



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil
Maestría en Diseño y Evaluación de Modelos
Educativos

TEMA :

Diseño de una Guía Didáctica, y Desarrollo Conceptual del Módulo
de Administración, Gestión y Comercialización de la Pequeña
Empresa, para Tercero de Bachillerato del Colegio Fiscal Técnico
Industrial Febres Cordero

Tesis para Optar el Grado de Magister en
Diseño y Evaluación de Modelos Educativos

AUTORES :

Lcdo. Avel Alfredo Briones Jiménez
Prof. Xavier Arturo Yagual Chamorro

Tutor. MSc. Manuel Molina

Guayaquil - Ecuador

Septiembre - 2012



REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL

**MAESTRÍA EN DISEÑO Y EVALUACIÓN DE
MODELOS EDUCATIVOS**

Título:

Diseño de una Guía Didáctica, y Desarrollo Conceptual del Módulo de Administración, Gestión y Comercialización de la Pequeña Empresa, para Tercero de Bachillerato del Colegio Fiscal Técnico Industrial Febres Cordero

**Tesis para Optar el grado de Magíster en
Diseño y Evaluación de Modelos Educativos**

Autores:

**Lcdo. Avel Alfredo Briones Jiménez
Prof. Xavier Arturo Yagual Chamorro**

Tutor: MSc. Manuel Molina

Septiembre

2012

DECLARACION EXPRESA

La responsabilidad del contenido de esta tesis de grado, corresponde exclusivamente a los autores, y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Tecnológica Empresarial De Guayaquil (UTEG)

Lcdo. Avel Briones Jiménez

Prof. Xavier Yagual Chamorro

DEDICATORIA

✠ A Nuestro Señor, Jesús, quien me dio la fe, la fortaleza, la salud y la esperanza para terminar este trabajo.

✠ A nuestros padres, quienes nos enseñaron desde pequeño a luchar para alcanzar metas. Nuestros triunfos es el de ustedes,

AGRADECIMIENTO

- A Dios creador del universo y dueño de nuestras vidas que nos permite construir otros mundos mentales posibles.
- A todas las directivas de la Universidad, por su apoyo y colaboración para la realización de esta investigación.
- A nuestros amigos, que por medio de las discusiones y preguntas, me hacen crecer en conocimiento.
- Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o Participaron en la realización de esta investigación, hacemos extensivo nuestro más sincero agradecimiento.

ÍNDICE DE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1	4
1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.1. Antecedentes de la investigación	4
1.2. Problema de investigación	6
1.2.1. Planteamiento del problema.....	6
1.2.2. Formulación del problema de investigación	8
1.2.3. Sistematización del problema de investigación	10
1.3. Objetivos de la investigación	10
1.3.1. Objetivo general:.....	10
1.3.2. Objetivos específicos	11
1.4. Justificación de la investigación.....	11
1.5. Marco referencial de la investigación	13
1.5.1. Marco teórico.....	13
1.5.1.1. Fundamentación Teórica.....	13
1.5.1.2. Fundamentación sociológica	19
1.5.1.3. Fundamentación sicopedagógica.....	22
1.5.2. Marco conceptual (glosario de términos).....	33
1.6. Formulación de la Hipótesis y variables	36
1.6.1. Hipótesis general	36
1.6.2. Hipótesis particulares.....	36
1.6.3. Variables (Independiente y Dependiente).....	37
1.7. Aspecto Metodológico de la investigación	38
1.7.1. Tipo de estudio.....	38
1.7.2. Método de investigación.....	38
1.7.3. Fuentes y técnicas para la recolección de información	41
1.7.4. Tratamiento de la información	42
1.8. Resultados e impactos esperados.....	42
CAPÍTULO 2	44
2. ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO.....	44
2.1. Análisis de la situación actual.....	44
2.1.1.2. Misión	44
2.1.1.3. Visión.....	44
2.1.1.4. Análisis F.O.D.A	45

2.2. Análisis comparativo, evolución y tendencias y perspectivas.....	46
2.3. Presentación de resultados y diagnóstico.....	47
2.4. Presentación de resultados y diagnóstico.....	48
2.4.1. Entrevistas aplicadas a las autoridades.....	48
2.4.2. Encuesta aplicada a los estudiantes.....	52
2.4.3. Encuesta aplicada a los padres de familia.....	61
2.4.4. Encuestas aplicadas a los Docentes.....	63
2.5. Conclusiones.....	67
2.5.1. Verificación de Hipótesis.....	67
2.5.2. Hipótesis general.....	67
2.5.3. Hipótesis particulares.....	68
CAPÍTULO 3.....	70
3. PROPUESTA.....	70
3.1. Presentación.....	70
3.2. Justificación de la propuesta.....	71
3.3. Objetivos generales.....	73
3.3.1. Objetivos específicos.....	73
3.4. Factibilidad.....	73
3.5. Descripción de la propuesta.....	74
3.6. Desarrollo de contenidos del módulo administración, gestión y comercialización de una pequeña empresa.....	79
3.7. Objetivo general de la guía módulo.....	81
3.7.1 Duración.....	81
3.7.2 Desarrollo de talleres con los estudiantes orientado al emprendimiento y a la praxis.....	81
CONCLUSIONES.....	86
RECOMENDACIONES.....	88
Bibliografía.....	90
Bibliografía Virtuales.....	Erro! Indicador não definido.
ANEXOS.....	92
ANEXO 1.....	93
ANEXO 2.....	95
ANEXO 3.....	97
ANEXO 4.....	99
ANEXO 5.....	101

ANEXO 6	102
ANEXO 7	106
ANEXO 8	177
ANEXO 9	178

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

GRAFICO 1 VARIABLES (INDEPENDIENTE Y DEPENDIENTE).....	37
GRAFICO 2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	41
GRAFICO 3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	42
GRAFICO 4 ANÁLISIS F.O.D.A.....	45
GRAFICO 5 RESULTADO DE LA ENTREVISTA.....	50
GRAFICO 6 RESULTADO DE LA ENTREVISTA.....	50
GRAFICO 7 RESULTADO DE LA ENTREVISTA.....	51
GRAFICO 8 ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES.....	52
GRAFICO 9 ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES.....	53
GRAFICO 10 ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES.....	54
GRAFICO 11 ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES.....	55
GRAFICO 12 ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES.....	56
GRAFICO 13 ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES.....	57
GRAFICO 14 ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES.....	58
GRAFICO 15 ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES.....	59
GRAFICO 16 ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES.....	60
GRAFICO 17 ENCUESTAS APLICADAS A LOS PADRES DE FAMILIA.....	61
GRAFICO 18 ENCUESTAS APLICADAS A LOS PADRES DE FAMILIA.....	62
GRAFICO 19 ENCUESTAS APLICADAS A LOS DOCENTES.....	63
GRAFICO 20 ENCUESTAS APLICADAS A LOS DOCENTES.....	64
GRAFICO 21 ENCUESTAS APLICADAS A LOS DOCENTES.....	65
GRAFICO 22 ENCUESTAS APLICADAS A LOS DOCENTES.....	66
GRAFICO 23 PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES EN LA MICROEMPRESA.....	84
GRAFICO 24 MATRIZ DE INDICADORES DE LA MICROEMPRESA.....	86

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1.....	93
ANEXO 2.....	95
ANEXO 3.....	97
ANEXO 4.....	99
ANEXO 5.....	101
ANEXO 6.....	102
ANEXO 7.....	106
ANEXO 8.....	177
ANEXO 9.....	178

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador, la educación ha atravesado por una multiplicidad de cambios y reformas, que pretendiendo conducir por mejores espacios la preparación de los niños, jóvenes y adolescentes, deja mucho campo, aún por revisar, en virtud de lo conveniente y acertado de cada decisión emanada de los grupos responsables del destino de la cultura y de la sociedad. Pese a los cambios que el Ministerio de Educación quiere implementar en cuanto a la eliminación de las especializaciones en el bachillerato, lo que se debe mantener es plena seguridad de que la demanda de matrícula en las Instituciones que oferten el bachillerato técnico y técnico productivo (extendido) no disminuirá, lo cual obliga a mantener un trabajo constante para mejorar el desempeño de los docentes del área técnica, específicamente en la especializaciones Instalaciones, equipos, y máquinas eléctricas, electrónica de consumo mecánica automotriz mecánica industrial e industria de la confección hay que establecer que la LOEI (Ley Orgánica de Educación Intercultural) mantiene los lineamientos de la estructura RETEC, cuyo enfoque es el de desarrollo de competencias laborales

Razones por las cuales se deben diseñar y aplicar estrategias, técnicas para el aprendizaje activo e implementar documentos formales que sirvan de apoyo, para que los estudiantes de la especialización, en el desarrollo de las competencias laborales que el currículo exige, sin olvidar la carga de contenidos conceptuales y actitudinales para que sea un ser competente no solo para el trabajo sino también para la vida, en este documento se encontrará desde la motivación, los enfoques y fundamentos en que se sustenta el trabajo, las técnicas científicas de investigación aplicadas, los resultados. Y al final, la Guía para el módulo, con estrategias de aprendizaje para que sea de apoyo de los profesores y la Institución descritas anteriormente. De allí que, al mencionar a nivel de Bachillerato, esto es, la continuación de la educación básica de diez años, surge la interrogante "cuál es el camino apropiado a seguir", puesto que se abre una panorámica de especializaciones técnicas y de otros niveles que permite a los jóvenes estudiantes

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

desarrollar competencias, las cuales van a inspirar el desempeño de funciones propias de una empresa; este es un tema importante, como lo es, el diseño del contenido de Administración, Gestión y Comercialización de una pequeña empresa, se torna en una necesidad que se debe atender.

Con este trabajo de investigación se aspira a que el estudiante se prepare para el presente y futuro, que tenga la capacidad de crear su propio negocio, o desarrollar los ya existentes, en su paso por el proceso de preparación pedagógica, y así superar las dificultades que afronta en su vida propia y en la sociedad.

Es propicio para la investigación formativa, facilita la oferta de materia real, pertinente y estructuralmente didáctica, con el ánimo de promover el espíritu emprendedor, el trabajo en equipo, articular la normatividad sobre emprendimiento con el plan de estudios.

La formación por competencias, desde el colegio hasta la educación superior en la actividad empresarial y afines.

Es así como el contenido de administración de una pequeña empresa amerita su respectiva Empresa Experimental, que permita observar y examinar instrumentos y objetos de estudio adecuados al conocimiento empresarial dentro de un ambiente.

En una encuesta que se realizó en los colegios técnicos de la ciudad de Guayaquil, a los estudiantes del tercer año del bachillerato, ¿Qué entiende usted por administración?, por su forma de escuchar y la atención de la pregunta se llegó a conocer que es poco el conocimiento que tiene sobre este tema, que es muy importante en las áreas industriales.

Existen libros de administración, que no están adecuados para estudiantes de bachillerato técnico, se componen de tomos o colecciones para uso universitario,

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

por esa razón tenemos la necesidad de diseñar el contenido de administración en el colegio técnico industrial Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO 1

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes de la investigación

El proceso actual de la formación técnica a nivel de educación media en el Ecuador tiene un enfoque fundamentado en el desarrollo de competencias, orientando a los docentes, el currículo y la evaluación al cumplimiento de estándares de calidad que es una de las premisas del Ministerio de Educación, que los centros de bachillerato técnico impartan una educación de calidad, y al hablar de calidad no se debe olvidar la calidez como complemento, el desarrollo de competencias no sólo es una necesidad para la inserción laboral de las/los egresados, ser competentes en un sentido global de la palabra, es necesario para la vida misma.

Se debe considerar que la formación técnica para el desarrollo de competencias laborales tiene una base muy amplia de contenidos procedimentales, determinados como organizadores, pero a la vez sustentados en contenidos conceptuales y actitudinales como soporte.

El docente debe estructurar la planificación de las actividades de enseñanza, incluyendo el uso de las TICs creadas como apoyo para la Especialización; y además, aplicar una vasta gama de estrategias de aprendizaje activo, que procuren evidenciar la adquisición de competencias mediante ejecuciones y procedimientos prácticos, de esta manera los estudiantes construirán su aprendizaje, con razonamiento crítico, reflexivo, creativo y ético, lo cual es una exigencia del Ministerio de Educación.

En el Colegio Técnico Industrial Febres Córdero de la ciudad de Guayaquil, cuyo principal objetivo es la preparación de estudiantes en áreas técnicas, por ello, el aprendizaje se establece por especializaciones, las mismas que se encuentran

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MÓDULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

estructuradas por módulos específicos atendiendo a las características de, ejecución práctica de saberes, teoría y cálculo aplicable a la práctica, fundamentación legal y desarrollo en el campo empresarial.

Cada uno de los módulos y su caracterizaciones, posee propósito y contenido pertinente al enfoque del currículo técnico; en el caso del presente módulo a desarrollarse con la temática Módulo Administración, Gestión y Comercialización de una Pequeña Empresa, cuyos objetivos serían activar los elementos metodológicos necesarios en los diferentes escenarios y promover el desarrollo de habilidades para la investigación, la toma de decisiones y su aplicación sistemática.

El sistema educativo ecuatoriano ha tolerado muchos cambios en las últimas décadas, enfrentando a una Ley con innovadoras propuestas y expectativas a través de la Reforma a la Educación General Básica y al Bachillerato.

Los docentes técnicos a pesar de su escasa preparación profesional, están conscientes de los problemas que causan y afectan al proceso de enseñanza y aprendizaje en los estudiantes del colegio fiscal Febres Cordero, ante los cuales es menester desarrollar actividades metodológicas y didácticas para potenciar su desempeño y así mejorar el sistema educativo de la institución.

Al ser el colegio técnico industrial se debe recalcar que a la falta de desarrollo de habilidades y destrezas en los estudiantes es debido a un sistema retrógrado y muy tradicional, las autoridades sólo cumplen sus funciones de manera administrativa sin observar profundamente las necesidades del docente y estudiantes, para desarrollar destrezas y habilidades es necesario brindar recursos didácticos, tecnológicos e industriales, de esa manera se consolidarán el proceso educativo teórico y práctico formando competencias básicas saber ser, saber hacer y saber conocer.

1.2. Problema de investigación

1.2.1. Planteamiento del problema

La escasa proyección política surgida desde el marco gubernamental en apoyo de la educación técnica, en los últimos años, ha llegado a niveles críticos, por cuanto la propensión hacia la eliminación progresiva del Bachillerato Técnico, provocados por diferentes factores, entre ellos puede considerarse a lo elevado del presupuesto que requiere este sector de la formación de jóvenes, la incoherencia entre la puesta en práctica del conocimiento teórico, entre otros.

Se ha evidenciado el interés dirigido por entes ministeriales, de reducir el apoyo a la formación técnica en las instituciones educativas regidas por el estado, posiblemente, por el desconocimiento de la importancia y aporte que proporciona este tipo de formación, que contribuye a paliar la carencia de empleo, los altos niveles de pobreza como consecuencia del desempleo mediante la utilización estratégica del conocimiento y de la mano de obra tecnificada, sino que a la inversa se propende al establecimiento de un bachillerato unificado a nivel nacional, en el cual queda debilitado este proceso formativo en el bachillerato técnico.

De lo anteriormente expuesto se deviene como una marcada falencia en la formación de estudiantes de bachillerato técnico, que en relación a la administración, gestión y comercialización de la pequeña empresa, que es interés particular de directivos, docentes como de los estudiantes y sus padres, ofrece el Colegio Fiscal Técnico Industrial Febres Cordero, hasta este período de actividades en la que investiga este particular.

Por otra parte, se está incurriendo en el desaprovechamiento de las potencialidades que los estudiantes puedan poseer para el emprendimiento laboral, pese a que las autoridades institucionales muestren esfuerzos por difundir la microempresa en la comunidad, ésta se ve desprotegida y desmotivada por la insuficiencia en el

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

sostenimiento económico que genere la coherencia entre lo teórico y lo práctico, así como la inconsistencia pedagógica entre los docentes a cargo de la formación de estudiantes de bachillerato técnico, quienes se ven en la imposibilidad de establecer las líneas de acción para la administración, gestión y comercialización de la pequeña empresa.

Muchos son los conflictos que provoca la descoordinación en los distributivos de área, de tal manera que reduce la motivación en los estudiantes hacia la aplicación del conocimiento técnico, acarreando como efecto la carencia de empleo e incorporación al mundo de trabajo, destacando así las razones que dificultan la vinculación entre el sector de la educación técnica industrial y las empresas empleadoras. En el Colegio Fiscal Técnico Industrial Febres Cordero, se observan grupos de estudiantes marginados de las oportunidades laborales para su propio desarrollo, sea éste, sostenible y sustentable.

En el país se manifiesta una marcada dificultad para que el egresado del sistema educativo logre su inserción al mercado de trabajo, reflejado en parte, por el alto índice de desempleo, situación que se manifiesta, entre otras, como un indicativo existencial de la brecha que hay entre la educación para el trabajo que se imparte en las instituciones de todos los niveles educativos del país y la demanda del mercado laboral, por las diferencias de ambos sectores.

Dentro de las especializaciones se presentan Módulos de Administración, considerado como básico y/o transversal, el problema en sí es la inexistencia de un módulo con estrategias de aprendizaje activo desarrollados, donde se implementen cada uno de los contenidos planteados en las unidades de trabajo de este Módulo, que sirva de apoyo a las y los docentes técnicos.

Al no existir un documento que permita aplicar procedimientos y ejecuciones con estrategias de aprendizaje activo en el desarrollo de los contenidos del Módulo de tal forma en que las competencias se puedan evidenciar, determina que cada docente

oriente el Módulo de acuerdo a los contenidos que cree conveniente o que son de su dominio, descartando otros contenidos, volviéndolo completamente teórico y en muchos de los casos monótono y aburrido.

Al desarrollar e implementar los contenidos con enfoque de competencias, determinando actividades de aprendizaje activo, procesos de evaluación acordes a este enfoque y que lo evidencien, servirá de ayuda a la gestión docente dentro del aula - taller y a la adquisición de las competencias en los estudiantes .

1.2.2. **Formulación del problema de investigación**

¿Cómo incide la implementación de un Módulo de Administración, gestión y comercialización de una pequeña empresa en el desarrollo de habilidades y destrezas de los estudiantes de tercer año de bachillerato del Colegio Técnico Industrial Febres Cordero?

Debido a la escasez de tener al alcance el material necesario para el desarrollo de la formación técnica, es oportuno insistir que la demanda social responde hacia el fortalecimiento del emprendimiento, como una herramienta de soporte frente a la crisis del desempleo y subempleo, en que los individuos tienen la posibilidad de enfrentar la realidad con sus necesidades, conflictos e intereses económicos, no sólo en el ámbito local, sino que a nivel nacional, se plantearía el siguiente cuestionamiento: ¿Cómo incide la escasez de recursos en las áreas técnicas para la formación del emprendimiento en los estudiantes del Bachillerato del Colegio Fiscal Técnico Industrial “Febres Cordero”? ,situación que permitirá a directivos, docentes y padres de familia replantear mecanismos que establezcan desde el diagnóstico correspondiente, la inducción oportuna a la falencia detectada.

Síntomas

1. Insuficiente dominio del tema o la escasa habilidad para realizar un trabajo de gestión de empresa
2. Estudiantes marginados a las oportunidades laborales para su propio desarrollo sostenible y sustentable.
3. Bajo rendimiento académico de los alumnos en el bachillerato técnico.
4. Nivel bajo de conocimiento científico y dominio de su profesión técnico industrial.

Consecuencias

1. Falta de talleres pedagógicos e industriales para el desarrollo de las competencias básicas laborales.
2. Talleres tecnológicos industriales obsoletos para la práctica y perfeccionamiento de habilidades motrices y cognitivas.
3. Formación académica del estudiante limitado en el nivel del Bachillerato técnico.
4. Docentes sin preparación académica profesional.

Pronóstico

1. La desmotivación y preocupación por la imposibilidad de desarrollar sus habilidades para la creación de su propia empresa en el ámbito laboral
2. La falta de adecuación y/o restructuración de los equipos tecnológicos industriales puede dejar suspendida a la unidad educativa.
3. Los promedios académicos bajos darán como resultado la incompetencia y la incapacidad para resolver casos dentro del campo laboral.
4. Los docentes imparten sus cátedras aplicando estrategias metodológicas no apropiadas para su desarrollo

Propuesta de control

1. Es necesario el desarrollo conceptual del módulo que induzca al estudiante a la creatividad de realizar su propia empresa e integrarlo en el ámbito laboral.
2. Es substancial la restauración de los equipos técnicos que la institución provee para un mejor proceso de enseñanza aprendizaje de manera social y significativa.
3. Es transcendental diseñar un control de seguimiento académico para evaluar los logros de la gestión del proyecto en la comunidad educativa.
4. Aplicar en el módulo de gestión y administración de empresa una guía metodológica y taller dirigida a docentes para su ejecución.

1.2.3. Sistematización del problema de investigación

1. ¿Cuál será el impacto social al impartir el módulo de inducción a gestión y administración de una pequeña empresa?
2. ¿El uso de equipos técnicos industriales será de gran beneficio para el desarrollo psicomotriz en los estudiantes?
3. ¿La correcta implementación de instrumentos de evaluación permitirá evidenciar los logros de los estudiantes en la microempresa?
4. ¿Cómo incide la escasa preparación didáctica de los profesores en el proceso enseñanza aprendizaje?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general:

Diseñar una guía, y Desarrollar conceptualmente el módulo de gestión, administración y comercialización de la pequeña empresa, a través de aprendizajes activos que permitan la adquisición de competencias para generar auto emprendimientos en los estudiantes de tercer año de bachillerato del colegio fiscal técnico industrial Febres Cordero

1.3.2. Objetivos específicos

1. Integrar información de conceptos innovadores del mercado con características demográficas, psicográficas y geográficas para orientar al estudiante en la generación de su propia empresa.
2. Utilizar competentemente las herramientas tecnológicas que ofrece la red, para lograr el posicionamiento y crecimiento continuo de su auto emprendimiento
3. Crear hábitos de investigación en el estudiante a través de una guía práctica motivadoras.
4. Proponer a los docentes el desarrollo conceptual con una guía práctica metodológica que faciliten el proceso de enseñanza aprendizaje en la adquisición de las competencias del módulo Gestión y Comercialización de Una Pequeña Empresa

1.4. Justificación de la investigación

Justificación teórica

En la actualidad las y los maestros que tienen asignado el Módulo de Gestión y comercialización de una pequeña empresa se encuentran con el inconveniente de que no tienen una Guía que permita el desarrollo de los contenidos de una manera más activa, reflexiva y atractiva para los estudiantes, haciendo que su aprendizaje no sea significativo.

Al no contar con esta Guía, se produce un trabajo, pero este no es sistemático por lo que no permite evaluar en cada proceso si la competencia se está desarrollando, esto ocasiona que las/los maestros que trabajan este Módulo tengan que acudir a diversas fuentes, lo que en sí no es incorrecto ya que los maestros deben ser investigadores, por la misma naturaleza del trabajo, esto provoca que muchos maestros, cambien los contenidos organizadores por los de soporte, convirtiendo el

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MÓDULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Módulo en teórico y al ser el módulo, concebido para desarrollar competencias, el contenido organizador básicamente es procedimental, el exceso de una base teórica ocasiona que los/las estudiantes se desmotiven, ya que no ejecutan procedimientos que es la mejor manera de desarrollar desempeños medibles y esto determina la adquisición de competencias, otro de los efectos es que la evaluación se la hace solo mediante la aplicación de test escritos, lo que da como resultado un nivel de pensamiento que no va más allá de lo reproductivo – memorístico.

Al diseñar e implementar una Guía, aplicando estrategias de aprendizaje activo que incluyan el uso de las TICs, para mejor entendimiento de los contenidos del Módulo de Gestión y comercialización de una pequeña empresa, es darle solución a gran parte de los problemas con los que deben lidiar los docentes, a la vez que cumple con los estudiantes en dar una educación de calidad, con calidez, que los harán personas competentes para la vida y para el trabajo.

Justificación metodológica

Para la gestión del proyecto de módulo de inducción a la comercialización de una pequeña empresa se aplicarán estrategias evaluativas aplicando instrumentos de medición y así, lograr detectar los conflictos educativos que enfrentan la comunidad y la institución.

Se justifica además su factibilidad mediante la observación directa y socialización de información del proyecto para mejorar la calidad educativa mediante la técnica de entrevistas y encuestas pues, esta permite conocer las necesidades de los que participan en la comunidad educativa. La analogía permite desarrollar el interés por la investigación del proyecto, de esa manera se logra mejorar la calidad institucional formando estudiantes competentes con otras entidades educativas.

La necesidad e importancia de aplicar el módulo obliga a los docentes aplicar nuevas estrategias metodológicas interactivas que permita al estudiante desarrollar el interés por gestionar y administrar su propia empresa.

Justificación práctica

En la institución se observan docentes que no están predispuestos a generar cambios como la metodología tradicional y no pedagógica, la no actualización de conocimiento, la mala gestión del curso de administración y la transmisión de conocimientos en los estudiantes con equipos técnicos obsoletos con personal no altamente preparado para transmitir esta importante cátedra.

Por lo anteriormente expuesto se considera de mucha importancia la aplicación de un módulo de gestión y administración de una pequeña empresa, el cual contiene métodos y técnicas activas para que los docentes puedan gestionar la asignatura y sacar provecho de los recursos que tienen la institución.

Este proyecto tiene además estrategias didácticas motivadoras las que permite inducir a la creatividad y poder así crear y administrar pequeñas empresas.

1.5. Marco referencial de la investigación

1.5.1. Marco teórico

1.5.1.1. Fundamentación Teórica

Las necesidades del mundo laboral actual, varían a una velocidad difícil de controlar por quienes hacen educación, los cambios que se realizan muchas veces no vienen acompañados de procesos de actualización que permitan readecuar los contenidos de forma inmediata dentro del aula o por lo menos a una velocidad que permita ir a la par de esos cambios, las competencias no sólo se enmarcan en lo laboral pues hoy se necesitan personas críticas, proactivas, reactivas, solidarias, competentes en toda la extensión de la palabra, dentro de todo esto no se debe olvidar que la formación técnica está orientada al desarrollo de competencias que le permitan desempeñarse de forma óptima en un campo laboral, los y las docentes que tengan

la responsabilidad de trabajar el Módulo de Gestión y comercialización de una pequeña empresa, deben contar con un documento que apoye su trabajo dentro del aula - taller,

Pérez sostiene: “La mentalidad empresarial se convierte en un proceso supremamente importante, partiendo de la creatividad, teniendo en cuenta que la persona creativa es una persona optimista y emotiva, el empresario debe adquirir una mentalidad abierta al cambio y a la problemática económica a nivel mundial, teniendo así, elementos clave para el desarrollo de medidas y toma de decisiones adecuada”.¹

Los estudiantes bachilleres del Ecuador al egresar de la colegiatura en su mayoría no pueden adaptarse al campo laboral por cuanto a las exigencias que demanda la sociedad, es de jóvenes que puedan resolver cambios positivos para las empresas, para esto se requiere de la creatividad y motivación para tomar decisiones y generar positivismo ante un país competente; pero lamentablemente en el país se observan instituciones educativas con bajo nivel académico, y docentes no altamente capacitados para el desarrollo de la creatividad y ejecución del programa de gestión, las autoridades del colegio Febres Cordero para solucionar un problema designan profesores para cubrir esta cátedra sin tomar en cuenta el perfil profesional de ellos, dando como resultados inconformidad placentera por sus alumnos. Para realizar un curso de gestión de emprendimiento y creación de pequeñas empresas se debe empezar por la creatividad y para eso se requiera de un tutor u orientador que permita estimular al joven bachiller para la ejecución de estas, evaluando también las capacidades, habilidades y conocimientos para el desarrollo de la misma lo que la sociedad exige formar seres competitivos y creativos.

La resolución de problemas genera conocimientos y promueve la creatividad Desarrollando habilidades comunicativas: capacidad de explicar, interrogar y de responder; uso de un lenguaje especializado, socializarse, atender y comprender a

¹ (Perez, 2008, pág. 5)

los otros, interacción con otros estudiantes son una buena preparación para los aspectos humanos de la gestión.

El potencial empresarial

A través del tiempo y de las etapas de vida de empresas y empresarios, estos últimos no sólo recurren a su ingenio y habilidades personales para trabajar.

El presente trabajo de investigación tiene por objeto valorar la necesidad de incluir aspectos relacionados con la creación de microempresas en la enseñanza.

Vázquez Burguete exterioriza: Partiendo de una revisión de las principales políticas ecuatorianas, sobre educación, empleo y cohesión social, se analizan los programas y actividades de los colegios públicos que forman y apoyan el espíritu emprendedor de sus estudiantes. Asimismo se propone un modelo práctico que permita incluir conocimientos, destrezas y actitudes para el aprendizaje en el currículo académico, mediante metodologías activas de aprendizaje ajustadas a las necesidades de alumnos de distintos niveles y áreas de especialización.²

Información

Cúmulo de conocimientos, investigaciones, estudios u opiniones generalmente expuestos por sus propios autores o publicados en medios de comunicación impresos, libros, folletos, revistas, etc.

Capacitación

Integración de un grupo de personas a métodos y procedimientos expuestos en una o varias sesiones, mediante la facilitación de un expositor, generalmente apoyados con equipo y materiales de soporte como manuales, trabajos, tareas en casa, casos prácticos, etc.

² (Vázquez Burguete, 2009, pág. 17)

Infraestructura.

Activos físicos utilizados para las operaciones de la empresa. Ante la alta competencia, productividad y competitividad de estándares internacionales en los que en el país navega en tiempos actuales, la falta de alguna de las herramientas anteriores daría en consecuencia dificultades profundas de sobrevivencia para este estrato tan débil y desprotegido como lo son, las micro y pequeñas empresas.

Dentro del módulo de gestión y administración de una pequeña empresa en el colegio fiscal Febres Cordero, los docentes y estudiantes deben estar comprometidos para el desarrollo de la misma, buscando la información del mercado sea por entrevistas y encuestas, realizar la investigación usando recursos como revistas, sitios web, periódicos u otras fuentes que puedan ser útiles para realizar una empresa innovadora y competente. Como segundo punto el estudiante empresario siempre debe estar capacitado y actualizándose de manera constante, la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil realiza programas educativos que permite al estudiante y a la sociedad desarrollarse competentemente en el entorno ofreciendo talleres de ebanistería, creación de pequeña empresas, inglés, decoraciones, entre otros, los cuales se observan que son cursos gratuitos y no costosos, permite adquirir destrezas y habilidades como ciudadano empresario y digital de una forma entretenida formando el desarrollo humano, profesional, social y económico.

El gobierno ecuatoriano está generando cambios para el desarrollo industrial y educativo, de esa manera obliga a la sociedad prepararse para afrontar esta nueva generación virtual y tecnológica.

Para poder formar al estudiante como un empresario capaz de resolver problemas de nivel industrial, se debe crear en su mente un producto o servicio susceptible de ser llevado a la práctica; planear, Investigar, estudiar o diseñar todos los componentes de la empresa para construir y aplicar tangiblemente lo planeado sobre la empresa; dar inicio formal a las actividades y operaciones de la empresa, dar seguimiento a las dinámicas cotidianas en las operaciones de la empresa, así como vivir los ajustes a los planes originales a consecuencia de lo perfectible de

ellos, mantener las actividades y operaciones cotidianas de la empresa durante un período prolongado de tiempo.

El estudiante del colegio técnico Febres Cordero debe ser capaz de desarrollar más de una empresa formal y rentable durante un período prolongado de tiempo, siguiendo estos pasos se podrá ostentar formalmente el título de "Empresario", ya que cualquier falta de travesía por alguna de ellas implica un esfuerzo trunco y/o ciclado, que no provoca aún beneficios armónicos sostenibles entre los empleados, la comunidad, los clientes, los proveedores y el (los) propietario (s), quedando pues como "Emprendedor" o "Emprendedor Avanzado".

Los empresarios como líderes.

Moggridge ostenta: Un líder es una persona que guía a otros hacia una meta común, mostrando el camino por ejemplo, y creando un ambiente en el cual los otros miembros del equipo se sientan activamente involucrados en todo el proceso. Un líder no es el jefe del equipo sino la persona que está comprometida a llevar adelante la misión del proyecto. A continuación están algunas de las cualidades de un líder fuerte.³

El líder indiferente, no orienta y deja que sus subordinados enfrenten como puedan las distintas circunstancias, con ello evitan el ejercicio del poder y dejan la determinación de las metas en manos del grupo de trabajo. Se caracteriza además por su ausencia frente a los demás, de modo tal que su participación es casi nula. Este tipo de dirección se puede dar en comunidades académicas, o de tipo similar, en donde el grado de especialización de los integrantes es muy elevado y tienen claras sus responsabilidades, por lo cual no se requiere de una constante orientación.

³ (Moggridge, 2006, pág. 25)

El líder autoritario, toma las decisiones solo y centraliza el poder. Define las actividades y ordena que se cumplan. Esto implica una sensación de explotación por parte de los empleados y trabajadores, lo cual ocasiona desagrado y un ambiente difícil. No obstante, es indicado para el manejo de empleados con poca competencia cuya función es obedecer órdenes de las cuales se puede tener un buen control. Así mismo, esta situación le permite la toma de decisiones rápida, pues depende de una sola persona.

El líder democrático, se caracteriza por descentralizar la autoridad, con ello toma en consideración la opinión de los empleados y entre todos llegan a un acuerdo. En ese ambiente, hay un mayor conocimiento de las circunstancias que privan dentro de la empresa, pueden contribuir todos con aportaciones e ideas y permite una mayor cohesión del grupo. Tiene como aspecto inconveniente la lentitud en la toma de decisiones, ocasionada por la dificultad para integrar la diversidad de opiniones. Por su parte, la comunicación desempeña un papel importante en las empresas, pues es el medio por el cual fluyen las ideas, los datos, las informaciones y las órdenes. Implica tres instancias a saber, un transmisor (quien manda un mensaje) un medio (el conducto por el cual se transmite) y un receptor (quien recibe la información). El empresario debe ser un líder, lo cual debe cumplir con las siguientes actividades:

Planificar: Formarse un esquema aproximado de las cosas que tienen que hacerse y de los métodos para realizarlas a fin de alcanzar los objetivos establecidos para la empresa.

Organizar: Diseñar la estructura formal de autoridad mediante la cual se compongan, definan y coordinen las subdivisiones del trabajo, en aras del objetivo establecido.

Trabajar en Equipo: Esto es, toda la función dirigida hacia el personal y relativa a la contratación y preparación del mismo, así como al mantenimiento de unas favorables condiciones de trabajo.

Dirigir: La continua tarea de tomar decisiones y encauzarlas en órdenes e instrucciones, generales y específicas, constituyéndose así en **líder** de su empresa.

Coordinar: La importantísima función de interrelacionar las distintas partes del trabajo.

Informar: Esto es, mantener informadas de lo que sucede a aquellas personas ante quienes es responsable, lo que incluye mantenerse informado a sí mismo y a sus subordinados mediante registros, investigaciones e inspecciones.

Presupuestar: Todo lo correspondiente a la creación de presupuestos en forma de contabilidad, control y planificación fiscal.

1.5.1.2. **Fundamentación sociológica**

La sociología es un cuerpo de conocimientos sobre la sociedad. Es el estudio científico de los seres humanos en sus relaciones unos con otros, de la vida social humana, de los grupos y de las sociedades. Los aportes al Mercadeo y a la gestión de empresas son el conocimiento de las costumbres, hábitos, estilos de vida y comportamientos de los consumidores y organizaciones, como parte de una sociedad. De esta forma el marketing toma estos conocimientos para determinar estrategias en la elaboración de productos-servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores de la forma más conveniente.

Hoy en día, el individuo se presenta como un elemento dentro de la totalidad del mercado. Este mercado responde a lógicas globales, espacios que trascienden los parámetros de lo local, re posicionándose constantemente y no respetando los límites geográficos. Esto plantea es si nuevas reglas de juego que permitirán la reevaluación de las características que se presentan en las actuales sociedades cosmopolitas modernas; pero por sobre todo una crisis del individuo.

El modelo constructivista y social cognitivo, es de gran polivalencia y capacidad de adaptación a los continuos y rápidos cambios en los escenarios de los procesos productivos, el éxito depende de su mayor capital las personas.

Macero expresa que: La crisis se plantea a nivel de individuo en relación con sus costumbres y tradiciones, ya que un mercado en constante demanda de crecimiento, invade los parámetros de la vida privada produciendo un profundo conflicto de identidad⁴.

Un mercado en constante expansión requiere de una cierta lógica y racionalización homogénea, lógica que choca con la pluriculturalidad de los espacios privados. El estudiante deja ser, frente a la presión del mercado, el generador y destinatario de las metas de la totalidad. Se vuelve un elemento más del sistema, y no el fin último de todo progreso.

Ramos manifiesta: que el trabajo en la sociedad actual desarrolla al máximo la empleabilidad y son imprescindibles las competencias profesionales.

La competencia profesional es la capacidad que tiene una persona para el desempeño en un determinado contexto laboral, se ve reflejado en los conocimientos, habilidades, actitudes para realizar un trabajo efectivo y de calidad, que son expresados más claramente en el saber, el hacer y el saber hacer.⁵

Se persigue maximizar el impacto lo que determina la gestión y la organización, no implica desconsiderar la eficiencia si no subordinarla a su justificación que es el impacto que se desea conseguir, suponiendo que esta sea el logro del desarrollo personal y profesional autónomo de cada individuo que entra en el sistema, se diseñarán productos (formativos) que permitan maximizar dicho impacto.2 esto significará implementar una formación de recursos humanos idóneos a las necesidades del entorno socio económico que facilite la real inserción profesional de los egresados en su ámbito local.

El colegio Fiscal Técnico Febres cordero pretende incorporar los conocimientos científicos y tecnológicos a su acervo académico, social y laboral y que le permitan a

⁴ (Macero, 2010, pág. 3)

⁵ (Ramos, 2009, pág. 77)

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

su vez resolver problemas sociales y pedagógicos ejerciendo la toma de decisiones con una actitud creadora, innovadora, propositiva y crítica.

Según MORÍN sostiene: "De todas las cosas son creadas y causantes, ayudados y ayudantes mediatos e inmediatos y todas entretenidas por un lazo natural e imperceptible, que liga la más alejadas y las más diferentes, no es posible conocer las partes sin conocer el todo y tampoco el todo sin conocer particularmente las partes."³De la cita de Morín podemos inferir que una de las competencias del docente actual es poseer una visión de la totalidad.⁶

Alonso Hinojal dice:"La educación no es un hecho social cualquiera, la función de la educación es la integración de cada persona en la sociedad, así como el desarrollo de sus potencialidades individuales la convierte en un hecho social central con la suficiente identidad e idiosincrasia como para constituir el objeto de una reflexión sociológica específica".⁷

Esto quiere decir que la educación es una institución muy importante que está íntimamente ligada a lo social, su enfoque entiende a la sociología como el estudio racional de la conducta humana, reducible a relaciones causa-efecto, pudiendo estas transformarse en reglas de acción para el futuro.

El devenir histórico del proceso de formación de docentes se ha caracterizado por revelar el quehacer del educador en su vinculación a las exigencias sociopolíticas de cada época, es decir, con claridad los fines y objetivos de la educación y se ha identificado la función educativa de la sociedad.

El colegio técnico Febres Cordero siempre está vinculado con la comunidad de la zona forman estudiantes en valores para poder relacionarse con la sociedad mediante la comunicación uno de los factores más importante para la relación entre el estudiante y el entorno que le rodea; por otra parte los docentes de esta prestigiosa institución se comprometen además de potencializar sus habilidades

⁶ (Morin, 1996-1997, pág. 5)

⁷ (Alonso Hinojal, 1924)

para ejercer la cátedra de gestión y administración de una pequeña empresa fomentar valores humanos y formar estudiantes con habilidades para poder dirigirse a personas empresarias o clientes con alto nivel cultural y ético, de esa manera lograr una mejor atención al cliente.

Las instituciones educativas deben estar en relación con la comunidad, permanentemente. El maestro es el líder que incentiva el cambio positivo de comportamiento en los niños y niñas; el trabajo cooperativo permite desarrollar y fortalecer las capacidades de los seres humanos para relacionarse e interactuar con otras personas, progresivamente. Los educadores deben de formarse como líderes pedagógicos, utilizando una serie de estrategias y técnicas individuales y grupales que permita integrar al estudiante en el proceso educativo y contribuir lo aprendido con la sociedad ecuatoriana.

1.5.1.3. **Fundamentación sicopedagógica**

Para el desarrollo curricular se considera como Modelo Pedagógico basado en las teorías cognitivas, el aprendizaje se da por reconstrucción personal de cada uno de los nuevos aprendizajes, puesto que se trata de un proceso que tienen que realizar cada individuo que aprende considerando los saberes previos del sujeto, la interacción con los demás y el medio. La metáfora del constructivismo es "nadie come por otro", es decir, "nadie aprende por otro". Esto no quiere decir que este aprendizaje se realice sin necesidad de ayuda externa, sino al contrario la función del docente y de los compañeros se vuelve fundamental, se inscribe dentro de una actividad interpersonal es decir en la interrelación para facilitar la construcción de conocimientos significativos, utilizando estrategias metodológicas de manera que hallen una permanente búsqueda activa y con significado de saberes, creencias, valores que influyen en el aprendizaje, las variables de tipo contextual y social. La identificación de distintas teorías que fundamentan la práctica educativa, se basan en el supuesto de que las capacidades cognitivas, procedimentales y actitudinales son susceptibles de cambio y mejoramiento. Precisamente, el avance del paradigma cognitivo, cuyas bases teóricas han sido tomadas de investigadores como Ausubel,

Piaget, Vigotsky, Gardner, con el fundamento de sus teorías que toman el principio de elevar las capacidades humanas.

Aprendizaje significativo

Según David Ausubel sostiene: “El proceso de un objeto seleccionado que debe ser hecho de un nuevo material se relaciona de forma significativa y no arbitraria con lo que el alumno ya sabe que puede llegar a asimilar y a integrarse en una estructura cognitiva previa produciéndose un mejor desarrollo, capaz de cambiar esta estructura previa al tiempo que resulta sólida duradera”.⁸

En la sociedad ecuatoriana la situación de la educación es dramática, caracterizada, entre otros, por los siguientes indicadores: persistencia del analfabetismo, bajo nivel de escolaridad, tasas de repetición y deserción escolares elevadas, mala calidad de la educación y deficiente infraestructura educativa y material didáctico. Los esfuerzos que se realicen para revertir esta situación posibilitarán disponer de una población educada que pueda enfrentar adecuadamente los retos que impone el actual proceso de apertura y globalización de la economía.

Para la impartición del módulo de gestión y administración de pequeña empresa se debe adquirir herramientas necesarias para poder llegar al estudiante mediante un aprendizaje significativo, las cuales sirven para fortalecer la adquisición de nuevo conocimiento utilizando sus experiencias según lo manifiesta, Ausubel en su cita mencionada anterior.

Para que el aprendizaje significativo sea posible, el módulo debe estar compuesto por elementos en una estructura organizada de tal manera que éstas no se relacionen de modo arbitrario. Pero no siempre esta condición es suficiente para que el aprendizaje significativo se produzca, sino es necesario que determinadas condiciones estén presentes en el sujeto:

⁸ (Ausubel, 2006, pág. 68)

1. **Predisposición:** la persona debe tener algún motivo por el cual esforzarse. Ausubel señala dos situaciones frecuentes en la instrucción que anulan la predisposición para el aprendizaje significativo. En primer lugar, menciona que los alumnos aprenden las "respuestas correctas" descartando otras que no tienen correspondencia literal con las esperadas por sus profesores y en segundo lugar, el elevado grado de ansiedad o la carencia de confianza en sus capacidades.
2. **Ideas Inclusoras:** es necesario que el sujeto posea un conocimiento previo que le permita incorporar el nuevo material a la estructura cognitiva. Si el alumno no posee esta experiencia previa, no podrá incluir ni relacionar ideas nuevas y por ende se desencadena el proceso del aprendizaje significativo.
3. **Relación:** al tener el conocimiento previo el alumno tiene juicios para poder realizar analogía, comparando y mejorar su criterio científico.
4. **Organización:** El ser humano al relacionar con el objeto puede desplazar o asociar.

De acuerdo con la teoría ausubeliana los alumnos del colegio técnico Febres Cordero para adquirir una nueva teoría debe tener conocimiento previo para así poder relacionar y aplicarlo. El docente es solo el facilitador quien entrega los recursos necesarios para realizar un aprendizaje significativo, los equipos tecnológicos que tiene la institución será reestructurado por los mismos estudiantes, de esa manera lograrán asimilar y asociar la investigación científica con la práctica y el empirismo propio de ellos, de esa forma la institución fomentará recursos necesarios para un mejor sistema de enseñanza aprendizaje.

La educación avanza, jamás se detiene, es un medio para abrir oportunidades al conocimiento global y práctica diaria, es quitarse la venda de los ojos para mirar la realidad.

El compromiso con el país, está en las manos de los estudiantes, es decir, si desean el desarrollo o el estancamiento, la libertad por obtener su propia empresa o la incompetencia frente a otras entidades; para lograr esto se aplicará en forma total

una disciplina que basado en modelos humanistas, se privilegie lo interpersonal, con la buena práctica de valores institucionales, la libertad responsable acompañada por las normas de convivencia vigente, la ley, y demás normas jurídicas que medien nuestra actividad educativa. Calidad educativa basada en cinco aspectos: Saber conocer, hacer, ser convivir y emprender. Las competencias institucionales se lograrán con el aporte de todos los actores involucrados, identificando las competencias específicas que tienen en la institución.

La asignatura Gestión y comercialización de una pequeña empresa es una disciplina técnica dirigida al aprovechamiento en todas las especialidades y cuyo campo disciplinar abarca el estudio de los proyectos de la microempresa.

En la Gestión y comercialización de la pequeña empresa exige la manipulación de conceptos y el acoplamiento de tareas para que los estudiantes resuelvan solos. Como indican Otano y Sierra (1994) Se valoran los aprendizajes por descubrimiento y el aprendizaje contextualizado, asociado con la idea de que los conocimientos deben construirse en contextos similares a los de la vida real.

El aprendizaje del alumno depende de la estructura cognitiva previa que se relaciona con la nueva información a esto se denomina aprendizaje significativo, debe entenderse como "estructura cognitiva" el conjunto de conceptos, ideas que un individuo posee en un determinado campo del conocimiento así como su organización.

El principal aporte es su modelo de enseñanza por exposición, para promover el aprendizaje significativo en lugar del aprendizaje de memoria. Este modelo consiste en explicar o exponer hechos o ideas.

Este enfoque es de los más apropiados para enseñar relaciones entre varios conceptos, pero antes los alumnos deben tener algún conocimiento de dichos conceptos. Otro aspecto en este modelo es la edad de los estudiantes, ya que ellos

deben manipular ideas mentalmente, aunque sean simples. Por esto, este modelo es más adecuado para los niveles más altos.

➤ **Ventajas del Aprendizaje Significativo:**

- Produce una retención más duradera de la información.
- Facilita el adquirir nuevos conocimientos relacionados con los anteriormente adquiridos de forma significativa, ya que al estar claros en la estructura cognitiva se facilita la retención del nuevo contenido.
- La nueva información al ser relacionada con la anterior, es guardada en la memoria a largo plazo.
- Es activo, pues depende de la asimilación de las actividades de aprendizaje por parte del alumno.
- Es personal, ya que la significación de aprendizaje depende los recursos cognitivos del estudiante.

Por su parte Pimienta (2005) también cita a Ausubel con referencia al aprendizaje significativo, quien plantea lo siguiente: “La integración de los nuevos conocimientos en la estructura cognitiva de quien aprende supone ciertas condiciones, la presencia de ideas previas para poder relacionar el conocimiento previo con el nuevo, la significación potencial de material, es decir, un material estructurado lógicamente, y una actitud activa, tanto del alumno para aprender como del mediador para propiciar la construcción de los conocimientos”.⁹ (Pág.15)

Los docentes del colegio técnico Febres Cordero deben preocuparse por aplicar nuevas estrategias metodológicas para realizar un aprendizaje significativo, pero

⁹ (Pimienta P, 2005, pág. 15)

lamentablemente existen profesores que no desean realizar cambios estratégicos que permitan mejorar su perfil como educador del siglo XXI; no desean capacitarse y peor aún desenvolverse como un profesional investigador, lo que el país necesita para que el sistema educativo de Ecuador puedan elevar su nivel académico y competir ante otras entidades educativas a nivel nacional e internacional.

El Gobierno ecuatoriano, preocupado por el interés de la sociedad ha realizado convenios con instituciones académicas internacionales para formar bachilleres

Que puedan aportar con conocimiento científico y praxiológico, según lo estipula la Ley orgánica de la Constitución de la República del Ecuador, art 26...“La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, (...) será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar. El colegio Febres Cordero, ante los nuevos paradigmas y modelos educativos que el Ecuador afronta, se ve obligado a mejorar su calidad institucional educativa entregando a la sociedad bachilleres dignos y técnicos profesionales que puedan aportar con su ciencia a la comunidad, podrán gestionar y /o administrar empresas aplicando los tres pasos fundamentales para ser un bachiller competente, lo cognitivo, sus habilidades y especialmente la actitud positiva y veraz para atender a las necesidades del entorno, la institución desarrollará técnicas y recursos necesarios para que este sistema de aprendizaje se desarrolle y de su resultados empezando como primera instancia con el personal humano que posee la misma con talleres que involucran métodos adecuados para la praxiología y la investigación y así formar a su vez docentes calificados para la enseñanza y aprendizaje de manera significativa.

➤ **Teoría Constructivista => Jerome Bruner**

Del maestro; González, W (2008) sostiene que el andamiaje docente también debe abarcar la metacognición, es decir las actividades de conocimiento y regulación de la

cognición.¹⁰ La actividad metacognitiva permite indagar y reflexionar sobre la forma cómo la persona aprende y controla sus propias estrategias y procesos de aprendizaje, los docentes para incrementar su conocimiento adquirido por sus estudios es necesario la preparación y actualización constante y permanente realizando estudios e investigaciones, la preparación autónoma científica potencializa el conocimiento y forma hábitos de lectura e investigación a diario.

Para Bruner, el aprendizaje por descubrimiento es a la vez un objetivo de la educación y una práctica de su teoría de la instrucción. En el aprendizaje por descubrimiento, el estudiante tiene que evaluar toda la información que le viene del ambiente, sin limitarse a repetir lo que le es dado.¹¹

Características

Mayor utilización del potencial intelectual: esto quiere decir que el énfasis en el aprendizaje por descubrimiento fomenta en el aprendiz el hábito de organizar la información que recibe.

Motivación Intrínseca: dentro de la concepción del aprendizaje como un proceso de descubrimiento, el estudiante obtiene recompensa en su propia capacidad de descubrir, la cual aumenta su motivación interna, hacia el aprendizaje, que cobra más fuerza para él, que la aprobación o desaprobación proveniente del exterior.

El aprendizaje de la heurística del descubrir: solo a través de la práctica de resolver problemas y los esfuerzos por descubrir, es como se llega a dominar la heurística del descubrimiento y se encuentra placer en el acto de descubrir.

Ayuda a la conservación de la memoria: Bruner, a través de sus experiencias, llega a establecer que la memoria no es un proceso de almacenamiento estático. La

¹⁰ (González Manteiga, 2008)

¹¹ (BRUNER, 1997)

información se convierte en un recurso útil y a la disposición de la persona, en el momento necesario.

➤ **Requisitos para lograr el Aprendizaje por Descubrimiento**

Experimentación directa sobre la realidad, aplicación práctica de los conocimientos y su transferencia a diversas situaciones.

La reforma a la educación técnica sitúa a la asignatura de Gestión y comercialización de una pequeña empresa que los estudiantes deben desarrollar competencias a nivel industrial en las especialidades, como paso previo a la adquisición de competencias laborales dentro de cada una de las aéreas técnicas, por lo tanto el modelo en que se establece, es el constructivismo y como las competencias no sólo implican logros y desempeños en lo laboral sino también como ser humano este aprendizaje debe ser direccionado hacia el Constructivismo Social.

Fundamentación legal

La propuesta se fundamenta en la Constitución de la República aprobada en el año 2008. capítulo II “Derechos del buen vivir” Sección quinta; Art 26 – 27 – 28.

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

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.

Código de la Niñez y la Adolescencia; capítulo III “Derechos relacionados con el desarrollo”

Art. 37.- Derecho a la educación.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a una educación de calidad. Este derecho demanda de un sistema educativo que:

1. Garantice el acceso y permanencia de todo niño y niña a la educación básica, así como del adolescente hasta el bachillerato o su equivalente;
2. Respete las culturas y especificidades de cada región y lugar;
3. Contemple propuestas educacionales flexibles y alternativas para atender las necesidades de todos los niños, niñas y adolescentes, con prioridad de quienes tienen discapacidad, trabajan o viven una situación que requiera mayores oportunidades para aprender;
4. Garantice que los niños, niñas y adolescentes cuenten con docentes, materiales didácticos, laboratorios, locales, instalaciones y recursos adecuados y gocen de un ambiente favorable para el aprendizaje. Este derecho incluye el acceso efectivo a la educación inicial de cero a cinco años, y por lo tanto se desarrollarán programas y proyectos flexibles y abiertos, adecuados a las necesidades culturales de los educandos; y,
5. Que respete las convicciones éticas, morales y religiosas de los padres y de los mismos niños, niñas y adolescentes.

La educación pública es laica en todos sus niveles, obligatoria hasta el décimo año de educación básica y gratuita hasta el bachillerato o su equivalencia.

El Estado y los organismos pertinentes asegurarán que los planteles educativos ofrezcan servicios con equidad, calidad y oportunidad y que se garantice también el derecho de los progenitores a elegir la educación que más convenga a sus hijos y a sus hijas.

Art. 38.- Objetivos de los programas de educación.- La educación básica y media asegurarán los conocimientos, valores y actitudes indispensables para:

- a) Desarrollar la personalidad, las aptitudes y la capacidad mental y física del niño, niña y adolescente hasta su máximo potencial, en un entorno lúdico y afectivo;
- b) Promover y practicar la paz, el respeto a los derechos humanos y libertades fundamentales, la no discriminación, la tolerancia, la valoración de las diversidades, la participación, el diálogo, la autonomía y la cooperación;
- c) Ejercitar, defender, promover y difundir los derechos de la niñez y adolescencia;
- d) Prepararlo para ejercer una ciudadanía responsable, en una sociedad libre, democrática y solidaria;
- e) Orientarlo sobre la función y responsabilidad de la familia, la equidad de sus relaciones internas, la paternidad y maternidad responsable y la conservación de la salud;
- f) Fortalecer el respeto a progenitores y maestros, a su propia identidad cultural, su idioma, sus valores, a los valores nacionales y a los de otros pueblos y culturas;
- g) Desarrollar un pensamiento autónomo, crítico y creativo;
- h) La capacitación para un trabajo productivo y para el manejo de conocimientos científicos y técnicos,
- i) El respeto al medio ambiente.

1. Constitución de la República, Sección Octava “De la Educación”, Artículo 66 (Principios y finalidades)

Art. 66.- La educación es derecho irrenunciable de las personas, deber inexcusable del Estado, la sociedad y la familia; área prioritaria de la inversión pública, requisito del desarrollo nacional y garantía de la equidad social. Es responsabilidad del Estado definir y ejecutar políticas que permitan alcanzar estos propósitos.

La educación, inspirada en principios éticos, pluralistas, democráticos, humanistas y científicos, promoverá el respeto a los derechos humanos, desarrollará un pensamiento crítico, fomentará el civismo; proporcionará destrezas para la eficiencia en el trabajo y la producción; estimulará la creatividad y el pleno desarrollo de la personalidad y las especiales habilidades de cada persona; impulsará la interculturalidad, la solidaridad y la paz.

La educación preparará a los ciudadanos para el trabajo y para producir conocimiento. En todos los niveles del sistema educativo se procurarán a los estudiantes prácticas extracurriculares que estimulen el ejercicio y la producción de artesanías, oficios e industrias.

El Estado garantizará la educación para personas con discapacidad.¹²

2. Acuerdo Ministerial 3425 de agosto de 2004, Reforma a la Educación Técnica Ecuatoriana – RETEC (Bachillerato Técnico)

En uso de las atribuciones que le confiere el Art. 179 numeral 6 de la Constitución Política de la República del Ecuador, Artículo 24 de la Ley Orgánica de Educación, en concordancia con el Art. 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva;

ACUERDA:

¹² (Constitución, 1998)

Art. 1º Aprobar el marco regulador de la administración, organización y funcionamiento de las instituciones educativas que ofertan bachillerato técnico y que se encuentra constituido por los elementos que se enuncian a continuación:

- a. Fundamentos sociales y económicos y misión institucional del Bachillerato Técnico del Ecuador.
- b. Estándar de gestión como referente de excelencia de las instituciones educativas.
- c. Organización de comisiones técnicas provinciales de asesoramiento y asistencia técnica a las instituciones educativas, para el mejor cumplimiento de los requerimientos definidos en el estándar de gestión.¹³
- d. Aplicación de un sistema nacional de monitoreo, evaluación y calificación de colegios técnicos.
- e. Aplicación de un procedimiento normalizado para el autodiagnóstico organizativo y funcional de las instituciones educativas.

1.5.2. Marco conceptual (glosario de términos)

Administración.- Es la ciencia social o tecnología social y técnica encargada de la aplicación organización y dirección y control de los recursos humanos financieros materiales tecnológicos en el conocimiento con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo esto de los fines perseguidos por la organización.

Aptitud.- Cualquier característica psicológica que permite pronosticar diferencias interindividuales en situaciones futuras de aprendizaje carácter o conjunto de condiciones que hacen a una persona especialmente idónea para una función determinada.

Comercialización.- Es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor

¹³ (Educación, 2004)

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Competente.- Persona experta o que conoce bien una disciplina o una técnica, o que tiene capacidad y aptitudes para ocuparse de ella: profesional competente

Destreza.- Reside en la capacidad o habilidad para realizar algún trabajo primariamente relacionado con trabajos físicos o manuales

Estrategia.- Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Estrategia Empresarial.- Se refiere al conjunto de acciones planificadas anticipadamente, cuyo objetivo es alinear los recursos y potencialidades de una empresa para el logro de sus metas y objetivos de expansión y crecimiento.

Estrategia de Marketing.- Está dirigida a generar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, con mayor efectividad que la competencia, a fin de generar en el cliente lealtad hacia una empresa o una marca. Es una parte del marketing que contribuye en planear, determinar y coordinar las actividades operativas

Empresa.- Es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos y comerciales ha notado que, en la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones en el término.

Emprendedor.- Es una persona que enfrenta, con resolución, acciones difíciles específicamente en el campo de la economía, negocios o finanzas, es aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha.

Gestión.- También conocida como gerencia, dirección o administración de proyectos es la disciplina de planear, organizar, asegurar y coordinar recursos y personas para cumplir con los objetivos, entregables y criterios de éxito de los proyectos.

Innovar.- desarrollarlo producir algo novedoso en un ámbito o actividad.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MÓDULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Metodología.- Hace referencia al conjunto de procedimientos basados en principios lógicos, utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica.

Módulo Profesional.- Es cada una de las unidades didácticas en que se dividen los ciclos formativos de formación profesional.

Motivación.- Puede definirse como el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo. La motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta.

Proyecto.- Es un conjunto de actividades relacionadas para lograr un fin específico, con un comienzo y fin claros, sujeto a tres "restricciones" principales: tiempo, presupuesto y alcance. En el proceso intervienen los involucrados, beneficiarios y demás.

Pequeña y mediana empresa.- Es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos

Técnica.- Es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos, que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad.

Habilidad.- Es el grado de un sujeto concreto frente a un objetivo determinado. Es decir, en el momento en el que se alcanza el objetivo propuesto en la habilidad.

Se considera como a una actitudinista competencia desarrollada o varias de estas, y al grado de mejora que se consiga a esta/s mediante la práctica, se le denomina talento. Además, es la destreza ejecutar una cosa o capacidad y disposición para

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

negociar y conseguir los objetivos a través de unos hechos en relación con las personas, bien a título individual o bien en grupo.

Autoempleo.- Trabajo individual o trabajo autónomo, que se regula habitualmente por el derecho civil, bajo la forma de "contrato de locación de servicios" (profesiones liberales, oficios autónomos, etc.).

Autoempleo Colectivo.- Es el que el trabajador se desempeña en una organización de la que él forma parte como miembro pleno en la toma de decisiones (cooperativa de producción o trabajo, sociedad laboral, etc.)

1.6. Formulación de la Hipótesis y variables

1.6.1. Hipótesis general

La falta de dominio de conocimientos destrezas y actitudes de emprendimiento impide al estudiante del tercero de bachillerato del colegio técnico Febres Cordero la vinculación con el mercado laboral- empresarial y la creatividad de formar su propia empresa

1.6.2. Hipótesis particulares

Si se logra aplicar estrategias innovadoras e integradoras académicas se obtendrá una mejor orientación de mercado para generar su propia empresa.

El uso de materiales técnicos industriales permitirá mejorar sus destrezas y habilidades en el desarrollo de emprendimiento y laboral.

Con la elaboración de instrumentos de evaluación se podrá medir el control de seguimiento técnico y académico y así lograr alcanzar la calidad educativa que la institución necesita.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

El uso de una guía de estrategias metodológicas para el desarrollo del módulo de gestión y administración de pequeña empresa potencializará el nivel de conocimientos y actualización pedagógica en los docentes.

1.6.3. Variables (Independiente y Dependiente).

HIPÓTESIS	VARIABLES
La falta de dominio de conocimientos destrezas y actitudes de emprendimiento impide al estudiante del tercero de bachillerato del colegio técnico Febres Cordero la vinculación con el mercado laboral- empresarial y la creatividad de formar su propia empresa	Falta de dominio de conocimientos, destrezas y actitudes de emprendimiento. Impide la vinculación con el mercado laboral- empresarial y la creatividad de formar su propia empresa.
Si se logra aplicar estrategias innovadoras e integradoras académicas se obtendrá una mejor orientación de mercado para generar su propia empresa.	Estrategias innovadoras e integradoras de mercado Mejor orientación académica.
El uso de materiales técnicos industriales permitirá mejorar sus destrezas y habilidades en el desarrollo de emprendimiento laboral	El uso de materiales técnicos industriales Mejorar destrezas y habilidades en el desarrollo de emprendimiento laboral
Con la elaboración de instrumentos de evaluación se podrá medir el control de seguimiento técnico y académico y así lograr alcanzar la calidad educativa que la institución necesita.	Elaboración de instrumentos de evaluación Medir el control de seguimiento técnico y académico y lograr alcanzar la calidad educativa de la institución.

Gráfico 1

1.7. Aspecto Metodológico de la investigación

1.7.1. Tipo de estudio

Es descriptivo porque al implementar la Guía para el Módulo de Gestión Y Comercialización de una pequeña empresa se tendrán las estrategias de aprendizaje activo relacionadas a cada uno de los temas que corresponden a las unidades de trabajo con sus elementos de competencia, que al ponerlas en práctica podrán facilitar el proceso de enseñanza – aprendizaje de la Asignatura a los Maestros/as, y a evidenciar las competencias de los y las estudiantes.

Siendo Demostrativo en el momento en que las bases teóricas puedan ser comprobadas de manera teórica y práctica, según su diseño será también de forma aplicativa de campo y transversal desde la perspectiva cualitativa y cuantitativa.

Este proyecto de acuerdo a las características y objetivos propuestos, está enmarcado en la modalidad bibliográfica factible y de acción.

1.7.2. Método de investigación

Método científico

Este método se utiliza como recurso para justificar el marco teórico, para aplicar nuevas estrategia de participación activa para el desarrollo del módulo de gestión y administración de una pequeña empresa estudiando casos socio económico de la ciudad y el país, ya que este método sostiene a la ciencia como un almacén de datos, la información se acumula, se recepta en el cerebro del estudiante para luego exponerlo. Este método es eficaz en la solución de problemas ya que el progreso de la ciencia está estrechamente ligado al carácter cultural y tecnológico de una sociedad moderna altamente influenciada por los avances estructurales.

Actualmente no es posible imaginar una ciencia sin la aplicación del método científico, no olvidar que en cada investigación está presente la imaginación, la creatividad y la originalidad para culminar con éxito nuestra tarea.

Método de observación

Observación es un método para reunir información visual sobre lo que ocurre, mediante este método se podrá realizar diagnóstico sobre el problema de la investigación y realizar estudios de casos para poder desarrollar el módulo de gestión de una pequeña empresa.

Método empírico experimental complementario de encuestas

A través de este método se ha podido recopilar información sistemática pudiendo detectar la deficiencia que tienen los estudiantes en habilidades de comprensión lectora. Mediante ejercicios, encuestas, entrevistas, etc.

Dentro de la problemática de este proyecto, el mencionado método puede cumplir tres propósitos:

Servir de instrumento exploratorio para ayudar a identificar variables y sugerir hipótesis.

Ser el principal instrumento de investigación, de modo tal que las preguntas diseñadas para medir la deficiencia académicas de la institución Febres Cordero, debe estar bien estructuradas.

Método empírico experimental complementario de estudio documental

Los grandes filósofos que protagonizaron el constructivismo en la educación, enmarcaron la investigación de las diversas teorías a través de un estudio y análisis profundo, demostrando que todo lo que investigaban se podía aplicar a través de las corrientes educativas.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Este método proporciona material de profundidad sobre la población estudiantil del colegio fiscal mixto Febres Cordero de tercer año de bachillerato.

La investigación documental es un elemento tangible o perceptible que sirve para demostrar el problema investigado, en este caso el bajo rendimiento académico y métodos de enseñanza aprendizaje de docentes y maestros.

Analítico sintético

Se ha podido investigar y conocer la realidad de la comunidad educativa Febres Cordero conociendo e identificando cada una de las debilidades en cuanto al alcance cognitivo y praxiológico del estudiante, estableciendo relación causa efecto, se puede notar que el tradicionalismo de algunos docentes ha provocado el desinterés hacia la asignatura y peor aún la comprensión de textos. Por este motivo es menester desarrollar y aplicar estrategias didácticas y metodológicas, que permitan optimizar sus habilidades. Este método emplea el análisis y la síntesis que consisten en separar el objeto de estudio en dos partes, y, una vez comprendida su esencia construir un todo.

Método inductivo deductivo

Desarrollar una Guía con actividades de aprendizaje activo, con proyecciones micro empresariales en los talleres en base a los contenidos de las Unidades de Trabajo del Módulo de Administración Gestión Y Comercialización de una pequeña empresa.

Para mejorar las habilidades cognoscitiva del estudiante se debe ir de lo particular a la generalización, iniciando por la observación de fenómenos particulares. El proceso deductivo no es suficiente por sí mismo para explicar el conocimiento, algo similar ocurre con la inducción que solo puede utilizarse cuando a partir de la validez del enunciado particular se puede demostrar el verdadero valor del enunciado general, la inducción y la deducción son métodos de conocimientos que son complementarios en cualquier investigación.

1.7.3. Fuentes y técnicas para la recolección de información

La Entrevista

La entrevista ayudó a la recopilación de la información a través del proceso de comunicación en el transcurso del cual la entrevistada responde a un cuestionario de preguntas previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar en este proyecto.

La entrevista estructurada se caracteriza porque se realiza a partir de un cuestionario elaborado, es aplicado inflexiblemente, tanto en el contenido de las preguntas como en su orden, ésta permite preguntar por ambigüedades o por asuntos que requerirían mayor exploración en tanto esta eventualidad haya sido considerada de antemano. Las cuales se aplicarán a las autoridades y docentes de la institución.

Encuesta: Estructurada a los estudiantes y padres de familias mediante un cuestionario de preguntas relacionadas a gestión y emprendimiento de una pequeña empresa.

Población y muestra

La población está constituida por un conjunto de sujetos que comprenden la comunidad educativa del colegio fiscal mixto Febres Cordero y a su vez han sido investigados un grupo de alumnos para llevar a cabo este proyecto. Distribuimos a la población de la siguiente manera.

Población universo	Total numérico
Autoridades	3
Docentes	43
Estudiantes del Tercero de Bachillerato	198
Padres De Familia	198

Gráfico 2

Para la elaboración de la muestra se realizó de manera al azar teniendo como resultado lo siguiente:

Muestra	Total numérico
Autoridades	3
Docentes	15
Estudiantes del tercero de bachillerato	30
Padres de familia	10

Gráfico 3

1.7.4. Tratamiento de la información

Los resultados obtenidos en las diferentes Técnicas de investigación, serán recopilados de manera responsable en Hojas de Excel y formarán parte de las estadísticas que nos ayudarán al fortalecimiento del aprendizaje del Módulo de Administración Gestión Y Comercialización de una pequeña empresa.

1.8. Resultados e impactos esperados

Los resultados esperados podrán ser categorizados en tres aspectos, a saber:

A corto plazo: Uno de los resultados que se obtendrán será el Diagnóstico de las causas y consecuencias, teniendo en consideración los factores internos y externos, con la finalidad de obtener una visión conjunta de los resultados para el mejoramiento de la calidad de vida de los bachilleres del colegio Febres Cordero.

Analizando los resultados obtenidos se podrá realizar estrategias didácticas para superar las falencias de bajo rendimiento académico y elaborar un programa de gestión y administración de pequeña empresa al finalizar el tercer trimestre con temas teóricos y prácticos para el desarrollar al estudiante como persona útil para la sociedad.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

A mediano plazo: Aplicar el módulo de gestión de empresa a todos estudiantes del tercero de bachillerato con recursos y profesores altamente capacitados para la elaboración del proyecto.

A largo plazo: Con el aprendizaje significativo de Administración Gestión Y Comercialización de una pequeña empresa se logrará que los jóvenes apliquen la base conceptual proyectándose a la realidad de una microempresa correspondiente, revisando los contenidos y relacionándolos con la vida cotidiana evidenciando así la competencia requerida en la profesión industrial en todas las áreas.

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

2.1. Análisis de la situación actual

Entre los factores que han permitido avanzar a las Instituciones de esta investigación, es la ayuda interna y externa que han recibido, en el caso del Técnico Industrial "Febres Cordero" la ayuda ha sido más interna y de autogestión en cuanto al mejoramiento de sus talleres, está dirigida hacia benefactores muchos de ellos externos, pero el motivo de esta investigación más que por infraestructura, tiene que ver con el manejo pedagógico del Módulo de Administración gestión y comercialización de una pequeña empresa.

La labor docente se ha visto un tanto descuidada en cuanto a estrategias de enseñanza aprendizaje se refiere; pues no se aplican de forma pertinentes y por tanto no las implementan en el salón de clases, lo que representa un problema en educación, ya que no se está desarrollando en el alumno el pensamiento crítico, resolución de problemas, entre otros.

En el proceso de aprendizaje existen diversas funciones cognitivas implicadas para la ejecución de estrategias de aprendizaje son, selección, comprensión, memoria, integración y monitoreo cognoscitivo, es decir, procesos básicos que garantizarían un procesamiento profundo y eficaz de la información.

2.1.1.2. Misión

Formar estudiantes con alta capacidad crítica, dinámicos y creativos, con sólidos conocimientos científicos y de valores humanos, que permitan contribuir al desarrollo de la sociedad ecuatoriana.

2.1.1.3. Visión

El Colegio técnico Fiscal Mixto Febres Cordero tiene como visión institucional lograr entregar a la sociedad ecuatoriana estudiantes líderes proactivos, practicantes de

ciencias y tecnología y capaces de adecuarse a los nuevos retos que la sociedad demanda.

2.1.1.4. Análisis F.O.D.A

Por medio de este análisis se identifican los factores externo e internos que tienen incidencia en el proceso educativo de los educandos que a su vez han originado un bajo desarrollo cognitivo.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal profesional en áreas específicas. ✓ Predisposición al trabajo, al cambio e innovación curricular. ✓ Puntualidad en los sueldos. ✓ Elevada demanda de matrícula. ✓ Participación en ferias industriales. ✓ Elevada inserción laboral de egresados. ✓ Elevada demanda de matrícula 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitación constante. ✓ Pasantías. ✓ Interrelación padres, hijos y empresas. ✓ Buen ambiente de trabajo con equipamiento y desarrollo personal. ✓ Auto gestión a base de proyectos. ✓ Obtener equipos tecnológicos de punta para ser más competitivos. ✓ Implementación de nuevas áreas a procesos productivos
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de material didáctico. ✓ Poco manejo de estrategias de aprendizajes activos. ✓ Perfil de entrada de estudiantes con déficit conocimientos de asignaturas básicas. ✓ Hogares disfuncionales. ✓ Falta de comunicación de padres a hijos. ✓ Déficit de proyectos productivos ✓ Desconocimiento de instrumentos de evaluación que evidencien competencias 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inseguridad por delincuencia. ✓ Deserción estudiantil. ✓ Pandillas y drogadicción. ✓ Hogares desintegrados. ✓ Falta de presupuesto para mantenimiento físico de la institución. ✓ Ubicación de otras instituciones técnicas con mejor tecnología

Gráfico 4

Análisis de la Matriz FODA

Las fortalezas expuestas permiten aplicar de forma eficiente diversas técnicas que permitan a los estudiantes ser participativos en clases.

En cuanto a las debilidades presentes con el caso de los materiales adecuados se dificulta el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes, al igual que la infraestructura que también incide en desarrollo pedagógico.

2.2. Análisis comparativo, evolución y tendencias y perspectivas.

En efecto después de haber realizado la investigación se pueden establecer que existen ciertas falencias en contraste con otras escuelas del sector.

Comparación

El proceso de enseñanza que se aplica en el colegio técnico Febres Cordero es dinámico y abierto a cambios por parte de los profesionales de la básica superior, en comparación con otras escuelas aledañas. De acuerdo a los resultados analizados de la encuesta se puede estimar que hace falta cambiar diversos aspectos para mejorar el rendimiento académico de los estudiantes en el área de ciencias naturales de acuerdo a sus capacidades. Una de las causas que incide en este aspecto es que las actividades que realizan los docentes no motivan a los estudiantes a afianzarse más al proceso de clase, hay de notar que es la única institución del sector que cuenta con básica superior es decir octavo, noveno y décimo año de educación básica.

Tendencias

Debido a las falencias en el manejo del Módulo de Administración gestión y comercialización de una pequeña empresa. El cual ha sido tratado todavía como asignatura teórica, y de forma tradicional, la falta de conocimientos de técnicas constructivistas que motiven la construcción del aprendizaje de los docentes asignados a este módulo.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

El currículo por competencias nos exige manejar de forma eficaz los módulos sean estos, formativos y/o transversales, esto implica de parte del maestro demostrar una serie de competencias pedagógicas entre ellas las estrategias y técnicas de aprendizaje constructivistas.

Este trabajo de investigación plantea la necesidad de elaborar una guía que recoja las estrategias y técnicas constructivistas más apropiadas como ayuda al maestro en el tratamiento del Módulo y en la motivación del estudiante para su estudio.

Perspectivas

Con este proyecto dirigido a los estudiantes de tercero año de Bachillerato en todas las especializaciones, instalaciones, equipos y máquinas eléctricas, electrónica de consumo , mecánica automotriz , mecánica industrial e industria de la confecciona se pretende mejorar el desempeño de los estudiantes en base a la motivación de plantear situaciones más contextualizadas a su cotidianidad, lo que le permitirá construir su aprendizaje y éste será significativo en la medida en que él se empodere del conocimiento, haciéndose competente en proyectos micro empresariales y esto se podrá evidenciar por medio de la aplicación de diversos instrumentos de evaluación, lo que reducirá la deserción y fracaso escolar .

2.3. Presentación de resultados y diagnóstico.

Análisis de las encuestas

Según el análisis de la información recopilada en contraste al problema planteado que es la falta de conocimientos y usos apropiados de equipos técnicos para la demanda laborar una vez egresado el estudiante del colegio Febres Cordero, Se puede determinar que de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta aplicada el 85,63 % de los estudiantes opinan sobre la falta material de apoyo, los docentes no aplican técnicas adecuadas y variadas que faciliten el proceso de aprendizaje de los estudiantes y que se les dificultan conseguir un trabajo por las exigencias de

las empresas y no poseer las herramientas cognoscitivas y procedimentales para estas.

Los estudiantes encuestados señalan que los docentes no emplean materiales didácticos adecuados aunque también se observa que no hacen uso de medios audiovisuales e informáticos que conlleven a un mejor desarrollo de las clases, lo que tienden a propiciar un aprendizaje rutinario y carente de significado.

Lo que se observa una coincidencia de criterios con respecto a que no cuentan con un documento que sirva como guía en el desarrollo del Módulo de Administración gestión y comercialización de una pequeña empresa, así como consideran necesario tener un documento para trabajar este módulo, concuerdan que mayormente los profesores "dictan" la clase y resuelven ejercicios; en cuanto a la evaluación coinciden en que sus desempeños son evaluados de forma práctica a la par de la teórica; en cuanto al rendimiento en la materia indican que es más por hábitos de estudio que por motivación del maestro u obligación de sus padres. Con estos antecedentes y comparaciones se puede determinar que el problema para que se desarrollen las competencias en Administración gestión y comercialización de una pequeña empresa son: la falta de un documento que sirva de guía para desarrollar el Módulo y la motivación con la que reciben las clases los alumnos de tercero Bachillerato, en las especializaciones

Al ser la estrategia de clases de los docentes mayormente expositiva, convirtiéndose en el único transmisor del conocimiento, siguiendo un modelo de enseñanza tradicional y dando lugar a la formación de estudiantes pasivos con poco aporte de soluciones significativas de problemas planteados.

2.4. Presentación de resultados y diagnóstico.

2.4.1. Entrevistas aplicadas a las autoridades

1. ¿Ha analizado usted el conocimiento de la materia de administración en los alumnos de tercer año de bachillerato?

Las autoridades sostiene que se han realizado evaluaciones internas para medir los conocimientos adquirido en los estudiantes y sus promedios no están

normalmente alto, esto se debe a la falta de importancia de lo que conforma el elemento docente al impartir la materia de administración.

2. ¿Cuáles son los síntomas que se ven con mayor frecuencia en los alumnos de tercero de bachillerato en la materia de administración?

En esta pregunta las autoridades manifiestan que se ven a diario los problemas académicos y el bajo nivel de aprovechamiento por cuanto los estudiantes están desmotivados y no tienen el nivel de dominio de conocimiento y habilidades y destrezas para poder gestionar una empresa, motivo por el cual preocupa y están predispuestos para que este proyecto de inducción de comercio, y administración sea factible y viable y se dé a cabo.

3. ¿Está usted de acuerdo en que el estudiante técnico tenga la oportunidad de tener su taller o microempresa independiente y por qué?

En lo que concierne esta pregunta las autoridades están de acuerdo y aprueban las gestiones pertinentes para adecuar las instalaciones y los equipos técnicos industriales para que este módulo se realice y puedan aplicar las destrezas y conocimientos consolidando así la fase educativa institucional.

4. ¿Cree usted conveniente que el gobierno de turno debe ofrecer la ayuda a los bachilleres técnicos con becas o créditos para proyectos nuevos, explique?

las autoridades sostienen que si es conveniente y que el gobierno actual se está preocupando por la juventud del siglo XXI por mejorar estándares educativos con institutos tecnológicos formando bachilleres y técnicos informáticos e industriales para enfrentar y brindar sus competencias en el entorno socio laboral.

5. ¿Qué opina usted de las carreras técnicas que cuentan con tecnología de punta?

Las autoridades expresan que uno de los pilares fundamentales para el desarrollo cognitivo del estudiante es la tecnología y que el colegio fiscal Febres

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Cordero deberían implementar sus aulas con instrumentos tecnológicos e industriales y dar mantenimiento periódicamente para que no se deteriore.

Resultado de la entrevista a la autoridad del plantel

Lcda.: Julia Robinson .Rectora

Entrevista Rectora	Opinión Favorable	Opinión no favorable	Calificación 100%	Calificación menos d100%
Pregunta 1	Si		100%	
Pregunta 2	Si		100%	
Pregunta 3	Si		100%	
Pregunta 4	Si		100%	
Pregunta 5	Si		100%	

Gráfico 5

Msc. Víctor Morán Cáceres

Entrevista Docente Área Científica	Opinión Favorable	Opinión no favorable	Calificación 100%	Calificación menos d100%
Pregunta 1	Si		100%	
Pregunta 2	Si		100%	
Pregunta 3	Si		100%	
Pregunta 4	Si		100%	
Pregunta 5	Si		100%	

Gráfico 6

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Ing. Jaime Icaza Jara

Entrevista Docente Técnico	Opinión Favorable	Opinión no favorable	Calificación 100%	Calificación menos d100%
Pregunta 1	Si		100%	
Pregunta 2	Si		100%	
Pregunta 3	Si		100%	
Pregunta 4	Si		100%	
Pregunta 5	Si		100%	

Gráfico 7

2.4.2. Encuesta aplicada a los estudiantes

1. ¿Los docentes aplican metodologías activas que permitan al estudiante aprender de manera significativa?

Observaciones	Estudiantes	Porcentaje
MUCHO	1	3,33%
POCO	21	70,00%
MUY POCO	7	23,33%
NADA	1	3,33%
Total	30	100%

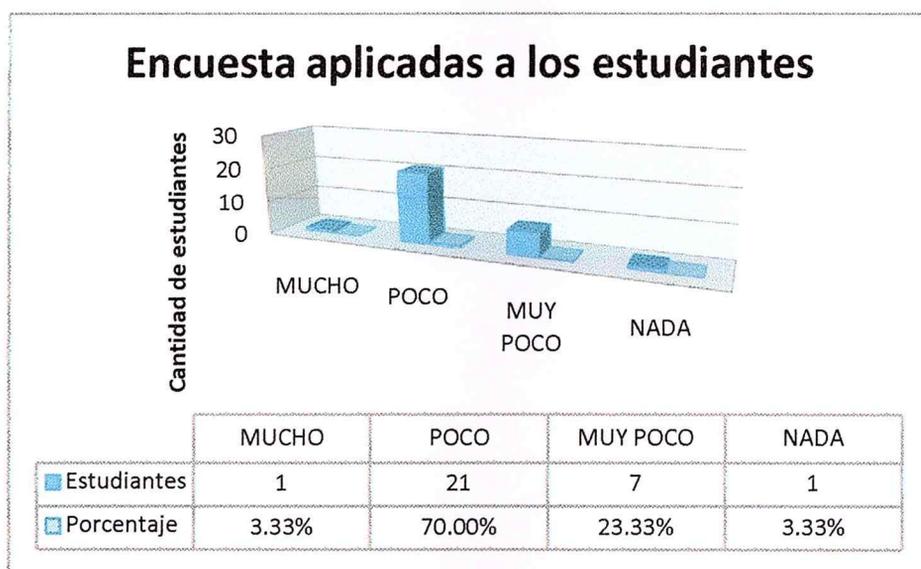


Gráfico 8

Fuente: Estudiantes del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

Del 100% de los encuestados, el 70% expresa que los docentes no imparten sus asignaturas con metodología acticas que motive al estudiante por aprender y estudiar, lo que evidencia la apatía en algunos estudiantes y la preocupación de parte de las autoridades por los métodos tradicionales y retrogradas que brinda el docente dentro del aula, lo que obliga realizar talleres técnico industrial y pedagógico

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

y así mejorar la calidad de perfil profesional en los docentes del colegio técnico fiscal mixto Febres Cordero.

2. ¿Sabe Ud. Cómo Crear Una Microempresa En El Área Técnico-Industrial?

Observaciones	Estudiantes	Porcentaje
Si	20	66,67%
No	10	33,33%
Total	30	100%

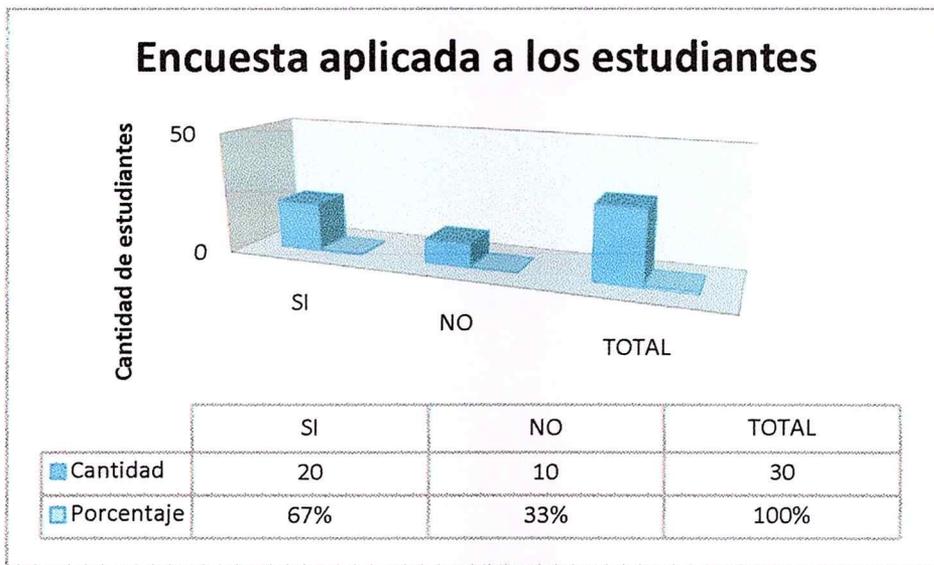


Gráfico 9

Fuente: Estudiantes del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

La mayoría representada por el 67% de los encuestados, expresa que conoce cómo se debe constituir un micro empresa en el área técnico-industrial, a la inversa, el 33% no posee el conocimiento suficiente para emprender en forma independiente una entidad en el área técnico-industrial. Dejando en evidencia las falencias de formación en los estudiantes.

3. ¿Considera Ud. necesario recibir el módulo que incentive al estudiante gestionar su propia empresa?

Observaciones	Estudiantes	Porcentaje
SI	24	80%
NO	6	20%
TOTAL	30	100%

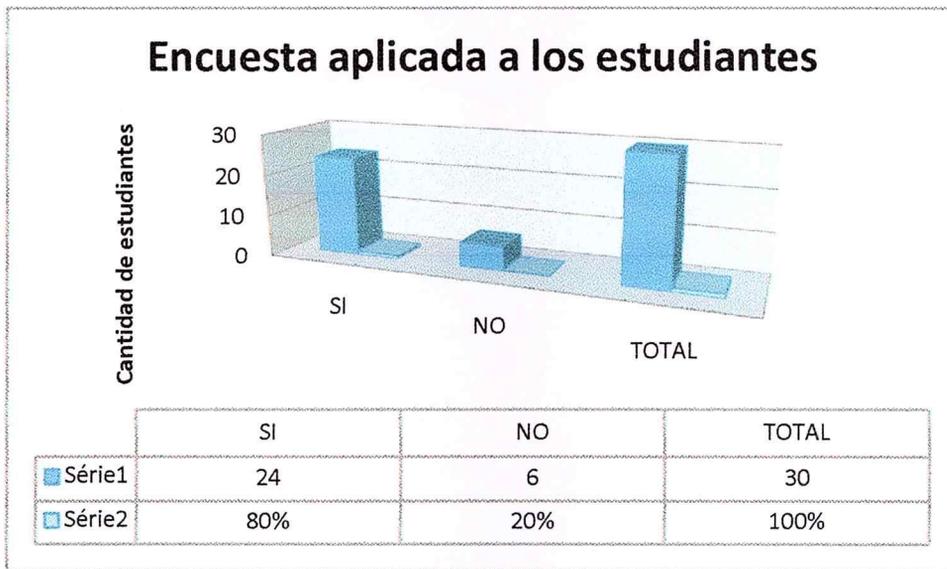


Gráfico 10

Fuente: Estudiantes del colegio técnico Febres Cordero
 Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

Del 100% de los encuestados, el 80% afirma que es necesario recibir el módulo de Administración, Gestión y Comercialización de las pequeña empresa para ser independiente en el área técnico- industrial, siendo que el 20% considera lo contrario, constituyéndose en un margen representativo para esta situación.

4. ¿Considera Ud. que se debería tener un módulo para la estructuración de una microempresa en la institución?

Observaciones	Estudiantes	Porcentaje
SI	29	96,67%
NO	1	3,33%
TOTAL	30	100%

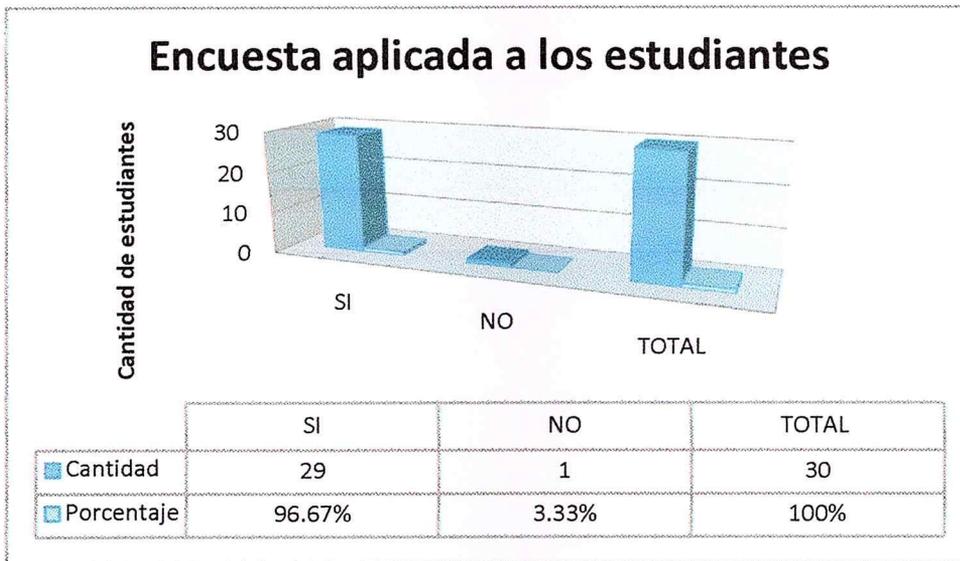


Gráfico 11

Fuente: Estudiantes del colegio técnico Febres Cordero
 Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

Del 100% de los encuestados, el 80% afirma que es necesario recibir el módulo de Administración, Gestión y Comercialización de las pequeña empresa para ser independiente en el área técnico- industrial, siendo que el 20% considera lo contrario, esto es, que no es menester recibir e informarse sobre la Administración, Gestión y Comercialización de la pequeña empresa, constituyéndose en un margen representativo para esta situación.

5. ¿Conoce Ud. las características fundamentales de un empresario de éxito?

Observaciones	Estudiantes	Porcentaje
SI	22	73,33%
NO	8	26,67%
TOTAL	30	100%

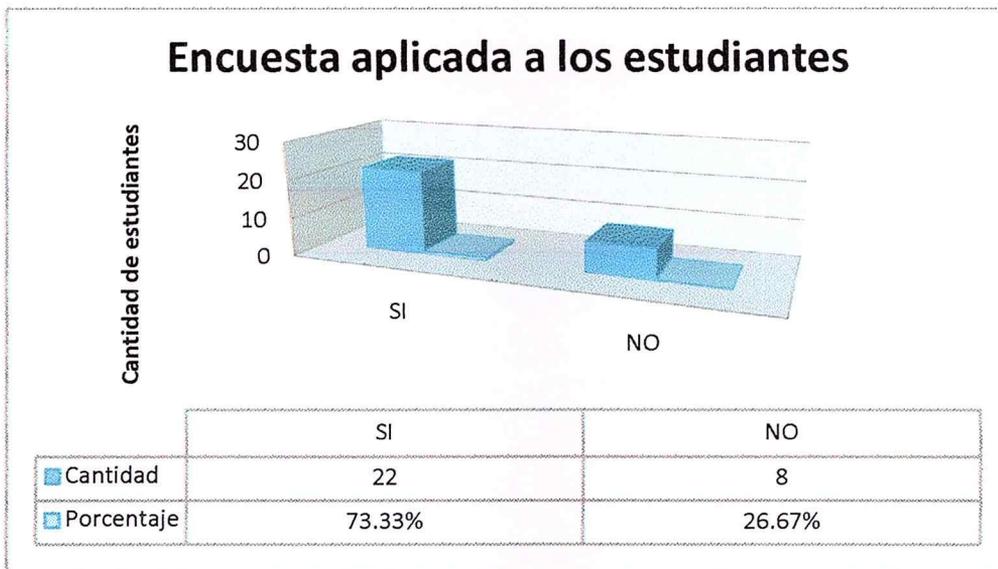


Gráfico 12

Fuente: Estudiantes del colegio técnico Febres Cordero
 Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

Para esta interrogante, el 73% de los encuestados respondió que si conoce cuáles son las características de un empresario exitoso, dejando en el margen del 27% que expresa que desconoce tales características, por lo que deduce que se requiere de aproximar más a los estudiantes a este conocimiento básico.

6. ¿Cree Ud. que con sus conocimientos técnicos tiene la posibilidad de crear una microempresa?

Observaciones	Estudiantes	Porcentaje
SI	29	96,67%
NO	1	3,33%
TOTAL	30	100%



Gráfico 13

Fuente: Estudiantes del colegio técnico Febres Cordero
 Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

En esta oportunidad se logra evidenciar que la mayoría de quienes respondieron a la pregunta, expresa que el 97%, casi la totalidad, considera estar en condiciones para instaurar su microempresa, mas no así el reducido 3% que manifiesta todo lo contrario. Estamos frente a una fortaleza en cuanto a este ítem.

7. ¿Cuenta usted con equipos técnicos de punta previstas por la institución para una mejor calidad de estudio?

Observaciones	Cantidad	Porcentaje
SI	7	23,33%
NO	23	76,67%
TOTAL	30	100%

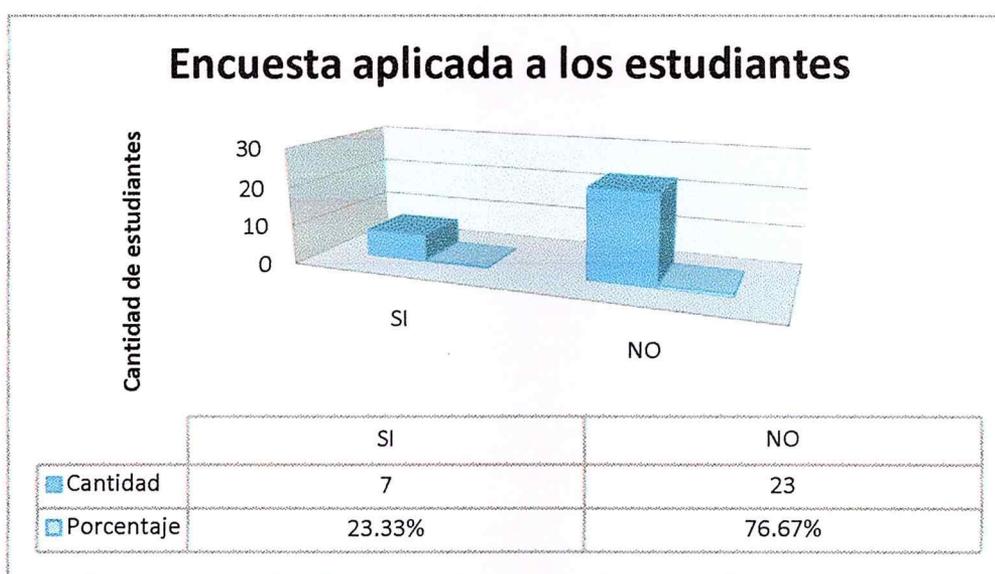


Gráfico 14

Fuente: Estudiantes del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

De los encuestados, el 76,67% expresan inconformidad por cuanto no pueden utilizar los equipos que tienen la institución por cuanto es muy importante para el estudiante la práctica y el uso de la ciencia a través de estos instrumentos.

8. ¿Considera Ud. que con su especialidad técnica, pueda generar servicio en la comunidad como microempresario?

Observaciones	Cantidad	Porcentaje
SI	27	90%
NO	3	10%
TOTAL	30	100%

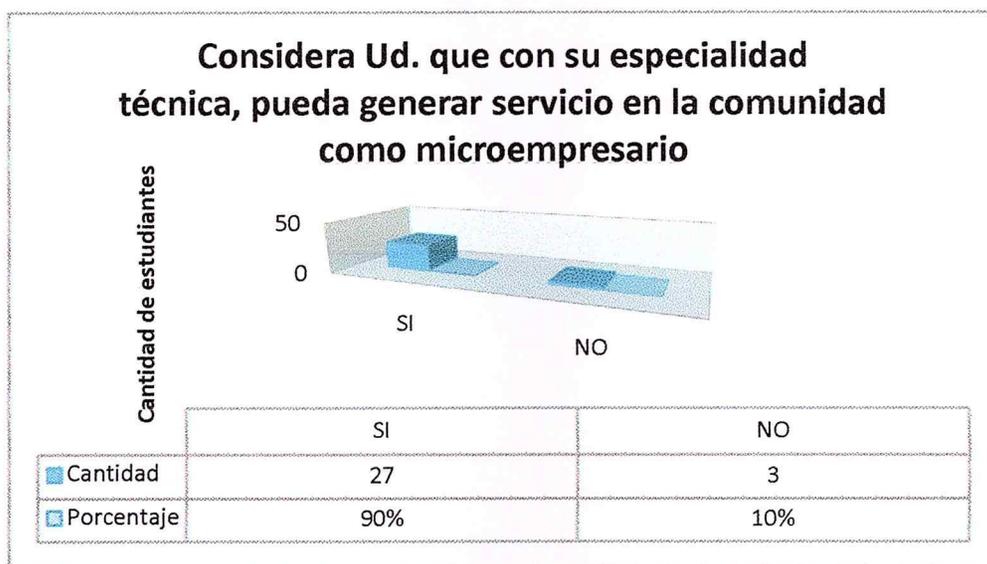


Gráfico 15

Fuente: Estudiantes del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

Un 90% de los encuestados consideran que con la especialidad técnica, pueden generar servicio en la comunidad como microempresario, creando una situación de seguridad en el área laboral, pero el 10% asegura no estar en posibilidades de generar servicio en la comunidad como microempresario.

9. ¿Cree usted que el módulo de gestión y administración de una pequeña empresa logrará cubrir con las expectativas del estudiante bachiller para lograr un buen desenvolvimiento en campo técnico laboral?

Observaciones	Cantidad	Porcentajes
SI	17	56,67%
NO	13	43,33%
TOTAL	30	100%

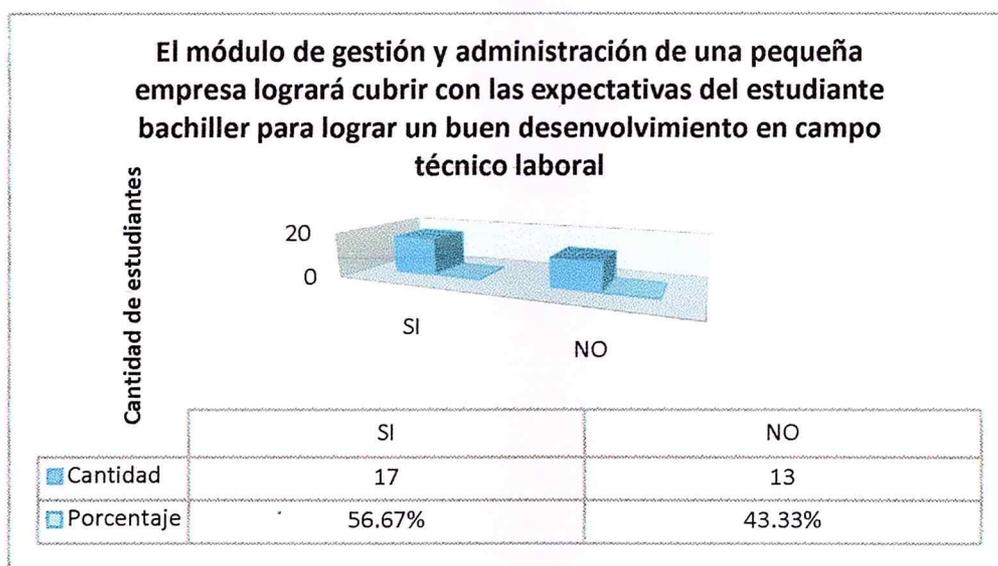


Gráfico 16

Fuente: Estudiantes del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

Un 43% de los encuestados consideran que con la impartición del módulo de gestión de pequeña empresa, pueden generar servicio en la comunidad como microempresario, creando una situación de seguridad en el área laboral, pero el 17% asegura no estar preparado para este nuevo programa pro cuanto desconocen su contenido científico.

2.4.3. Encuesta aplicada a los padres de familia

1. ¿Apoyaría a su hijo a crear una microempresa según su perfil técnico pre profesional?

Observaciones	Cantidad	Porcentajes
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

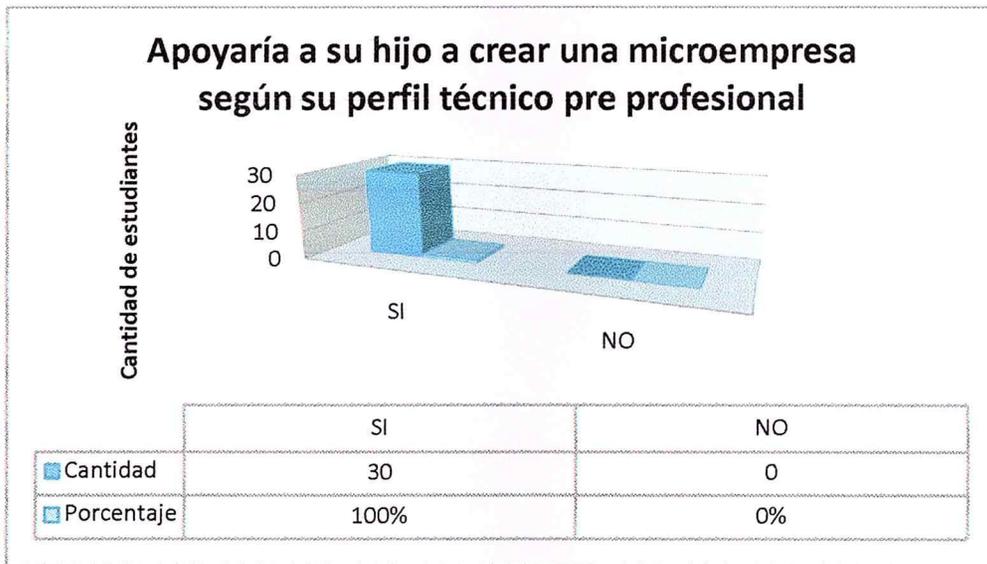


Gráfico 17

Fuente: Padres de familia del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

En cuanto al apoyo que proporcione a su hijo a crear una microempresa según su perfil técnico pre profesional es del 100% deja saber que existe preocupación por parte de los padres en el futuro de los hijos.

2. ¿Está Ud. de acuerdo que sus hijos reciban un módulo de Administración, Gestión y Comercialización que induzca a la formación de seres independientes en el área técnico- industrial?

Observaciones	Cantidad	Porcentajes
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

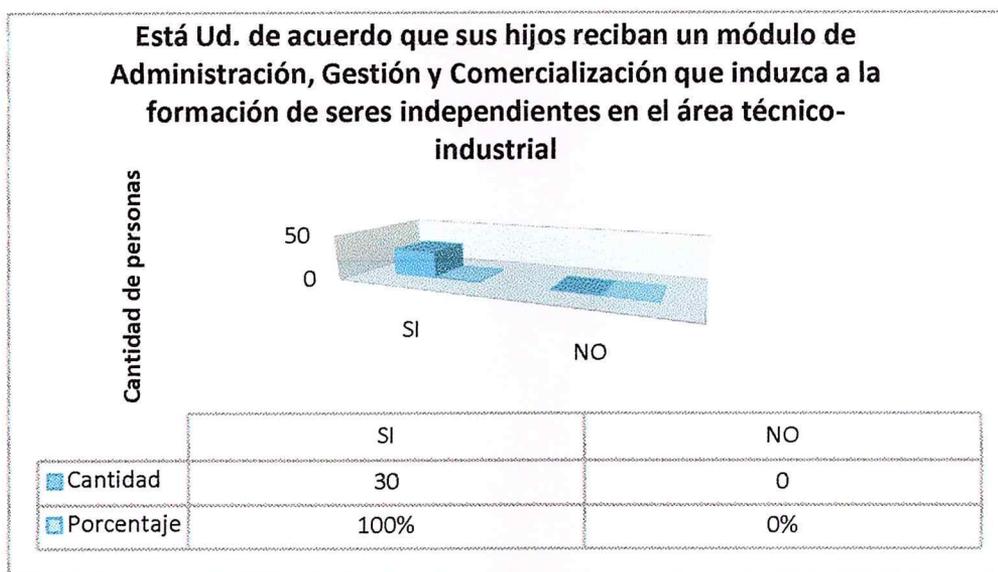


Gráfico 18

Fuente: Padres de familia del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

El 100% de los encuestados considera estar de acuerdo que sus hijos reciban un módulo para la formación en Administración, Gestión y Comercialización de las pequeña empresa para ser independiente en el área técnico- industrial.

2.4.4. Encuestas aplicadas a los Docentes

1. Respecto Al Área De Comercio ¿Cómo Usted Ha Visto El Rendimiento De Los Estudiantes?

Categorías	Cantidad	Porcentaje
EXCELENTE	2	13,33%
BUENO	6	40,00%
REGULAR	4	26,67%
MALO	3	20,00%
TOTAL	15	100%



Gráfico 19

Fuente: Docentes del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

Analizando la pregunta, la mayor parte de los maestros (43%) dicen que los estudiantes tienen un buen rendimiento, pero también hay maestros (13%) que afirman que los estudiantes son malos en el aprendizaje, afectando su rendimiento.

2. ¿Utiliza métodos y materiales didácticos adecuados para un mejor proceso de enseñanza aprendizaje en los estudiantes de tercero de bachillerato?

Categorías	Cantidad	Porcentaje
SI	5	33,33%
A VECES	8	53,33%
NO	2	13,33%
TOTAL	15	100%

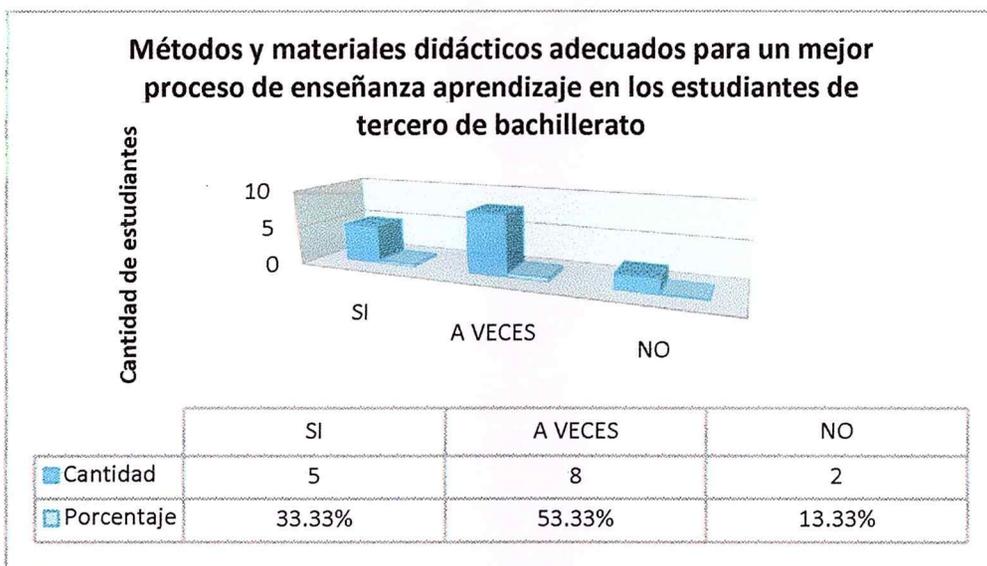


Gráfico 20

Fuente: Docentes del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

En la pregunta 2 el 30 por ciento de los docentes si aplican métodos y recursos didácticos pero se observa que el 61% en su mayoría a veces lo hacen, lo que da como resultado la falta de preparación académica y la constancia actualización pedagógica.

3. **¿Considera usted de importancia la impartición del módulo de inducción de gestión, administración y comercialización de una pequeña empresa para potencializar conocimientos y desarrollar verdaderas competencias en los estudiantes?**

Categorías	Cantidad	Porcentaje
SI	15	100%
A VECES	0	0%
NO	0	0%
TOTAL	15	100%

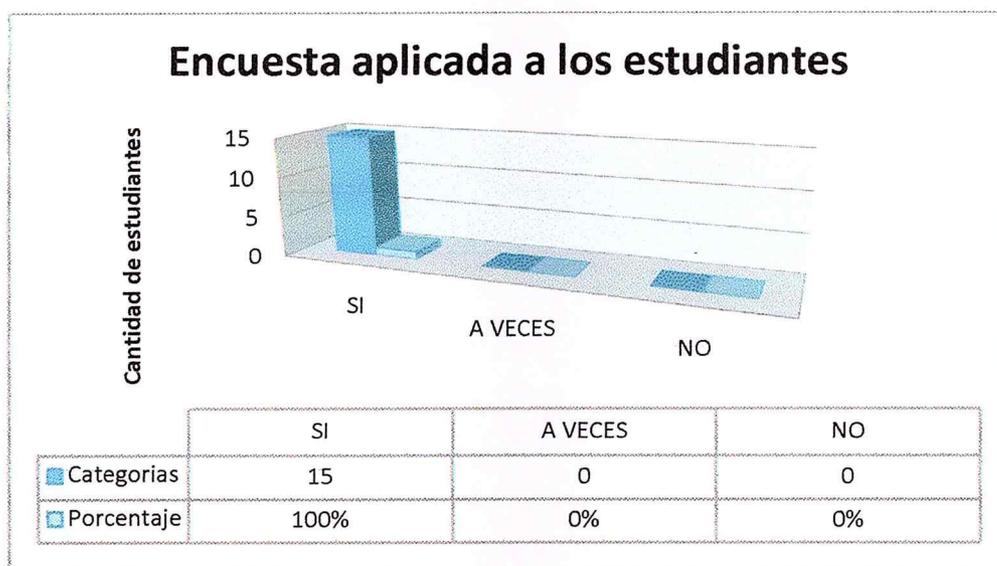


Gráfico 21

Fuente: Docentes del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

El 100% de los docentes manifiestan estar de acuerdo en la elaboración de un módulo de gestión.

4. ¿En qué escala considera usted al hablar sobre el uso de los equipos técnicos industriales en la institución?

Categorías	Cantidad	Porcentaje
BASTANTE	5	33,33%
POCO	6	40,00%
NADA	4	26,67%
TOTAL	15	100%

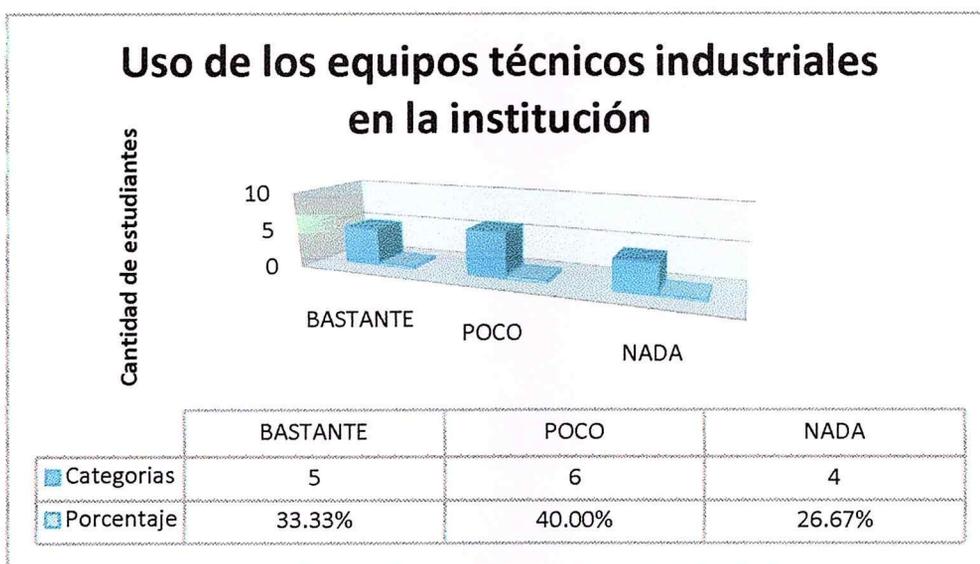


Gráfico 22

Fuente: Docentes del colegio técnico Febres Cordero

Autores: Avel Briones y Xavier Yagual

El 40% de los docentes sostiene el uso constante de los equipos industriales mientras que el 47 % pocas veces y el 12% no, estos resultados se debe al deterioro que tiene estos instrumentos técnicos, otros docentes desconocen su existencia y prefieren no manipularlos.

2.5. Conclusiones

Después del análisis de los gráficos se puede evidenciar la falta de dominio de conocimiento y el desarrollo de competencias para la gestión, emprendimiento y crear sus propias empresas de una forma independiente, la negligencia de los docentes y el desinterés por querer mejorar su calidad de vida como profesional, especialmente como educador, los equipos industriales que tiene la institución en su mayoría no se encuentran en buen estado y en algunos profesores desconocen su uso.

Las autoridades están enteradas sobre los problemas y conflictos académicos que lleva esta institución entre docentes y estudiantes, por tal motivo urge la elaboración de un programa de talleres para docentes dentro del módulo de gestión de empresa que imparta métodos de enseñanza para lograr una mejor integración y proceso de enseñanza aprendizaje.

Los estudiantes desean desenvolverse en el ámbito laboral mediante este módulo que enriquecerá sus conocimientos y motivará hacia una investigación comercial de manera más exhaustiva creando nuevas fuentes de trabajos para ellos y para la sociedad.

2.5.1. Verificación de Hipótesis

Realizada la investigación para dar la evidencia y demostración de la hipótesis general de este estudio investigativo, se han relacionado las hipótesis para constatar la importancia de éste.

2.5.2. Hipótesis general

La falta de dominio de conocimientos en las competencias para el emprendimiento impide al estudiante del tercero de bachillerato del colegio técnico Febres Cordero la vinculación con el mercado laboral- empresarial y la creatividad de formar su propia empresa

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MÓDULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

A través del análisis de las encuestas también se ha podido determinar la importancia de combatir esta falencia, esto a su vez facilitará la elaboración de un módulo de inducción de gestión, administración y comercialización de una pequeña empresa que será impartida en los estudiantes del tercero de bachillerato.

Este módulo consiste en la elaboración de un manual de técnicas y metodología dirigida a docentes para facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje en los estudiantes de dicha institución.

La elaboración de talleres dentro del módulo de gestión de pequeña empresa tiene como finalidad es inculcar la creatividad y orientar a crear su propia empresa haciendo estudios geográficos, de mercado y poblacional

Si se desarrolla el módulo de gestión de pequeña empresa y se aplican todos los pasos mencionados, los resultados académicos mejorarían notablemente dentro y fuera del aula clase.

2.5.3. Hipótesis particulares

Hipótesis 1. Si se logra aplicar estrategias innovadoras e integradoras académicas se obtendrá una mejor orientación de mercado para generar su propia empresa.

Analizando las respuestas dadas en las encuestas aplicadas a los docentes se puede evidenciar que los estudiantes no tienen dominio de conocimiento del tema de gestión y administración de una pequeña empresa sin darse cuenta lo tan importante que es esta materia.

Se puede notar que los maestros no utilizan estrategias metodológicas dentro del aula de clase, pues tiene muchas limitaciones para hacerlo.

Hipótesis 2. El uso de materiales técnicos industriales permitirá mejorar sus destrezas y habilidades en el desarrollo de emprendimiento y laboral.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

La validez de esta hipótesis está determinada por cuanto los docentes y estudiantes no utilizan los equipos industriales que tiene la institución. Una de las causas más graves es que los docentes no están preparados para su uso, de esta manera no acuden a los laboratorios industriales y concluyen sus clases dentro del aula con la misma rutina diaria desarrollando el desinterés y aburrimiento por las clases

Hipótesis 3. Con la elaboración de instrumentos de evaluación se podrá medir el control de seguimiento técnico y académico y así lograr alcanzar la calidad educativa que la institución necesita.

El rechazo de los docentes por someterse a nuevos cambios pedagógicos obliga a la institución vetar aquellos que no cumplen con la exigencia que demanda el gobierno para mejorar la calidad educativa; el diseño de evaluación medirá los logros alcanzados por el estudiante y a su vez el desenvolvimiento profesional del docente que impartirá esta cátedra de gestión y administración de una empresa pequeña.

Hipótesis 4. El uso de una guía de estrategias metodológicas para el desarrollo del módulo de gestión y administración de pequeña empresa potencializará el nivel de conocimientos y actualización pedagógica en los docentes

Los maestros no están altamente capacitados según se observa en los análisis de las encuestas realizadas en los estudiantes, docentes y directivos del plantel.

Las respuestas demuestran lo significativo que es la elaboración de una guía con estrategias metodológicas que permita desarrollar en los estudiantes habilidades para crear una pequeña empresa, para esto se necesita establecer dentro del módulo de gestión talleres pedagógico industrial a docentes para mejorar las relaciones y brindar un mejor proceso de aprendizaje significativo.

CAPÍTULO 3

3. PROPUESTA

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA Y EL DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MÓDULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

3.1. Presentación

La guía práctica, y el desarrollo conceptual de las unidades de el Modulo de Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa, se ha desarrollado, con el objetivo de prestar al profesor que imparte la asignatura una propuesta didáctica de apoyo pedagógico para el proceso de su función docente.

En la guía y el desarrollo conceptual del módulo, incluyen y describen los materiales curriculares, que presentó el Ministerio de Educación y Cultura (Proyecto De Reforzamiento de Educación Técnica). Cuando se diseñaron los procesos de enseñanza-aprendizaje de los Ciclos formativos, para el tercer año de bachillerato técnico

El Módulo sigue las directrices trazadas por el libro editado por el Ministerio de Educación y Cultura sobre propuestas didácticas de apoyo al profesor y el alumno, editado por el proyecto de reforzamiento de la educación técnica en la cual alinea los Componente de Transformación Curricular Familia Profesionales y Especialidades Bachillerato Técnico, en el que se orienta al profesor sobre la programación de los contenidos y las actividades de formación que pueden ser adaptadas y aplicadas

para los procesos de enseñanza en los Dicentes y Docentes de forma directa. la guía practica está dividida en varios apartados, que son:

1. Presentación de la guía
2. Desarrollo conceptual de los contenidos programáticos
3. Introducción al módulo.
4. Índice secuencial de las unidades de trabajo: organización de los contenidos.
5. Estructura de las unidades de trabajo del libro del alumno.
6. Criterios de evaluación

3.2. Justificación de la propuesta

El objetivo básico de esta propuesta es preparar al alumno de tercer año de bachillerato del Colegio Fiscal Técnico Industrial Febres Cordero para su inserción en el mundo laboral. El módulo de Administración, Gestión y Comercialización en la pequeña empresa pretende propiciar una idea clara entre los alumnos y un acercamiento al autoempleo como una forma de inserción laboral. Por lo tanto se trata de desarrollar en el alumno las capacidades, habilidades personales, de formación y experiencia que les permitan crear su propio puesto de trabajo.

El desarrollo de la guía con el módulo tendrá en cuenta aspectos fundamentales como:

1. La adaptación de los alumno para formar microempresas y tendrá la base en el tercero de bachillerato donde desarrollaran diferentes capacidades y conocimientos previos
2. Contextualización en el ámbito de la familia profesional específica.
3. Plantearse el autoempleo como una forma de Inserción Profesional.
4. Realizar un estudio de mercado, ventas de productos o servicios.
5. Analizar proceso productivo y realizar prácticas de los mismos.
6. Evaluar las características que definen los diferentes contratos laborales

Por otra parte esta propuesta da motivación al estudiantes porque es para crear bases sólidas en los contenidos del módulo de Administración, Gestión y Comercialización en la pequeña empresas, esta propuesta responden a tres áreas de interés. La primera de ellas es el hecho de que, en los últimos años, se ha estimulado el establecimiento de empresa privada, según lo muestran hechos como el aumento de la oferta de créditos bancarios para pequeña empresa, la posibilidad de crear nuevos negocios para dar servicios a los nuevos inversionistas. No obstante, no existe guía o documento escrito, página Web o panfleto que permita, al estudiante padres de familia o docente. Conocer esta área de emprendimiento que justifica la realización de este trabajo el desconocimiento o el poco aprovechamiento, de este módulo que se imparte en los colegios, los contenidos no son aplicados con nuevas tecnologías de información; en general las empresas desconocen el conocimiento de los estudiantes respecto a esta asignatura, modulo o materia Este desconocimiento se da, en gran medida, por cuestiones de edad, de entorno y de cultura que a veces impiden que la gente, aunque cuente con los instrumentos, se preocupe por conocer temas de actualidad.

Es importante afirmar que si el profesor le enseñara a el estudiante los conocimientos básicos para ser un microempresario tuviera acceso al conocimiento de las tecnologías de información (páginas Web, Internet, correo electrónico entre otros) contaría con una plataforma que lo motive a aprender y a aplicar lo que su negocio necesita. De esa manera podría expandir el área de acción de su empresa y mejorar sus recursos. Por lo tanto, el desarrollo de los contenidos del módulo de Administración,

Gestión y Comercialización en la pequeña empresas podría fomentar un mejor aprovechamiento para la realización de la microempresa, de esta manera la información. Y las oportunidades posibilitan que los emprendedores mejoren sus mecanismos de conocimiento, lo que les permitirá acceder a ellos sin temor al fracaso. El propósito es lograr que haya más bachilleres microempresario pues, de

esa manera, colaborarían con el desarrollo económico y social del país. Los posibles beneficios de estas acciones son el incremento de fuentes de trabajo. En resumen, la creación de estos contenidos sirvan como guía que les será muy beneficiosa para los estudiantes de tercero de bachillerato, en general, ya que está escrito de manera sencilla, lo que la hace accesible para toda persona sin importar edad, género o nivel educativo. Es importante destacar que el contenido de este módulo es práctico, y teórico, pues alude a situaciones comunes que los microempresarios deben conocer; contiene información relativa a aspectos administrativos y datos de interés para cualquier tipo de microempresa.

3.3. Objetivos generales

- Crear conciencia de empresa y autoempleo como una salida profesional y proporcionar los mínimos conocimientos requeridos para administrar gestionar y comercializar una pequeña empresa.

3.3.1. Objetivos específicos

- Analizar los documentos necesarios para el desarrollo de la actividad económica de una pequeña empresa.
- Definir las obligaciones laborales que una empresa tiene para desarrollar su actividad económica.
- Aplicar las técnicas de una guía práctica que permitan aplicar y resolver situaciones en la formación de la pequeña empresa.
- Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios.

3.4. Factibilidad

Refiriéndose a la factibilidad de esta propuesta; se puede manifestar que se cuenta con la colaboración de las autoridades del Colegio donde se pondrá en práctica la

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

aplicación de módulo administración, gestión y comercialización de una pequeña empresa, como disciplina, al mismo tiempo se llevará a cabo la realización de los Seminarios-Talleres con el personal docente adecuado.

Recordemos que toda persona posee habilidades o recurso que puedan transformarse en núcleo de una micro y/o pequeña empresa de servicio construyendo en un aporte para el desarrollo socio –económico a la comunidad que pertenece. Con el módulo de administración, gestión y comercialización de una pequeña empresa les brindaremos conocimientos que contribuyan a crear y optimizar tu micro y/o pequeña empresa.

También mostraremos, como puede evaluar su desempeño y el de su empresa, como analizar la forma de tratar los factores internos y externos que las condiciona y de qué forma puede administrarla más eficiente

Aplicando diversas técnicas de motivación por parte de los docentes, se logrará un aprendizaje significativo en los estudiantes y a la vez se integrará la participación de padres de familia y docentes para la participación del módulo administración, gestión y comercialización de una pequeña empresa y sean incluidos en este proceso de enseñanza aprendizaje

La propuesta que se ha planteado va a poder ayudar a solucionar los diversos problemas concernientes a la temática del micro empresa que de diferentes maneras debe motivar, y desarrollar un espíritu emprendedor en los jóvenes adolescentes de hoy en día.

3.5. Descripción de la propuesta

Guiar y formar personal idóneo para atender el programa y estructuración de los agentes de seguimiento, control y evaluación del proceso

- a. El enfoque teórico:** El colegio fiscal técnico industrial Febres Cordero "con ayuda de la fundación del Banco D- Miro, nos ayuda y da ideas en la formación de emprendedores a través de sus programas educativos empresariales que se dictan de forma complementaria en escuelas y colegios y otras instituciones con el afán de ayudar a desarrollar innovación e emprendimiento en los estudiantes.

El rol de los docentes es promover el desarrollo de competencias y habilidades y destrezas en jóvenes que motiven su capacidad para emprender, liderar, asumir riesgos, tomar decisiones, trabajar en equipo favoreciendo con ellos la igualdad de oportunidades y el mejoramiento de su calidad de vida.

Esta guía y sus contenidos programáticos conceptuales junto a los profesores de la institución, causan en los estudiantes un impacto educativo, además proporciona a los participantes (estudiantes) la oportunidad de aprender sobre negocio y economía básica, también fomenta, desarrolla y esfuerza aspectos académicos e importantes habilidades como son:

- interpretación de tablas y gráficos
- Investigación de análisis de datos
- Resolución de problemas y pensamiento crítico
- Trabajo en equipo y liderazgo
- Seguridad personal
- Expresión y comunicación personal

b. El modelo de intervención y objetivos de esta guía está basado en los siguientes lineamientos

- Brindar un complemento experimental a la educación económica y negocios que permita comprender el funcionamiento de la micro-empresa mediante una vivencia real.
- Enseñar a los estudiantes independientemente de su profesión actual o futura la importancia del mundo de los negocios y mostrar las actitudes básicas que se requiere para integrar las fuerzas laborales.

- Desarrollar en los participantes competencias que motiven su capacidad de emprender, liderar y asumir riesgos; tomar decisiones y trabajar en equipo.
- Generar una relación positiva con su entorno profesores empresarios y otros miembros de su comunidad.
- Desarrollar una actitud emprendedora a través de una experiencia practica

c. El criterio de evaluación los estudiantes serán capaces de desarrollar destrezas y competencias de las siguientes maneras:

- Aportando ideas sobre posibles negocios.
- Obteniendo los datos imprescindibles para elaborar el estudio.
- Elaborando un pequeño estudio de mercado del sector en el que se incluyen los parámetros y variables económicas más relevantes.
- Evaluando correctamente con los criterios derivados del estudio la posibilidad del negocio.
- Elaborando el proyecto en el que estructure, organicen y tengan creatividad.
- Experimentar la importancia de la calidad de los procesos de producción.
- Conocer una forma para levantar y crear un negocio.

Indicadores para dar seguimiento a la aplicación del programa de acuerdo a las competencias, destrezas o habilidades que se desean potenciar y en base a los cuales se contemplan los instrumentos a usar:

- Visitar una pequeña empresa del sector.
- Explicación por parte del profesor de los hechos y conceptos relacionados.
- Autoevaluación por parte del alumno sobre la potencialidad propia para iniciarse como empresario.
- Por grupos de alumnos, realizar una lluvia de ideas sobre posibles negocios relacionados con su actividad profesional.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

- Buscar fuentes de información para la elaboración de un estudio de mercado básico sobre una idea de negocio seleccionada en la actividad.
- Elaborar un informe de estudio de mercado.
- Evaluar las ideas seleccionadas según los resultados del estudio.
- Realizar el estudio de la ubicación de la empresa y el estudio de la competencia del entorno de la misma.
- Elaborar un plan de comercialización de los productos o servicios producidos por una pequeña empresa cuya actividad sea habitual en el sector, estudiando las formas de comercialización características.
- Aplicar técnicas de venta en la simulación de una venta concreta.
- Realización de ejercicios prácticos sobre el precio de costo de un producto o servicio y fijados en Precio de venta unitario.
- Elaborar el proyecto empresarial.

Cooperación institucional, asistencia, participación, demanda del servicio, tanto de estudiantes como docentes y autoridades.

El colegio fiscal técnico Febres Cordero , mediante acuerdo de las autoridades Cuenta con convenios de colaboración de ciertas entidades que ayudan en el desenvolvimiento de la capacitación de las carreras técnicas en la cual tenemos la cooperación de un programa del Banco D-MIRO que nos ayuda con participación de ejecutivos o empresarios voluntarios y un profesor coordinador de la institución que guían y asesoran a los estudiantes en el principio del proceso de la formación para la microempresa.

Los docentes de la institución de la asignatura de Administración, Gestión Y Comercialización De Una Pequeña Empresa reciben capacitación y seminario de este grupo de ejecutivos y empresarios de esta institución Bancaria.

El profesor coordina reuniones con jóvenes estudiantes motivando un comportamiento adecuado e incentivado a una participación activa en el cual se verá el desempeño del estudiante durante el programa.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Para cumplir los objetivos de este programa normalmente se requiere una reunión semanal con, los participantes, y el refuerzo de motivación del profesor del módulo o disciplina, en cierto punto los participantes tendrán responsabilidades en cumplir con las tareas encomendadas en el desarrollo del proceso de la microempresa.

El docente supervisa el proceso y todas las fases de operación para forma la microempresa, apoya en el proceso de distribución de miembros en los diferentes cargos o trabajos encomendados dentro de la microempresa

Requerimientos físicos, técnicos

El colegio técnico industrial Febres Cordero tiene en su estructura la ubicación de los talleres en las especialidades industriales de Mecanizado, electrónica, electricidad, mecánica automotriz e industria de la confección con equipamiento técnico en cada uno de los lugares estratégicos para la enseñanza aprendizaje, con este recurso en la institución es nuestro apoyo para la creación del proyecto microempresaria con los estudiantes de tercero de bachillerato en el modulo de Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa. Siendo este proyecto de la microempresa una fortaleza para la institución en la elaboración de productos en cada una de las especialidades técnicas y así de esta manera funcione un espacio físico como un almacén de servicios y productos industriales donde los estudiantes tendrán la oportunidad de demostrar su creatividad en forma organizativa aplicando los conocimientos aprendidos en los talleres, compitiendo en la comunidad del mercado industrial.

Todo este proyecto cuenta con el aval de las autoridades de la institución y los docentes que de una u otra manera conocen motivando a los estudiantes cada día, de igual manera los padres de familia apoyan a sus hijos en todo lo posible, ya que sus inversiones tienen un resultado positivo para defenderse en la realidad de su profesión técnica.

3.6. Desarrollo de contenidos del módulo administración, gestión y comercialización de una pequeña empresa

UT1.-la empresa y la capacidad empresarial (9 períodos)

- ✓ Significado y alcance de empresa.
- ✓ Pequeñas empresas.
- ✓ Autoempleo.

UT2.- Los empresarios y sus competencias (9 períodos)

- ✓ El potencial empresarial.
- ✓ Las características del empresario.
- ✓ Los empresarios como líderes.
- ✓ La toma de decisiones empresariales.
- ✓ Competencias para una capacidad empresarial.
- ✓ Factores claves para el éxito en el establecimiento
- ✓ de una pequeña empresa.
- ✓ La decisión empresarial
- ✓ El riesgo empresarial

UT3.- La idea y la oportunidad de negocio (9 períodos)

- ✓ La investigación de mercados. Objetivos. Fases del estudio demarcado.
- ✓ La obtención de información. Fuentes de información. Técnicas de recogida de datos.
- ✓ Interpretación de la información.
- ✓ Presentación de los resultados.
- ✓ Generación de ideas.
- ✓ Evaluación de oportunidades de negocio.

UT4.- Gestión de la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa (12 períodos)

- ✓ Formas jurídicas de constitución. Empresario individual. Empresario social o sociedad mercantil.
- ✓ La franquicia.
- ✓ Trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.

UT5.- La organización de una empresa (9 períodos)

- ✓ Factores básicos para iniciar una empresa.
- ✓ Selección de mercados y ubicación de la empresa.
- ✓ Estructura financiera del nuevo establecimiento.
Fuentes de financiación. Financiación propia. Financiación ajena.
- ✓ Creación de empresas.
- ✓ Los proveedores.
- ✓ Los recursos humanos.
- ✓ El presupuesto

UT6.- Principales pautas en la gestión de una empresa (18 períodos)

- ✓ Documentos mercantiles
- ✓ Los libros contables.
- ✓ El patrimonio empresarial.

UT7.- Comercialización (10 períodos)

- ✓ Registro de los clientes.
- ✓ Fijación de precios.
- ✓ Archivo de la documentación.

UT8.- Proyecto empresarial (24 períodos)

- ✓ Fases del proyecto empresarial.
- ✓ Conceptos inversión, evaluación de la viabilidad del proyecto.

3.7. Objetivo general de la guía módulo

Crear un documento práctico y funcional que sirva de guía para que el estudiante haga conciencia de cómo formar una micro- empresa y autoempleo como una salida profesional y proporcionar los mínimos conocimientos requeridos para iniciar gestionar y comercializar una pequeña empresa.

3.7.1 Duración

Calculo real del tiempo anual

Semanas =40

Periodos semanales = 4

Sub total = $40 \times 4 = 160$ periodos anuales – 10% Imprevistos = 144 horas anuales

Presentación del módulo didáctico como ayuda al maestro.

3.7.2 Desarrollo de talleres con los estudiantes orientado al emprendimiento y a la praxis.

Fase 1: Identificación de lo que se quiere hacer

Para emprender una microempresa el docente de administración, gestión y comercialización de una pequeña empresa junto con los estudiantes debe primero sugerirles que se analice: qué se quiere hacer, qué proyecto de negocio se puede emprender en base a sus competencias, capacidades y recursos. Para ello los estudiantes y profesores deben analizar lo siguiente:

- **Ideas de negocios:** Las ideas que se analicen deben ser nuevas, originales, que no existen en el mercado y que darán la oportunidad para abrir nuevos mercados, etc.;
- **Desarrollo de productos o servicios:** Es importante investigar si ya existe el producto o servicio que deseamos implementar, si es así se considerará en innovar dicho producto o servicio

Fase 2: Personas que van a formar parte del proyecto

El docente de administración, gestión y comercialización de una pequeña empresa definirá la participación activa de los alumnos en la microempresa. De darse el caso se debe analizar la intervención de un agente externo a la institución:

- **Los promotores del proyecto más ayuda externa:** Este sería el caso en el que el promotor/es tiene una idea pero carecen de recursos para poder llevarla a cabo. Esta carencia de recursos no pueden ser únicamente monetarios también pueden ser de capacitación empresarial o de dominio de las características básicas de la idea.

Fase 3: Implementación de la idea

En este punto el docente de administración, gestión y comercialización de una pequeña empresa junto con los estudiantes realizan la planificación de las ideas que conllevarán a la realización de la microempresa.

Los alumnos y el profesor son conscientes del desarrollo que conlleva poner en marcha una microempresa.

Se debe documentar las actividades que se realizarán en la microempresa, mediante el plan de la microempresa que es una herramienta fundamental. En la cual tendrán que los alumnos junto con el docente describir qué estrategias vamos a seguir para llevar a nuestra empresa hacia los objetivos que nos hayamos fijado, herramientas de marketing, financieras y administrativas.

Fase 4: Establecimiento de la microempresa

Establecidas las actividades por el docente junto con los alumnos y detallando en la planificación qué queremos hacer, con quién lo vamos a hacer y cómo lo vamos a hacer hay que decidir dónde vamos a desarrollar la idea de la microempresa-

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Se determinará que la localización de la microempresa será en las instalaciones de los talleres de la institución lo que nos otorgará una serie de ventajas, que analizaremos a continuación:

- Los productos y servicios que se desarrollarán se encontrarán cerca de nuestros potenciales clientes que serán: comunidad, maestros y estudiantado en general.
- Se tendrá una localización cercana a los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad empresarial como: herramientas, máquinas, etc.

Fase 5. Desarrollo y ejecución de las actividades de la microempresa

Esta fase es el cuerpo central para desarrollar las actividades de la microempresa se deben establecer objetivos empresariales así como para saber el grado de interés que se muestra a la microempresa por parte de todos y cada uno de los promotores del mismo, cada microempresa requiere de un tiempo de planificación distinto y actividades que se enfoquen en los objetivos establecidos para esta.

Debe constar de todo un cuerpo extenso de estrategias planificadas, momentos, tiempos, actividades, formatos de clases demostrativas, material, y otros adicionales.

Planificación de las actividades que se desarrollarán en la Microempresa

Estrategias	Actividades	Responsables	Recursos	Tiempo (semanas)
Generar bienes o servicios a un costo inferior	Se realizarán lámparas con botellas reciclables y candelabros de pared con tubos reciclados	Docentes Estudiantes de tercero de Bachillerato	Estudiantes Pizarra Marcadores Taladro Sierra Botellas Tubos Alicates Focos	2 (En horas de clases)
Los productos serán exclusivos ya que serán hechos con diseños creados por los estudiantes	Se realizarán diseños y modelos con diferentes colores y técnicas de pintura	Docentes Estudiantes de tercero de Bachillerato	Estudiantes Pizarra Marcadores Pintura Pinceles Oleos	2 (En horas de clases)
Reducir el daño ambiental	Se reciclarán botellas de vidrio y de plástico de la institución y fuera de ella.	Docentes Estudiantes de tercero de Bachillerato	Estudiantes Pizarra Marcadores Pintura Pinceles Oleos	2 (En horas de clases)

Gráfico 23

Fase 6. Recursos de la Microempresa

El docente analiza los recursos que tienen los estudiantes para empezar a trabajar en las ideas de la microempresa. Los recursos que hay que tener en cuenta son de distintos tipos:

- **Recursos humanos.-** Serán los estudiantes y profesores

Es importante que el docente indique a los estudiantes que deben tener una red de contactos ya que resulta algo fundamental en la sociedad actual. Esta red de contactos nos va a permitir conseguir diferentes contactos que podrían ser nuestros clientes.

- **Recursos materiales.-** Se deberá realizar un análisis de los recursos como herramientas, utensilios y demás material que se requiera para realizar el producto. En su preferencia se incentivará en los alumnos el reciclaje de materiales orgánicos.

Fase 7. Mercados de nuestros productos o servicios

El docente debe establecer como política de la microempresa, que formarán los estudiantes, que el futuro como microempresa está en los clientes. Por esa razón, se debe tener muy claro cuáles son las personas o entidades a las que va dirigida nuestra actividad para poder saber qué es lo que realmente necesitan o qué es lo que pueden necesitar.

Fase 8. Análisis de finanzas y resultados que se van a obtener de la microempresa.

El docente debe analizar cuánto va a costar llevar a cabo la microempresa para así poder ver si se necesita ayuda para la financiación de la microempresa o si, por el contrario se puede con recursos propios empezar con el mismo. Y deberán establecerse las metas claras que se desea lograr con la realización de la microempresa.

Seguimiento y validación de la Microempresa

Se realizará seguimiento nuestra microempresa en base a una revisión periódica de procedimientos definidos en las actividades detalladas en la planificación de lo que se desarrollará en la microempresa basándonos en lo que en realidad ocurre.

Las frecuencias de los reportes de seguimiento serán de forma semanal y se demostrarán si los resultados del Programa presentan relación con la consecución de las metas.

Evaluación de resultados y el impacto en la mejora del proceso.

Realizaremos el control de nuestras actividades en base a la toma de decisiones en función de lo ocurrido.

INDICADORES

Matriz de indicadores de la microempresa

Objetivo	Indicador	Formula
Medir la aceptación de los clientes a los productos realizados por los estudiantes	Eficacia de propuestas presentadas	Propuestas aceptadas por los clientes/Total de propuestas presentadas por los estudiantes
Conocer el Nivel de Ventas de los productos realizados en la microempresa	Ventas netas	Cantidad de productos vendidos/Total de Productos realizados
Establecer porcentaje de gastos en base a recursos utilizados	Utilidad de la microempresa	Ingresos recibidos –gastos incurridos

Grafico 24

CONCLUSIONES

Lo anterior justifica la creación de esta guía para el desarrollo de la pequeña empresa, son los estudiantes los que necesitan más apoyo para dar sus primeros pasos con seguridad y rapidez.

Estas Micro-empresas, son las que generan más empleos al año y aumentan la productividad del país. Producto de la investigación bibliográfica hecha, de las entrevistas y de la recopilación de datos extraídos de la Internet se puede concluir que:

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Un 10% de estas microempresas son Formadas por Estudiantes de bachillerato técnico porque sus conocimientos en formar pequeñas empresas son bajos, antes de empezar a funcionar. Y las principales causas de esta situación son las siguientes:

- ✓ No se conocían programas que son bases de apoyo para tener una idea o principio para comenzar a formar una microempresa
- ✓ No se sabía utilizar estos programas de apoyo al 100%
- ✓ La información era demasiado difusa, compleja

También se comprobó que, salvo en casos aislados, casi todos los programas de apoyo a la pequeña empresa incluyen información relativa a fases y formalizaciones, pero en pocas ocasiones motivan al emprendedor para que realice un plan de negocios antes de montar la empresa. Como se puede ver, Determina la viabilidad del proyecto

Permite realizar una investigación e innovación inicial y es un buen método para exponer la idea de negocio a socios y allegados

En concreto, sin el plan de microempresa, simplemente no se puede visualizar de manera clara no se podrá implementar en el momento la microempresa.

Sin embargo, como se planteó en los objetivos, la guía puede ser utilizada por cualquier persona, tenga o no conocimientos empresariales sin importar la edad o el sexo, lo que representa un gran avance en la materia. Esto debido a que, como se ha comprobado en la investigación, muchos de los emprendedores son personas que deciden desarrollar este tipo de negocios porque carecen de preparación formal para trabajar en alguna empresa.

RECOMENDACIONES

Es un hecho que no todas las pequeñas empresas son iguales y que por ese motivo, en algún momento, cada una trazará su propio camino después de cumplir con las fases que deben seguir para regular su situación.

Es por eso que se recomienda el siguiente procedimiento para crear una Pequeña empresa.

Lo más importante es tener una idea clara de los propósitos de la empresa su quehacer y su campo de acción.

Para lograrlo es fundamental desarrollar un plan de negocios que considere estos aspectos:

- a. ¿Hacia qué producto o servicio quiere ser destinada la pequeña empresa?
 - b. ¿Cuál es el público meta?
 - c. ¿Cuál es la competencia más cercana, sus fortalezas y debilidades?
 - d. Contabilizar los gastos de inversión inicial
 - e. Tomar en cuenta detalles operativos de la empresa
- b) Una vez definido el plan de negocios, el microempresario deberá implementar acciones correctivas para mejorar lo que esté menos claro en el plan.
- c) Después de realizado y analizado el plan de negocios, es necesario informarse sobre los trámites de regularización que deben cumplirse dentro de la institución

Para lograrlo puede utilizarse la guía que se ofrece en este trabajo.

Adicionalmente a lo anterior, se recomienda que el microempresario visite instituciones relacionadas a su micro empresa, porque generalmente este tipo de lugares informará de manera más especializada en lo que se refiere a asuntos innovación y creatividad.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Utilizar y pedir toda la respectiva información y el apoyo que brinda la institución, autoridades y fundaciones para guiarse y saber tipo de pequeña empresa por crear. Y así se podrá valorar qué tipo de tecnología favorecerá a la empresa.

Piense que si utiliza las estrategias adecuadas, encontrara las opciones correcta para vender el productos o servicios así, en consecuencia el microempresario tendrá más posibilidades de mercadear y vender sus productos.

No hay que olvidar que vender un producto llamativo e innovador ante los ojos del público, es importante. La creatividad construye y le da un realce al producto y buena imagen a la microempresa y esto, a la vez, sirve de publicidad y es cuando la empresa se consolida,

Siempre piense en el más mínimo elemento que lo pueda diferenciar de la competencia y explótelo. Un buen logotipo, frase comercial, un rótulo llamativo, un empaque curioso para su producto. Todo esto establecerá la diferencia entre la pequeña empresa y su competencia.

Bibliografía

- Alonso Hinojal, I. (1924). *Manual de Sociología*. Centro De Investigaciones Sociológicas.
- Ausubel, D. (2006). *Aprendizaje Significativo*. Madrid: Quiroga.
- BRUNER, J. (1997). *La educación, puerta de la cultura*. Madrid: Visor.
- Contitucion, R. (1998). *Ley de la Educacion*. Quito: Norma.
- Educacion, T. (2004). *Reforcamiento, Bachillerato tecnico*. Quito.
- González Manteiga, W. (2008). *La bondad de ajuste de los modelos de pruebas condicionales*. Los Angeles: Amer Statistical Assoc.
- Macero, B. (2010). *La Sociedad y el Mercado*. Caracas: Educación Superior Universidad Nacional Experimental "Simón Rodríguez".
- Moggridge, B. (2006). *Designing Interactions*. Virginia: MIT Press.
- Morin, E. (1996-1997). *Educación basada en competencia*. Valladolid.
- Perez, C. A. (2008). Fundamentos Basicos. En F. U. Amigo, *Modalidad Empresaria* (pág. 5). Medellin: Colombia.
- Pimienta P, J. E. (2005). *Metodología Constructivista. Guía para la planeación docente*. México: Pearson.
- Ramos, W. (2009). *proyectos educativos gestión de empresas a bachillerato*. Valencia.
- Vazquez Burguete, J. L. (2009). El Potencial Empresarial. *Investigacion Economica y social de Castilla Leon* , 17-170.
- TORRES, J. (1989): «El curricular globalizado o integrado y la enseñanza reflexiva». Cuadernos de Pedagogía, 172, 8-13.
- TORRES, J. (1994): Globalización e interdisciplinariedad: el currículo integrado. Madrid. Morata.
- TRILLA, J. (1993): El profesor y los valores controvertidos. Neutralidad y beligerancia en la educación. Barcelona. Paidós.
- TURIEL, E. (1984): El desarrollo del conocimiento social. Moralidad y convención. Madrid. Debate.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

VENTURA, M. (1992): Actitudes, valores y normas en el currículo escolar. Madrid. Ed. Escuela Española.

VENTURA, M. (1993): «Fido Dido y los 40 principales arrasan el curriculum». Aula de Innovación Educativa, 16/17, 24-29.

Yus, R. (1993): «Sobre la importancia de los enfoques constructivistas en el desarrollo de actitudes positivas en materias transversales del currículum». VII Jornadas de Pedagogía Operatoria. Puerto Real (Cádiz).

Yus, R. (1994): «las actitudes en el alumnado moralmente autónomo». Aula de Innovación Educativa, 26, 72- 79.

ZABALA, A. (1990): «El enfoque globalizador». Cuadernos de Pedagogía, 168, 17-22.

ZABALA, A. (1991): «Los materiales curriculares». En: CARMEN, L. Del: La elaboración del curriculum en el centro educativo. Barcelona. Horsori/ICE.

Bibliografía Virtual

<http://www.lapaginadelprofe.cl/mapmentales/map1.htm>

<http://es.scribd.com/doc/55330229/TEORIA-ADMINISTRACION-GESTION-Y-COMERCIALIZACION-DE-UNA-PEQUENA-EMPRESA>

<http://www.mipymes.gov.co/emprendedor/newsdetail.asp?id=143&idcompany=44>

http://sisbib.unmsm.edu.pe/Bibvirtual/Publicaciones/indata/v02_n2/busqueda.htm

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Anexos

ANEXO 1

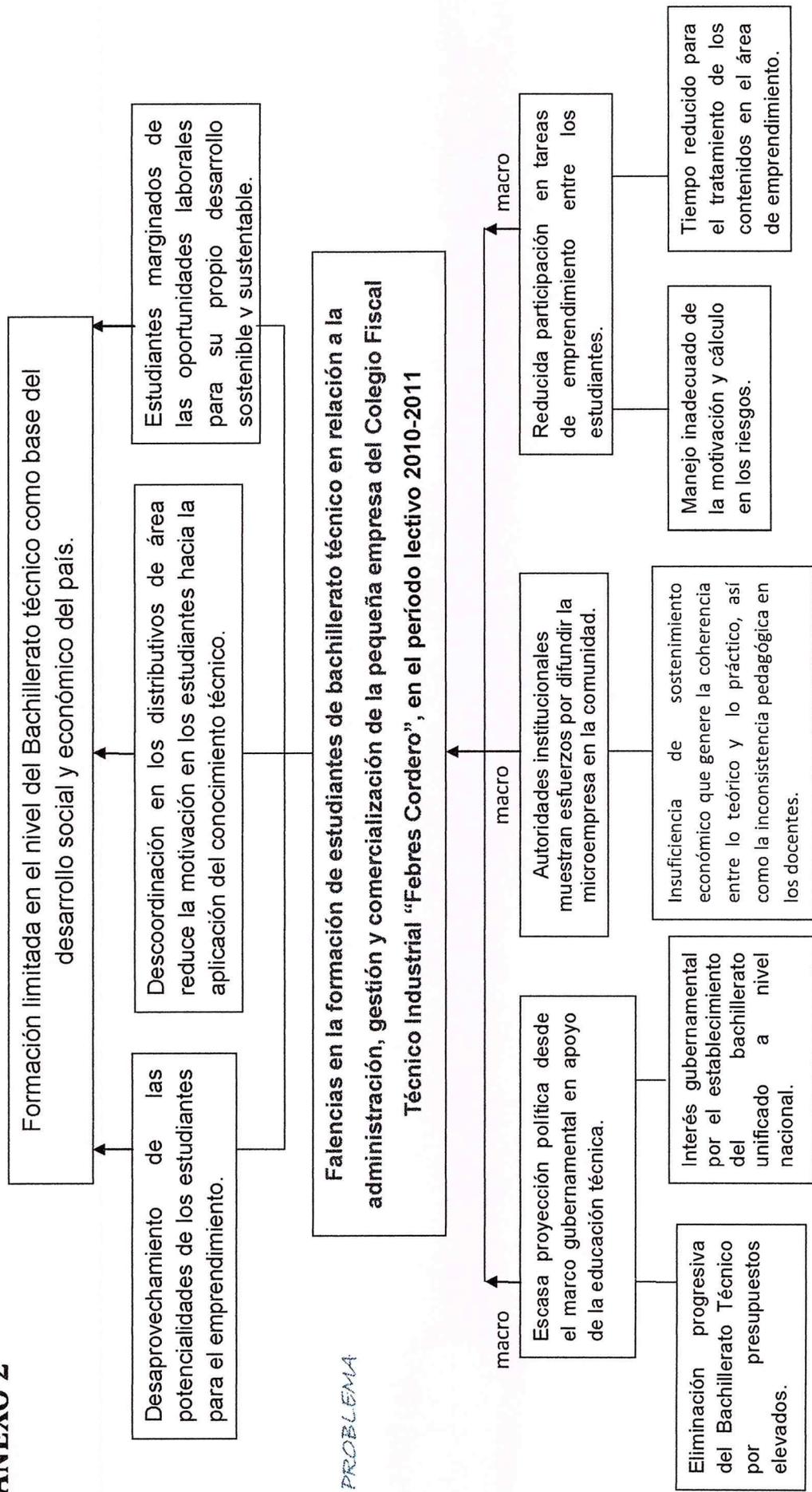
SÍNTOMAS	CAUSAS	PRONÓSTICO	PROPUESTA DE CONTROL	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION	OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS GENERALES Y PARTICULARES
Insuficiente dominio del tema o la escasa habilidad para realizar un trabajo de gestión de empresa	Falta de talleres pedagógicos industriales para el desarrollo de las competencias básicas laborales	La desmotivación y preocupación por la imposibilidad de desarrollar sus habilidades para la creación de su propia empresa en el ámbito laboral	Es necesaria la elaboración de un módulo de talleres que induzca al estudiante a la creatividad de su propia empresa e integrarlo en el ámbito laboral.	¿Cómo incide la implementación de un Módulo de Administración, gestión y comercialización de una pequeña empresa en el desarrollo de habilidades y destrezas de los estudiantes de tercer año de bachillerato del Colegio Técnico Industrial "Febres Cordero"?	¿Cuál será el impacto social al impartir el módulo de inducción a gestión y administración de una pequeña empresa?	<p>GENERAL Diseñar un módulo de inducción que promueva estrategias para generar sus propias fuentes de trabajo en los estudiantes de tercer año de bachillerato del colegio técnico general Febres Cordero</p> <p>ESPECÍFICOS Aplicar estrategias e innovadoras integradoras de mercado mediante un plan de acción de campo para conocer informaciones relevantes, características demográficas, psicográficas y geográficas y así orientar al estudiante a generar su propia empresa</p>	<p>GENERAL La falta de dominio de destrezas y actitudes de emprendimiento impide al estudiante del tercero de bachillerato del colegio técnico Febres Cordero la vinculación con el mercado laboral- empresarial y la creatividad de formar su propia empresa</p> <p>ESPECÍFICOS Si se logra aplicar estrategias innovadoras e integradoras académicas se obtendrá una mejor orientación de mercado para generar su propia empresa.</p>

EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

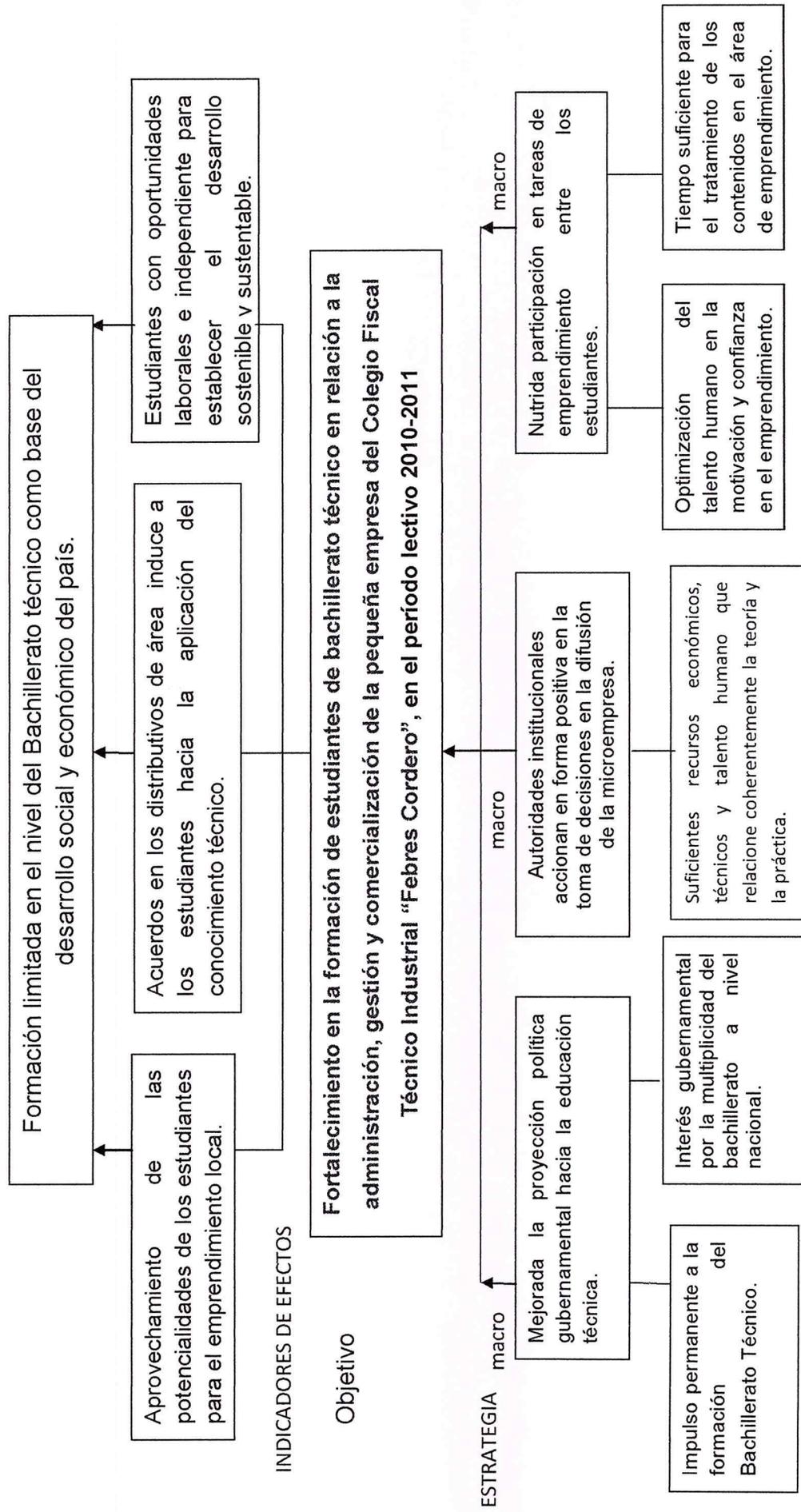
<p>Estudiantes marginados a las oportunidades laborales para su propio desarrollo y sostenible sustentable.</p>	<p>Talleres tecnológicos industriales obsoletos para la práctica y perfeccionamiento de habilidades motrices y cognitivas.</p>	<p>La falta de adecuación y/o restrucción de los equipos tecnológicos industriales puede dejar suspendida a la unidad educativa.</p>	<p>Es substancial la restauración de los equipos técnicos que la institución provee para un mejor proceso de enseñanza aprendizaje de manera social y significativa.</p>	<p>¿El uso de equipos técnicos industriales será de gran beneficio para el desarrollo psicomotriz en los estudiantes?</p>	<p>Desarrollar en el estudiante habilidades y posicionamiento de su empresa, mediante el uso de herramientas tecnológicas industriales adecuadas.</p>	<p>El uso de materiales técnicos industriales permitirá mejorar sus destrezas y habilidades en el desarrollo de emprendimiento laboral</p>
<p>Bajo rendimiento académico de los alumnos en el bachillerato técnico.</p>	<p>Formación académica del estudiante limitado en el nivel del Bachillerato técnico.</p>	<p>Los promedios académicos bajos darán como resultado la incapacidad para resolver los casos dentro del campo laboral.</p>	<p>Es transcendental diseñar un control de seguimiento académico para evaluar los logros de la gestión del proyecto en la comunidad educativa.</p>	<p>¿La correcta implementación de instrumentos de evaluación permitirá evidenciar los logros de los estudiantes en la microempresa?</p>	<p>Diseñar instrumento de evaluación y técnicas motivadoras a través de hojas de trabajos y seguimiento académico para inducir hacia la investigación del mercado y comercialización de empresa</p>	<p>Con la elaboración de instrumentos de evaluación se podrá medir el control de seguimiento técnico y académico y así lograr alcanzar la calidad educativa que la institución necesita.</p>
<p>Nivel bajo de conocimiento científico y dominio de su profesión técnico industrial</p>	<p>Docentes sin preparación académica profesional.</p>	<p>Los docentes imparten sus cátedras aplicando estrategias metodológicas no apropiadas para su desarrollo</p>	<p>Aplicar en el modulo de gestión y administración de empresa una guía metodológica y taller dirigida a docentes para su ejecución.</p>	<p>¿Cómo incide la escasa preparación didáctica de los profesores en el proceso enseñanza aprendizaje?</p>	<p>Proponer estrategias de vinculación para generar una relación empática entre los actores del proceso enseñanza aprendizaje en Gestión y Comercialización de Una Pequeña Empresa mediante una guía metodológica dirigida a docentes</p>	<p>El uso de una guía de estrategias metodológicas para el desarrollo del modulo de gestión y administración de empresa potenciará el nivel de conocimientos y actualización pedagógica en los docentes</p>

ANEXO 2

ÁRBOL DEL PROBLEMA



ÁRBOL DEL PROBLEMA



ANEXO 3

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL UTEG

COLGIO: Técnico Industrial Febres Cordero	3er Curso	NIVEL BACHILLERATO
ESPECIALIZACIÓN _____	EDAD: ____ AÑOS.	SEXO: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>
La siguiente encuesta es parte de un proyecto de investigación que la Universidad Tecnológica Empresarial UTEG se encuentra efectuando a través de un proceso de Tesis.		
La población objetivo de la investigación son los estudiantes del Tercer Curso del Nivel de Bachillerato del Colegio Técnico Industrial Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil.		

Objetivo: Recopilar información relacionada al conocimiento de la administración, gestión y comercialización de las pymes en la Educación Técnica.

Joven Estudiante: Sírvase contestar con claridad el siguiente cuestionario.

MARQUE CON UNA X EN EL CASILLERO CORRESPONDIENTE QUE UD. CONSIDERE APROPIADO.

1) ¿Cuál es su nivel de conocimiento en cuanto a Administración de Empresas?

Mucho Poco Muy poco Nada

2) ¿Conoce Ud. cuáles son las herramientas básicas para la gestión y administración?

SI NO

3) ¿Sabe Ud. cómo crear una microempresa en el área técnico-industrial?

SI NO

4) ¿Considera Ud. necesario recibir el módulo de Administración, Gestión y Comercialización de las PYMES para ser independiente en el área técnico-industrial?

SI NO

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

5) ¿Considera Ud. que se deberían tener un modelo de la estructuración de una microempresa en la institución?

SI

NO

6) ¿Conoce Ud. las características fundamentales de un empresario de éxito?

SI

NO

7) ¿Cree Ud. que con sus conocimientos técnicos tiene la posibilidad de crear una microempresa?

SI

NO

8) ¿Sabe Ud. que el Banco Nacional de Fomento (BNF) otorga crédito para proyectos nuevos en la creación de talleres o microempresa?

SI

NO

9) Considera Ud. que con su especialidad de técnica pueda dar un servicio a domicilio en la comunidad?

SI

NO

10) Cuáles son las gestiones que se hacen para la creación de una microempresa?

SI

NO

Gracias por su colaboración...

ANEXO 4



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL UTEG

ENTREVISTA: DEL DOCENTE

(Para investigar la falta de una guía y desarrollo conceptual del Módulo de Administración, Gestión y comercialización de la pequeña empresa del colegio fiscal técnico industrial Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil).

Señor Profesor:

Considera Ud. necesario la asignatura de Administración en el área técnica en el colegio técnico industrial “Febres Cordero” en tercero de bachillerato.

Nombre del entrevistado: _____

Cargo o función que desempeña: _____

1*-¿Ha analizado usted el conocimiento de la materia de administración en los alumnos de tercer año de bachillerato?

2*-¿Cuáles son los síntomas que se ven con mayor frecuencia en los alumnos de tercero de bachillerato en la materia de administración?

3*-¿Qué falencias tiene el estudiante de tercero de bachillerato como mayor desconocimiento en la materia de administración.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

4*-Está usted de acuerdo en que el estudiante técnico tenga la oportunidad de tener su taller o microempresa independiente y por qué?

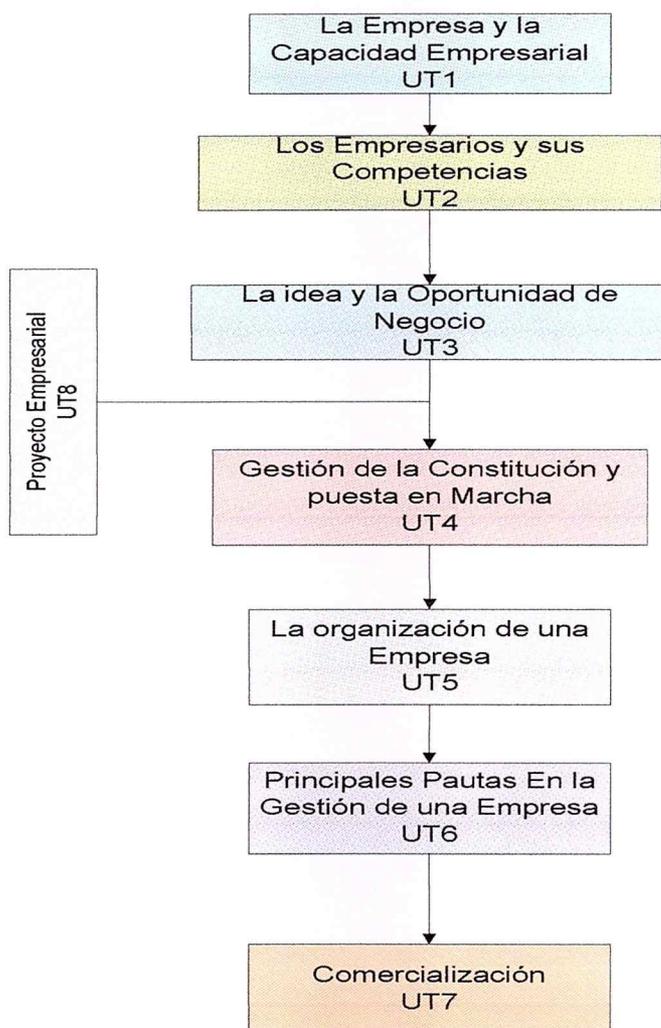
5*-Cree usted conveniente que los docentes que imparten el modulo de Administración, gestión de la pequeña empresa tengan una guía y modulo para el desarrollo de la misma.

6*-Qué opina usted en guiar al estudiante, para que forme su pequeña empresa, relacionada con su especialidad técnica.

Gracias por su atención...

ANEXO 5

RELACIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO Y CONEXIÓN ENTRE ELLAS



ANEXO 6

ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA

Capítulo*-1

I. la empresa y la capacidad empresarial (9 periodos)

- Significado y alcance de empresa.
- Diferentes formas de empresa.
- Roles que desempeñan las personas en las empresas.
- Pequeñas empresas.
- Significado de la capacidad empresarial.
- Razones para la capacidad empresarial.
- Importancia de la capacidad empresarial en el individuo y en la sociedad.
- Autoempleo.

Capítulo*-2

II. Los empresarios y sus competencias (9 periodos)

- El potencial empresarial.
- Las características del empresario.
- Los empresarios como líderes.
- La toma de decisiones empresariales.
- Competencias para una capacidad empresarial.
- Factores claves para el éxito en el establecimiento de una pequeña empresa.
- La decisión empresarial
- El riesgo empresarial

Capítulo*-3

III. La idea y la oportunidad de negocio (9 períodos)

- La investigación de mercados. Objetivos. Fases del estudio demarcado.
- La obtención de información. Fuentes de información. Técnicas de recogida de datos.
- Interpretación de la información.
- Presentación de los resultados.
- Generación de ideas.
- Evaluación de oportunidades de negocio.

Capítulo*-4

IV. Gestión de la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa

- Formas jurídicas de constitución. Empresario individual. Empresario social o sociedad mercantil.
- La franquicia.
- Consecuencias legales y fiscales de la forma jurídica.
- Trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.

Capítulo*-5.-

V. La organización de una empresa (9 períodos)

- Factores básicos para iniciar una empresa.
- Selección de mercados y ubicación de la empresa.
- Estructura financiera del nuevo establecimiento.
- Fuentes de financiación. Financiación propia. Financiación ajena.
- Cálculo de interés compuesto.
- Los préstamos y su amortización.
- Creación de empresas.
- Los proveedores.

- Los recursos humanos. Estructura organizativa del nuevo establecimiento. Estudio y previsión de perfiles profesionales necesarios. Fórmulas de contratación. Coste de personal.
- El presupuesto

Capítulo*-6

VI. Principales pautas en la gestión de una empresa (18 períodos)

- Documentos mercantiles
- Impuestos implicados en las operaciones de compraventa. El impuesto sobre el valor agregado.
- Los libros contables.
- El patrimonio empresarial.
- Conceptos y hechos asociados al proceso del registro contable en la pequeña empresa.
- Resultados del ejercicio y cuentas anuales.
- Conceptos básicos de análisis de balances.
- Medios de pago. Documentos más importantes: cheque, letra de cambio, etc.

Capítulo*-7

VII. Comercialización

- Conceptos y hechos asociados a las técnicas de venta. Las fases de la venta. La atención al cliente
- El proceso de ventas. Formas de comercialización. Captación de clientes. Elaboración de ofertas. Mantenimiento de correspondencia con los clientes
- Registro de los clientes.
- Cálculo de márgenes comerciales.
- Fijación de precios.
- Cálculo de operaciones con intereses de aplazamiento.
- Registro de las operaciones de ventas. Libro registro de facturas emitidas. Archivo de la documentación.

Capítulo *- 8

VIII. Proyecto empresarial

- Las fuentes de información de una asistencia adicional.
- Fases del proyecto empresarial.
- Conceptos y hechos asociados a la previsión de tesorería, inversión, costos, ventas, beneficios, punto de equilibrio, rentabilidad del proyecto, evaluación de la viabilidad del proyecto.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

ANEXO 7



COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL

”FEBRES CORDERO”

MÓDULO

DE

GESTIÓN,

ADMINISTRACIÓN Y

COMERCIALIZACIÓN

DE

UNA

PEQUEÑA

EMPRESA

ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA

1. la empresa y la capacidad empresarial

- a. Significado y alcance de empresa.
- b. Pequeñas empresas.
- c. Autoempleo.

2. Los empresarios y sus competencias

- a. El potencial empresarial.
- b. Las características del empresario.
- c. Los empresarios como líderes.
- d. La toma de decisiones empresariales.
- e. Competencias para una capacidad empresarial.
- f. Factores claves para el éxito en el establecimiento
- g. de una pequeña empresa.
- h. La decisión empresarial
- i. El riesgo empresarial

3. La idea y la oportunidad de negocio

- a. La investigación de mercados. Objetivos. Fases del estudio demarcado.
- b. La obtención de información. Fuentes de información. Técnicas de recogida de datos.
- c. Interpretación de la información.
- d. Presentación de los resultados.
- e. Generación de ideas.
- f. Evaluación de oportunidades de negocio.

4. Gestión de la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa

- a. Formas jurídicas de constitución. Empresario individual. Empresario social o sociedad mercantil.
- b. La franquicia.
- c. Trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.

5. La organización de una empresa

- a. Factores básicos para iniciar una empresa.
- b. Selección de mercados y ubicación de la empresa.
- c. Estructura financiera del nuevo establecimiento.
- d. Fuentes de financiación. Financiación propia. Financiación ajena.
- e. Creación de empresas.
- f. Los proveedores.
- g. Los recursos humanos.
- h. El presupuesto

6. Principales pautas en la gestión de una empresa

- a. Documentos mercantiles
- b. Los libros contables.
- c. El patrimonio empresarial.

7. Comercialización

- a. Registro de los clientes.
- b. Fijación de precios.
- c. Archivo de la documentación.

8. Proyecto empresarial

- a. Fases del proyecto empresarial.
- b. Conceptos inversión, evaluación de la viabilidad del proyecto.

I. La empresa y la capacidad empresarial.

a) Significado y alcance de empresa

Una **empresa** es una **unidad económico-social**, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los **factores productivos** (trabajo, tierra y capital).

Las empresas pueden clasificarse según la **actividad económica** que desarrollan. Así, nos encontramos con **empresas del sector primario** (que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderas), del **sector secundario** (dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y de la construcción) y del **sector terciario** (empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio).



Grafico #1

Otra clasificación válida para las empresas es de acuerdo a su **constitución jurídica**. Existen empresas **individuales** (que pertenecen a una sola persona) y **societarias** (conformadas por varias personas). En este último grupo, las sociedades a su vez pueden ser **anónimas**, de **responsabilidad limitada** y **de economía social (cooperativas)**, entre otras.

Personas naturales obligados a llevar contabilidad

Son personas particulares que tienen actividad económica (empresas), que normalmente en las facturas tiene el nombre del dueño o cualquier nombre comercial. se reconoce por que en la factura dice obligado a llevar contabilidad, esta obligación se da, cuando pasa los montos establecidos, 60.000, 00 en capital o 100.000,00 en ventas, al año.

Personas naturales no obligados a llevar contabilidad

Igual son personas particulares que tiene empresas pequeñas, pero que no pasa los montos establecidos por el SRI (Servicio de Rentas Internas), al finalizar cada año.

En la mayoría este tipo de empresas son las que emite las notas de venta y está bajo el RISE

Pero también emiten facturas si es necesario.

Ejemplos:

- ✓ Dueños de pequeños negocios
- ✓ Profesionales
- ✓ Arrendamiento de bienes inmuebles propios.

b) Roles que desempeñan las personas en las empresas.

Es muy importante saber y considerar que dentro de una empresa, el rol de las personas debe estar bien definido, esto facilita a la organización el orden dentro de ella. Esto se define por sobre todo para que las personas sepan identificar cual es su posición dentro de la empresa, y cuáles son las posibilidades de estos para ascender en ellas.

Para este caso nos basamos en describir que es un cargo, como se analiza y por último como podemos describirlo.

En general, la descripción del cargo presenta el contenido de éste de manera profesional, y las especificaciones suministran la percepción que tiene la organización respecto de las características humanas que se requieren para ejecutar el trabajo, expresadas en términos de educación, experiencia, iniciativa etc.

A continuación describiremos algunos conceptos insertos en la descripción de un cargo:

- **Tarea:** es el conjunto de actividades individuales que ejecuta el ocupante del cargo, en general hace referencia a cargos simples y rutinarios, como los que ejercen los que trabajan por horas o los obreros.
- **Atribución:** es el conjunto de actividades individuales que ejecuta la persona que ocupa el cargo. Se refieren a cargos que incluyen actividades más

diferenciadas, como las que desempeñan los que trabajan por meses o los funcionarios.

- **Función:** es un conjunto de tareas (cargos por horas) o atribuciones (cargos por meses), que el ocupante del cargo ejerce de manera sistemática y reiterada, o un individuo que sin ocupar un cargo, desempeña una función de manera transitoria o definitiva. Para que un conjunto de tareas o atribuciones que constituya esa función, se requiere que haya repetición al ejecutarlas.
- **Cargo:** es un conjunto de funciones con posición definida dentro de la estructura organizacional, es decir, el organigrama. Ubicar un cargo en el organigrama implica definir cuatro aspectos: el nivel jerárquico, el área o departamento en que está localizado, el superior jerárquico (ante quien responde) y los subordinados (sobre los que ejerce autoridad).

Todo cargo tiene uno o más ocupantes, que son las personas asignadas para ejercer las funciones específicas del cargo, así como la autoridad y la responsabilidad inherentes a la posición que el cargo ocupa en el organigrama.

Descripción De Cargos.

La descripción de cargos es un proceso que consiste en enumerar las tareas o atribuciones que conforman un cargo y que lo distinguen de los demás cargos que existen en la empresa; es la enumeración detallada de las atribuciones o tareas del cargo (que hace el ocupante), la periodicidad de la ejecución (cuando lo hace) y los objetivos del cargo (porqué lo hace). Básicamente, es hacer un inventario de los aspectos significativos del cargo y de los deberes y las responsabilidades que comprende.

Los deberes y las responsabilidades de un cargo corresponden al empleado que lo desempeña y proporcionan los medios con que ellos contribuyen al logro de los objetivos de una empresa.

Análisis de Cargo

Una vez realizado la descripción de cargos, se procede al análisis. Es decir, ya identificado el contenido del cargo (aspectos intrínsecos), se pasa a analizarlo en relación con los aspectos extrínsecos, es decir, con los requisitos que este exige a su ocupante.

La descripción y análisis de cargo están estrechamente relacionadas en sus finalidades y en el proceso de obtención de datos; a pesar de ello, están perfectamente diferenciados entre sí; la descripción se preocupar por el contenido del cargo (que hace el ocupante, cuando lo hace, como lo hace y porque lo hace), en tanto, que el análisis pretende estudiar y determinar todos los requisitos, responsabilidades comprendidas y las condiciones que el cargo exige, para poder desempeñarlo de manera adecuada.

c) Pequeñas empresas.



La microempresa está comprendida de personas de escasos ingresos. Posee de 1 a 6 integrantes involucrados, aproximado.

Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.

Quienes componen la microempresa van desde la señora que vende empanadas en su casa, pasando por el joven, padre de familia que decide instalar un rudimentario taller en la marquesina de su casa, hasta aquellos jóvenes profesionales de Barquesimeto que emprendieron una empresa de lentes de contacto, ULTRALENS, siendo la única fábrica de lentes de contacto blandos de Latinoamérica.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno.

La Pequeña Empresa



Son parte importante de la economía del País y Mundial. Encontramos en ellas los siguientes tipos:

Ventajas de la pequeña empresa.

- Motiva a los empleados de corporaciones a formar empresas propias, debido a los bajo salarios y sueldos por la agravación que sufre la economía.
- Generación de empleos: Se le atribuye a las pequeñas empresas el mayor porcentaje de generación de empleos de un país. Es por esto que son consideradas como una importante red de seguridad de la sociedad.
- Fomento de la innovación: Ej. La navaja de afeitar de seguridad, el reloj de cuerda automática, el helicóptero, el acero inoxidable, la fotocopiadora, etc.
- Satisfacción de las necesidades de las grandes compañías: ya que surgen como distribuidoras de las empresas de mayor tamaño, agentes de servicios y proveedores.
- Ofrecimiento de bienes y servicios especializados: Pues las pequeñas empresas resuelven las necesidades especiales de los consumidores. Ej. Arreglar un reloj, comprar un disfraz, etc.

- Constituye una importante herramienta de la economía de servicios, la cual a ido a través de los años desplazando la economía de escala de las grandes empresas.
- Consta de una técnica de manufactura asistida por computadora: La cual le permite ser tan eficientes como las grandes empresas.
- Poseen organización y estructura simples, lo que le facilita el despacho de mercancía rápido y ofrecer servicios a la medida del cliente.

Desventajas de la pequeña empresa.

- Pagan compensaciones en efectivo y prestaciones laborales relativamente bajas.
- El 25% de estos empleos generados son de medio tiempo.
- Sus empleados no cumplen con las reglas de modelo corporativo, por tener un bajo nivel de educación.
- Las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles como las de las grandes empresas.

d) El autoempleo



Es la actividad laboral que lleva a cabo una persona que trabaja para ella misma de forma directa, ya sea en un comercio, un oficio o un negocio. Esa unidad económica es de su propiedad, y la dirige, gestiona y obtiene

ingresos de ella. Es una alternativa al mercado laboral, que convierte al trabajador en emprendedor empresarial, en vez de ser empleado o subordinado de otra persona u organización. Se puede identificar así a quien utiliza su capital y su esfuerzo para generar empleo, ya sea únicamente para sí mismo o para más trabajadores.

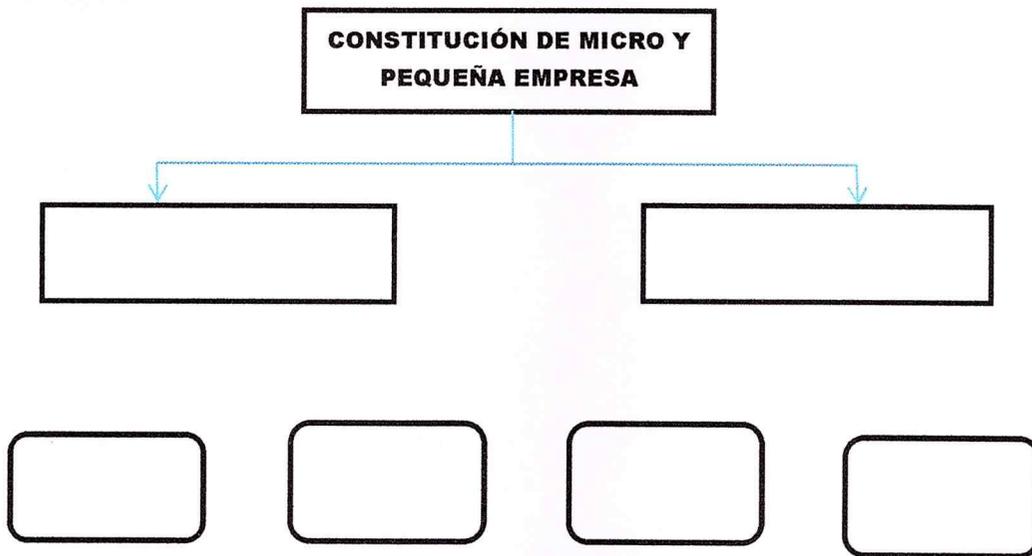
En este sentido, el autoempleo puede entenderse o hacerse efectivo de dos maneras:

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

- Como trabajador independiente, que es contratado por honorarios, por la naturaleza de su labor o por su nivel de especialización. Tal es el caso de los profesionales libres, los freelance o los comisionistas.
- Como empresa, ya sea en solitario o mediante la asociación con otras personas. Así sucede, por ejemplo, con las pymes o las empresas asociativas.

ACTIVIDAD # 1

Complete el Siguiete ordenador grafico de la constitución de micro y pequeña empresa.



II. Los empresarios y sus competencias

a) El potencial empresarial.

Así se le denomina a la capacidad de una determinada empresa o grupo empresario para producir y generar utilidades. Se denomina potencial ya que en la actualidad podría no haber tocado su máximo de posibilidades de desarrollo pero lo podría hacer en un plazo determinado siguiendo una determinada política empresarial

b) Las características del empresario.

Un empresario es una persona que, con información, conocimientos, contactos y altos niveles de innovación y creatividad, reúne dinero, equipos, materias primas y personal con el fin de poner en marcha una empresa y lograr el éxito. Sin embargo, para ser un **empresario exitoso** debes tratar de desarrollar ciertas capacidades que influyen en el éxito de cualquier empresa. ¡Conócelas y conviértete en tu propio jefe!

1. Capacidad de detectar oportunidades

Un empresario exitoso debe tener "olfato" para visualizar un negocio donde la mayoría de las personas sólo ven caos, contradicciones, dificultades o inclusive amenazas. Es por esto que si quieres ser un empresario exitoso debes estar informado permanentemente sobre las novedades y cambios en tu sector y tener la curiosidad suficiente para conocer e investigar el entorno y a tus clientes.

2. Capacidad de innovar o crear

Debes tener la capacidad de crear nuevos productos o servicios para satisfacer de manera eficiente las necesidades de tus clientes, actuales o potenciales. Para lograr esto infórmate y usa tu inteligencia en la producción y comercialización para obtener mejores resultados. Además, no debes temer a hacer las cosas diferentes.

3. Capacidad para luchar frente a los inconvenientes del entorno

Tu vida como empresario siempre estará llena de retos y vicisitudes, por lo que tanto tú como tu empresa deben ser flexibles para adecuarse rápidamente al entorno. Tu labor como empresario es anticiparte a los cambios y estar listo para adecuarte a ellos. Evita que te sorprendan sin estar preparado.

4. Capacidad de adaptación a los cambios

Los cambios son normales y saludables para un empresario exitoso, pues se trata de personas optimistas que -con entusiasmo, esfuerzo, conocimientos y muchas horas de trabajo-, se anticipan y responden siendo capaces de convertir una amenaza en una oportunidad.

5. Capacidad de dirección

Los empresarios exitosos son capaces de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de su empresa, pero sobre todo capaces de liderar el proceso dinámico de visión, creación y cambio. Y es que se trata de personas capaces de conducir un equipo, pero también de inspirar a los colaboradores a alcanzar las metas. Por eso, debes desarrollar habilidades de liderazgo.

6. Capacidad para tomar riesgos calculados

Un empresario exitoso se preocupa constantemente de reunir información que le permita tomar decisiones con el mayor grado de certidumbre posible. No arriesga su capital ni lo que tiene en ningún negocio que no haya analizado previamente. Sin embargo, tampoco se queda en la inacción sin tomar riesgos, sino que logra un equilibrio entre ambas opciones.

7. Capacidad para tomar decisiones

Lo que diferencia a un empresario exitoso de un administrador o gerente, es que el empresario disfruta de la construcción de una nueva empresa más que de observar, analizar y describir una empresa existente. Por ello, estará obligado a tomar

decisiones que le permitan constituir un equipo empresarial fundador, capaz de identificar, acumular, controlar y garantizar los recursos necesarios para el inicio y continuidad de la nueva empresa.

c) Los empresarios como líderes.

Existen tres tipos de líderes: los indiferentes, los autoritarios y los democráticos.

- **El líder autoritario** toma las decisiones solo y centraliza el poder. Define las actividades y ordena que se cumplan. Esto implica una sensación de explotación por parte de los empleados y trabajadores, lo cual ocasiona desagrado y un ambiente difícil. No obstante, es indicado para el manejo de empleados con poca competencia cuya función es obedecer órdenes de las cuales se puede tener un buen control. Así mismo, esta situación le permite la toma de decisiones rápida, pues depende de una sola persona.
- **El líder democrático** se caracteriza por descentralizar la autoridad, con ello toma en consideración la opinión de los empleados y entre todos llegan a un acuerdo. En ese ambiente, hay un mayor conocimiento de las circunstancias que privan dentro de la empresa, pueden contribuir todos con aportaciones e ideas y permite una mayor cohesión del grupo. Tiene como aspecto inconveniente la lentitud en la toma de decisiones, ocasionada por la dificultad para integrar la diversidad de opiniones.

Por su parte, la comunicación desempeña un papel importante en las empresas, pues es el medio por el cual fluyen las ideas, los datos, las informaciones y las órdenes. Implica tres instancias, a saber un transmisor (quien manda un mensaje) un medio (el conducto por el cual se transmite) y un receptor (quien recibe la información). El empresario debe ser un líder, lo cual debe cumplir con las siguientes actividades:

- **Planificar:** Formarse un esquema aproximado de las cosas que tienen que hacerse y de los métodos para realizarlas a fin de alcanzar los objetivos establecidos para la empresa.
- **Organizar:** Diseñar la estructura formal de autoridad mediante la cual se compongan, definan y coordinen las subdivisiones del trabajo, en aras del objetivo establecido.
- **Trabajar en Equipo:** Esto es, toda la función dirigida hacia el personal y relativa a la contratación y preparación del mismo, así como al mantenimiento de unas favorables condiciones de trabajo.
- **Dirigir:** La continua tarea de tomar decisiones y encauzarlas en órdenes e instrucciones, generales y específicas, constituyéndose así en **líder** de su empresa.
- **Coordinar:** La importantísima función de interrelacionar las distintas partes del trabajo.
- **Informar:** Esto es, mantener informadas de lo que sucede a aquellas personas ante quienes es responsable, lo que incluye mantenerse informado a sí mismo y a sus subordinados mediante registros, investigaciones e inspecciones.
- **Presupuestar:** Todo lo correspondiente a la creación de presupuestos en forma de contabilidad, control y planificación fiscal.

d) La toma de decisiones empresariales.

La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las alternativas o formas para resolver diferentes situaciones de la vida, estas se pueden presentar en diferentes contextos: a nivel laboral, familiar, sentimental, es decir, en todo momento se toman Decisiones, la diferencia entre cada una de estas es el proceso o la forma en la cual se llega a ellas. Consiste, básicamente, en elegir una alternativa entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial, (aun cuando no se evidencie un conflicto latente).

La toma de decisiones se considera además como el acto creador de la elección, a partir de un conjunto de decisiones posibles, en el cual los factores cuantitativos se combinan con las capacidades heurísticas de los hombres que toman las decisiones

Para tomar una decisión no importa su naturaleza es necesario conocer, comprender, analizar un problema, para así poder darle solución; en algunos casos por ser tan simples y cotidianos, este proceso se realiza de forma implícita y se soluciona muy rápidamente, pero existen otros casos en los cuales las consecuencias de una mala o buena elección puede tener repercusiones en la vida y si es en un contexto laboral en el éxito o fracaso de la empresa, para los cuales es necesario realizar un proceso más estructurado que puede dar más seguridad e información para resolver el problema.

Es importante la toma de decisiones porque mediante el de un buen juicio indica que un problema o situación es valorado y considerado profundamente para elegir el mejor camino a seguir según las diferentes alternativas y operaciones.

En la toma de decisiones, considerar un problema y llegar a una conclusión válida, significa que se han examinado todas las alternativas y que la elección ha sido correcta.

e) Competencias para una capacidad empresarial.

La capacidad empresarial puede definirse como el proceso de utilizar la iniciativa privada para transformar el concepto de empresa en una nueva compañía, o para ampliar y diversificar un negocio o una empresa existentes que tienen un elevado potencial de crecimiento. Los empresarios buscan una innovación para aprovechar una oportunidad y movilizar capital y aptitudes de gestión, y asumen riesgos calculados al abrir mercados para nuevos productos, procesos y servicios.

La competencia de la capacidad empresarial (CCE) es el proceso de mejora de las aptitudes y los conocimientos empresariales mediante una capacitación estructurada y programas de creación de instituciones. El objetivo del CCE es ampliar la base

empresarial con el fin de agilizar el ritmo de creación de nuevas empresas. Eso acelera la generación de empleo y el desarrollo económico.

El CCE se centra en la persona que desea iniciar o ampliar una empresa. Por su parte, el desarrollo de la pequeña y mediana empresa (PYME) se interesa sobre todo por el desarrollo de la empresa, independientemente de que trabajen en ella o la dirijan personas que pueden considerarse empresarios. Además, el CCE se concentra más que el desarrollo de las PYME en el potencial de crecimiento y en la innovación. No obstante, buena parte de las enseñanzas extraídas de las experiencias de ambos tipos de desarrollo son similares.

f) **Factores claves para el éxito en el establecimiento de una pequeña empresa.**



No existen soluciones “mágicas” para que un negocio sea exitoso, pero sí de escoger se trata, la “pasión y química” que sentimos como emprendedores o empresarios hacia nuestra empresa son claves para llevarlo al éxito.

La Dinámica De Enamoramiento De Una Empresa.

Normalmente los emprendedores aman su empresa, es como un hijo al cual concibieron, vieron nacer, que cuidaron desde pequeño y por el cual se han esforzado, pasado desvelos, alegrías y tristezas. Les ha hecho sentir orgullosos si prospera y les hará sentir devastados si muere. Y esto va mucho más allá del simple interés monetario. No son mercenarios que hacen lo que hacen solo por el dinero. Aunque puede pasar que un emprendedor se “desenamora” de su empresa, es poco común que ocurra.

Sin embargo esta dinámica de ver nacer, crecer y consolidar una empresa, a veces no se da cuando se hereda la misma, cuando se adquiere mediante un traspaso, o cuando se compra e instala una franquicia. En estos casos el nuevo dueño recibe una empresa ya estructurada, quizás con un potencial económico interesante, pero con el cual no ha establecido ningún vínculo de apego como el del emprendedor que arranca desde cero. Ese vínculo de apego contribuye enormemente a reforzar en un nuevo emprendedor la innovación, el entusiasmo, la persistencia, la tolerancia al

riesgo y a la frustración, así como su deseo de hacer crecer su empresa aunque deba “remar contra corriente” para alcanzar su visión.

El único factor evaluado por el nuevo dueño es “cuánto dinero deja”, y pasado un poco de tiempo se pregunta: “¿y por qué no ha funcionado como yo esperaba?”. Si el dueño no demuestra interés y entusiasmo por su empresa, ¿cómo espera que lo demuestren los empleados y, lo más importante, los clientes?, y sin clientes interesados y entusiasmados, ¿cómo espera tener buenos resultados financieros?

g) **La decisión empresarial.**- Partiendo de la base que cualquier proceso de



dirección completo se encuentra enfocado hacia el logro eficaz y eficiente de los objetivos, la decisión empresarial la considero como un corte entre lo pasado y lo que queremos alcanzar.

En este proceso de transición es necesario evitar caer en la rutina, de forma que para definir toda decisión empresarial, es necesario previamente definir unas estrategias controlables, unos estados posibles que se pueden llegar a presentar en el entorno y unas predicciones porcentuales en cuanto a probabilidad de esos estados posibles.

Con todo esto creamos lo que vamos a llamar unos criterios de decisión que son los que llevan a toda empresa al éxito o fracaso de la misma. Todo el mundo que ha iniciado un proyecto similar en cuanto a formar una empresa se ha planteado de manera continua qué decisión tomar en cada estado; estas decisiones las agrupamos en situaciones de certeza, en cuanto a conocer de antemano el resultado de una estrategia; Situaciones de riesgo, en cuanto a que existe cierta aleatoriedad en los estados posibles; y situaciones de incertidumbre cuando se llegan a desconocer dichos estados, es decir algo el no "tener ni idea" de lo que puede ocurrir en caso de tomar dicha decisión;

Estos parámetros de decisión son los que nos llevan a definir el problema que a todo el mundo se le plantea al emprender un proyecto de empresa y que define las etapas en la toma de decisiones.

h) El riesgo empresarial

El enemigo de todo inversor es el “riesgo”, elemento de inestabilidad en las inversiones, que no son más que apuestas de futuro en entornos con mayor o menor incertidumbre.

Dentro del riesgo debemos distinguir el riesgo económico del riesgo financiero. El riesgo económico se traduce en la amplitud de los rangos en los que se mueven los resultados de la empresa, en función de factores que nada tienen que ver con la financiación de la misma. En cambio, el riesgo financiero está íntimamente vinculado al riesgo asumido por los medios de financiación contratados por la empresa para la adquisición de su activo.

ACTIVIDAD # 2

Realice el siguiente test.

1. ¿Cuál es su posición sobre el liderazgo?

- Considero que soy una persona carismática y con dotes de liderazgo, y que esto es fundamental para emprender.
- No me considero un líder, pues eso es algo que puedo compensar con mis dotes de comunicador y mi capacidad profesional.
- El trabajo puede sustituir cualquier otra carencia personal que uno pueda tener.

2. ¿Cuál es su actitud hacia los cambios?

- El día a día trae sorpresas que hay que sortear. No me gusta, pero lo acepto. Es mi responsabilidad.
- Procuro evitarlos y, cuando se producen, los priorizo y resuelvo según mis disponibilidades de agenda.
- Los acepto si vienen, y si no, los busco.

3. ¿Se ha preguntado si es innovador?

- ☉ Al principio hay que ser humilde y saber que se tiene muy poco. Lo verdaderamente innovador es comprender que el conocimiento que nos hace competitivos se adquiere poco a poco.
- ☉ Lo importante es conocer qué se hace en otros mercados más avanzados y adaptarlo a las necesidades de los clientes.
- ☉ Lo que hay que saber hacer es cómo acceder al mercado; sobre todo, hacer creer al cliente que el resultado le va a agradar.

4. ¿Considera necesario definir metas?

- ☉ Sería necesario planificar qué es lo que quiero hacer, con qué medios voy a contar y en qué plazo de tiempo debería lograrlo.
- ☉ Es interesante plantearse objetivos a los que llegar, aunque creo que antes de que la empresa haya empezado a funcionar no es posible realizar una planificación consistente.
- ☉ Pienso que lo importante es vender, así se consiguen las metas. Planificar es poco realista, porque no sabemos qué pasará.

III. La idea y la oportunidad de negocio.

a) La investigación de mercados. es una parte del Marketing que consiste en la obtención y análisis de datos con el fin de transformarlos en información que resulte de utilidad para la resolución de problemas. En síntesis:

La función de la investigación de mercado es aportar información recolectada y analizada en forma sistemática y objetiva que permita reducir la incertidumbre en cuanto a la elección de alguna de las alternativas tendientes a la resolución del problema.

La investigación de mercado brinda información que permite:

- Detectar necesidades insatisfechas de los consumidores
- Evaluar la satisfacción de los consumidores
- Detectar los segmentos de mercado
- Seleccionar un nombre de marca
- Establecer la imagen y el posicionamiento de marcas
- Determinar la percepción de la calidad
- Seleccionar canales de distribución

La investigación de mercado es un proceso que consta de diferentes pasos o fases que siguen un orden secuencial. Este proceso se inicia cuando se detecta algún problema o se vislumbra una oportunidad y culmina con el análisis de los datos recogidos. El fin del análisis es transformar los datos en información útil para la toma de decisiones tendientes a la solución del problema.

b) Obtención de la información

Consiste en detectar y consultar la bibliografía y otros materiales que pueden ser útiles para los propósitos del estudio, así como extraer y recopilar la información relevante y necesaria que atañe a nuestro problema de investigación. Esta revisión es selectiva puesto que cada año se publican en diversas partes del mundo cientos

de artículos dentro de las diferentes áreas del conocimiento. Si al revisar la literatura nos encontramos con que, en el área de interés hay 10.000 referencias, es evidente que tendremos que seleccionar solamente las más importantes y recientes.

Existen 3 tipos básicos de fuentes de información para llevar a cabo la obtención de información:

- ✓ **Fuentes primarias:** son los datos obtenidos "de primera mano", por el propio investigador o, en el caso de búsqueda bibliográfica, por artículos científicos, monografías, tesis, libros o artículos de revistas especializadas **originales**, no interpretados.
- ✓ **Fuentes secundarias:** consisten en aquellas que han obtenido la información que presentan de una fuente primaria, y la interpretan, analizan o compendian. En el caso de personas, éstas obtuvieron los datos de otra fuente, nunca de la experiencia o estudio directo del tema u objeto.
- ✓ **Fuentes terciarias:** se trata de documentos que compendian nombres y títulos de revista y otras publicaciones periódicas, así como nombres de boletines, conferencias y simposios; nombres de empresas, asociaciones industriales y de diversos servicios (pertinentes para las ciencias de la conducta); títulos de reportes con información gubernamental, catálogos de libros básicos que contienen referencias y dato bibliográficos. Son útiles para detectar fuentes no documentales de asociaciones científicas, instituciones de educación superior, agencias informativas y dependencias del gobierno que efectúan investigaciones.

La revisión de la literatura puede iniciarse directamente en el acopio de las fuentes primarias, situación que ocurre cuando el investigador conoce la localización de éstas, se encuentra muy bien familiarizado con el campo de estudio y tiene acceso a ellas. Sin embargo, es poco común que esto suceda así.

Ya identificadas las fuentes primarias pertinentes es necesario localizarlas físicamente en las bibliotecas, filmotecas, hemerotecas, videotecas, internet u otros lugares donde se encuentren; y obtenerlas para posteriormente consultarlas. Desde

luego no siempre se pueden localizar todas las fuentes primarias, a veces no se dispone de ellas.

✓ **Técnicas de recogidas de datos.**

1. OBSERVACIÓN.

- a) No sistematizada.
- b) Sistematizada parcialmente.

2. ENCUESTAS

- a) Pruebas.
- b) Cuestionarios.
- c) Entrevistas.

3. SIMULACIÓN.

4. SOCIOMETRÍA

1. La Observación.

Es aquel procedimiento en el que la información es recogida por cualquier tipo de anotación que realiza el investigador, sobre fenómenos o situaciones que el está presenciando, sin que en la recogida de esa información, intervengan los participantes.

Es un proceso que requiere atención voluntaria, orientado por un objetivo terminal y organizador y dirigido hacia un objeto con el fin de obtener información.

La observación es una poderosa técnica de investigación porque:

- Orienta a un objetivo de investigación formulando previamente.
- Planifica sistemáticamente en fases, aspectos, lugares y personas.
- Controla y relaciona con proposiciones generales, en vez de ser presentada como una serie de curiosidades interesantes.
- Somete a comprobaciones de fiabilidad y validez.

La observación puede ser:

* No sistematizada.

* Sistematizada parcialmente.

(Ver cuadro completo en fotocopia)

2. La Encuesta.

Es un procedimiento de recogida de información, aportada por los sujetos que están participando (siendo objeto de estudio)

2.1. Tipos de encuesta.

a- Respuesta escrita.

- Cuestionario.
- Escalas de actitud.
- Mediciones escalares.
- Escalas diferenciales.
- Escalas aditivas.
- Escalas acumulativas.
- Metodología Q
- Diferencial semántico.
- Pruebas de determinación de:
- Rendimiento académico.
- Respuesta libre.
- Prueba Objetiva.
- Inteligencia, personalidad, auto concepto, rendimiento, valores, etc.

b- Respuesta oral.(Entrevista)

- Estructurada.
- Semiestructurada.
- No estructurada.
- Grupo de discusión

Cuestionario.

Son una serie de preguntas que tiene que contestar el sujeto investigado.

Escalas.

Series de ítems sobre los que se pide al sujeto que manifieste una opinión determinada.

Escalas de actitud.

Permiten establecer valores.

Escalas diferenciales

Como ejemplo tenemos las escalas Thurstone (probabilista y no monótona) formada por ítems dicotómicos ponderados (no todos se valoran igual)

Escalas aditivas.

Por ejemplo las escalas Likert (probalística y monótona). El sujeto tiene que determinar su grado de acuerdo o desacuerdo con una expresión.

Escalas acumulativas.

Por ejemplo las escalas Guttman (determinista y monótona) Formada por ítems dicotómicos jerarquizados.

Metodología Q

Stephenson. Son unas tarjetas con una serie de ítems que el sujeto debe clasificar según un criterio determinado.

Diferencial semántico.

Osgood. Formado por tres escalas: evaluación, fuerza-potencia, actividad que el sujeto debe contestar por medio de adjetivos bipolares.

c) Simulación.

Ejemplo el método Monetario.

Consiste en hacer simulaciones mediante datos aportados por un ordenador y comparar con los datos reales.

d) Sociometría.

Comprende técnicas de recogida de información orientada a medir las interrelaciones entre grupos. Se utilizan recursos como socio gramas, matrices socio métricas, etc.

e) Interpretación de la información



La Interpretación de la información obtenida en la investigación documental significa someterla a un análisis y explicación, con el fin de arribar a conclusiones o teorías.

“El análisis consiste en separar los elementos básicos de la información y examinarlos con el propósito de responder a las distintas cuestiones planteadas en la investigación”.

“La interpretación (explicación) es el proceso mental mediante el cual se trata de encontrar un significado más amplio de la información empírica recibida”.

La investigación documental efectúa la interpretación de la información por medio del análisis de premisas y de la explicación por conclusiones (o teorías). La investigación de campo realiza la misma tarea mediante el análisis descriptivo (cuando no estadístico) y de la explicación por conclusiones o teorías.

f) Presentación de resultados



Con los datos analizados integra un reporte de resultados donde concentres las gráficas e interpretaciones que tú mismo diste a cada una, así como tus propias conclusiones personales.

Esta puede ser la parte más importante en el proceso de investigación. Si el informe es confuso o está escrito en forma deficiente, se pierde todo el tiempo y esfuerzos dedicados a la recolección y análisis de la información.

Los resultados se comunican al gerente a través de un informe escrito y una presentación oral. Dentro de los criterios para juzgar la calidad de un informe están la exactitud, organización, entendimiento, nivel de interés, actualidad, precisión, claridad y consolidación.

g) Generación de ideas.



La generación de ideas es muy importante, es necesario que una empresa o un particular que quiere emprender genere gran cantidad de ideas, de las cuales se pueden rescatar las buenas ideas, es conveniente que esta generación de ideas sea sistemática, y no sea solo fortuita, porque los mercados cambian tan rápidamente que es necesario ir generando ideas para los distintos escenarios en que nos encontremos. Las ideas pueden aparecer de distintas fuentes:

1. De la misma empresa Claro, esta es la fuente principal, "se debe partir por casa", una muy buena práctica que hacen algunas compañías es dejar que sus empleados dediquen parte de su tiempo a desarrollar y crear nuevas ideas
2. Consumidores establecer canales de comunicación con los consumidores, obteniendo una realimentación con sus sugerencias permite obtener ideas de los mismos que comparan nuestro producto

3. Competidores conocido como benchmarking, siempre hay que estar atento de que están haciendo nuestros competidores, que nuevas tecnologías está utilizando, esto permite a la empresa como mínimo copiar las buenas prácticas.

4. Proveedores y Distribuidores Los proveedores conocen las nuevas materias y tecnologías disponibles, lo cual presta mucha ayuda al momento de crear o modificar productos, y, los distribuidores conocen el mercado pueden saber cuándo se requiere un nuevo producto, están mucho más cerca de los clientes.

h) Evaluación de oportunidades de negocio.

Si tenemos una idea sobre un producto o servicio, antes de ponerla en práctica debemos evaluar si se trata de una oportunidad de negocio importante, o al contrario, no merece la pena.

El primer paso es preguntarse si existe la **necesidad de dicho producto o servicio en el mercado** y valorar su tasa de crecimiento y facilidad para alcanzar, nuestra empresa, una cuota de mercado aceptable.

En el siguiente paso debemos evaluar las distintas estrategias para **lograr una ventaja competitiva**. Es decir: el grado de control de costes, precios, barreras de entrada, capacidad de gestión, etc.

Un tercer aspecto a considerar son los **factores financieros y de rentabilidad**. Además de que exista la necesidad del producto en el mercado y que seamos capaces de lograr una ventaja sobre el resto de competidores, el negocio debe ser rentable para considerarlo viable.

Dado que todo producto o servicio tiene un ciclo de vida, y además suelen darse situaciones imprevistas, debemos asegurarnos también de que existe la **posibilidad de salirse del negocio de forma fácil**, sin costes o quebrantos importantes.

ACTIVIDAD # 3

1. Busca en la sopa de letras diez términos relacionados con el emprendimiento. Luego, escríbelas en las líneas..

E	M	P	R	E	S	A	F	T	C	Q	G	
H	J	K	L	Z	T	R	O	U	X	C	V	B
L	M	A	A	O	I	D	E	A	Y	A	D	
L	B	P	P	Q	W	E	R	B	T	E		
A	E	Q	U	I	P	O	J	A	N	J	R	
S	A	H	O	R	R	O	T	O	A	Y		
C	R	E	A	T	I	V	O	V	R	Y	I	

2. Lee y copia el párrafo.

Una persona emprendedora es aquella que necesita alcanzar sus sueños y que se mueve para hacerlo.

IV. Gestión de la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.

a) Formas jurídicas de constitución. Empresario individual. Empresario social o sociedad mercantil

Los criterios que debemos tener en cuenta para seleccionar la forma jurídica de nuestra empresa son:

1. Número de socios, su implicación, la relación y la responsabilidad en relación a las deudas que genera el negocio.
2. Régimen de cotización a la seguridad social de los socios.
3. Capitales mínimos exigidos. Para los personalistas no hay mínimo para las mercantiles sí.
4. Costes y trámites de constitución y gestión.
5. Fiscalidad. En determinadas actividades requieren una figura jurídica específica por ley o por criterio del sector (imagen)
6. Subvenciones
7. Actividad

¿Qué es un empresario Individual?

Un "empresario individual" es una entidad integrada por el capital, dedicada a actividades industriales, mercantiles, y no esta organizada como una persona jurídica, si no que se encuentra formada por una sola persona natural, es decir, se trata de una empresa individual, empresa unipersonal.

Aspectos propios de este tipo de contribuyente

Desde el punto tributario, son actividades que están clasificadas en el comercio. Tributan en la 1ª Categoría, en base a rentas efectivas.

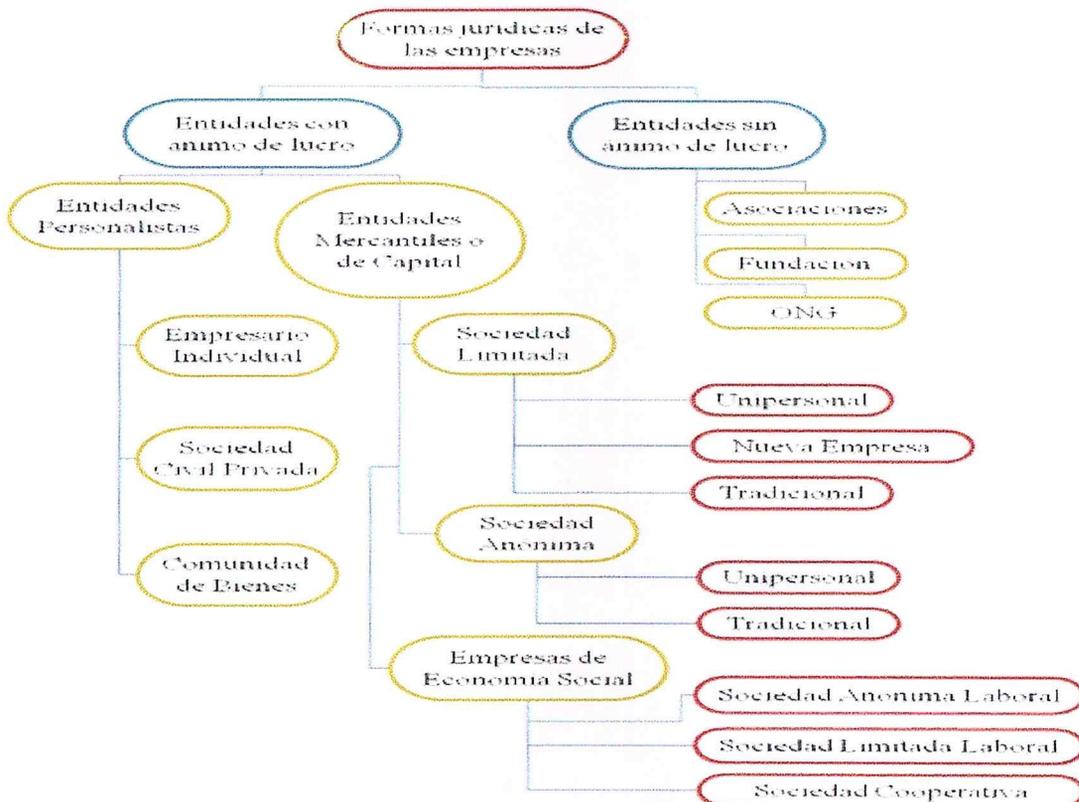
La responsabilidad del empresario individual es ilimitada, puede llegar a responder con sus bienes personales de las obligaciones o deudas contraídas por la empresa.

¿Qué es una sociedad mercantil o empresario social?

Sociedad que tiene por objeto la realización de uno o más actos de comercio o, en general, una actividad sujeta al Derecho Mercantil. Es la unión voluntaria de personas que de común acuerdo aportan bienes, dinero o industria con el objetivo de desarrollar una actividad económica, que le permita obtener ganancias y que la misma pueda ser repartible entre ellos

Se define la sociedad mercantil como la unión voluntaria de personas que de común acuerdo aportan bienes, dinero o industria con el objetivo de desarrollar una actividad económica, que le permita obtener ganancias y que la misma pueda ser repartible entre ellos.

Constitución de empresario individual. Empresario social o sociedad mercantil



b) La franquicia

¿Qué es una franquicia? Es una forma o modelo de negocio de más rápido desarrollo en el mundo y a través del cual se llevan productos, servicios y conceptos comerciales tanto a nivel local como internacional.

El sistema de franquicias es una de las fórmulas empresariales que ha tenido bastante desarrollo en los países industrializados y que además ha surgido como causa y efecto de la globalización. Esta modalidad de negocio, ha llevado a la difusión de culturas y estilos de vida que si bien a corto o largo plazo terminan por ser aceptados y adoptados por otros mercados como propios, además promueven la calidad en los grandes sectores de la población por lo que aumentan sus demandas de consumo.

El número de promotores que participan en el proyecto.

Se puede desarrollar la actividad económica en solitario, y en ese caso se podrá optar entre limitar o no la responsabilidad patrimonial (ej.: sociedad limitada unipersonal o empresario individual, respectivamente). Cuando hay más de una persona implicada, es recomendable, tanto desde una perspectiva legal como económica, acudir a una forma societaria, ya sea civil o mercantil.

El grado de implicación y experiencia de los promotores.

Antes de nada, un promotor debe calibrar y analizar las consecuencias, incluso personales, de su implicación en un proyecto empresarial, así como la responsabilidad patrimonial que se está dispuesto a asumir. Por ejemplo, si entre un grupo de personas hay una cuyo grado de implicación no es muy alto y no desea asumir excesivos riesgos, debería optarse por una forma mercantil que permita la participación de socios capitalistas.

Puede ocurrir, además, que las personas que vayan a desarrollar la actividad no tengan experiencia en la materia, siendo en estos casos recomendables recurrir a la fórmula de Franquicia.

Complejidad de constitución y gestión.

Las formas societarias mercantiles, a pesar de las últimas novedades legales, son siempre de constitución mucho más compleja, pero no es aconsejable tomar la decisión basándose exclusivamente en la mayor o menor burocracia que la constitución pueda generar, dado que se trata de una cuestión relevante sólo en el momento inicial. Desde el punto de vista de la gestión, cualquier proyecto empresarial debe nacer con vocación de crecimiento, lo que a medio o largo plazo siempre hace necesaria una gestión, no ya compleja, sino rigurosa y adaptada a la dimensión del negocio y a sus posibilidades de crecimiento.

c) Trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.

Trámites requeridos para abrir un negocio / empresa

Los trámites de apertura de un negocio están muy vinculados a la forma jurídica que va a tomar. Es así como una Cooperativa de Productores y una Sociedad Anónima tiene trámites de constitución totalmente diferentes. Si se trata de un emprendimiento uni personal es un trámite diferente del que corresponde a una Asociación de Cuentas en Participación. Podríamos seguir mencionando opciones de figura legal para nuestro negocio.

Lo importante es que decidamos correctamente en función del plan de negocios o proyecto cual es la forma legal adecuada para nuestro caso. Con esa decisión se deberá visitar a los entes de control correspondientes para realizar los trámites de constitución. En el artículo se mencionan algunos enlaces y sugerencias que son referenciales pues como se ha indicado cada caso tendrá su tratamiento particular y además considerando que las disposiciones son dinámicas y pueden variar en el tiempo.

Impuestos y normativa tributaria

Los contenidos de este apartado han sido tomados textualmente de la página web del Servicio de Rentas Internas (18 de enero de 2010) con pequeñas introducciones.

La finalidad es mostrar una parte de toda la información disponible en el sitio oficial del SRI y motivar a los lectores a visitar ese sitio web y tomar contacto directo con el Servicio de Rentas Internas SRI.

El Emprendedor deberá realizar las consultas directamente en <http://www.sri.gov.ec/sri/general/home.do> o en las oficinas del SRI.

Se debe tomar en cuenta que la legislación tributaria y sus procedimientos de aplicación son dinámicos y pueden cambiar, por ello es importante indicar que este artículo es referencial y que el Emprendedor debe tomar contacto con el Servicio de Rentas Internas para estructurar adecuadamente su proyecto en materia tributaria.

Es de vital importancia que el plan de negocios o proyecto de factibilidad incluya un componente referente a las normativas vigentes para cada negocio.

El Emprendedor debe apoyarse en las agencias de desarrollo local, entes de gobierno nacional, provincial, municipal para comprender las obligaciones legales a las que estará sujeto su negocio e incorporar estos elementos a su gestión.

Por ejemplo, en materia tributaria, comprender la normativa del Impuesto a la Renta y sus procedimientos de aplicación nos permitirá identificar en nuestra planificación financiera los tiempos en los cuales deberemos presentar la declaración correspondiente y el pago del impuesto causado en el período. Así mismo, para el caso de otros impuestos y obligaciones.

En cuanto a los trámites de constitución de una empresa, hay que identificar con claridad cuáles son en cada caso y los tiempos estimados. En el artículo se sugieren algunos temas y enlaces que pueden ser de utilidad. La información de este artículo fue actualizada por última vez en enero de 2010.

La normativa que se deberá observar depende del tipo de negocio y de la forma de organización que adopte el emprendimiento.

En términos generales, los órganos de control que deben ser tomados en consideración cuando organizamos los aspectos jurídicos de nuestro emprendimiento son los siguientes:

1. Superintendencia de Compañías del Ecuador [1]
 - a. Ley de Compañías
 - b. Reforma a la Ley de Compañías
 - c. Ley de Mercado de Valores
 - d. Reglamento de Mercado de Valores
2. Servicio de Rentas Internas SRI [2]
 - a. Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
 - b. Ley Reformatoria para la de Equidad Tributaria
 - c. Código Tributario
3. Ministerio de Relaciones Laborales [3]
 - a. Código de Trabajo
4. Ministerio de Salud [4]
 - a. Código de Salud (Registro Sanitario)
5. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS
6. Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI[5]
 - a. Ley de la Propiedad Intelectual
 - b. Reglamento a la Ley de la Propiedad Intelectual
 - c. Lineamientos (Registro Oficial)
 - d. Decisión 486 – Propiedad Industrial
 - e. Decisión 351 – Derechos de Autor
 - f. Convenio de París
 - g. Clasificación Internacional de Niza
 - h. Decreto Presidencial 118 (Licencias Obligatorias)
7. Ordenanzas Municipales
8. Leyes específicas a la actividad

ACTIVIDAD # 4

IDENTIFICAR OPORTUNIDADES EN EL MERCADEO

Marca la opción correcta.

1*- El objetivo principal de una empresa es dar mucho trabajo

Verdadero

Falso

2*- Una empresa siempre es un buen negocio

Verdadero

Falso

3*-La utilidad o interés que se logra en lo que se trabaja es:

El empresario

El emprendedor

El negocio

4*-¿Quién es la persona que está al frente de una organización y es principal responsable de las inversiones, los recursos y la gestión?

El Administrativo

El Contador

El Empresario

5*-Dado que el auge de la economía China, para ser empresario es indispensable hablar el idioma Mandarín

Verdadero

Falso

6*-El mercado está formado por personas y organizaciones

Falso

Verdadero

7*-El mercado está integrado por personas que se dedican únicamente a comprar productos, bienes y servicios.

Verdadero

Falso

8*-El mercado está formado por:

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

- Individuos que compran
- Individuos que compran y venden
- Individuos que venden

9*-El mercado es:

- Un plasma
- Un cliente
- Un ámbito geográfico donde los productos cambian de dueño

10*-La investigación comercial proporciona datos sobre cuantas personas viven

en una ciudad

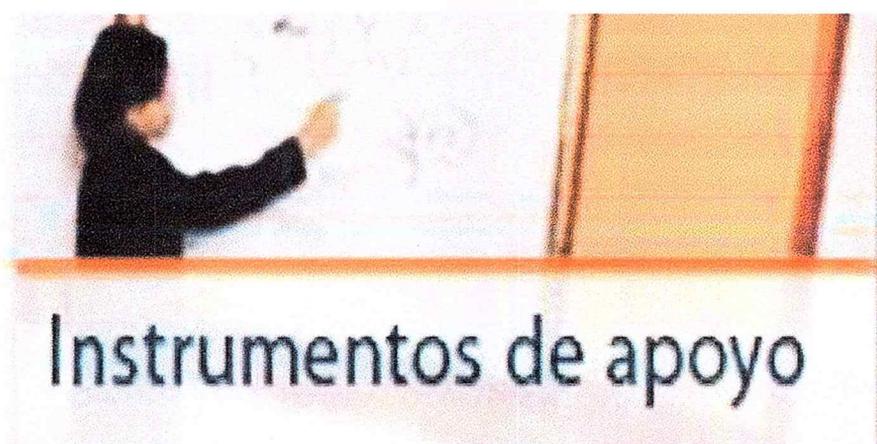
- Verdadero
- Falso

V. La organización de una empresa

a) Factores básicos para iniciar una empresa.

En la mayoría de los casos, la creación de una empresa surge de una idea que trata de ofrecer una opción al consumidor para suplir algo de lo que no dispone. Esto porque la “razón de existir de una empresa es satisfacer las necesidades... buscando el bienestar de la colectividad, entendiendo este como el equilibrio entre expectativas y realizaciones de las personas físicas y morales...”

(Rebollo, 2005). Sin embargo, es un hecho que siempre existe hay una finalidad de lucro, lo cual se puede apreciar en la definición de la Real Academia de la Lengua Española con respecto a la palabra empresa:



La empresa busca detectar un agujero en el mercado, que pueda cubrir con sus productos o servicios, y a la vez, ganar ingresos a través de su venta. Por lo tanto, cuando se piensa en la creación de una empresa el emprendedor no debería quedarse solamente planteando ideas buenas sobre qué producto o servicio ofrecer a la población.

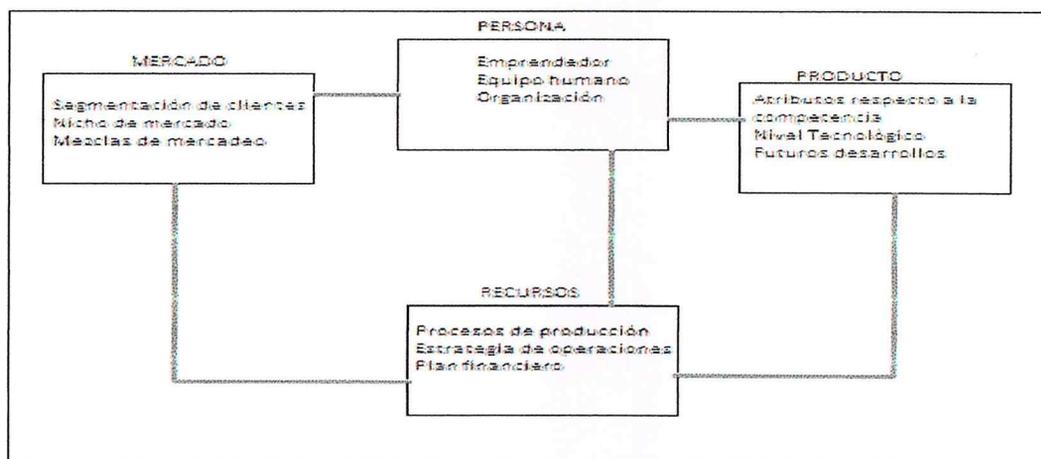
DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

También debería definir el tipo de negocio a realizar utilizando criterios muchísimo más profundos, que le aseguren que en un futuro, también tendrá ganancias. Es por lo tanto que seguidamente este documento señalará algunas pautas que ayudarán a esclarecer más aun las ideas de negocios de los emprendedores.

La necesidad que su negocio pretenderá llenar ante los consumidores. Y por supuesto, se deberá analizar si esta necesidad no está siendo atendida por otros competidores. Aún si este fuera el caso, hay que ver si aún existe espacio para incursionar en ese tipo de empresa y ver las posibles debilidades y fortalezas que se pueden tomar en cuenta para hacer que la oferta del producto o servicio de frutos económicos.

El valor principal del plan de negocios es la creación de un proyecto escrito que evalúe todos los aspectos de la factibilidad de su iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales. En otras palabras, el plan de negocios lo que busca es mostrarle al emprendedor todas las debilidades y fortalezas que su idea de negocio puede tener, para que se advierta si la misma es viable, o hay que hacer algunos ajustes para llevarla a cabo.

Podría funcionar como una “empresa hueca”, sin contar con una fábrica y con un número mínimo de empleados? (Una “empresa hueca” es una empresa que involucra a terceros, lo que implica recurrir a fuentes externas de fabricación y envasado por ejemplo).



Autoevaluación

Taller de emprendimiento

Procedimiento para la creación de una empresa

1.- Escriba lo primero que el emprendedor debería tener

Contesta:

El Plan de negocios que tienes que llevar

¿Qué necesidad del público se quiere llenar con este servicio o producto?

¿Cuántos negocios de este tipo existen en la comunidad o en la región que se quiere explotar?

¿Cómo les ha ido a esos otros negocios?

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Se ha considerado cuánto hay que invertir en la materia prima inicial (si aplica), o en maquinaria, o en insumos?

Se tiene idea del costo inicial de operación de la empresa, sin contar los trámites de regularización e inscripción de la misma?

Qué tipo de promoción o publicidad se le dará al negocio

Se ha investigado si hay algunas instituciones de gobierno u otras que pudieran ayudar a facilitar algunas operaciones o trámites

Este negocio es temporal o no, o sea, se visualiza que sea rentable a corto, mediano, o a largo plazo?

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Se trata de algo que le agrada hacer como persona

Cubrirá una necesidad creciente en el mercado para la que no existe un sustituto similar

Puede cubrirse una necesidad especializada y personalizada tan efectivamente que los clientes lleguen a pensar que no existe un sustituto similar

Pueden manejarse las necesidades de capital

Podría funcionar como una "empresa hueca", sin contar con una fábrica y con un número mínimo de empleados?

Debería considerar tener un socio que posea destrezas complementarias con las mías o que pueda contribuir con la financiación de la empresa

b) Selección De Mercados Y Ubicación De La Empresa.

La empresa busca detectar un agujero en el mercado, que pueda cubrir con sus productos o servicios, y a la vez, ganar ingresos a través de su venta. Por lo tanto, cuando se piensa en la creación de una microempresa el emprendedor no debería quedarse solamente planteando ideas buenas sobre qué producto o servicio ofrecer a la población.

También debería definir el tipo de negocio a realizar utilizando criterios muchísimo más profundos, que le aseguren que en un futuro, también tendrá ganancias. Es por lo tanto que seguidamente este documento señalará algunas pautas que ayudarán a esclarecer más aun las ideas de negocios de los emprendedores.

c) Estructura financiera del nuevo establecimiento.

Ubicación del negocio e infraestructura: en esta sección el emprendedor debe definir cuánto espacio físico, de qué características y ubicado dónde, necesita para la producción de su producto o servicio.

Aspectos como tamaño, energía, agua, patentes, uso de suelo, y todo tipo de aspectos relacionados con el local de la empresa, deben ser considerados en este punto.

Horas de trabajo: definir las horas de trabajo diarias, y cuántos y cuáles días de la semana se trabajará en la microempresa.

Ambiente legal: este aspecto es indispensable porque analiza los aspectos legales tales como inscripción de la empresa ante el Registro Público, afiliación al Seguro Social, impuestos, seguros, registro de marcas, patentes, etc.

Procesos operativos: el empresario define aspectos tales como labores diarias, hora de cierre y apertura de la empresa, mantenimiento, estructura de pagos a empleados, horarios, tipos de labores, etc.

Métodos de producción y control de calidad: el microempresario define cómo va a realizar su producción o cómo brindará el servicio y cómo controlará la calidad.

Plan financiero En este último punto, el microempresario analiza la forma en que va a financiar su empresa, cómo va a hacerle frente a la deuda en caso de que la adquiera, cómo manejará el flujo de caja en los primeros 12 meses (recomendable)



y, también, cuál es la proyección de ventas para los primeros dos años de funcionamiento.

d) Creación de empresas

El proceso de constitución y puesta en marcha de una empresa es una tarea difícil, no por su complejidad, sino por la laboriosidad de la tramitación para formalizar dicha constitución.

Los pasos a seguir, uno a uno, desde la decisión de la forma jurídica a adoptar, hasta el inicio de la actividad.

A la hora de decidir crear una empresa, hay que tener en cuenta, entre otros, los siguientes factores: la definición de la actividad a desarrollar, la planificación global y a largo plazo, la valoración de riesgos, la capacidad financiera, la viabilidad del negocio, el estudio de mercado...

Todos estos aspectos conviene recogerlos en lo que se denomina Plan de Empresa

El siguiente paso es la elección de la forma jurídica teniendo en cuenta una serie de factores clave: el número de socios, la cuantía del capital social y la responsabilidad frente a terceros.

Dependiendo de la forma jurídica escogida, habrá que llevar a cabo los trámites para la adopción de la personalidad jurídica y los correspondientes al ejercicio de la actividad. Por otra parte, el sistema de tramitación electrónica ofrece una mayor agilidad en la creación de empresas.

Finalmente, es interesante conocer los programas de financiación para emprendedores y microempresas y las distintas formas de contratación laboral.

Plan de empresa

Es un documento de trabajo en el que se desarrolla la idea de negocio que se pretende poner en marcha. Este documento es abierto y dinámico, se actualiza a medida que avanza la idea, es sintético y claro, debe atraer constantemente al lector y al ser tan variable no se ajusta a ningún modelo estándar, sin embargo, a nivel general, engloba los siguientes aspectos:

- Descripción de la empresa, negocio o iniciativa empresarial
 - Referencia de la experiencia y objetivo de los promotores
 - Descripción técnica
 - Localización geográfica
 - Estructura económico-financiera
 - Organigrama de los recursos humanos
 - Estructura legal
 - Definición del producto o servicio a suministrar
 - Descripción
 - Necesidades que cubre
 - Diferencias con productos de la competencia
 - Existencia de algún derecho sobre el producto o servicio a comercializar
 - Planificación de los aspectos comerciales
 - Análisis de mercado. Estudio de mercado
 - Plan de marketing
 - Establecimiento de las redes de distribución
- Plan de compras
- plan de empresa
- Elección de la forma jurídica
- Proceso de constitución
- Puesta en marcha

Creación

Financiación

Contratación laboral

Trámites para la puesta en marcha de una empresa

Trámites administrativos correspondientes al ejercicio de la actividad empresarial

e) Los proveedores

¿Quién es mi proveedor?

Todo negocio requiere de diversos elementos para poder operar. Los proveedores de una empresa son todos aquellos que le proporcionan a ésta los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación diaria.

Los recursos materiales pueden ser: materias primas, equipos, herramientas, refacciones, luz, agua, gas, etc.; los recursos humanos se refieren a los empleados y trabajadores que ofrecen sus servicios al negocio a cambio de una remuneración o salario; el recurso financiero es el dinero que requiere la empresa para poder operar.

Algunas empresas venden directamente al consumidor final; otras son sólo un eslabón más en la cadena de distribución.

Cuando el negocio es uno de los intermediarios dentro de esta cadena adquiere una doble función: es cliente de un eslabón (proveedor o fabricante) anterior y, a su vez, proveedor del negocio inmediato siguiente. Cualquier cambio en la situación del proveedor afectará al negocio y por tanto, los clientes o consumidores finales (si es que está al final de la cadena) o sus distribuidores (si es un intermediario), también se verán afectados.

Definición de proveedor

Es la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresa con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

f) Los recursos humanos

Selección de personal

Es la primera cuestión que en relación con el personal se le plantea a la empresa; selección que ha de darse tanto para la entrada del personal en la empresa como para afectar el personal admitido a los distintos puestos de trabajo a cubrir.

El proceso de selección de personal es aquel en el que se decide si se contratará o no a los candidatos encontrados en la búsqueda realizada previamente. Esta selección tiene distintos pasos:

- Determinar si el candidato cumple con las competencias mínimas predeterminadas para el puesto de trabajo.
- Evaluar las competencias relativas de los/as candidatos/as que pasaron la etapa anterior, por medio de evaluaciones técnicas y/o psicológicas.
- Asignar un puntaje a las evaluaciones efectuadas en el punto anterior.
- En función del puntaje, decidir a quién se le ofrecerá el puesto.

Cuando se planifica este proceso se debe tener en cuenta la importancia de la confiabilidad en los instrumentos de medición de las capacidades de los posibles candidatos, como los títulos obtenidos, la trayectoria laboral, entrevistas, etc. Así como también la validación entre los resultados de las evaluaciones a las cuales se les asignó un puntaje y la habilidad concreta para hacer el trabajo. Para realizar el proceso de selección de personal se deben diseñar distintas pruebas y tests

confiables donde el postulante demuestre si es capaz de realizar el trabajo. A su vez, estos instrumentos deben validarse en cuanto a los contenidos de conocimientos que los postulantes deben tener y en cuanto a la práctica, en la aplicación de esos contenidos. De esta forma se puede resaltar que no es posible que un método de selección sea válido si no es confiable.

i) El presupuesto

Se denomina préstamo a la operación en la que una persona, el prestamista, entrega a otra, el prestatario, un capital, denominado principal de la operación, comprometiéndose éste último a devolverlo junto con sus intereses en la forma y fecha convenida. Por lo tanto se denomina amortización a la devolución del principal recibido.

Esta operación financiera es una operación de prestación única, y contraprestación generalmente múltiple, formada por capitales que vencen al final de cada periodo de pago para así extinguir la deuda.

En cada pago que efectúa el prestatario entrega generalmente dos capitales, uno dedicado al pago de los intereses del periodo y otro dedicado a devolver parte del principal para así ir extinguiendo la deuda.

VI. Principales pautas en la gestión de una empresa.

a) Documentos mercantiles

Dentro del concepto de documentación mercantil se comprenden no solamente los papeles revestidos de características formales, sino todos los que puedan sustituirlos y tomen otra forma como ocurriría en último extremo con la correspondencia.

Estos documentos mercantiles se envían al Departamento de contabilidad donde los contadores y auxiliares de contabilidad toman de ellos los datos necesarios para efectuar los asientos en los libros.

Cuanto más grande sea la empresa mayor será la necesidad del empleo de documentos. Si se trata de una gran empresa de ventas por departamentos, habrá en ella muchos dependientes atendiendo a la venta en los distintos lugares en que se divide; al mismo tiempo cierto número de compradores estará adquiriendo mercancías del mercado local, nacional o internacional.

En todos los departamentos de venta se estará recibiendo dinero en pago de las ventas efectuadas, el cual se entrega en caja y luego se envía a depositar al banco; a su vez se hacen desembolsos bajo la responsabilidad del tesorero.

Tratándose de una organización de la clase que hemos descrito, sería imposible que llevase a cabo sus operaciones sin emplear una gran cantidad de documentos de naturaleza mercantil.

Los documentos intercambiados por las empresas que intervienen en una transacción mercantil facilitan la conclusión de ésta, informan al contador o auxiliar de contabilidad respecto a las secuencias de las operaciones y sirven de autorización para hacer la anotación de los libros de contabilidad.

En conclusión, podemos decir que entra dentro de la idea de documentación mercantil toda constancia escrita de una transacción comercial o de un aspecto de ella que pueda utilizarse para:

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

- a. Certificar las anotaciones en los libros de contabilidad.
- b. Probar un hecho desde el punto de vista legal.

Con respecto a lo dicho en segundo término conviene observar que los libros de contabilidad son tan sólo un medio de prueba, y aunque en ciertos casos puede convertirse en elemento fundamental para decidir un fallo, nunca servirán para destruir la evidencia surgida de un comprobante escrito y revestido de las características legales: puede decirse entonces que aún los libros de contabilidad pierden valor sino están apoyados en un archivo de documentos bien organizado.

Nuestro código de comercio vigente establece al respecto en su artículo 124, entre otras cosas que:

“Las obligaciones mercantiles y su liberación se prueban” :

- a. Con documentos públicos.
- b. Con documentos privados.
- c. Con facturas aceptadas.
- d. Con telegramas.
- e. Con cualquier otro medio de prueba admitido por la ley civil.

IMPORTANCIA DE LA DOCUMENTACIÓN MERCANTIL

La importancia de la documentación mercantil es tal que ha creado normas especiales de carácter técnico y disposiciones legales para impresión, archivo y conservación de los distintos documentos que se utilizan en las operaciones mercantiles. Aún los formularios de simple orden interno para tramitación entre dependencias de una misma empresa constituyen elementos probatorios que permiten seguir el curso de un lote de mercancías, identificar un envío de dinero o exigir el cumplimiento de una norma o disposición interna cualquiera como pudiera ser la de reclamar al Departamento de Compras, haciendo mención de la fecha y número de una solicitud de compras, el que un pedido no se hubiera recibido dentro del plazo establecido.

AUTOEVALUACIÓN

Contesta

Cuáles son los documentos de una microempresa

Cuáles son los documentos públicos

Cuales son los documentos privados de la microempresa

CONTESTA: Cual es la diferencia de una letra de cambio endosante y una en endosatario

Marque con una x en cada pregunta según corresponda la respuesta correcta

El objetivo principal del pagare es un documento de crédito

Verdadero

Falso

El cheque es una orden de paga al portador

Verdadero

Falso

El cheque endosado deberá ser total, puro y simple;

Verdadero

Falso

El endoso transmite todos los derechos resultantes del cheque.

Verdadero

Falso

b) El patrimonio empresarial.

El patrimonio formado por el conjunto de bienes, derechos y obligaciones de la empresa constituye los medios económicos y financieros mediante los cuales la empresa puede cumplir sus fines.

Llamaremos elementos patrimoniales a los diferentes elementos que forman parte del patrimonio. Cada uno de estos va a ser representado y medido por la contabilidad, la cual utilizará para ello unos instrumentos denominados cuentas. Una agrupación de elementos patrimoniales da lugar a una masa patrimonial, siempre que estos tengan una misma funcionalidad económica o financiera. Los distintos elementos patrimoniales pueden agruparse en una primera clasificación en tres grandes masas patrimoniales: Activo, pasivo y neto.

Masa patrimonial activo: También llamada estructura económica o capital económico, agrupará aquellos elementos patrimoniales que signifiquen bienes y derechos propiedad de la empresa, y que constituyen la materialización de los recursos financieros.

Masa patrimonial pasivo: También llamada pasivo exigible, agrupará aquellos elementos que signifiquen para la empresa deudas u obligaciones pendientes de pago y que constituyen las fuentes de financiación ajenas.

La masa patrimonial neto: también llamada capital neto, fondos propios o pasivo no exigible, está formada por aquellos elementos que constituyen las fuentes de financiación propias (beneficios y aportaciones de los propietarios).

EL INVENTARIO: es una relación detallada de los diversos elementos patrimoniales de una empresa, debidamente valorados en una fecha determinada. Pueden clasificarse según su extensión: General si incluye todo el patrimonio, y parcial si sólo incluye una parte del patrimonio.

Su forma: Analíticos; si describen todos los elementos patrimoniales describiendo todas sus características. Sintéticos, si agrupan los elementos patrimoniales por conceptos sin reflejar su detalle o su composición.

Motivos de elaboración: Judiciales, si se solicitan por vía judicial en caso de quiebra o suspensión de pagos de la empresa. Extraordinarias, elaborados por circunstancias especiales. Ordinarias, Elaborados en fechas determinadas y conocidas.

El momento en que se redactan: Inicial, al constituirse la empresa. Final, al final de cada ejercicio. Intermedio, en una fecha cualquiera durante el ejercicio.

AUTOEVALUACIÓN

Contesta

Determinación de los elementos que forman el patrimonio, mediante inspección ocular y/o documentos.

Criterios de valoración del patrimonio para la elaboración del inventario.

Los saldos depositados en caja y bancos se miden por su valor real.

VII. Comercialización

a) Conceptos y hechos asociados al proceso del registro contable en la pequeña empresa.

Los libros y registros vinculados a asuntos tributarios deberán contener, adicionalmente a lo establecido en la forma de llevado, determinada información mínima, y de ser el caso, estarán integrados por formatos.

Sin perjuicio del registro de la información mínima que se establece, la utilización de los formatos que debe contener cada libro y registro vinculado a asuntos tributarios es obligatorio, excepto, cuando los libros o registros son llevados mediante hojas sueltas o continuas.

Los deudores tributarios no obligados a incluir determinada información en un libro o registro podrán optar por no incorporar en el formato del libro o registro relacionado con dicha información, las columnas en donde se deban consignar la referida información.

Registro de clientes y estrategias de venta.

1- bajar los precios. Esta estrategia es muy utilizada, es muy útil pero sin duda muy peligrosa ya que si se bajan los precios, la competencia de igual forma lo puede hacer y simplemente se habrá logrado perder el margen de beneficios y seguir compitiendo con las mismas dificultades que antes ya se tenían, pero con menos margen.

2.-crear servicios que vinculen al cliente durante un periodo de tiempo. Esta estrategia permite tener un “colchón” de ingresos asegurado durante un periodo de tiempo. Se trata de poder hacer una propuesta demasiado atractiva de corto plazo que invite al cliente a aprovechar

1. La oportunidad, pero que nos de los beneficios a lo largo del periodo de vida del servicio. Es decir, que si se vende un servicio de suscripción, crear un contrato que vincule al cliente por 18 meses y regalarle por ejemplo los 2 primeros meses, que sólo suponen un 11% de descuento sobre el total, además de que se pueden

incluir cláusulas de penalización, para evitar sufrir un volumen grande de ventas que se caen al 4to o 5to mes y que en lugar de producir ventas traerían pérdidas a nuestra empresa.

2. **no esperar a que el cliente venga, sino ir a buscarle.** Esta estrategia puede ser un tanto extraña, sin embargo es muy sencilla. Consiste en crear diversas propuestas especiales para clientes adaptándolas al perfil de cada uno. Siempre hay varios tipos de perfiles entre los clientes por lo que hay que conocerlos bien para saber sus necesidades, y si no se conocen bien hay que invertir un poco de tiempo para hacerlo. Una vez que se han diferenciado los perfiles de cada cliente se realiza un envío de llamadas automáticas de voz que por un bajo precio permitirá contactar con todos ellos en muy poco tiempo haciéndoles propuestas de ventas y cerrando las ventas y optimizando su tiempo en vender solamente a los clientes interesados.

Toda venta sigue un proceso conformado por varias etapas denominado proceso de ventas, que va desde la prospección o búsqueda de clientes potenciales hasta el cierre de la venta y la posterior relación de postventa.

Veamos a continuación cada una de las etapas que conforman el proceso de ventas:

b) Registro de cliente

Normalmente se crea un registro información de cliente después de actualizar los datos de inspección QM en el maestro de materiales y los datos de cliente. Para crear un nuevo registro información de cliente, consulte el procedimiento.

Precio definición:

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.

Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios.

Los errores más comunes:

La fijación de los precios está demasiado orientada a los costos

Los precios no se modifican con la frecuencia suficiente para aprovechar los cambios del mercado

El precio se fija con independencia del resto de la mezcla de marketing y no como un elemento intrínseco de la estrategia de posicionamiento de el mercado.

El precio no es lo bastante variado para los diferentes artículos, segmentos de mercado y ocasiones de compra.

Como fijar precios

Una empresa debe poner un precio inicial cuando desarrolla un nuevo producto, cuando introduce su producto normal en un nuevo canal de distribución o área geográfica y cuando licita para conseguir contratos nuevos.

La empresa debe decidir donde posicionará su producto en cuanto a calidad y precio.

En algunos mercados, como el de los automóviles, es posible encontrar hasta ocho puntos de precio:

Puede haber competencia entre los segmentos de precio

c) La fijación de precios

Lo primero que hace la empresa es decidir dónde quiere posicionar su oferta de mercado. Cuánto más claros sean los objetivos de la empresa, más fácil será fijar el precio: Una empresa puede buscar cualquiera de cinco objetivos principales al fijar sus precios:

Determinación de la demanda

Cada precio genera un nivel de demanda distinto y por tanto tiene un impacto diferente sobre los objetivos de marketing de la empresa. La relación entre las

diferentes alternativas de precio y la demanda resultante se captura en una curva de demanda.

En el caso normal, la demanda y el precio tiene una relación inversa: cuanto más alto el precio, menor es la demanda.

En el caso de los bienes de prestigio, la curva de la demanda a veces tiene pendiente ascendente. Una empresa de perfumes subió sus precios y vendió más perfume, no menos. Algunos consumidores ven el precio alto como señal de un mejor producto. Sin embargo, si se cobra un precio demasiado alto, el nivel de demanda podría bajar.

d) Registro de las operaciones de ventas. Libro registro de facturas emitidas. Archivo de la documentación.

Operaciones de ventas

Las empresas efectúan las adquisiciones de las mercaderías con la finalidad de comercializarlas. Las modalidades de ventas es decir en las condiciones en que se van a comercializar, están de acuerdo con la política de la empresa la cual puede ser al contado, al contado con descuento, al crédito y al crédito con intereses. Observemos los siguientes ejemplos.

Archivo de la documentación

Comprobantes de ventas, Los procedimientos que se siguen para la venta de mercancías pueden ser mas muy simples o más complicados, según sea la magnitud y particularidades de cada empresa.

En empresas de pequeñas de venta al por menor no se hace mas registros que el de ingreso a caja por el importe de las ventas, en otras de mayor importancia la maquina donde se registran las ventas produce un ticket, el cual se entrega a el cliente.

Comprobantes de compras

El procedimiento que se adopte para las compras, como todo el sistema de contabilidad, deben adaptarse a la organización interna de la empresa.

El departamento encargado de la compras ha de recibir aviso de las mercancías que necesiten él, o los departamentos de ventas, lo cual suele hacerse mediante solicitudes de compras o requisiciones de material, en virtud de las cuales se transmite la adquisición de las mercancías en las cantidades que dichos documentos indiquen.

Teniendo como base estos documentos y una vez consultados los precios a los distintos proveedores, se procede a enviar la orden de compra a aquél que ofrezca, como es natural, las condiciones más favorables.

En caso de que las mercancías sean recibidas conforme, se libra un cheque a favor del proveedor si la condición acordada hubiera sido que el pago sea al contado, o bien se registra una obligación a su favor, si hubiera establecido que el pago fuera a crédito siempre utilizando como base para la anotación en los libros la factura expedida por el proveedor.

Documentos corrientes

Solicitud de compra, El departamento de compras, de no existir éste, quien haga sus veces, actuará de acuerdo con una solicitud por escrito aprobada por un empleado suficientemente calificado que represente alguno de los departamentos en que la empresa se divida.

Por ejemplo el Departamento de ventas puede solicitar que se le tramite la adquisición de artículos que se destinan a la reventa.

Orden de compra, Su finalidad es documentar en un formulario propio toda adquisición autorizada por la empresa. Si está tiene un departamento de compras, la orden de compras suele hacerse en una hoja impresa destinada a tal fin, en otros

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

casos puede consistir en una simple carta firmada por el propietario de la empresa o por su subordinado, y en ocasiones consiste en una orden verbal que se da al representante del proveedor.

La factura, Consiste en una relación detallada de las mercancías compradas, debe contener el nombre y domicilios tanto del vendedor como del comprador, la fecha, las condiciones, las instrucciones del embarque y las cantidades, descripción y precios de las mercancías.

Las notas de debito, Si las mercancías llegan averiadas son de cálibra inferior a la requerida o se comprueba la falta de algún artículo, es preciso obtener un ajuste en el precio que haya cargado el proveedor.

AUTOEVALUACIÓN

Escriba en las líneas siguientes los registro de las operaciones de ventas.

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

VIII. Proyecto empresarial

a) Fase del proyecto empresarial

El Proyecto de Empresa. Presentación de ideas previas. Elección de ideas

1. Presentación del alumno promotor
 2. Ideas previas
 3. Cuadro de valoración de ideas
 4. Valoración de los compañeros
 5. Idea elegida
- a) Descripción de la idea y principales características del producto o servicio
 - b) Argumento que justifican su elección
 - c) Delimitación del mercado y necesidades que cubre
 - d) Aspectos diferenciadores sobre la competencia
 - e) Inversión básica necesaria y posibles fuentes de financiación

Inversión empresarial

En el contexto empresarial la inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo.

La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.

Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

Desde una consideración amplia, la inversión es toda materialización de medios financieros en bienes que van a ser utilizados en un proceso productivo de una empresa o unidad económica, comprendería la adquisición tanto de bienes de equipo, materias primas, servicios etc.

Desde un punto de vista más estricto la inversión comprendería solo los desembolsos de recursos financieros destinados a la adquisición de instrumentos de producción, que la empresa va a utilizar durante varios periodos económicos

En el caso particular de la inversión financiera los recursos se colocan en títulos, valores y demás documentos financieros, a cargo de otros entes, con el objeto de aumentar los excedentes disponibles por medio de la percepción de rendimientos, intereses, dividendos, variaciones de mercado u otros conceptos.

Para el análisis económico de una inversión puede reducirse la misma a las corrientes de pagos e ingresos que origina, considerado cada uno en el momento preciso en que se produce.

Como Evaluar un proyecto de inversión?

A la hora de evaluar un proyecto de inversión hay muchos aspectos que deben tenerse en cuenta para evitar tomar una decisión equivocada.

El proyecto debe ser realizado si resulta viable en las siguientes dimensiones:

Viabilidad Comercial. Evaluar la viabilidad comercial de un proyecto, consiste en analizar el mercado, si existe demanda, si la demanda será sostenida, creciente o decreciente en el tiempo, si existen competidores y cuál es su estrategia, si existen bienes sustitutos o complementarios y como afectan la demanda de nuestro producto, que tan sensible es la demanda al precio del producto y a las variables macroeconómicas.

De este análisis debe surgir el monto de ingresos por periodo que originará el proyecto.

Viabilidad Técnica. Busca determinar si es posible, física o materialmente, “hacer” un proyecto, determinación que es realizada generalmente por los expertos propios del área en la que se sitúa el proyecto. Consiste en analizar los requerimientos de materiales, maquinarias, insumos, etc.; tanto para “preparar o construir” el proyecto como para la operación del mismo, una vez que se haya puesto en marcha.

De este estudio surgirán los montos de inversiones a realizar en cada periodo de la vida útil del proyecto, así como los costos de operación del mismo vinculados con el proceso productivo, compra de insumos, etc.

Viabilidad Administrativa. Busca determinar si existen capacidades gerenciales internas en la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio.

En caso de no ser así, se debe evaluar la posibilidad de conseguir el personal con las habilidades y capacidades requeridas en el mercado laboral.

Cuando se trata de un proyecto de una empresa nueva, se trata de determinar la estructura que adoptará la organización, sus distintos departamentos y las funciones específicas de sus miembros. De este análisis deberán surgir los costos administrativos del proyecto.

Viabilidad legal. Se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, como la falta de normas internas de la empresa que pudieran contraponerse a alguno de los aspectos de la puesta en marcha o posterior operación del proyecto. Incluye la evaluación de la forma societaria (en el caso de una empresa nueva) que se adoptará y sus costos de constitución, la evaluación impositiva del proyecto, la determinación y desarrollo de los contratos a celebrar con terceros, la evaluación de las regulaciones y el marco legal a que está sujeta la actividad, entre otros aspectos.

Viabilidad ambiental. Busca determinar el impacto que la implementación del proyecto tendría sobre las variables del entorno ambiental como, por ejemplo, los efectos de la contaminación

Viabilidad financiera. Todos los análisis anteriores, deben ser traducidos en números y consolidados para obtener un indicador financiero que nos permita tomar la decisión final sobre la realización o no del proyecto.

Para ello, se elabora un "flujo de fondos" que nos permitirá calcular el VAN (Valor actual neto), la TIR (tasa interna de retorno), PR (Periodo de Recupero entre otros indicadores, los cuales servirán de base para la toma de la decisión final.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Finalizamos este modulo con la formación de la microempresa en la institución COLEGIO FISCAL MIXTO TÉCNICO "FEBRES CORDERO "con los estudiantes de tercero de bachillerato

1. EL PROYECTO O PLAN DE NEGOCIO DE NEGOCIOS

- **Presentación de la microempresa**
- La idea y los objetivos
- El producto / o servicio
- La clientela
- La competencia
- La comercialización de nuestro producto
- 1.-7-La localización y ubicación

2.-ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

- Necesidad de la microempresa
- La dirección (Hacia dónde va a llegar)
- Organigrama

3.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

- La inversión precisa para la puesta en marcha
- Fuentes de financiación
- Previsión de ventas y gastos
- Presupuesto
- Rentabilidad

IX. CONCLUSIONES

Lo anterior justifica la creación de esta guía para el desarrollo de la pequeña empresa ya que son los estudiantes los que necesitan más apoyo para dar sus primeros pasos con seguridad y rapidez.

Estas Micro-empresas son las que generan más empleos al año y aumentan la productividad del país. Producto de la investigación bibliográfica hecha, de las entrevistas y de la recopilación de datos extraídos de la Internet se puede concluir que:

Más de un 60% de estas empresas son semi-formales porque sus dueños solo realizaron algunos trámites de regularización frente a los organismos estatales, antes de empezar a funcionar. Y las principales causas de esta situación son las siguientes:

No se conocían los programas de apoyo que ofrecen el Gobierno y otras instituciones.

No se utilizaron estos programas de apoyo al 100%

La información está demasiado difusa, y es de difícil acceso para algunas personas

También se comprobó que, salvo en casos aislados, casi todos los programas de apoyo a las pequeña empresa incluyen información relativa a trámites y formalizaciones, pero en pocas ocasiones motivan al emprendedor para que realice un plan de negocios antes de montar la empresa. Como se puede ver, Determina la viabilidad del proyecto

Permite realizar un presupuesto de inversión inicial y es un buen método para exponer la idea de negocio a socios y allegados

En concreto, sin el plan de negocios, simplemente no se puede visualizar de manera clara, si la pequeña empresa que se quiere implementar es viable en el momento en que inicia labores.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

Sin embargo, como se planteó en los objetivos, la guía puede ser utilizada por cualquier persona, tenga o no conocimientos empresariales sin importar la edad o el sexo, lo que representa un gran avance en la materia. Esto debido a que, como se ha comprobado en la investigación, muchos de los emprendedores son personas que deciden desarrollar este tipo de negocios porque carecen de preparación formal para trabajar en alguna empresa.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Administración.- es la ciencia social o tecnología social y técnica encargada de la aplicación organización y dirección y control de los recursos humanos financieros materiales tecnológicos en el conocimiento con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo esto de los fines perseguidos por la organización.

Aptitud.- cualquier característica psicológica que permite pronosticar diferencias interindividuales en situaciones futuras de aprendizaje carácter o conjunto de condiciones que hacen a una persona especialmente idónea para una función determinada.

Comercialización.- es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor

Competente.- persona experta o que conoce bien una disciplina o una técnica, o que tiene capacidad y aptitudes para ocuparse de ella: profesional competente

Destreza.- reside en la capacidad o habilidad para realizar algún trabajo primariamente relacionado con trabajos físicos o manuales

Estrategia.- es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Estrategia Empresarial.- se refiere al conjunto de acciones planificadas anticipadamente, cuyo objetivo es alinear los recursos y potencialidades de una empresa para el logro de sus metas y objetivos de expansión y crecimiento.

Estrategia de Marketing.- está dirigida a generar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, con mayor efectividad que la competencia, a fin de generar en el cliente lealtad hacia una empresa o una marca.

Empresa.- es una organización o institución dedicada a actividades o persecución

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

de fines económicos y comerciales ha notado que, en la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones en el término.

Emprendedor.- es una persona que enfrenta, con resolución, acciones difíciles específicamente en el campo de la economía, negocios o finanzas, es aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de negocio y organiza el recurso necesario para ponerla en marcha.

Gestión.- también conocida como gerencia, dirección o administración de proyectos es la disciplina de planear, organizar, asegurar y coordinar recursos y personas para cumplir con los objetivos, entregables y criterios de éxito de los proyectos.

Innovar.-desarrollarlo producir algo novedoso en un ámbito o actividad.

Metodología.-hace referencia al conjunto de procedimientos basados en principios lógicos, utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica.

Módulo Profesional.-es cada una de las unidades didácticas en que se dividen los ciclos formativos de formación profesional.

Motivación.- puede definirse como el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo. la motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta.

Proyecto.- es un conjunto de actividades relacionadas para lograr un fin específico, con un comienzo y fin claros, sujeto a tres "restricciones" principales: tiempo, presupuesto y alcance. En el proceso intervienen los involucrados, beneficiarios y demás.

Pequeña y mediana empresa.- es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos

Técnica.- es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos, que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad.

Habilidad.- Es el grado de un sujeto concreto frente a un objetivo determinado. Es decir, en el momento en el que se alcanza el objetivo propuesto en la habilidad.

Se considera como a una actitudinista competencia desarrollada o varias de estas, y al grado de mejora que se consiga a esta/s mediante la práctica, se le denomina talento. Además, es la destreza ejecutar una cosa o capacidad y disposición para negociar y conseguir los objetivos a través de unos hechos en relación con las personas, bien a título individual o bien en grupo.

Autoempleo.- trabajo individual o trabajo autónomo, que se regula habitualmente por el derecho civil, bajo la forma de "contrato de locación de servicios" (profesiones liberales, oficios autónomos, etc.).

Autoempleo Colectivo.- es el que el trabajador se desempeña en una organización de la que él forma parte como miembro pleno en la toma de decisiones (cooperativa de producción o trabajo, sociedad laboral, etc.)

BIBLIOGRAFÍA

- ALTIRRIRA, M.; CLARAMUNT, P. (1993): «La escuela: lugar idóneo para la educación moral. Aula de Innovación Educativa, 16/17, 48-51.
- ANIMACIÓN y PROMOCIÓN DEL MEDIO (1993): Cuenta con tu planeta. Relaciones del consumo con el medio ambiente y la salud. Programa educativo. Madrid. Animación y Promoción del Medio.
- ANTÚNEZ, S. y COLS. (1992): Del proyecto educativo a la programación de aula. Barcelona. Graó.
- BARRERÁ, P.; PUJOL, R. M. (1993): «Organización de los contenidos de un área tomando como eje vertebrador un tema transversal. En: MEC. Temas transversales y desarrollo curricular. Madrid. Ministerio de Educación y Ciencia.
- BOLÍVAR, A. (1992): Los contenidos actitudinales en el currículo de la reforma. Madrid. Escuela Española.
- COLL, C. (1990): Aprendizaje escolar y construcción del conocimiento. Barcelona. Paidós.
- MEC (1992): Materiales para la reforma. Educación Primaria. Orientaciones didácticas. Madrid. Ministerio de Educación y Ciencia.
- MEC (1992): Materiales para la reforma. Educación Secundaria. Orientaciones didácticas. Madrid. Ministerio de Educación y Ciencia.
- MEC (1993): Temas transversales y desarrollo curricular. Madrid. Ministerio de Educación y Ciencia.
- ROMAÑA, T.; TRILLA, J. (1993): «Dilemas ante el tratamiento de los valores en la Escuela». Aula de Innovación Educativa, 16/17, 5-12.
- SIERRA, J. (1994): «Transversalizar el II nivel de concreción impregnando el PEC y el PCC». Aula de Innovación Educativa, 32, 23-28.
- STENHOUSE, I. (1984): Investigación y desarrollo del currículum. Madrid. Morata.
- TORRES, J. (1989): «El curricular globalizado o integrado y la enseñanza reflexiva». Cuadernos de Pedagogía, 172, 8-13.
- TORRES, J. (1994): Globalización e interdisciplinariedad: el currículo integrado. Madrid. Morata.

DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

TRILLA, J. (1993): El profesor y los valores controvertidos. Neutralidad y beligerancia en la educación. Barcelona. Paidós.

TURIEL, E. (1984): El desarrollo del conocimiento social. Moralidad y convención. Madrid. Debate.

VENTURA, M. (1992): Actitudes, valores y normas en el currículo escolar. Madrid. Ed. Escuela Española.

VENTURA, M. (1993): «Fido Dido y los 40 principales arrasan el curriculum». Aula de Innovación Educativa, 16/17, 24-29.

Yus, R. (1993): «Sobre la importancia de los enfoques constructivistas en el desarrollo de actitudes positivas en materias transversales del curriculum». VII Jornadas de Pedagogía Operatoria. Puerto Real (Cádiz).

Yus, R. (1994): «las actitudes en el alumnado moralmente autónomo». Aula de Innovación Educativa, 26, 72- 79.

ZABALA, A. (1990): «El enfoque globalizador». Cuadernos de Pedagogía, 168, 17-22.

ZABALA, A. (1991): «Los materiales curriculares». En: CARMEN, L. Del: La elaboración del curriculum en el centro educativo. Barcelona. Horsori/ICE.

BIBLIOGRAFIA VIRTUAL

<http://www.lapaginadelprofe.cl/mapmentales/map1.htm>

<http://es.scribd.com/doc/55330229/TEORIA-ADMINISTRACION-GESTION-Y-COMERCIALIZACION-DE-UNA-PEQUENA-EMPRESA>

<http://www.mipymes.gov.co/emprendedor/newsdetail.asp?id=143&idcompany=44>

http://sisbib.unmsm.edu.pe/Bibvirtual/Publicaciones/indata/v02_n2/busqueda.htm

Contenido

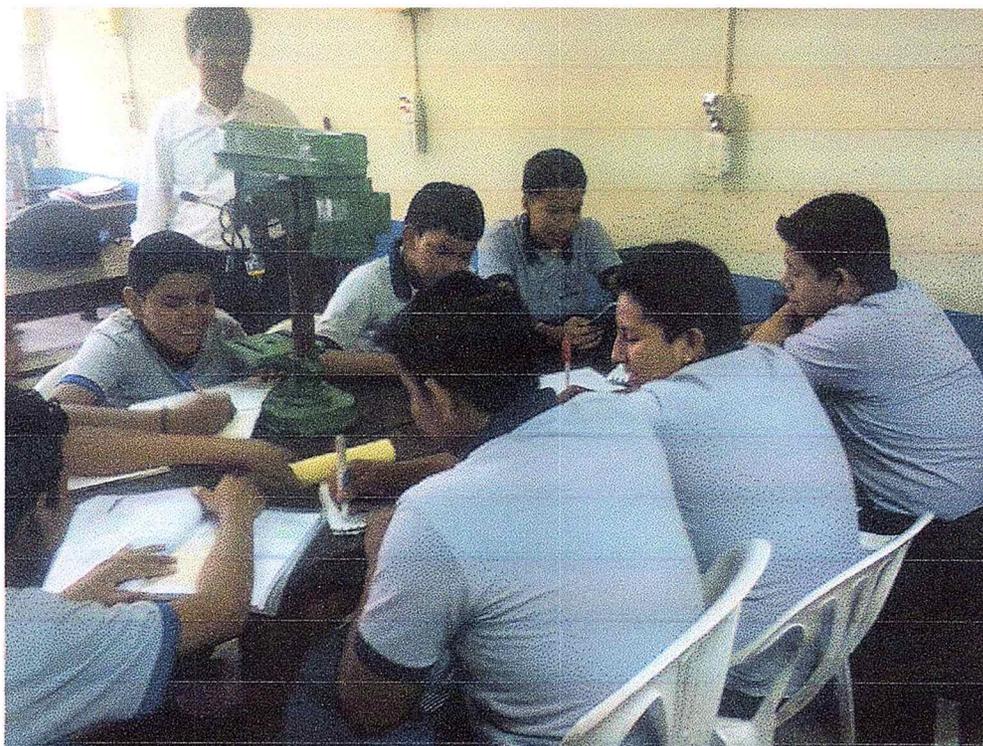
i.	La empresa y la capacidad empresarial.....	109
a)	significado y alcance de empresa.....	109
b)	roles que desempeñan las personas en las empresas.....	110
c)	pequeñas empresas.....	112
d)	el autoempleo.....	114
	actividad # 1.....	115
ii.	Los empresarios y sus competencias.....	116
a)	el potencial empresarial.....	116
b)	las características del empresario.....	116
c)	los empresarios como líderes.....	118
d)	la toma de decisiones empresariales.....	119
e)	competencias para una capacidad empresarial.....	120
f)	factores claves para el éxito en el establecimiento de una pequeña empresa.....	121
g)	la decisión empresarial.....	122
h)	el riesgo empresarial.....	123
	actividad # 2.....	123
iii.	La idea y la oportunidad de negocio.....	125
a)	la investigación de mercados.....	125
b)	obtención de la información.....	125
c)	simulación.....	130
d)	sociometría.....	130
e)	interpretación de la información.....	130
f)	presentación de resultados.....	131
g)	generación de ideas.....	131
h)	evaluación de oportunidades de negocio.....	132
	actividad # 3.....	133
iv.	Gestión de la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.....	134
a)	formas jurídicas de constitución. Empresario individual. Empresario social o sociedad mercantil.....	134

Lcdó. Avel Alfredo Briones Jiménez - Prof. Xavier Arturo Yagual Chamorro -Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil- Facultad de Educación a Distancia y Postgrado 175

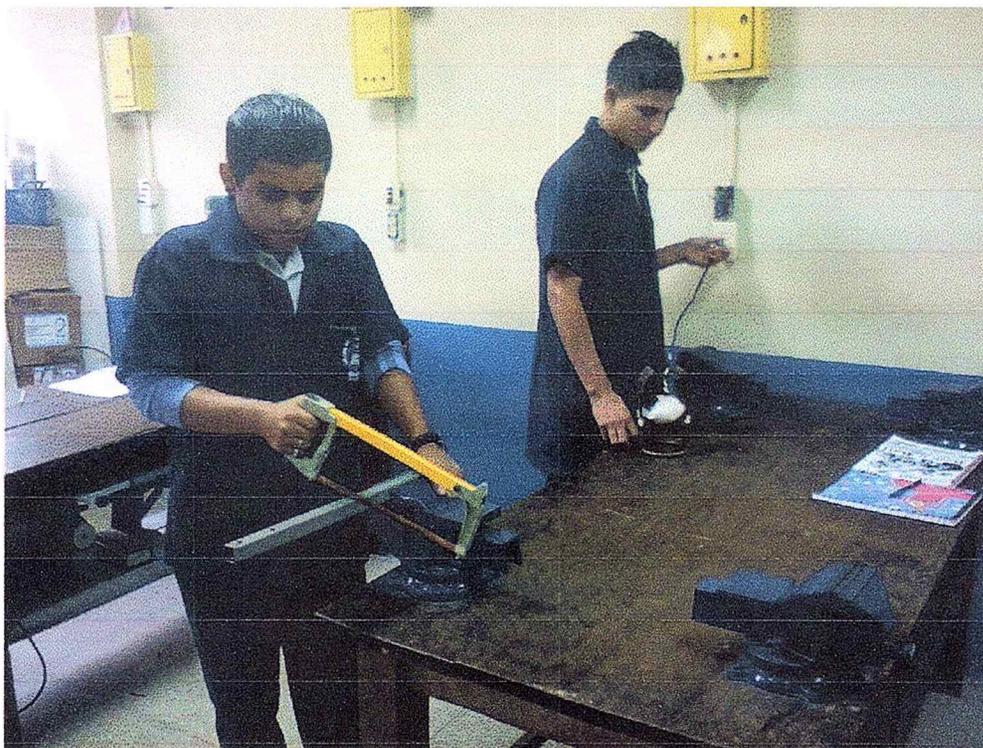
DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

b) la franquicia.....	136
actividad # 4.....	140
v. La organización de una empresa.....	142
a) factores básicos para iniciar una empresa.....	142
autoevaluación.....	144
b) selección de mercados y ubicación de la empresa.....	147
c) estructura financiera del nuevo establecimiento.....	147
d) creación de empresas.....	148
e) los proveedores.....	150
f) los recursos humanos.....	151
i) el presupuesto.....	152
vi. Principales pautas en la gestión de una empresa.....	153
a) documentos mercantiles.....	153
autoevaluación.....	155
b) el patrimonio empresarial.....	156
autoevaluación.....	157
vii. Comercialización.....	158
a) conceptos y hechos asociados al proceso del registro contable en la pequeña empresa.....	158
b) registro de cliente.....	159
c) la fijación de precios.....	160
d) registro de las operaciones de ventas. Libro registro de facturas emitidas. Archivo de la documentación.....	161
autoevaluación.....	163
viii. Proyecto empresarial.....	164
a) fase del proyecto empresarial.....	164
ix. Conclusiones.....	168
glosario de términos.....	170
bibliografía.....	173

ANEXO 9



DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO



DISEÑO DE UNA GUÍA DIDÁCTICA, Y DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MODULO DE ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA, PARA TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO FISCAL TÉCNICO INDUSTRIAL FEBRES CORDERO

