- Revisión y corrección de los capítulos.
- Presentación del trabajo.
- Defensa del trabajo.

Recolección de la información.

De las informaciones que se obtuvieron en la aplicación de las encuestas aplicadas, se procedió a registrarlas.

Se realizaron las siguientes actividades:

- Determinar los objetivos.
- Determinar el tipo de encuesta, en este caso se ha empleado la personal.
- Diseñar el cuestionario.
- Codificar el cuestionario.
- Muestreo.

- Trabajo de campo.

- Tabulación de datos.

- Análisis de resultados y elaboración del informe.

3.6 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta a estudiantes.

1) ¿Considera Ud. que los docentes en clases puede fortalecer el espíritu emprendedor en los estudiantes?

Cuadro Nº 5

Fortalecimiento espíritu emprendedor a estudiantes

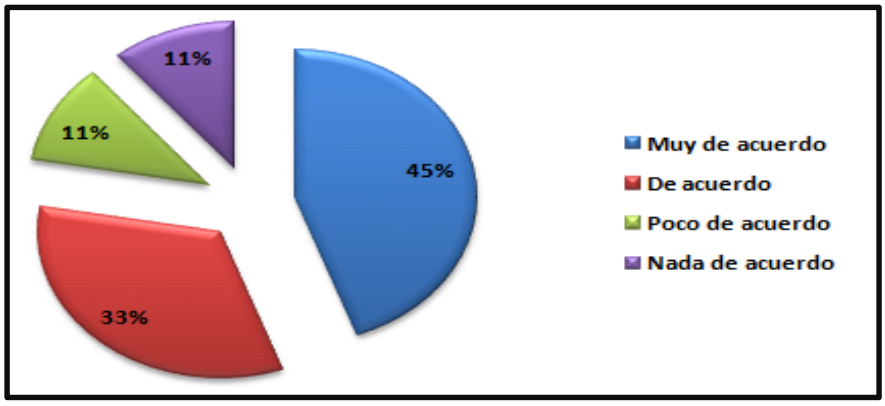
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
1	Muy de acuerdo	22	45%
	De acuerdo	16	33%
	Poco de acuerdo	5	11%
	Nada de acuerdo	5	11%
	Total	**48**	**100%**

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Gráfico Nº 1

Fortalecimiento del espíritu emprendedor



Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Análisis: El resultado de esta pregunta fue que el 45% de los estudiantes están muy de acuerdo en que es muy importante que los docentes fortalezcan su espíritu emprendedor; mientras que el 33% está de acuerdo y el 11% está poco y nada de acuerdo.

2) ¿Los bachilleres técnicos no crean sus propias microempresas por la falta de información?

Cuadro Nº 6

No tienen adecuada información.

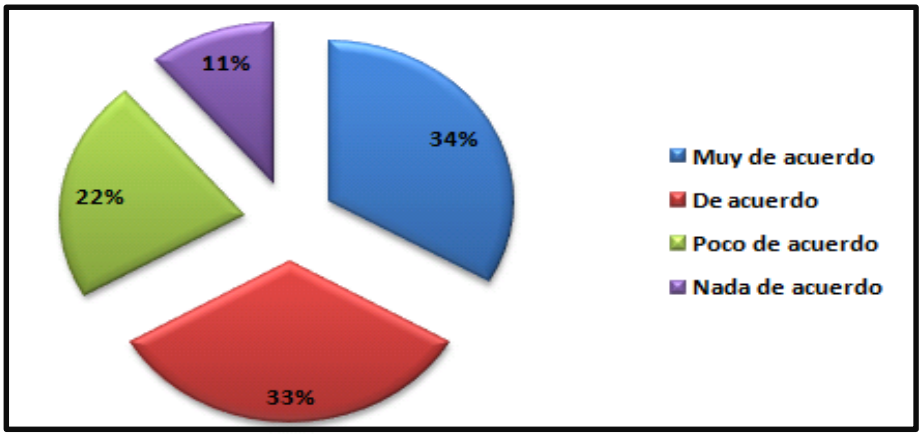
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
2	Muy de acuerdo	17	34%
	De acuerdo	16	33%
	Poco de acuerdo	10	22%
	Nada de acuerdo	5	11%
	Total	48	100%

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Gráfico Nº 2

No tienen adecuada información.



Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Análisis: El resultado de la interrogante fue que el 34% de los estudiantes están muy de acuerdo que la institución los bachilleres técnicos no crean sus propias microempresas por la falta de información; mientras que un 34% está de acuerdo, y un 11% de estudiantes están poco o nada de acuerdo.

3) ¿Considera que iniciar un nuevo negocio es una de las alternativas al terminar su carrera?

Cuadro Nº 7

Iniciar nuevo negocio alternativa término de carrera.

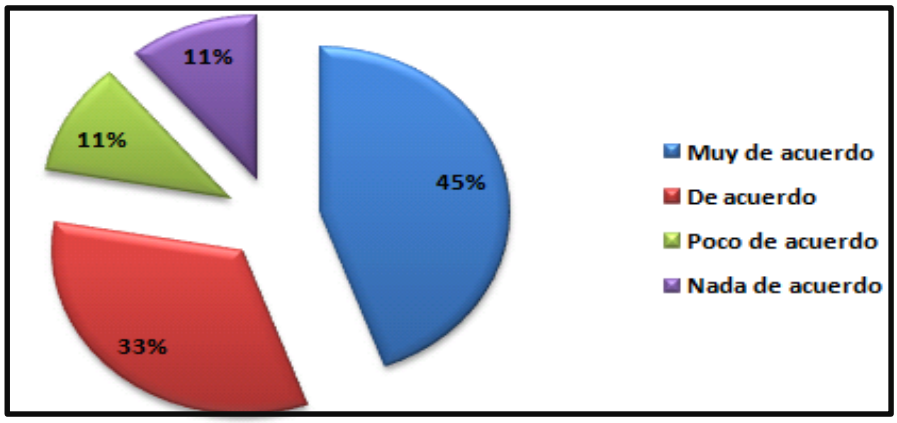
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
3	Muy de acuerdo	22	45%
	De acuerdo	16	33%
	Poco de acuerdo	5	11%
	Nada de acuerdo	5	11%
	Total	48	100%

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Gráfico Nº 3

Iniciar nuevo negocio alternativa término de carrera.



Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Análisis: El resultado de esta pregunta fue que el 45% de los estudiantes están muy de acuerdo de iniciar un nuevo negocio es una de las alternativas al terminar su carrera; mientras que el 33 % están de acuerdo y un 11% están en poco o nada de acuerdo.

4) ¿Considera importante al finalizar sus estudio realizar un emprendimiento microempresarial en la carrera que usted se especializó?

Cuadro Nº 8

Importancia a las carreras técnicas.

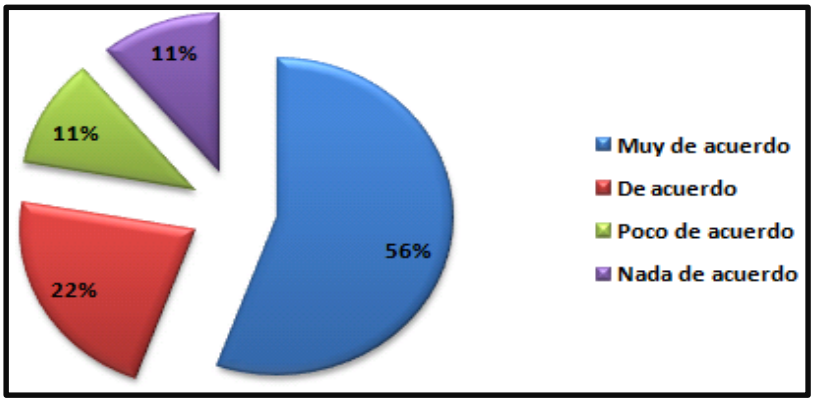
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
4	Muy de acuerdo	28	56%
	De acuerdo	10	22%
	Poco de acuerdo	5	11%
	Nada de acuerdo	5	11%
	Total	48	100%

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Gráfico Nº 4

Importancia a las carreras técnicas.



Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga

Análisis: El resultado de esta pregunta fue que el 56% de los estudiantes están muy de acuerdo que al finalizar sus estudios realizar un emprendimiento microempresarial en la carrera que se especializaron; mientras que un 22% está de acuerdo y un 11% están poco y nada de acuerdo.

5) ¿Considera importante en la institución fomentar ambientes de conocimientos que permiten el inicio de emprendimientos para los estudiantes?

Cuadro Nº 9

Conocimientos de emprendimientos en la institución

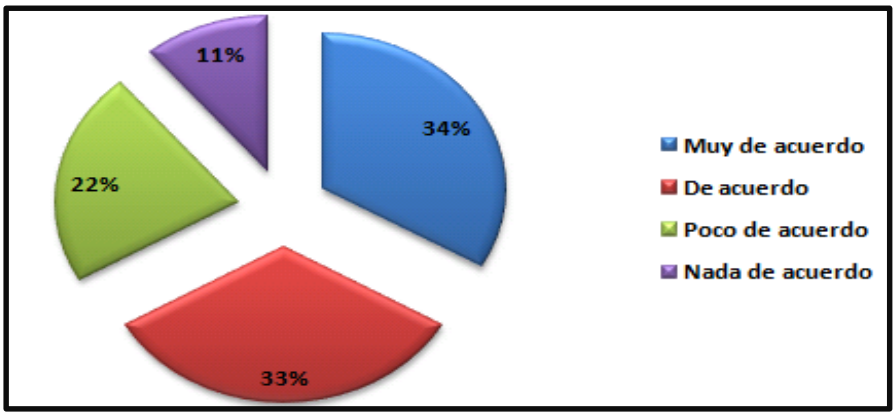
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
5	Muy de acuerdo	17	34%
	De acuerdo	16	33%
	Poco de acuerdo	10	22%
	Nada de acuerdo	5	11%
	Total	48	100%

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Gráfico Nº 5

Conocimientos de emprendimientos en la institución



Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Análisis: El resultado de esta pregunta fue que el 67% de los estudiantes están muy de acuerdo, y de acuerdo que es importante que en la institución debe fomentar ambientes de conocimientos que permiten el inicio de emprendimientos para ellos; mientras que un 22% está poco de acuerdo y un 11% está nada de acuerdo.

6) ¿Considera importante el emprendimiento micro empresarial para bajar el desempleo en el país?

Cuadro Nº 10

Importancia del emprendimiento microempresarial para bajar el desempleo.

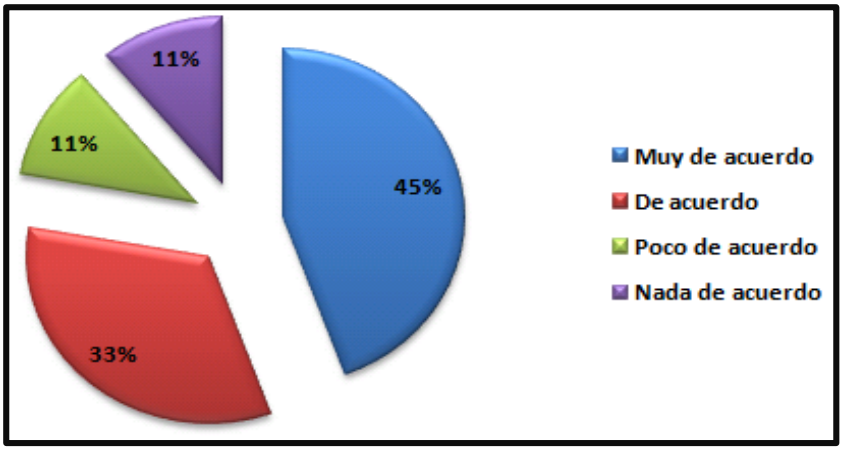
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
6	Muy de acuerdo	23	45%
	De acuerdo	15	33%
	Poco de acuerdo	5	11%
	Nada de acuerdo	5	11%
	Total	48	100%

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Gráfico Nº 6

Importancia del emprendimiento microempresarial para bajar el desempleo.



Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Análisis: El 45% de los estudiantes está muy de acuerdo y de acuerdo que es importante el emprendimiento micro empresarial; mientras que el 33% está de acuerdo y un 11% está poco y nada de acuerdo.

7) ¿Cree usted que el emprendimiento microempresarial proporciona ingresos económicos al país?

Cuadro Nº 11

El emprendimiento microempresarial proporciona ingresos económicos en el país

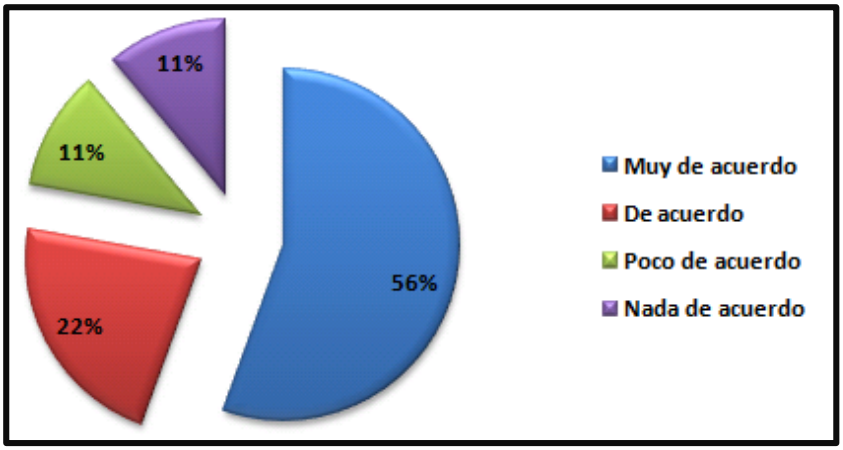
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
7	Muy de acuerdo	28	56%
	De acuerdo	10	22%
	Poco de acuerdo	5	11%
	Nada de acuerdo	5	11%
	Total	48	100%

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Gráfico Nº 7

El emprendimiento micro empresarial proporciona ingresos económicos en el país



Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Análisis: El resultado de esta pregunta fue que el 56% de los estudiantes están muy acuerdo que el emprendimiento microempresarial proporciona ingresos económicos al país; mientras que un 22% está de acuerdo y 11 % poco y nada de acuerdo acerca del tema en investigación.

8) ¿Cree usted valioso conocer estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microempresariales?

Cuadro Nº 12

Conocimiento de estrategias de marketing.

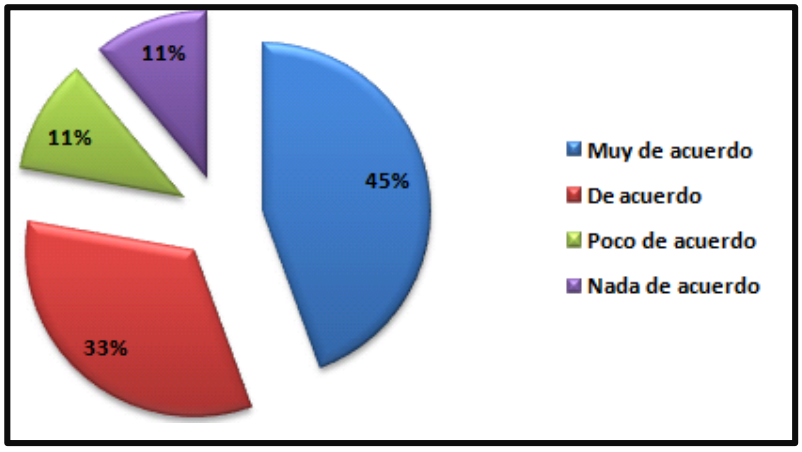
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
8	Muy de acuerdo	23	45%
	De acuerdo	15	33%
	Poco de acuerdo	5	11%
	Nada de acuerdo	5	11%
	Total	48	100%

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Gráfico Nº 8

Conocimiento de estrategias de marketing.



Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Análisis: El resultado de esta pregunta fue que el 43% de los estudiantes están muy de acuerdo que es valioso conocer estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microempresariales; mientras 33% está de acuerdo y un 11% están poco y nada de acuerdo.

9) ¿Se debería crear la asignatura de marketing y ventas en los bachilleratos técnicos?

Cuadro Nº 13

Creación asignatura de marketing y ventas en los bachilleratos técnicos

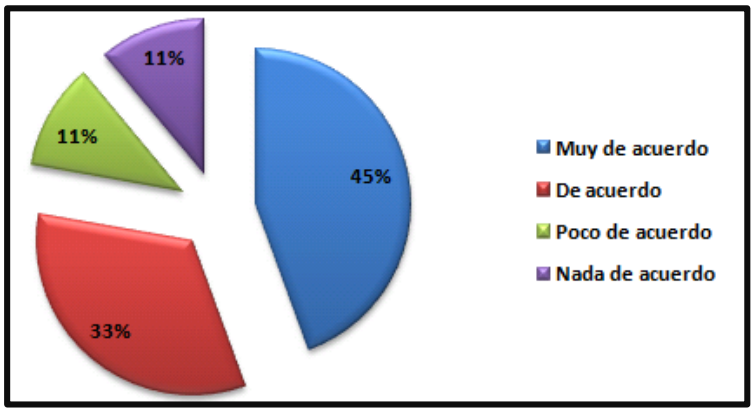
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
9	Muy de acuerdo	22	45%
	De acuerdo	16	33%
	Poco de acuerdo	5	11%
	Nada de acuerdo	5	11%
	Total	48	100%

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Gráfico Nº 9

Creación de la asignatura de marketing y ventas en los bachilleratos técnicos



Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Análisis: El resultado de esta pregunta fue que el 45% de los estudiantes están totalmente de acuerdo en que se debería crear la asignatura de marketing y ventas en los bachilleratos técnicos; mientras que un 33 % está de acuerdo y un 11 % está poco y nada de acuerdo.

10) ¿Participar de un taller de capacitación con técnicas adecuadas para desarrollar microempresas sería una opción para poder crear su propio negocio?

Cuadro Nº 14

Taller de capacitación con técnicas adecuadas para desarrollar microempresas.

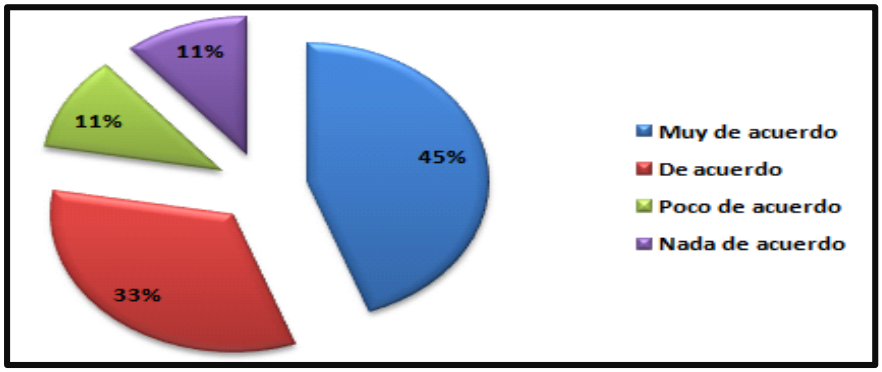
Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentaje
10	Muy de acuerdo	23	45%
	De acuerdo	15	33%
	Poco de acuerdo	5	11%
	Nada de acuerdo	5	11%
	Total	48	100%

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Gráfico Nº 10

Taller de capacitación con técnicas adecuadas para desarrollar microempresas.



Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga

Análisis: El resultado de esta pregunta fue que el 45% de los estudiantes están muy de acuerdo en participar de un taller de capacitación con técnicas adecuadas para desarrollar microempresas sería una opción para poder crear su propio negocio; mientras que un 33% está de acuerdo y un 11% están poco o nada de acuerdo.

3.7 Discusión e interpretación de los resultados.

En el siguiente proyecto de investigación se siguieron los siguientes pasos:

Se escogió el lugar del problema que fue en la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui sector centro en el año 2014, provincia del Guayas, se solicitó autorización al rector del plantel. Se realizó una reunión con los estudiantes para orientarlos sobre el desarrollo de estrategias de marketing con los jóvenes del décimo año de bachillerato para realizar las preguntas de las encuestas con sus respectivas contestaciones, las mismas que fueron plateadas de forma clara y comprensible.

En este capítulo se observa el análisis e interpretación de los resultados de la investigación de campo aplicado a los estudiantes del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno” de la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui sector centro en el año 2014, provincia del Guayas.

En las anteriores hojas se observan las preguntas con sus respectivos cuadros, gráficos y análisis de las encuestas aplicadas, revelando que todas las interrogantes en una variación del 95% al 100% fueros aceptadas por los estudiantes del colegio, comprobando un apoyo mayoritario a las mismas.

Las preguntas de la encuesta se elaboraron en base a la escala de Lickert, las mismas que fueron sencillas y de fácil comprensión para los estudiantes encuestados. La información se procesó mediante los sistemas de computación de Microsoft Word y Excel, donde se elaboran los cuadros y gráficos.

CAPÍTULO IV

4 LA PROPUESTA

4.1 Título de la propuesta.

Diseñar talleres de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microempresariales.

4.2 Justificación.

Las estrategias de marketing, igualmente acreditadas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de comercio o estrategias productivas, son funciones que se realizan para alcanzar determinados propósitos que se relacionan con el marketing, como conocer nuevos productos, subir las ventas o generar más participación en el mercado.

Las estrategias de marketing toman asunto en objetivos, recursos y capacidad, analiza el público objetivo, para diseñar estrategias que permiten satisfacer necesidades o deseos. Adicionalmente de analizar el público objetivo, las estrategias del marketing analiza la competencia, para permitir aprovechar sus debilidades.

La gestión de las estrategias de marketing, se divide o clasifica en estrategias destinadas a 4 aspectos de un negocio: estrategias para el producto, precio, plaza (o distribución), y promoción (o comunicación).

4.3 Objetivo general.

Diseñar talleres de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades micros empresariales en los futuros bachilleres de las carreras técnicas, para incentivarlo en los proyectos de emprendimientos.

4.4 Objetivos específicos.

- Definir el diseño de talleres de estrategias de marketing.
- Concienciar las habilidades de microempresarial de los estudiantes.
- Aumentar el interés del taller de estrategias de marketing y que lo recomienden a otros interesados.
- Elaborar un manual de calidad para que se ponga en práctica.
- Presentar pasos para las estrategias de marketing en los estudiantes emprendedores y comunidad en general.
- Incentivar y valorar la creatividad.

4.5 Factibilidad de su aplicación.

La realización de la presente propuesta es factible, porque se cuenta con la aprobación y apoyo de los directivos, docentes, estudiantes y representantes legales de la institución educativa, además de contar con la disponibilidad del tiempo que demanda la investigación, los recursos económicos y el amplio conocimiento adquirido durante los años de preparación académica y las

pasantías realizadas.

4.6 Importancia.

Las estrategias del marketing son importantes porque ayudan a conocer bien el cliente y definir de una manera detallada su perfil, saber sus necesidades, motivaciones y darles una solución con un producto o servicio, que aplicado a esta propuesta busca desarrollar en los estudiantes habilidades micro empresariales en sus futuros emprendimientos, dándoles la oportunidad de ser generadores de sus propios negocios y aportar al país con fuentes de empleo.

4.7 Ubicación sectorial y física.

El Colegio Fiscal Técnico Nocturno “Dr. Alfredo Baquerizo Moreno” se encuentra ubicado en las calles Esmeraldas s/n y Piedrahita en la ciudad de Guayaquil.

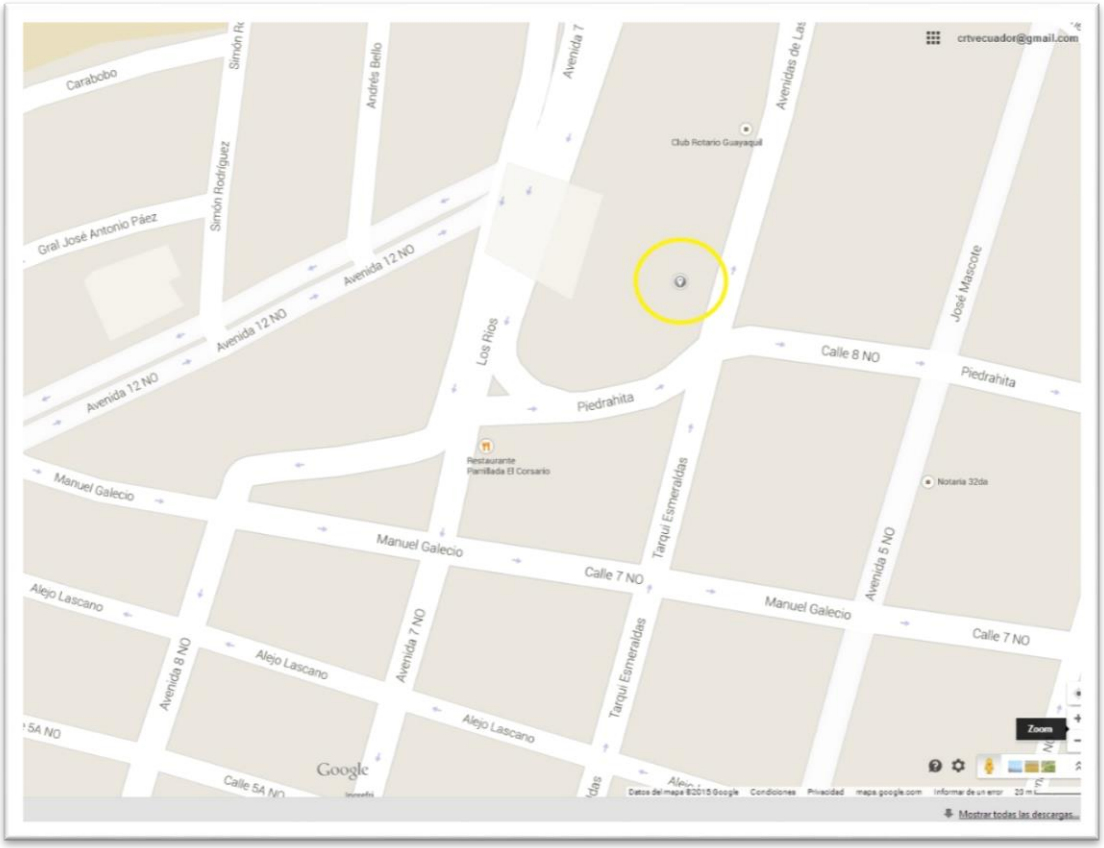
Imagen 1.

Fachada Principal.

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Imagen 2.

Ubicación sectorial y física.



Fuente: Google Maps.

Imagen 3.

Imagen satelital.

Fuente. Google Maps.

4.8 Descripción de la propuesta.

La presente propuesta de denomina “Diseñar talleres de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades micro empresariales”, dirigido a los estudiantes del tercer año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno” de la ciudad de Guayaquil, con el cual se pretende dar solución al problema de la Influencia de oportunidades en el emprendimiento microempresarial que se enfrentan los estudiantes luego de culminar su bachillerato.

La propuesta empieza con la elaboración de un plan de marketing estratégico para microempresa, desde la descripción teórica a la práctica, formuladas con objetivos y metas proyectadas sobre la base de las necesidades de los futuros emprendedores.

Implementación.

El diseño del taller de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades micro empresarial se realizó en el aula de clase de la institución desde el 28 de enero al 06 de febrero del presente año de lunes a viernes.

4.9 TALLERES DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA DESARROLLAR LAS HABILIDADES PARA EMPREDIMIENTOS MICROEMPRESARIALES.

OBJETIVOS DE LOS TALLERES:

Cuáles son los objetivos que tiene este taller para los estudiantes:

1. Que adquieran conceptos y herramientas que les permitan crear y gestionar su propia microempresa de manera más eficaz y eficiente.
2. Que cuenten con más y mejores elementos para la toma de decisiones.
3. Logren tener la capacidad de pensar estratégicamente.
4. Aprender a gestionar sus objetivos.
5. Aplicar las herramientas de Planificación.
6. Saber interpretar la información del entorno empresarial.
7. Incorporen la capacidad de emprender.
8. Planificar sus metas a corto, mediano y largo plazo.
9. Identificar oportunidades.
10. El desarrollo de habilidades.

METODOLOGÍA A USAR EN LOS TALLERES:

A lo largo del taller se irán presentando y resolviendo los diferentes temas que enmarcan el desarrollo de habilidades microempresariales, esto se logrará a través de exposiciones teóricas, ejercicios prácticos, estudio de casos y múltiples dinámicas didácticas.

Esta metodología de formación- práctica permitirá a los estudiantes aprender los conocimientos significativos para sí mismo y su proyecto microempresarial.

TALLER N° 1

NOMBRE DEL TALLER: INTRODUCCIÓN EN EL CONOCIMIENTO MICRO EMPRESARIAL.

FECHA: 28 de enero del 2015.

HORARIO: 19h00

BENEFICIARIOS: Alumnos del décimo año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”.

FACILITADORAS: Cortez Cely Olga Mercedes y Chiriboga Angulo Diana Asunción.

CONTENIDO DEL TALLER:

1) EL EMPRENDEDOR.

1.1. Características básicas del comportamiento de emprendedor.

1.2. La actitud del emprendedor.

1.3. Cualidades que debe desarrollar un emprendedor.

1.4. Pasos a seguir para emprender.

2) LA EMPRESA.

2.1. Explicar detalladamente el concepto de empresa

2.2. Como se debe administrar una empresa

2.3. Funciones básicas de la empresa

2.4. Etapa de Producción.

2.5. El mercadeo y Comercialización: que es mercadeo y las formas de comercialización.

2.6. Las Finanzas: Inicio a la contabilidad.

2.7. Concepto de modelo de negocio.

2.8. Análisis general del sector microempresarial.

2.9. Diagnóstico primario de la viabilidad del negocio propuesto.

2.10. Puesta en marcha del negocio.

2.11. Análisis de Riesgos.

MATERIAL Y EQUIPOS A USAR:

Detalle del Material: lápices, marcadores permanentes, resaltadores, y acrílicos para pizarra, libretas para apuntes, paleógrafos.

Equipos a usar: Computadora portátil (laptop), proyector de imágenes y videos (infocus), puntero, extensiones eléctricas y cámara fotográfica.

DESARROLLO TALLER N° 1:

INICIO DEL TALLER N° 1:

Inauguración del taller con presentaciones de las facilitadoras, palabras de bienvenida a los estudiantes participantes y breve resumen destacando la importancia del presente taller.

Actividad N° 1:

Iniciamos con dinámica “Rompe hielo” para ayudar a conocernos entre sí, y dar a los estudiantes más energía y entusiasmo, y así facilitamos trabajar en equipo.

Descripción de la dinámica:

Juego del saludo corporal: los participantes encuentran un lugar para pararse. La facilitadora dice una parte del cuerpo (como por ejemplo: rodilla). Todo el mundo tiene que saludar a tantos participantes como sea posible lo más rápido que pueda diciendo un saludo y usando esa parte del cuerpo (por ejemplo: diciendo “buenos días” y haciendo contacto con las rodillas. Las facilitadoras después dice otra parte del cuerpo y se repite la actividad.

Actividad N° 2:

Desarrollo del taller N° 1:

1. Preguntas sobre las expectativas y preocupaciones que tienen los estudiantes sobre el taller.
2. Descripción a los estudiantes de la agenda y objetivo del taller.
3. Presentación de los objetivos del taller: contenido, métodos y horarios del taller por medio de Infocus.
4. Exposición paso a paso de parte de las facilitadoras del contenido del taller (se explica cada uno de los temas utilizando como herramienta el infocus para presentar por medio de proyección en diapositivas cada punto del contenido).
5. Trabajo en grupos pequeños donde se realizaran actividades participativas, discusiones focales para obtener una gran diversidad de ideas sobre el tema y así medir la atención y captación de los estudiantes.

Actividad N° 3:

Cierre del Taller N° 1:

1. Lluvia de preguntas de los estudiantes.
2. Evaluación a los estudiantes a través de preguntas y respuestas verbales de forma directa lo positivo y negativo de lo que sucedió en el taller).
3. Se proporciona a cada alumno participante del taller una síntesis escrita de todos los temas tratados.

TALLER N° 2:

NOMBRE DEL TALLER: CONOCIMIENTOS OPERATIVOS BÁSICOS QUE DEBE TENER UN MICROEMPRESARIO.

FECHA: 29 de enero del 2015.

HORARIO: 19h00

BENEFICIARIOS: Alumnos del décimo año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”.

FACILITADORAS: Cortez Cely Olga Mercedes y Chiriboga Angulo Diana Asunción.

CONTENIDO:

1) DESARROLLO OPERATIVO, PROCESOS DE PRODUCCIÓN, LOGÍSTICA Y CALIDAD.

1.1. Instalaciones: ubicación, tamaño y servicios.

1.2. Producción: insumos, materiales, equipos, personal.

1.3. Plan de producción: equipo de trabajo, tecnología, capacidad, control de calidad.

1.4. Equipamiento del negocio.

1.5. Paso a paso para el control de inventario.

1.6. Manejo y Revisión de Stock.

1.7. Logística y distribución.

1.8. Proveedores y distribuidores.

1.9. Eficiencia, calidad y como lograr la mejora continua.

1.10. Normas, leyes y reglamentos de seguridad industrial y salud según el negocio.

1.11. Procesos y procedimientos.

MATERIAL Y EQUIPOS A USAR:

Detalle del Material: lápices, marcadores permanentes, resaltadores, y acrílicos para pizarra, libretas para apuntes y papelógrafos.

Equipos a usar: Computadora portátil (laptop), proyector de imágenes y videos (infocus), puntero, extensiones eléctricas y cámara fotográfica.

DESARROLLO TALLER N° 2:

INICIO DEL TALLER N° 2:

Saludo a los estudiantes recordando los nombres de las facilitadoras.

Actividad N° 1:

Iniciamos con dinámica “Lo que más me gusta”, los participantes se ponen de pie y al mismo tiempo que dicen su nombre usan un adjetivo donde describan el hobby que más les guste. (Por ejemplo: Soy Juan y me gusta jugar fútbol, soy Norma y me gusta bailar).

Actividad N° 2:

Desarrollo del taller N° 2:

1. Descripción del objetivo del taller a los estudiantes.
2. Detalle de contenido del taller.
3. Exposición paso a paso de parte de las facilitadoras del contenido del taller (se explica cada uno de los temas utilizando como herramienta el infocus para presentar por medio de proyección en diapositivas cada punto del contenido).
4. Trabajo en grupos pequeños donde se realizaran actividades participativas, discusiones focales para obtener una gran diversidad de ideas sobre el tema y así medir la atención y captación de los estudiantes.

Actividad N° 3:

Cierre del Taller N° 2:

1. Lluvia de preguntas de los estudiantes.
2. Evaluación a los estudiantes a través de preguntas y respuestas verbales de forma directa lo positivo y negativo de lo que sucedió en el taller).
3. Se proporciona a cada alumno participante del taller una síntesis escrita de todos los temas tratados.

TALLER N° 3:

NOMBRE DEL TALLER: ASPECTOS LEGALES Y FINANCIEROS BÁSICOS QUE DEBE CONOCER EL MICROEMPRESARIO.

FECHA: 30 de enero del 2015.

HORARIO: 19h00

BENEFICIARIOS: Alumnos del décimo año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”.

FACILITADORAS: Cortez Cely Olga Mercedes y Chiriboga Angulo Diana Asunción.

CONTENIDO:

1) ASPECTOS LEGALES

1.1. Tipos de empresas.

1.2. Trámites necesarios para la formalización del negocio.

1.3. Inscripciones y permisos ante organismos del Estado.

1.4. Obligaciones laborales, civiles, tributarias.

2) ASPECTOS FINANCIEROS: REGISTROS, COSTOS, INGRESOS

2.1. Contabilidad y Registros financieros básicos.

2.2. Conceptos de finanzas.

2.3. Programación financiera: Costos.

MATERIAL Y EQUIPOS A USAR:

Detalle del Material: lápices, marcadores acrílicos para pizarrón, libretas para apuntes, papelógrafos y hojas en blanco.

Equipos a usar: Computadora portátil (laptop), proyector de imágenes y videos (infocus), puntero, extensiones eléctricas y cámara fotográfica.

DESARROLLO TALLER N° 3:

INICIO DEL TALLER N° 3:

Saludo a los estudiantes y entrega de hojas en blanco tamaño A3 junto con lápiz de papel a cada estudiante, estos materiales servirán para la dinámica a realizar el día de hoy.

Actividad N° 1:

Dinámica de hoy “Árboles de Problemas” la gente dibuja un árbol y hace una lista de las causas del problema en las raíces y los efectos del problema en las ramas. Esta herramienta ayudara a los participantes a dividir problemas grandes en asuntos más pequeños que pueden así entenderlos y ser tratados estos problemas con más facilidad.

Actividad N° 2:

Desarrollo del taller N° 3:

1. Descripción del objetivo del taller a los estudiantes.
2. Detalle de contenido del taller.
3. Exposición paso a paso de parte de las facilitadoras del contenido del taller (se explica cada uno de los temas utilizando como herramienta el infocus para presentar por medio de proyección en diapositivas cada punto del contenido).
4. Trabajo en grupos pequeños donde se realizarán actividades participativas, discusiones focales para obtener una gran diversidad de ideas sobre el tema y así medir la atención y captación de los estudiantes.

Actividad N° 3:

Cierre del Taller N° 2:

1. Lluvia de preguntas de los estudiantes.
2. Evaluación a los estudiantes a través de preguntas y respuestas verbales de forma directa lo positivo y negativo de lo que sucedió en el taller).
3. Se proporciona a cada alumno participante del taller una síntesis escrita de todos los temas tratados.

TALLER N° 4:

NOMBRE DEL TALLER: LA IMPORTANCIA DE SABER PLANIFICAR CON HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS.

FECHA: 02 de febrero del 2015

HORARIO: 19h00

BENEFICIARIOS: Alumnos del décimo año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”.

FACILITADORAS: Cortez Cely Olga Mercedes y Chiriboga Angulo Diana Asunción.

CONTENIDO:

1) LA PLANIFICACIÓN

1.1. Planificación:

1.1.1. Metas a largo y a corto plazo. Importancia.

1.1.2. La planificación: pasos y componentes de la planificación.

1.2. Trabajo en estimaciones financieras.

2) PLAN DE NEGOCIOS. MODELO DE NEGOCIO

2.1. Plan de negocios:

2.1.1. Para qué sirve un plan de negocios.

2.1.2. Descripción general de la estructura de un plan de negocios.

2.1.3. Preguntas que debe responder un plan de negocios.

2.2. Desarrollo del concepto de modelo de negocio.

2.3. Armado del plan de negocios.

MATERIAL Y EQUIPOS A USAR:

Detalle del Material: lápices, marcadores acrílicos para pizarrón, libretas para apuntes, papelógrafos y hojas en blanco.

Equipos a usar: Computadora portátil (laptop), proyector de imágenes y videos (infocus), puntero, extensiones eléctricas y cámara fotográfica.

DESARROLLO TALLER N° 4:

INICIO DEL TALLER N° 4:

Saludo a los estudiantes y simultáneamente una de las facilitadoras entrega de hojas en blanco A3 y lápiz de papel a cada estudiante, materiales que servirán para la dinámica a realizar el día de hoy.

Actividad N° 1:

Dinámica de hoy "pregunta divertidas", el funcionamiento consiste sencillamente en proponer una serie de interrogantes que cada alumno deberá responder, para realizarlo la facilitadora va escogiendo aleatoriamente 5 o 6 estudiantes para realizarla. Por ejemplo: ¿Qué color eres y cómo te sientes? "Soy verde y me siento fresco", si pudieras cambiar tu nombre ¿cuál escogerías?

Actividad N° 2:

Desarrollo del taller N° 4:

1. Descripción del objetivo del taller a los estudiantes.
2. Detalle de contenido del taller.
3. Exposición paso a paso de parte de las facilitadoras del contenido del taller (se explica cada uno de los temas utilizando como herramienta el

infocus para presentar por medio de proyección en diapositivas cada punto del contenido).

4. Trabajo en grupos pequeños donde se realizarán actividades participativas, discusiones focales para obtener una gran diversidad de ideas sobre el tema y así medir la atención y captación de los estudiantes.

Actividad N° 3:

Cierre del Taller N° 4:

1. Lluvia de preguntas de los estudiantes.
2. Evaluación a los estudiantes a través de preguntas y respuestas verbales de forma directa lo positivo y negativo de lo que sucedió en el taller).
3. Se proporciona a cada alumno participante del taller una síntesis escrita de todos los temas tratados.

TALLER N° 5:

NOMBRE DEL TALLER: INTRODUCCION AL MARKETING.

FECHA: 03 de febrero del 2015.

HORARIO: 19h00

BENEFICIARIOS: Alumnos del décimo año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”.

FACILITADORAS: Cortez Cely Olga Mercedes y Chiriboga Angulo Diana Asunción.

CONTENIDO:

1) MERCADO

1.1. Concepto de mercado.

1.2. Tipos de mercados.

1.3. Análisis competitivo.

1.4. Definición del mercado objetivo.

2) INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1. Pilares de la investigación de mercados.

2.2. Tipos de investigaciones.

2.3. Aspectos metodológicos: universo, muestra, público objetivo.

2.4. Temas de investigación.

2.5. La encuesta: etapas. Elementos para su formulación: cuestionario, relevamiento, procesamiento y análisis.

MATERIAL Y EQUIPOS A USAR:

Detalle del Material: lápices, marcadores acrílicos para pizarrón, libretas para apuntes, papelógrafos.

Equipos a usar: Computadora portátil (laptop), proyector de imágenes y videos (infocus), puntero, extensiones eléctricas y cámara fotográfica.

DESARROLLO TALLER N° 5:

INICIO DEL TALLER N° 5:

Saludo a los estudiantes e inicio de dinámica.

Actividad N° 1:

Dinámica de hoy “Describe tus sueños” cada estudiantes con una sola palabra deberá contar cuál es su anhelo más grande ya sea esta familiar, laboral o sentimental. Por ejemplo: Mi sueño es ser cantante, mi anhelo es tener mi propio taller mecánico.

Actividad N° 2:

Desarrollo del taller N° 5:

1. Descripción del objetivo del taller a los estudiantes.
2. Detalle de contenido del taller.
3. Exposición paso a paso de parte de las facilitadoras del contenido del taller (se explica cada uno de los temas utilizando como herramienta el infocus para presentar por medio de proyección en diapositivas cada punto del contenido).

4. Trabajo en grupos pequeños donde se realizaran actividades participativas, discusiones focales para obtener una gran diversidad de ideas sobre el tema y así medir la atención y captación de los estudiantes.

Actividad N° 3:

Cierre del Taller N° 5:

1. Lluvia de preguntas de los estudiantes.
2. Evaluación a los estudiantes a través de preguntas y respuestas verbales de forma directa lo positivo y negativo de lo que sucedió en el taller).
3. Se proporciona a cada alumno participante del taller una síntesis escrita de todos los temas tratados.

TALLER N° 6:

NOMBRE DEL TALLER: INSTRODUCCIÓN AL MARKETIING PARTE 2.

FECHA: 04 de febrero del 2015.

HORARIO: 19h00

BENEFICIARIOS: Alumnos del décimo año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”.

FACILITADORAS: Cortez Cely Olga Mercedes y Chiriboga Angulo Diana Asunción.

CONTENIDO:

1) COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

1.1. Marketing:

1.1.1. ¿Qué es el marketing?

1.1.2. Ambiente de Marketing.

1.1.3. Conceptos clave: segmentación y posicionamiento.

1.1.4. Las cuatro variables del marketing (4P): el marketing mix.

1.2. Plan de Marketing.

2) VENTAS.

2.1. Qué debe conocer el vendedor: producto, cliente, técnicas de venta.

2.2. Actitud profesional en la venta: saber escuchar, saber preguntar y saber obtener información. Identificar las necesidades del cliente.

2.3. Técnicas de venta: presentación de los beneficios del producto; cierre de ventas; manejo de objeciones.

3) ATENCIÓN AL CLIENTE.

3.1. Principales conceptos.

3.2. Principios para la atención al cliente.

3.3. Manejo de reclamaciones y quejas.

MATERIAL Y EQUIPOS A USAR:

Detalle del Material: lápices, marcadores acrílicos para pizarrón, libretas para apuntes, papelógrafos, pendrive, cartulina de formato en colores, caja de cartón.

Equipos a usar: Computadora portátil (laptop), proyector de imágenes y videos (infocus), puntero, extensiones eléctricas, cámara fotográfica y parlantes inalámbricos.

DESARROLLO TALLER N° 6:

INICIO DEL TALLER N° 6:

Saludo a los estudiantes e inicio de dinámica.

Actividad N° 1:

Dinámica de hoy "Emparejar las tarjetas" las facilitadoras llevamos tarjetas de colores, en cada tarjeta esta la mitad de la frase, por ejemplo: "Feliz" en un pedazo del papel y "Cumpleaños" en otro, los introducimos todos en una caja de cartón y cada estudiantes toma un pedazo de papel y trata de encontrar al miembro del curso que tiene la otra mitad de su frase. Todo se realiza con música de fondo para hacer el ejercicio ágil y divertido.

.

Actividad N° 2:

Desarrollo del taller N° 6:

1. Descripción del objetivo del taller a los estudiantes.
2. Detalle de contenido del taller.

3. Exposición paso a paso de parte de las facilitadoras del contenido del taller (se explica cada uno de los temas utilizando como herramienta el infocus para presentar por medio de proyección en diapositivas cada punto del contenido).
4. Trabajo en grupos pequeños donde se realizarán actividades participativas, discusiones focales para obtener una gran diversidad de ideas sobre el tema y así medir la atención y captación de los estudiantes.

Actividad N° 3:

Cierre del Taller N° 6:

1. Lluvia de preguntas de los estudiantes.
2. Evaluación a los estudiantes a través de preguntas y respuestas verbales de forma directa lo positivo y negativo de lo que sucedió en el taller.
3. Se proporciona a cada alumno participante del taller una síntesis escrita de todos los temas tratados.

TALLER N° 7:

NOMBRE DEL TALLER: HERRAMIENTAS DEL MARKETING.

FECHA: 05 de febrero del 2015.

HORARIO: 19h00

BENEFICIARIOS: Alumnos del décimo año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”.

FACILITADORAS: Cortez Cely Olga Mercedes y Chiriboga Angulo Diana Asunción.

CONTENIDO:

1) LAS TICS AL SERVICIO DE LA EMPRESA

1.1. Incorporación de las Tics en los procesos productivos.

1.2. Beneficio de las Tics.

1.2. Contribución de las Tics en la microempresa.

1.3. El sitio web como herramienta de comunicación y venta.

1.5. Uso de las redes sociales como herramienta de publicidad.

MATERIAL Y EQUIPOS A USAR:

Detalle del Material: lápices, marcadores acrílicos para pizarrón, libretas para apuntes, papelógrafos, pendrive.

Equipos a usar: Computadora portátil (laptop), proyector de imágenes y videos (infocus), puntero, extensiones eléctricas, cámara fotográfica y parlantes inalámbricos.

DESARROLLO TALLER N° 7:

INICIO DEL TALLER N° 7:

Saludo a los estudiantes y presentación del ingeniero en informática especialista en web master (manejo de redes sociales) Ing. Carlos López, quien será el facilitador encargado de explicar el contenido de este taller para una mejor comprensión de los estudiantes especialmente en la parte práctica.

.

Actividad N° 1:

Desarrollo del taller N° 7:

1. Descripción del objetivo del taller a los estudiantes.
2. Detalle de contenido del taller.

3. Exposición paso a paso de parte del facilitador sobre el contenido del taller (se explica cada uno de los temas utilizando como herramienta el infocus para presentar por medio de proyección en diapositivas cada punto del contenido).
4. Trabajo en grupos pequeños donde se realizarán actividades participativas, discusiones focales para obtener una gran diversidad de ideas sobre el tema y así medir la atención y captación de los estudiantes.

Actividad N° 2:

Cierre del Taller N° 7:

1. Lluvia de preguntas de los estudiantes.
2. Evaluación a los estudiantes a través de preguntas y respuestas verbales de forma directa lo positivo y negativo de lo que sucedió en el taller).
3. Se proporciona a cada alumno participante del taller una síntesis escrita de todos los temas tratados.

TALLER N° 8:

NOMBRE DEL TALLER: OBJETIVOS DEL MARKETING.

FECHA: 06 de febrero del 2015.

HORARIO: 19h00

BENEFICIARIOS: Alumnos del décimo año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno”.

FACILITADORAS: Cortez Cely Olga Mercedes y Chiriboga Angulo Diana Asunción.

CONTENIDO:

1) NEGOCIACIÓN

1.1. Negociaciones familiares y comerciales. Principios y técnicas.

1.2. Simulación de negociaciones.

2) LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO

2.1. Los grupos y equipos de trabajo. Comportamiento.

2.1. Metas comunes.

2.1.1. Roles.

2.3. Comunicación.

2.3.1. Diálogo y discusión.

2.3.2. Pensamiento colectivo y producción colectiva.

2.4. La toma de decisiones en grupo y su relación con las actitudes y comportamientos individuales.

3) ESTRATEGIAS

3.1. Evolución de las ideas estratégicas.

3.2. Diagnóstico estratégico.

3.2.1. Análisis FODA.

3.2.2. Ciclo de vida.

3.2.3. Matrices.

3.3. Estrategia competitiva.

3.4. Administración estratégica.

3.5. Motivación para el Cambio y la innovación.

3.6. Dimensión personal del proceso estratégico.

3.6.1. Barreras.

3.6.2. Resistencia: Fuentes y tipos, Síntomas.

3.6.3. Manejo de la resistencia.

3.7. Elaboración de modelos y escenarios.

3.8. Formulación Estratégica.

MATERIAL Y EQUIPOS A USAR:

Detalle del Material: lápices, marcadores acrílicos para pizarrón, libretas para apuntes, papelógrafos, pendrive.

Equipos a usar: Computadora portátil (laptop), proyector de imágenes y videos (infocus), puntero, extensiones eléctricas, cámara fotográfica y parlantes inalámbricos.

DESARROLLO TALLER N° 8:

INICIO DEL TALLER N° 8:

Saludo a los estudiantes y preparación e instalación de proyección de video para demostrar la efectividad del trabajo en equipo.

Actividad N° 1:

1. Desarrollo del taller N° 8.
2. Descripción del objetivo del taller a los estudiantes.
3. Detalle de contenido del taller.

4. Exposición paso a paso de parte de las facilitadoras sobre el contenido del taller (se explica cada uno de los temas utilizando como herramienta el infocus para presentar por medio de proyección en diapositivas cada punto del contenido).
5. Proyección del video Pit stop cambio de ruedas más rápido pits Fórmula 1 comparación 1950 y 2013.
6. Explicación de video antes visto, donde demostramos los excelentes resultados que se obtiene cuando se trabaja en equipo, en cualquier ámbito de la vida, familiar, estudiantil, laboral, emprendimiento, etc.

Actividad N° 3:

Cierre del Taller N° 8:

1. Discernimiento de las opiniones por parte de los estudiantes acerca del video antes visto.
2. Conclusiones y recomendaciones finales de este y todos los talleres presentados.
3. Clausura de los talleres.

4.10 Actividades.

A continuación presentamos el cuadro de actividades realizadas en la propuesta:

Cuadro No. 15.

Cronograma de actividades de la propuesta 2014 - 2015

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA PROPUESTA 2014-2015													
		Diciembre				Enero				Febrero			
No	Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Investigación de temas												
2	Clasificación talleres												
3	Creación módulos talleres												
4	Diseño talleres												
5	Corrección talleres												
6	Impresión de talleres												
7	Presentación talleres												

Fuente: Colegio Fiscal Técnico Nocturno Doctor Alfredo Baquerizo Moreno.

Elaborado por: Olga Cortez y Diana Chiriboga.

Recursos.

A continuación se enlistarán los recursos necesarios para la ejecución de la propuesta.

En esta parte del proyecto es necesario definir los tipos de recursos que se emplearán en la elaboración y ejecución de la propuesta:

- **Humanos:** Los recursos humanos que constituyen este proyecto son las personas naturales que participan directamente e indirectamente, y

detallo a continuación: rector del colegio, inspectora, secretaria general, tutora guía y ejecutoras del proyecto, docentes y estudiantes del plantel.

- **Materiales:** La infraestructura del plantel (taller de prácticas técnicas y aulas de clases), textos de consultas, marcadores, papelografo, lápiz, hojas, proyector, diapositivas, pendrive.

- **Tecnológico:** Teléfono celular, computadora (laptop), cámara fotográfica, parlante inalámbrico, proyector de imágenes y videos (infocus) e internet.

El diseño y ejecución del taller dirigido a los estudiantes fue generado mediante las actividades que a continuación se detallan:

Aspecto Andragógico.

En la década del 90 comienzan profundos cambios a nivel mundial, hubo acontecimientos en el desarrollo económico y social, los que de manera lógica se reflejan en el área educativa y en sus niveles de calidad. Se originan debates por diferentes investigadores y profesionales de la educación ante la necesidad de un cambio educativo, es decir transformaciones que tienen lugar en las concepciones educativas y en los medios y recursos para llevarla a cabo.

De este modo comprende el cambio como un proceso que pretende el mejoramiento de la educación, para lograr su excelencia en correspondencia

con las demandas de la globalización. Así las transformaciones estarán proyectadas a encontrar soluciones inteligentes, tanto de los problemas inmediatos, como a los desafíos del futuro.

La filosofía en la educación tiene una interrelación entre creencia y la práctica, destinada a lograr una mejor ejecución. El educador como guía, orientador, posee ética profesional que proporciona una clara idea no solo de los compromisos de su profesión sino, también de su papel de individuo consagrado al servicio del interés colectivo. Si en la educación hay algo que merezca absoluto cuidado, es la formación del talento humano.

La andragogía es la educación para personas adultas, basada en la investigación para adultos jóvenes de la institución donde se pretende generar el conocimiento científico validado en la propuesta.

Aspecto sociológico.

El hombre es esencialmente comunicativo y no se basta a sí mismo para atender a las necesidades de la vida; precisa de la ayuda de los otros para conocer lo que necesita para su subsistencia. La sociedad se desarrolla de forma colectiva conforme avanza el desarrollo socioeconómico, político, moral y educacional. Es necesario preparar a la comunidad con el fin de que se pueda trabajar en equipo. La interacción social o la respuesta entre individuos, es el punto de partida para cualquier relación en una sociedad.

Lo que se pretende con la creación del manual es que se trabaje en equipo y que se pongan los conocimientos adquiridos en práctica con el fin de mejorar

la calidad de vida, aprovechando las estrategias del marketing como un recurso beneficioso para desarrollar habilidades gerenciales.

Aspecto psicológico.

Tiene como objeto de estudio los mecanismos de elaboración del conocimiento, desde la percepción, la memoria y el aprendizaje, hasta la formación de conceptos y razonamiento lógico.

Basada en nuestra capacidad de pensar, sentir y llevar a cabo acciones. Tiene como base el análisis y razonamiento que conducen a la realización de un resumen o dar respuestas. En el desarrollo de la propuesta se ha aplicado el análisis para su efectividad y puesta en práctica.

Visión.

Establecer habilidades gerenciales microempresariales mediante estrategias del marketing a emprendedores emblemáticas del nuevo modelo educativo del país, y ser reconocidos a nivel nacional e internacional.

Misión.

Instruir a los estudiantes de la institución, proporcionándoles un taller de estrategias de marketing para desarrollar habilidades microempresariales.

Políticas de la propuesta

- Evaluar los resultados de la propuesta desarrollada.

- Analizar las ventajas de las estrategias del marketing.
- Fortalecer el conocimiento sobre el desarrollo de habilidades micro empresariales.
- Fomentar el espíritu emprendedor.
- Actualizar datos correspondientes.

Impacto social.

Con el diseño de talleres de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microempresariales impacta en el bienestar social de la sociedad en general, entendiendo el bienestar como un aumento de las capacidades de los individuos.

4.11 Conclusiones.

Luego del análisis de los resultados obtenidos en la investigación se plantean las siguientes conclusiones:

- En la institución educativa los docentes son claves para trasmitir el espíritu emprendedor a los estudiantes.

- La institución educativa está preparando a sus estudiantes para emprendimientos microempresariales.

- Un elevado número de estudiantes desean tener mayor conocimiento acerca de las oportunidades del emprendimiento microempresarial.

- Un gran número de estudiantes desean al culminar la carrera emprender su propio negocio.

4.12 Recomendaciones.

Después del estudio realizado se puede establecer algunas sugerencias:

- La institución educativa debería tener como una política institucional el emprendimiento microempresarial para sus estudiantes.

- La institución educativa debería capacitar a directivos y docentes acerca de las oportunidades que brinda el emprendimiento a los estudiantes.

- La institución educativa debería buscar en las instituciones financieras públicas y privadas algún tipo de incentivo económico para los emprendimiento de los estudiantes al final de su carrera estudiantil.

- Anualmente en la institución debería realizarse una feria de emprendimiento premiando a los proyectos de negocios más innovadores y creativos.

4.13 Definición de términos relevantes.

1.- Beneficio: ganancia económica que se obtiene de una actividad comercial o de una inversión.

2.- Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.

3.- Comerciante: persona que se dedica de manera oficial a la actividad del comercio.

4.- Didáctico: Perteneciente o relativo a la enseñanza. Propio, adecuado para enseñar o instruir.

5.- Durabilidad: Capacidad que tiene la obra para resistir la acción del clima, el ataque químico, abrasión y otras condiciones, a que está expuesta.

6.- Educación: proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar.

7.- Emprendimiento: Inicio de una actividad que exige esfuerzo o trabajo, o tiene cierta importancia o envergadura

8.- Establecer: dejar demostrado y firme una idea.

9.- Fabricar: Conjunto de operaciones sucesivas que conducen a la realización material de un producto.

10.- Factible: Significa que puede ser hecho, que es posible llevarlo a cabo o que es realizable en la realidad y se espera que su resultado sea exitoso o satisfaga las necesidades.

11.- Incentivar: estimular una acción con una recompensa. Producir estados motivacionales.

12.- Incremento: Pequeño aumento en el valor de una variable.

13.- Interprofesional: Que afecta o se refiere a varias profesiones en su relación mutua.

14.- Inversión: es una colocación de capital para obtener una ganancia futura.

15.- Manufactura: transformación de materias primas en productos terminados para su venta.

16.- Manual: herramienta o instrumento de una organización que recoge lo más sustancial de una materia, de manera didáctica, para facilitar su comprensión. Orienta y dirige a quien lo consulta en la realización o el manejo.

17.- Microempresario: Responsable de conducir negocio.

18.- Percepción: función que le posibilita al organismo recibir, procesar e interpretar la información que llega desde el exterior.

19.- Recurso: Medio de cualquier clase que, en caso de necesidad, sirve para conseguir lo que se pretende.

20.- Renovable: Se aplica a los recursos que pueden regenerarse con relativa rapidez.

21.- Satisfacer: Cumplir, llenar ciertos requisitos o exigencias.

22.- Tecnología: conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio y satisfacen las necesidades de las personas.

4.14 Bibliografía.

- **EXPLORED. (2012).** *El Sector Inmobiliario crece movido por el credito publico y privado. EXPLORED*, 1.

- **HERNÁNDEZ R., (2010).** *Metodología de la investigación.* Mexico: Mc Graw Hill.

- **MOSQUERA, L. (2013).** *Actividades para jugar con las matemáticas.* QUITO: GRAMMA.

- **PONCE, V. (2005).** *Guía para el diseño de proyectos educativos.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

- **UNIVERSO, D. E. (17 de 07 de 2011).** En 10 años el parque automotor creció un 113% y caotizó la ciudad. *Tránsito en Guayaquil*, pág. 1.

- **YÉPEZ, E. (2010)**. *Modalidad de investigación.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

- **ALMACHE P., BENITES L. (2014),** Tema de tesis: *Influencia de la falta de oportunidades en el desarrollo empresarial, mediante un taller de capacitación a los estudiantes del décimo año del colegio municipal 5 de noviembre del cantón Salitre- provincia del Guayas en el año 2104.*

- **MOYA G., (2009),** Tema tesis: *Estudio para la creación de un centro de capacitación especializada e integral para empresarios de la microempresa en el distrito Metropolitano de Quito.*

- **ABELLO M. FANDIÑO L., (2008),** Tema de tesis: *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana.*

- **FORMICHELLA M.** *El concepto de Emprendimiento y su relación con la Educación, el empleo y el desarrollo.*

- **GONZÁLEZ F., (2011)** *en referencia James W. (1910). Tesis : El Pragmatismo, consecuente, verdad, experiencia y relativismo.*

- **DEL RÍO Y MANZANO (2012).** *Guía de Financiación para Emprendedores.* Dyquison S.L.

- **PAREDES D., (2010).** En referencia a *JOHN DEWEY Tema de Tesis: John Dewey y la educación democrática: una aproximación a su propuesta de formación de maestros*. (pág. 13).

- **ANTÓN M. (2010).** Revista científica *RESLA* 23 (2010), 9-*30 aportaciones de la teoría sociocultural al estudio de la adquisición del español como segunda lengua (Pág. 10)*.

- **VALENZUELA C:(2012*).*** *Jean Piaget Tema de Tesis: Concepto Piagetano de Identidad en el proceso de Psicoterapia Constructivista Evolutiva en Niños. (pág. 15).*

- **UNESCO (*2009).*** *Torres del Castillo, (2009). VI CONFITEA (pág. 2).*

- ***LIBERTADOR (2009).*** *Guía metodológica para Anteproyecto de Investigación.*

- **AGUIRRE R. (2009).** Las bases invisibles del bienestar social

- **HERNÁNDEZ et al, (2010).** *Metodología de investigación. (pág. 312)*

- **MOSQUERA L. (2013*).*** *Actividades para jugar con las Matemáticas (2012). Quito. Editorial Grama.*

- **ALEMANY L., ÁLVAREZ C., PLANELLAS M., URBANO D. (2011).** *Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora FPdGi. Fundación príncipe de Girona. ESADE Entrepreneurship Institute. Barcelona*.

- **BRIAN T., (2014).** *Psicología de Ventas. Editorial Grupo Nelson Inc*.

- **GARCIA E., (2015).** *Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa. S.A. Ediciones Paraninfo.*

- **DRINFIELD M., RUBIINSTEIN M., (2012).** *"Análisis de la situación actual de los emprendedores participantes del programa Comprende entre los años 2007 y 2010*" –Trabajo monográfico para obtener el título de Licenciado en Administración –Contador, UDELA.

- **ARMSTRONG K., (2012).** *Principios del Marketing* Traductor Yago Moreno López (12ª edición) Madrid: Pearson Pretince Hall.

- **KOTLER P., (2010).** *Introducción al Marketing.* Traducida María Teresa Pintado Blanco. Pearson Educación.

- **KOTLER P., Trías de Bes, Fernando. (2011).** *Innovar para ganar*. Barcelona: Empresa Activa.

- **PROGRAMA EMPRECREA. (2009).** *Apoyo a jóvenes emprendedores en situación de desventaja* 1ª. Edición Junio 2009.

- **ROCKEFELLER D., (2012).** *Gestión efectiva de emprendimientos sociales*. Editorial Planeta.

- **TORREN J., (2012).** *Emprendimiento innovadora y microempresas en red.* Editorial UOC.

- **VV.AA., (2012).** *Comercialización de Productos y Servicios en Pequeños Negocios o Microempresas.* Valbuena (Adams).

- **PÁGINAS ELECTRÓNICAS**:

- http://www.gerencie.com/emprendimiento.html,
- http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html,
- www.emprendedores.org.ec,
- www.revistalideres-ec/emprendedores.
- http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/marketing/100.HTM.
- http://www.marketeando.com/2009/04/origen-del-termino-y-concepto-del_6994.html,
- http://www.marketing-xxi.com/tecnicas-de-venta-100.htm,
- http://vivenciasecuador.blogspot.com/2012/03/el-micro-financiamiento-en-ecuador.html

ANEXOS

Anexo 1.

Carta de la tesis aprobada por la Universidad.

UG Universidad de Guayaquil

Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación

Mercadotecnia Publicidad

UG-FFLCE-MYP-OB- 856
Guayaquil, 8 de diciembre del 2014

Sr.
Lcdo. César Sacintuña
Rector del Colegio Fiscal ALFREDO BAQUERIZO MORENO
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Saludos cordiales, conocedores de su espíritu de colaboración, mediante la presente solicitamos se sirva permitir que las egresadas **CORTEZ CELY OLGA MERCEDES C.I. 091699156-5, Y CHIRIBOGA ANGULO DIANA ASUNCIÓN C.I. 091647368-9** realicen el PROYECTO EDUCATIVO en su unidad educativa, previo a la obtención del título de Licenciado(a) en Ciencias de la Educación, especialización Mercadotecnia y Publicidad.

TEMA: Influencia de oportunidades en el emprendimiento microempresarial.

PROPUESTA: Diseñar talleres de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microempresariales.

La información requerida (reseña histórica, aplicación de encuestas, 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,

Ing. Ind. Olga Marisol Bravo Santos.
SUBDIRECTORA

"Caminemos juntos a la excelencia"

Cdla. Universitaria, Av. Kennedy s/n y Av. Delta - www.filosofia.edu.ec

Anexo 2.

Carta del proyecto autorizado por el colegio.

Guayaquil, 10 de diciembre del 2014

Colegio Fiscal Técnico Nocturno "DR. ALFREDO BAQUERIZO M." RECTORADO Guayaquil

Señora Ing. Com.
Olga Bravo Santos Msc
SUBDIRECTORA FACULTAD DE FILOSOFIA
LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Acuso recibo de su comunicación UG-FFLCE-MyP-OB-856, mediante el cual solicito permitir ejecutar el Proyecto Educativo de las estudiantes ***CORTEZ CELY OLGA MERCEDES*** *con* ***C.I.0916991565*** *y* ***CHIRIBOGA ANGULO DIANA ASUNCION*** *con C.I.* ***0916473689****, egresadas de la especialización* ***MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD*** *con el tema INFLUENCIA DE OPORTUNIDADES en el emprendimiento micro empresarial, dirigido a los estudiantes del tercero de bachillerato de esta institución.*

Por lo antes indicado, este rectorado les concede el permiso correspondiente.

Agradeciendo por la atención a la presente.

Atentamente,

Colegio Fiscal Técnico Nocturno "DR. ALFREDO BAQUERIZO M." RECTORADO Guayaquil

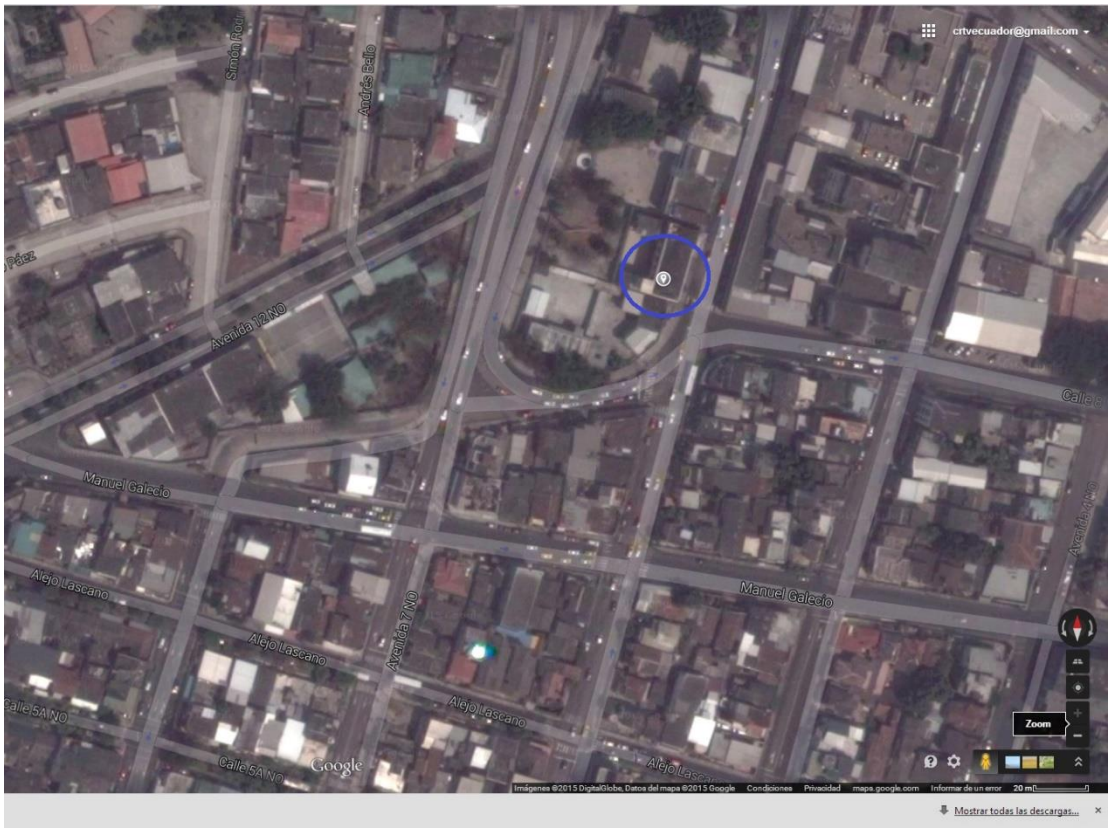
Ing. César Sasintuña S.
RECTOR

Anexo 3.

Colegio donde fue realizado el Proyecto.

Anexo 4.

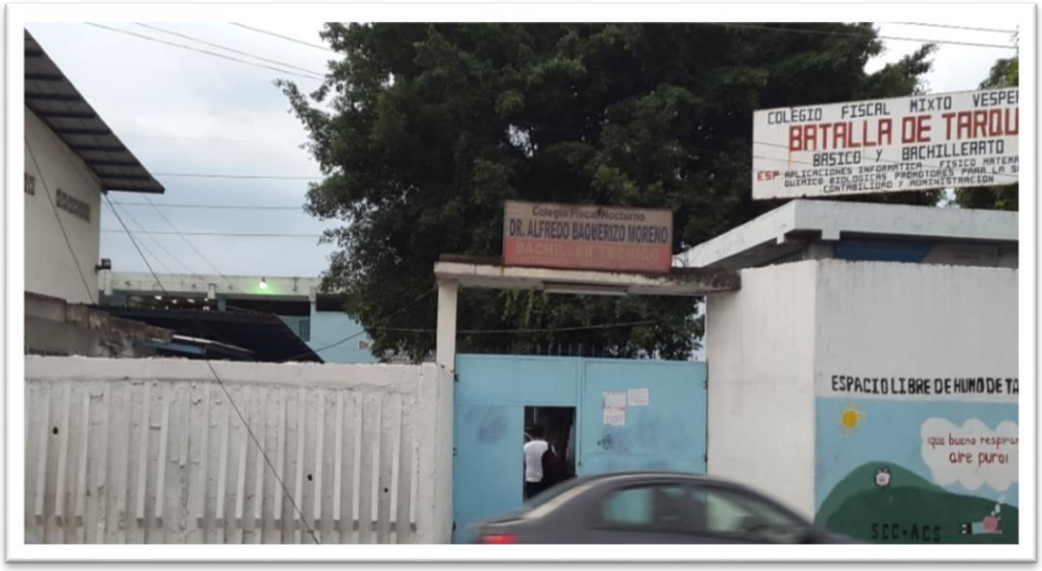
Foto satelital.



Fuente: Google maps.

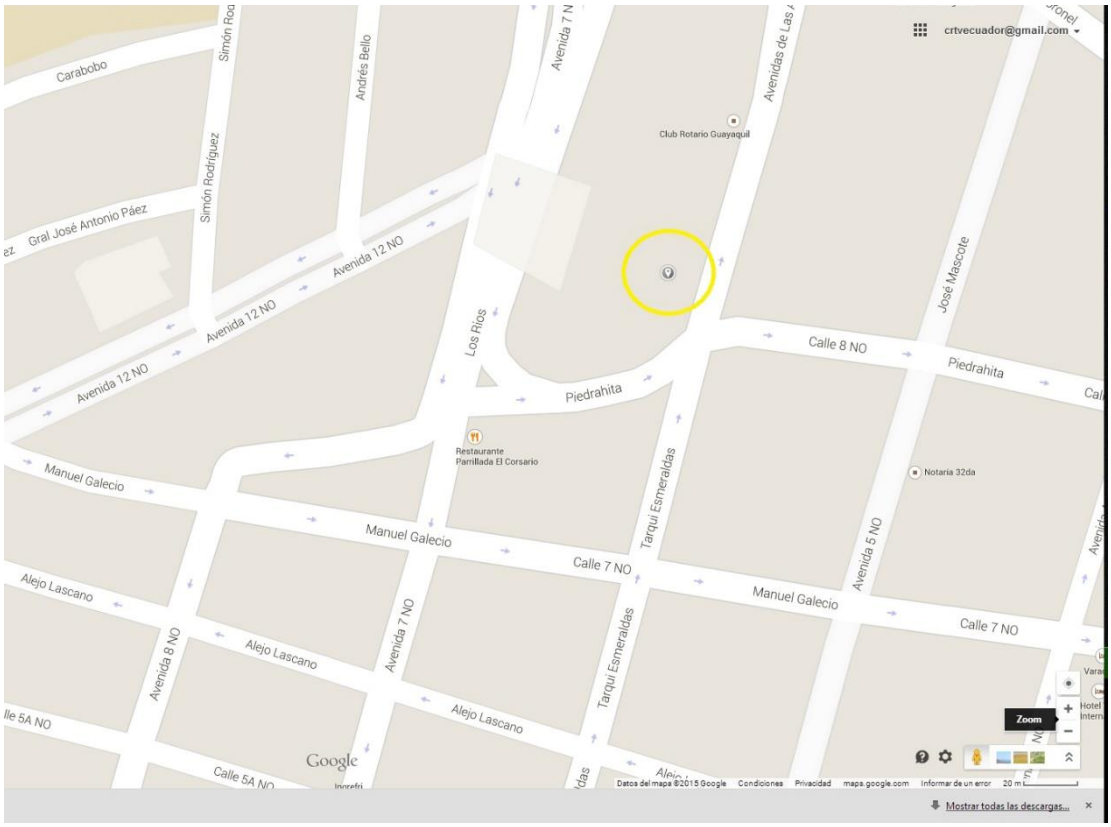
Anexo 5.

Foto de la fachada Principal.



Anexo 6.

Ubicación Sectorial y Física.



Anexo 7.

Cronograma de actividades de la propuesta 2014 – 2015.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA PROPUESTA 2014-2015													
		Diciembre				Enero				Febrero			
No	Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Investigación de temas para exponer en los talleres.												
2	Clasificación de los talleres.												
3	Creación de módulos para los talleres.												
4	Diseño paso a paso cada taller.												
5	Corrección de los talleres.												
6	Impresión de los talleres.												
7	Presentación de los talleres.												

Anexo 8.

Presupuesto de la propuesta.

PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA

Recursos Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Servicio de Internet			
Resmas de hojas	1	5,00	5,00
Impresiones varias: encuestas, borrador proyecto, otros.	120	0,05	6,00
CD	5	1,00	5,00
Anillados y encuadernado	5	18,00	90,00
	SUMAN		**$ 106,00**

Anexo 9.

Modelo de la Encuesta.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

EPECIALIZACIÓN: MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DEL DÉCIMO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO NOCTURNO "DR. ALFREDO BAQUERIZO MORENO".

Valoración: 1 = Muy de acuerdo; 2 = De acuerdo; 3 = Poco de acuerdo; 4 = Nada de acuerdo.

Nº	PREGUNTAS	OPCIONES			
		1	2	3	4
1	¿Considera Ud. que los docentes en clases puede fortalecer el espíritu emprendedor en los estudiantes?				
2	¿Cree usted que la institución actualmente los está preparando para ser emprendedores?				
3	¿Considera que iniciar un nuevo negocio es una de las alternativas al terminar su carrera?				
4	¿Considera importante al finalizar sus estudio realizar un emprendimiento microempresarial en la carrera que usted se especializo?				
5	¿Considera importante en la institución fomentar ambientes de conocimientos que permiten el inicio de emprendimientos para los estudiantes?				
6	¿Considera importante el emprendimiento micro empresarial para bajar el desempleo en el país?				
7	¿Cree usted que el emprendimiento microempresarial proporciona ingresos económicos al país?				
8	¿Cree usted valioso conocer estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microempresariales?				

Anexo 10.

Foto revisión de material con el rector del colegio.

Anexo 11.

Fotos de la encuesta.

Anexo 12.

Foto taller de prácticas técnicas del colegio

Anexo 13.

Talleres

Talleres de:

Estrategias de Marketing para "EMPRENDEDORES" Microempresariales

Por: Diana Chiriboga
Mercedes Cortez

1

INDICE:

Objetivo del taller 3

Desarrollo del taller 9

Taller # 1 10

Taller # 2 20

Taller # 3 25

Taller # 4 29

Taller # 5 35

Taller # 6 41

Taller # 7 47

Taller # 8 50

OBJETIVO DEL TALLER:

3

1) Adquirir conceptos y herramientas que les permita crear y gestionar su propia "Microempresa", de manera EFICAZ y EFICIENTE.

2) Tener más y mejores elementos para la toma de decisiones.

4

3) Logren tener la CAPACIDAD de pensar "estratégicamente".

4) Aprender a gestionar OBJETIVOS.

5

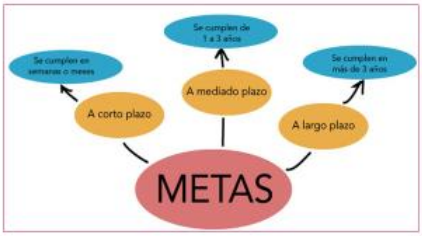
5) Aprender a usar herramientas de PLANIFICACIÓN.

6) Saber INTERPRETAR la información del entorno empresarial

6

7) Incorporen la CAPACIDAD de "Emprender".

8) Planificar sus METAS a corto, mediano y largo plazo.



7

9) Identificar OPORTUNIDADES.

10) Desarrollar HABILIDADES.

8

DESARROLLO DE LOS TALLERES:

9

TALLER N° 1

INTRODUCCIÓN EN EL CONOCIMIENTO MICRO EMPRESARIAL

10

CONTENIDO:

1. **EL EMPRENDEDOR:**

- Características básicas del comportamiento de emprendedor.
- La actitud del emprendedor.
- Cualidades que debe desarrollar un emprendedor.
- Pasos a seguir para emprender.

11

2. LA MICROEMPRESA:

- Explicar detalladamente el concepto de empresa
- Como se debe administrar una empresa
- Funciones básicas de la empresa
- Etapa de Producción
- El mercadeo y Comercialización: que es mercadeo y las formas de comercialización
- Las Finanzas: Inicio a la contabilidad
- Concepto de modelo de negocio
- Análisis general del sector micro empresarial
- Diagnóstico primario de la viabilidad del negocio propuesto
- Puesta en marcha del negocio
- Análisis de Riesgos

12

1) EL EMPRENDEDOR

- **Características y cualidades básicas del comportamiento del emprendedor .**

13

- **La actitud del emprendedor**

Toma nota de las 17 principales, éstas definirán la forma en la que reaccionarás frente a las circunstancias que te rodean:

1. El riesgo
2. La iniciativa
3. Ser progresista
4. La actualización permanente
5. La decisión
6. La tenacidad
7. El entusiasmo
8. La creatividad
9. La recuperación frente al fracaso
10. Ser positivo
11. **El dinamismo**
12. Autoconfianza
13. La inconformidad
14. La perseverancia
15. La flexibilidad
16. La independencia
17. Ser propositivo

¡Atrévete y salta!

14

- **Pasos a seguir para emprender:**

15

2) MICROEMPRESA

- **¿Qué es una microempresa?**

Una **microempresa** es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

16

- **¿Cómo se debe administrar una micro empresa?**

Es importante resaltar el hecho de que dentro del sector de la micro empresa nos encontramos con lo que se da en llamar micro emprendimiento que no es más que la puesta en marcha de un negocio de aquella tipología donde el propio emprendedor es el dueño y administrador del mismo y en el que, además de haber llevado a cabo una baja inversión, no tiene empleados. El propietario e incluso sus familiares son los que ponen en pie y desarrollan aquella empresa.

17

- **Concepto de modelo del negocio.**

La micro empresa puede enmarcarse dentro de las **pequeñas y medianas empresas (pymes)**. Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).

Más allá de que la característica principal de las micro empresas es su tamaño acotado, este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico.

18

- **Ventajas de una micro empresa?**

A la hora de poder determinar las principales ventajas que tiene una micro empresa, sin duda alguna, habría que resaltar su flexibilidad, y es que esta no solo permite que no cuente con una estructura rígida que impida el acometer decisiones y acciones rápidamente sino también que se adapte perfectamente al mercado y a las tendencias del mismo.

Esto ocurre ya que la microempresa puede ser una **salida laboral** para un desempleado o un ama de casa. La elaboración de artesanías, la gastronomía a pequeña escala y la consultoría profesional son algunos de los campos más usuales en el desarrollo de micro empresas. Con el tiempo, una micro empresa exitosa puede convertirse en una pyme de mayor envergadura.

19

TALLER N° 2

CONOCIMIENTOS OPERATIVOS BÁSICOS QUE DEBE TENER UN MICROEMPRESARIO

20

CONTENIDO:

1) **DESARROLLO OPERATIVO, PROCESOS DE PRODUCCIÓN, LOGÍSTICA Y CALIDAD.**

- Instalaciones: ubicación, tamaño y servicios.
- Producción: insumos, materiales, equipos, personal.
- Plan de producción: equipo de trabajo, tecnología, capacidad, control de calidad.
- Equipamiento del negocio.
- Paso a paso para el control de inventario.
- Manejo y Revisión de Stock.
- Logística y distribución.
- Proveedores y distribuidores.
- Eficiencia, calidad y como lograr la mejora continua.
- Normas, leyes y reglamentos de seguridad industrial y salud según el negocio.
- Procesos y procedimientos.

21

1. DESARROLLO OPERATIVO, PROCESOS DE PRODUCCIÓN, LOGÍSTICA Y CALIDAD

CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA.

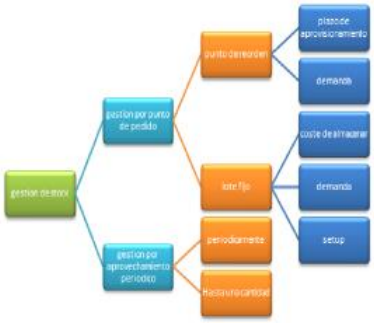
- Instalaciones: ubicación, tamaño, servicios equipamiento.
- Producción: insumos, materiales, equipos, personal.
- Plan de producción: equipo de trabajo, tecnología, capacidad, control de calidad.

22

- Equipamiento del Negocio.
- Pasos a paso para el control de inventario.
- Manejo y revisión de stock.
- Logística y Distribución.

23

- Logística y distribución.
- Proveedores y distribuidores.
- Eficiencia, calidad y como lograr la mejora continua.
- Normas, leyes y reglamentos de seguridad industrial y salud según el negocio.
- Procesos y procedimientos.



24

TALLER N° 3

ASPECTOS LEGALES Y FINANCIEROS BÁSICOS QUE DEBE CONOCER EL MICROEMPRESARIO

25

CONTENIDO:

1) ASPECTOS LEGALES

- Tipos de empresas
- Trámites necesarios para la formalización del negocio
- Inscripciones y permisos ante organismos del Estado
- Obligaciones laborales, civiles, tributarias.

2) ASPECTOS FINANCIEROS: REGISTROS, COSTOS, INGRESOS

- Contabilidad y Registros financieros básicos
- Conceptos de finanzas
- Programación financiera: Costos

26

ASPECTOS LEGALES, FINANCIEROS Y PLANIFICACIÓN.

LEGALES:

- Tipos de empresas.
- Trámites necesarios para la formalización del negocio.
- Inscripciones y permisos ante organismos del Estado.
- Obligaciones laborales, civiles, tributarias.

27

FINANCIEROS:

- **Contabilidad y Registros financieros básicos.**
- **Conceptos de finanzas.**
- **Programación financiera: Costos.**

28

TALLER N° 4

LA IMPORTANCIA DE SABER PLANIFICAR CON HERRAMIENTAS ESTRATEGICAS

29

CONTENIDO:

1) LA PLANIFICACIÓN

- Planificación.
- Metas a largo y a corto plazo. Importancia.
- La planificación: pasos y componentes de la planificación.
- Trabajo en estimaciones financieras.

2) PLAN DE NEGOCIOS Y MODELO DE NEGOCIO

Plan de negocios.

Para qué sirve un plan de negocios.

Descripción general de la estructura de un plan de negocios.

Preguntas que debe responder un plan de negocios.

Desarrollo del concepto de modelo de negocio.

Armado del plan de negocios.

30

PLANIFICACIÓN:

- **Pasos y componentes de la Planificación.**
- **Metas a corto, mediano y largo plazo.**
- **Estimaciones financieras.**

31

MODELO DE NEGOCIO

PLAN DE NEGOCIO:

32

Para qué sirve un plan de negocios.

El plan de negocios reúne en un documento toda la información necesaria para evaluar el proyecto y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la micro empresa.

¿Para qué sirve un Plan de Negocios?

- Define en forma precisa y objetiva la factibilidad del negocio.
- Identifica todos los pasos, procesos y costos en que se incurrirá al iniciar un negocio.
- Tener menor probabilidades de fracaso.

33

Descripción general de la estructura de un plan de negocios.

Un plan de negocios exitoso maneja correctamente las exigencias de contenido y forma

34

TALLER N° 5

INTRODUCCIÓN AL MARKETING

35

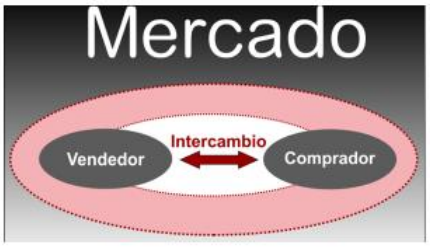
CONTENIDO:

1) MERCADO
- Concepto de mercado.
- Tipos de mercados.
- Análisis competitivo.
- Definición del mercado objetivo.

2) INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- Pilares de la investigación de mercados.
- Tipos de investigaciones.
- Aspectos metodológicos: universo, muestra, público objetivo.
- Temas de investigación.
- La encuesta: etapas. Elementos para su formulación: cuestionario, relevamiento, procesamiento y análisis.

36

MERCADO:



INVESTIGACION DE MERCADO:

37

TIPOS DE MERCADO:

38

INVETSIGACIÓN DE MERCADO:

TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- **Según la técnica de recogida de la información:**
  - Encuestas *Ad hoc*, ómnibus y paneles.
  - Observación.
  - Experimentación.
  - Entrevistas en profundidad.
  - Técnicas de grupo.
  - Técnicas proyectivas.

- **Según la función que cumplen:**
  - Estudios descriptivos.
  - Estudios exploratorios.
  - Estudios explicativos (causales).
  - Estudios predictivos.
  - Estudios de control.

39

Encuestas

Para el marketing, una encuesta se puede definir como
'una detallada inspección o investigación que incluye una recopilación de una muestra de datos u opiniones que se consideran representativas de un conjunto.'

40

TALLER N° 6

INSTRODUCCIÓN AL MARKETIING SEGUNDA PARTE

41

CONTENIDO:

1) COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

- Marketing:
- ¿Qué es el marketing?
- Ambiente de Marketing.
- Conceptos clave: segmentación y posicionamiento.
- Las cuatro variables del marketing (4P): el marketing mix.
- Plan de Marketing

42

2) VENTAS.

- Qué debe conocer el vendedor: producto, cliente, técnicas de venta.
- Actitud profesional en la venta: saber escuchar, saber preguntar y saber obtener información. Identificar las necesidades del cliente.
- Técnicas de venta: presentación de los beneficios del producto; cierre de ventas; manejo de objeciones.

3) ATENCIÓN AL CLIENTE.

- Principales conceptos.
- Principios para la atención al cliente.
- Manejo de reclamaciones y quejas.

43

COMERCIALIZACION Y MARKETING:

44

VENTAS:

45

ATENCION AL CLIENTE:

46

TALLER N° 7

HERRAMIENTAS DEL MARKETING

47

CONTENIDO:

1) LAS TICS AL SERVICIO DE LA EMPRESA

- Incorporación de las Tics en los procesos productivos.
- Contribución de las Tics en la micro empresa.
- El sitio web como herramienta de comunicación y venta.
- Beneficios de las Tics.

48

LAS TIC AL SERVICIO DE LA MICRO EMPRESA.

En cuanto a las comunicaciones y los negocios las TICs han revolucionado con: las videoconferencias, el E-commerce, los teléfonos celulares con las diferentes características modernas que nos brindan (sms, televisión, GPS), etc.

Refiriéndonos estrictamente al campo laboral y tomando en cuenta la posibilidad de aplicar el teletrabajo (como una ocupación extra) creo que las personas pueden desenvolverse en: cursos de capacitación virtual, encuestas pagadas online, diseño gráfico, traducciones, tele marketing, etc.

49

TALLER N° 8

OBJETIVOS DEL MARKETING

50

CONTENIDO:

1) NEGOCIACIÓN

- Negociaciones familiares y comerciales. Principios y técnicas.
- Simulación de negociaciones.

2) LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO

- Los grupos y equipos de trabajo. Comportamiento.
- Metas comunes.
- Roles.
- Comunicación.
- Diálogo y discusión.
- Pensamiento colectivo y producción colectiva.
- La toma de decisiones en grupo y su relación con las actitudes y comportamientos individuales.

51

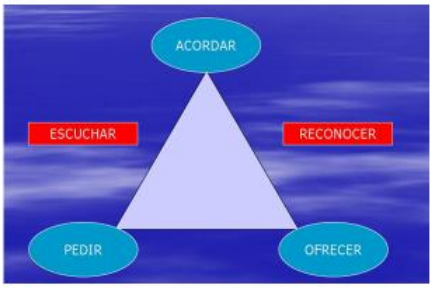
CONTENIDO:

3) ESTRATEGIAS

Evolución de las ideas estratégicas
Diagnóstico estratégico.
Análisis FODA.
Ciclo de vida.
Matrices.
Estrategia competitiva.
Administración estratégica.
Motivación para el Cambio y la innovación.
Dimensión personal del proceso estratégico.
Barreras.
Resistencia: Fuentes y tipos, Síntomas.
Manejo de la resistencia.
Elaboración de modelos y escenarios.
Formulación Estratégica.

52

NEGOCIACIÓN.



53

LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO

54

ESTRATEGIAS

- Marketing Mix
- Producto
- Distribución
- Fuerza de Ventas
- Precios
- Comunicación

55

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO: ANÁLISIS FODA

56

MOTIVACIÓN PARA EL CAMBIO.

57

Anexo 14.

Fotos con la consultora.

Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALIZACIÓN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
Consultorías Académicas de Proyectos Educativos
Control de asistencia de los egresados
Por sesión de trabajo

Nombre del consultor académico: MSc. María Elena Maridueña Tufiño

Título del proyecto: Influencia de oportunidades en el emprendimiento microempresarial.

Título de la propuesta: Diseñar talleres de estrategias de marketing para desarrollar las habilidades microempresarial.

Nombres del egresado: Olga Mercedes Cortes Celi

No de cedula: 09916991565

Celular: 0995305579

e-mail: mercedescortes33@yahoo.com

Nombre de egresado: Diana Asunción Chiriboga Angulo

No de cedula: 0916473689

Celular: 0999666986

e-mail: dchiriboga@crtv.com.ec

Primera consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
17/01/2015	16h00	Planificar el trabajo a realizar	
	17h00		

Segunda consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
24/01/2015	16h00	Desarrollo del capítulo 1	
	17h00		

Tercera consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
31/01/2015	16h00	Desarrollo del capítulo 2.	
	17h00		

Cuarta consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
07/02/2015	16h00	Corrección de la encuesta.	
	17h00		

Quinta consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
21/02/2015	16h00	Corrección de la terminación capítulo 2.	
	17h00		

Sexta consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
28/02/2015	16h00	Corregir el capítulo 3 y finalizar, realizar preguntas de encuesta.	
	17h00		

Séptima consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
14/03/2015	16h00	Finalizar capítulo 3.	
	17h00		

Octava consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
21/03/2015	16h00	Desarrollo del capítulo 4.	
	17h00		

Novena consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
28/03/2015	16h00	Finalizar proyecto y borradores impresos.	
	17h00		

Décima consultoría Académica

FECHA	HORA	TEMA	FIRMA
11/04/2015	16h00	Revisión y conclusión del proyecto.	
	17h00		

María Elena Maridueña T.

Consultora
MSc. María Elena Maridueña Tufiño

Anexo 16.

Escaneo certificados vinculación con la sociedad.

UG Universidad de Guayaquil

Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación

CERTIFICACIÒN

LA DIRECCIÒN DEL ÀREA DE VINCULACIÒN.

La suscrita Directora CERTIFICA: QUE: La Señorita, **DIANA ASUNCIÒN CHIRIBOGA ANGULO, realizó y aprobó el Proyecto de Vinculación con la Sociedad en el periodo lectivo 2012 – 2013, en la Especialización Marketing y Diseño Publicitario, Modalidad Semipresencial.**- Así consta en los archivos del sistema que se encuentra en secretaría a mi cargo, a los que me remito en caso necesario.- Guayaquil, Octubre 31 del 2013.-.-

MSc. Leonor Reyes Gallo
DIRECTORA DE PRÀCTICA DOCENTE

Elaborado por:	Tlga. Lupita Franco Sánchez
Revisado y aprobado:	MSc. Leonor Reyes Gallo

DECANATO DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN.- Vista la solicitud presentada se le acepta el trámite.- Hecho devuélvase al peticionario.-Guayaquil, 10 de diciembre de 2013.

CERTIFICACIÓN

SECRETARIA DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.- El infrascrito Secretario de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, CERTIFICA QUE: La Srta. **CHIRIBOGA ANGULO DIANA ASUNCIÓN**, carrera **MARKETING Y DISEÑO PUBLICITARIO EN IMÁGENES Y VIDEO**, Semipresencial Centro de Estudios **GUAYAQUIL** aprobó las Prácticas Docentes, realizadas en el Colegio Fiscal "Aguirre Abad", supervisor MSc. Manuel Bonifaz en el Periodo Lectivo 2010-2011.

Así consta en los respectivos archivos de esta Secretaría a mi cargo a los que me remito en caso necesario.- Guayaquil, 10 de diciembre de 2013.

AB. SEBASTIÁN CADENA ALVARADO
SECRETARIO

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO: TEMA: INFLUENCIA DE OPORTUNIDADES EN EL EMPRENDIMIENTO MICROEMPRESARIAL. PROPUESTA: DISEÑAR TALLERES DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA DESARROLLAR LAS HABILIDADES MICROEMPRESARIALES.	
AUTORAS: Diana Asunción Chiriboga Angulo Olga Mercedes Cortez Cely	TUTORA: Msc. Maria Elena Maridueña Tufiño
	REVISORES:
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
CARRERA: Mercadotecnia y Publicidad	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	No. DE PÁGS: 180
TÍTULO OBTENIDO: Licenciado en Ciencias de la Educación, Mención Mercadotecnia y Publicidad	
ÁREAS TEMÁTICAS: Mercadotecnia y Educación	
PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Marketing y Talleres.	

RESUMEN:
Este presente proyecto es de suma importancia pues aborda los temas relacionados para desarrollar destrezas, capacidades, habilidades y estrategias de marketing para lograr como objetivo que los bachilleres aprendan las herramientas que les permita iniciar emprendimientos micro empresariales cuando culminen sus estudios de carreras técnicas. Frente a esta situación se diseñan los talleres de estrategias de marketing para los estudiantes del décimo año de bachillerato del colegio fiscal técnico nocturno “Doctor Alfredo Baquerizo Moreno” de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil. En el Marco Teórico se analiza los antecedentes, fundamentación teórica del emprendimiento, definición e importancia del emprendimiento micro empresarial, el marketing y la elaboración talleres de estrategias de marketing con las herramientas necesarias para dar a conocer las nuevas

propuesta de negocios de emprendimiento acorde al mercado actual; en lo referente a la fundamentación psicológica se sustenta en lo preceptuado por J Piaget que indica, cuando el sujeto aprende lo hace modificando activamente sus esquemas, a través de las experiencias, o bien transfiriendo los ya existentes a situaciones nuevas, en la fundamentación sociológica, está sustentada en los preceptos de Vigotsky que en su teoría sociocultural nos enseña que el ser humano aprende al observar y participar con otros individuos. La fundamentación legal se sustenta la constitución en los art 26, 27, 28, 29 y 37. La LOEI y su reglamento. En la propuesta se realizará el diseño de talleres de estrategias de marketing para desarrollar habilidades microempresariales

El RESUMEN (ABSTRACT)

This project is extremely important as it deals with issues related to developing skills, abilities, skills and marketing strategies to achieve the objective that the graduates learn the tools that allow them to start micro business ventures when complete their studies in technical careers. Faced with this situation workshops marketing strategies for sophomores fiscal year baccalaureate technical Night "Doctor Alfredo Baquerizo Moreno" school in the parish Tarqui city Guayaquil are designed. Theoretical Framework In the background, theoretical foundation of entrepreneurship, definition and importance of entrepreneurship micro business, marketing and processing workshops marketing strategies necessary to introduce new entrepreneurial business proposal according to market analyzes tools Current; regarding the psychological foundation is based on the precepts by J Piaget indicating when the subject learns he does actively modifying their schemes through experiences or transferring existing to new situations, in sociological foundation, is supported by the precepts of Vygotsky in its sociocultural theory teaches us that human beings learn to observe and participate with other individuals. The legal basis the constitution is based on the art 26, 27, 28, 29 and 37. The LOEI and its regulations. The proposed design marketing strategies workshops will be held to develop microenterprise skills.

No. DE REGISTRO (en base de datos):	No. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI [x]	☐ NO
CONTACTO CON AUTORAS:	Teléfono:	E-mail:
Diana Asunción Chiriboga Angulo	042240292- 0999666986	dchiriboga@crtv.com.ec
Olga Mercedes Cortez Cely	042375540	mercedescortez33@yahoo.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Universidad de Guayaquil/Facultad de Filosofía/Mercadotecnia y Publicidad	
	Teléfono: 2692387	
	E-mail: mercadotecnia94@gmail.com	