

**GUÍA DIDÁCTICA DEL TEXTO
“EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN” PARA EL
TERCER AÑO DE BACHILLERATO**

Presentación

El mundo actual demanda que todas las personas a través de los procesos de aprendizaje desarrollemos habilidades, conocimientos, aptitudes y actitudes para desempeñarnos de una manera eficaz y eficiente en el medio laboral y social en el cual nos desenvolvemos, de ahí que surge la pregunta: ¿Qué debemos enseñar y aprender en los actuales momentos?

Para ello, se requiere que los procesos pedagógicos sean pertinentes para que los estudiantes puedan aplicar sus conocimientos en contextos reales o simulados con el objetivo de adquirir mejores desempeños para su vida personal, social y profesional. En gran medida, la consecución de este objetivo dependerá de los recursos didácticos y las modalidades de enseñanza y aprendizaje que el docente provea a sus estudiantes, de tal manera que estos puedan aprender la teoría relacionada con la práctica, dándoles la oportunidad de investigar, experimentar y comprobar el conocimiento, es decir, descubrir y producir sus propios saberes desde una perspectiva individual y colectiva. Por lo antes expuesto, hacemos énfasis en la corriente filosófica constructivista de acuerdo a lo que argumenta Mario Carretero en su obra "Constructivismo".

¿Qué es el constructivismo?

El constructivismo como teoría pedagógica, parte del supuesto de que el individuo tanto en los aspectos cognitivos, sociales y afectivos, no es solo el resultado del ambiente ni es un simple producto de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo día a día como resultado de la interacción entre estos dos factores. Como consecuencia de ello, el planteamiento constructivista, sostiene que el conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción del ser humano.

Pero, ¿con qué instrumentos realiza la persona dicha construcción? Fundamentalmente con los esquemas que ya posee, es decir, con lo que ya construyó en su relación con el medio que le rodea.

Para sustentar pedagógicamente la tarea educativa, los textos como recursos de apoyo deben contribuir a desarrollar en los estudiantes las destrezas con criterio de desempeño, las cuales se van alcanzando a través de las diversas actividades que se plantean en los segmentos de esta serie, con el enfoque pedagógico que promueve el Ministerio de Educación del Ecuador para así lograr el carácter integral de la educación, el desarrollo del pensamiento crítico y, por supuesto, para conseguir fortalecer los conocimientos, talentos y capacidades gerenciales que le permitan a los estudiantes realizar emprendimientos.

Confiamos que con el aporte de ustedes, estimados maestros y maestras, se alcancen estos postulados con el afán de contribuir a mejorar la calidad educativa, incorporando en su labor los ejes transversales del Buen Vivir que fomenta la educación ecuatoriana como aspectos fundamentales en los procesos integrales de aprendizaje y enseñanza.

IMPORTANCIA Y ENFOQUE DE LA ASIGNATURA DE EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN¹

En los últimos tiempos se ha revestido de gran importancia el espíritu emprendedor que manifiesta el ser humano para enfrentar los incesantes desafíos que le plantea la sociedad de hoy.

De ahí que el Ministerio de Educación del Ecuador muy acertadamente ha incluido como parte del currículo del Bachillerato General Unificado la asignatura de Emprendimiento y Gestión, teniendo como uno de sus grandes objetivos, alcanzar al finalizar el BGU, que los estudiantes hayan desarrollado sus capacidades emprendedoras y que, con la aplicación diaria de estas capacidades, se conviertan en personas dinamizadoras de la sociedad en su conjunto, de su familia, zona geográfica o ciudad y por lo tanto, puedan generar fuentes de trabajo (Ministerio de Educación del Ecuador, Lineamientos Curriculares para Emprendimiento y Gestión, 2015).

Para lograr este fin es preciso que a través de esta asignatura se desarrollen en los estudiantes las capacidades y habilidades gerenciales y emprendedoras, así como los valores de liderazgo, innovación, creatividad y tolerancia al riesgo; los mismos que les permitirán trazarse objetivos ambiciosos, enfrentar dificultades y resolver problemas con autonomía. Para ello, además se deben fortalecer los conocimientos de los principios y básicos de la administración (planeación, gestión, dirección y control).

Es necesario que durante los tres años de bachillerato el enfoque de la asignatura sea práctico y de autovaloración, a partir del desarrollo y fortalecimiento de aptitudes, actitudes y valores que garanticen el éxito de un emprendimiento direccionado en diferentes ámbitos que incluya estrategias como: ofrecer sus servicios, comprar, generar una cultura de servicio, atención al usuario y obtención de financiamiento.

De esta manera el currículo se desarrolla en el marco de orientar la construcción de una nueva estructura mental que deje atrás viejas prácticas y que se centre en cultivar en los estudiantes hábitos que les permitan observar más allá del propio entorno generando respuestas favorables y beneficiosas para sí, para su familia y la comunidad.

Con las actividades que se proponen en los lineamientos curriculares de emprendimiento y gestión se aporta al perfil de salida del bachillerato en la medida que busca transformar el sistema económico para que se convierta en un sistema social y solidario, de esta manera se cumpla la Ley de Economía Popular y Solidaria en nuestro país

El módulo de Emprendimiento y Gestión tiene su origen en el contexto legal que lo regula e incentiva, principalmente, la Constitución de la República (arts. 283, 284, 302, 304 y 306); el tercer eje del Plan Nacional para el Buen Vivir, que busca transformar el sistema económico para que se convierta en un sistema social y solidario (objetivos 8 a 10), y la Ley de Economía Popular y Solidaria.

¹ Ajuste curricular 2016 del Ministerio de Educación

Emprendimiento y Gestión se desarrolla durante los tres cursos del Bachillerato General Unificado (BGU). Parte de tres premisas clave: el perfil de salida que alcanza el estudiante al concluir la Educación General Básica (EGB), el legítimo afán de autonomía y autorrealización de la juventud, y, fundamentalmente, la confianza en el país tanto por la constitucionalidad que lo caracteriza, como por los ejemplos exitosos de conciudadanos que concretaron sus sueños y son fuente de inspiración. Uno de los grandes objetivos que se pretende alcanzar es que, al finalizar el Bachillerato, el estudiante haya desarrollado sus capacidades de emprendimiento y que, al aplicarlas diariamente, se convierta en una persona que dinamice la sociedad en su conjunto, su familia, zona geográfica o ciudad y que, por lo tanto, genere fuentes de trabajo.

En términos generales, se entiende por “emprendimiento” al inicio y realización de una actividad, atractiva para el estudiante, en el ámbito económico, artístico, cultural, deportivo, social, religioso, político, etc., sea de carácter individual, familiar, comunitario o asociativo, que incluya cierto nivel de riesgo. De esta manera, cuando se mencione la palabra “emprendimiento” a lo largo de este documento, se hará referencia a cualquier tipo de iniciativa empresarial, personal o social, que no se focalice únicamente en la creación de una empresa, sino a una amplia gama de alternativas que atraigan al estudiante.

Además, es fundamental mencionar que el emprendimiento no solamente se refiere a la creación de una nueva actividad, sino que también implica el fortalecimiento de iniciativas existentes, por ejemplo, negocios familiares o un emprendimiento social determinado.

Este currículo se desarrolla para orientar la construcción de una nueva estructura mental y para que el estudiante deje atrás viejas prácticas y cultive hábitos que le permitan observar más allá de su propio entorno y, así, generar respuestas favorables y beneficiosas para sí mismo, su familia y comunidad.

El emprendimiento involucra acción; por eso, el presente currículo se focaliza en la ejecución de actividades prácticas y vivenciales. De esta manera, se cumple además uno de los grandes objetivos de esta asignatura, el cual consiste en motivar al estudiante a realizar actividades que incentiven el emprendimiento. En este marco, cobra particular relevancia la aplicación de metodologías prácticas y reales que le permitan asimilar los principios de Emprendimiento y Gestión desde su propia realidad y a partir de vivencias, por medio de entrevistas a emprendedores del sector, visitas a empresas, participación en ferias, concursos y eventos que faciliten la práctica en situaciones reales y posibiliten analizar y contrastar diversas dinámicas para aprender a enfrentar problemas y persistir hasta que se resuelvan.

Las actividades que se detallan en estos lineamientos curriculares aportan al perfil de salida del Bachillerato, en la medida en que todo emprendimiento y su gestión implica:

- Audacia, determinación y pasión, para enfrentar la incertidumbre ante lo desconocido, e ingenio y resiliencia ante los desafíos de nuevas construcciones.

- Comunicación creativa y un alto grado de credibilidad para inspirar confianza en el público en cuanto a una oferta innovadora.
- Capacidad de observación y escucha atenta para detectar oportunidades, potenciarlas y aprovecharlas.
- Apertura y flexibilidad mental para aprender de la experiencia.
- Equilibrio físico, mental y emocional para atraer a otros al proyecto desde la inspiración que produce el bienestar propio y la búsqueda del bienestar común.
- Reflexión individual y trabajo colaborativo que potencie la investigación y el anhelo de aprender de manera permanente y que optimice el uso de los recursos disponibles.
- Compromiso de mejoramiento personal, familiar y comunitario.
- Integridad, honradez y ética y un profundo sentido de equidad, justicia y respeto por la dignidad y los derechos de las personas, para garantizar el éxito del emprendimiento.
- Pensamiento crítico y creativo en el momento de tomar decisiones.
- Análisis y reflexión para comprender fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- Empatía, sensibilidad, respeto, solidaridad e inclusión para potenciar el radio de incidencia del emprendimiento.

EL PROCESO DE APRENDER

El aprender es inherente a los procesos formales de educación y a pesar de la existencia de muchas teorías pedagógicas que lo fundamentan, se debe destacar que uno de los aspectos más importantes es considerar las características de desarrollo evolutivo de los seres humanos, por tanto todos los aspectos didácticos que se planifican deben ser en concordancia con las mismas.

Destacamos y asumimos el proceso que durante décadas ha estado vigente por los resultados que se han obtenido en aprendizaje y a pesar de los cambios que han surgido en las estrategias metodológicas, **el ciclo del aprendizaje** se mantiene vigente en sus etapas, no así en las actividades que se plantean en cada una de ellas.

Podemos definir al ciclo como un conjunto de actividades que se realizan de manera secuencial; aprendizaje se conceptualiza como el proceso a través del cual se adquieren saberes y valores que permiten a los seres humanos desenvolverse en su entorno.

Esta secuencia se analiza en diferentes ópticas, puesto que existen varias teorías del aprendizaje.

Entonces, podemos decir que el Ciclo de Aprendizaje es aquel en el que se planifica una secuencia de actividades exploratorias, lo que implica utilizar material concreto y contextos reales para activar los saberes previos, luego se plantean actividades que posibiliten el desarrollo conceptual desde las experiencias obtenidas por los estudiantes durante la exploración y para complementar el ciclo de aprendizaje se incluyen actividades para evaluar y aplicar los conocimientos adquiridos.

(Sanmartí (1995) indica: **“Son el conjunto de acciones que se llevan a cabo en el marco escolar, con la finalidad de promover el aprendizaje del alumnado”**. Es decir, que es un método para planificar y que se sugiere al docente aplicarlo con todos los requerimientos que indica La Ley Orgánica de Educación Intercultural vigente. Además podemos afirmar, que en este proceso se evidencia claramente la teoría de Piaget quien expresa que niños y niñas necesitan aprender a través de experiencias concretas como lo plantea en su teoría etapas de desarrollo cognitivo.

El Ciclo de Aprendizaje cambia sus fases según como lo plantean varios autores (Karplus, 1981 & Escalada; 1999), pero esto no significa que modifique su finalidad.

La intención no es mecanizar el aprendizaje del estudiante ni la enseñanza del docente, más bien es un sistema que tiene como propósito que los estudiantes identifiquen problemas en el que puedan, con una actitud indagatoria, formular preguntas que los lleve a desafiar ideas monótonas. Es decir, que la intención es que los estudiantes puedan discrepar con fundamentos, buscar soluciones creativas a los problemas y explicar sus propias interpretaciones.

Lo expuesto se sustenta en el modelo “Aprendiendo de la Experiencia”, que se aplica tanto para niños, jóvenes y adultos (Kolb 1984), el cual describe cuatro fases básicas:

1. Experiencia concreta. Se introducen los nuevos conocimientos, para ello se recomienda presentar al estudiante el nuevo conocimiento de forma más abstracta. Ejemplo: visita a un museo arqueológico, recorrer el entorno y observar problemáticas, escuchar una historia real o ¿por qué un hielo en un vaso con líquido transparente flota y en otro vaso con líquido transparente el hielo se hunde?

2. Observación y procesamiento. Aquí se analiza la experiencia a través del diálogo y reflexión a partir de preguntas generadoras. Ejemplo: ¿Qué observaron en el museo?, ¿Qué piezas les llamó la atención?, ¿Con qué fin fue creada dicha pieza?, ¿Quiénes aportan a la conservación de dicha pieza y por qué?

3. Conceptualización y generalización. Momento para estructurar las respuestas a las preguntas mediante lluvia de ideas, foros, debates, mesas redondas, encuestas, etc.

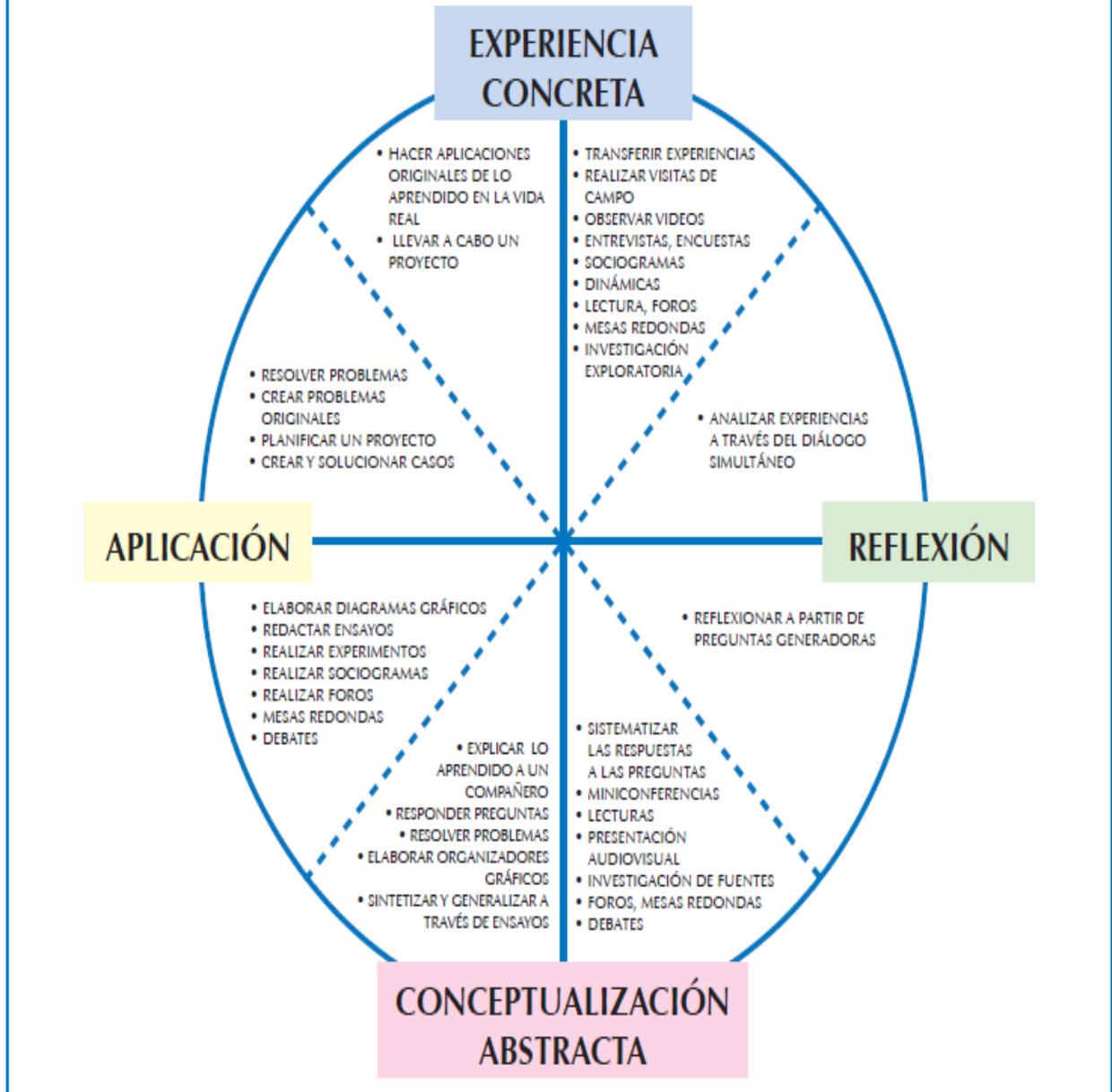
4. Aplicación. Demuestra lo aprendido mediante la resolución de sus interrogantes, elaborando síntesis, organigramas, liderando los debates con respuestas acertadas, dramas, etc.

Lozano (2000) realiza las siguientes puntualizaciones en relación al ciclo del aprendizaje:

- Involucrarse enteramente y sin prejuicios a las situaciones que se le presenten.
- Lograr reflexionar acerca de esas experiencias y percibirlas desde varias aproximaciones.
- Generar conceptos e integrar sus observaciones en teorías lógicamente sólidas.
- Ser capaz de utilizar esas teorías para tomar decisiones y solucionar problemas (pág. 70)

EL CICLO DEL APRENDIZAJE

Actividades que pueden ser usadas en cada fase del ciclo



Del modelo de Kolb antes mencionado (experiencia concreta, observación reflexiva, conceptualización abstracta y experimentación activa) se desprenden los cuatro **estilos de aprendizaje**.



En pareja contesten oralmente:

- ¿Qué es emprender?
- ¿En qué necesitan invertir para comenzar su proyecto de emprendimiento?
- ¿Cómo pueden estimar los ingresos que tendrá su proyecto en un año?
- Compartan su trabajo con sus compañeros (as) de aula.
- ¿Qué sucedería si una empresa no elabora su presupuesto de ingresos y gastos?



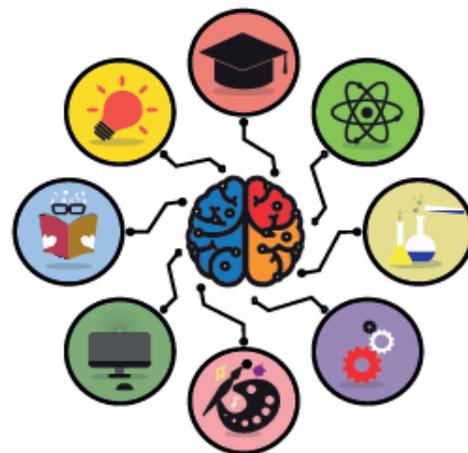
CONCEPTOS BÁSICOS FINANCIEROS

- Estructurar las actividades de forma tal que el estudiante comprenda el nuevo contenido a partir de sus propias deducciones y como resultado del análisis y realización de las tareas docentes que tiene que resolver, las que deben tener un enfoque problémico.
- Proponer la búsqueda de la esencia de los objetos y fenómenos estudiados.
- Controlar sistemáticamente el proceso de aprendizaje, en el que se estimule la valoración y la autovaloración.

Además, el maestro debe hacer alusión a la actuación del estudiante en la que debe prevalecer el razonamiento, la búsqueda de relaciones causa-efecto, tener claridad de lo que tiene que realizar, conocer qué se espera de él. De esta forma se garantiza la regulación que puede hacer de su propia actividad de aprendizaje, alcanzando así su autorregulación. Si el estudiante se implica en la toma de decisiones, se logrará una autorregulación de su actuación.

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 estudiante.
- Es personal, ya que la significación de aprendizaje depende de los recursos cognitivos del estudiante.



El aprendizaje significativo propicia que la nueva información al ser relacionada con la anterior, sea guardada en la memoria a largo plazo.

Aunque resulta evidente que los estudiantes no conocen la teoría del aprendizaje significativo y ciertamente no han leído a David Ausubel ni a los autores que aquí hemos revisado; no obstante sus profesores están comprometidos a lograr que sus estudiantes alcancen este tipo de aprendizaje.

Propuestas de actividades para lograr aprendizajes significativos

Recomendamos a ustedes docentes las siguientes actividades para que sus estudiantes alcancen aprendizajes significativos:

- Realizar investigaciones en diversas fuentes como: periódicos, revistas entre otros.
- Incentivar en sus estudiantes la elaboración de carteles, láminas o representaciones teatrales.
- Los ejemplos o casos presentados en el aula deben ser de actualidad y del mundo real en el que los estudiantes viven.
- Utilización de la TIC con proyecciones de películas, empleo de software, y que estas actividades sean comentadas.



- Visitas y recorridos a lugares en los que se puedan observar y evidenciar desempeños auténticos como las funciones y actividades que se desarrollan en las empresas, y en las industrias.
- Trabajo cooperativo y plenarias.
- Lecturas comentadas.
- Juegos de roles.

Recomendamos a los docentes que exploren las opiniones o sugerencias de sus estudiantes al respecto, indagándoles cómo quieren aprender, además brindándoles espacios para que ellos planteen sus propias opciones de trabajo escolar.



Favorecen a los aprendizajes significativos las visitas o recorridos didácticos.

blogspot.com

ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS PARA BACHILLERATO

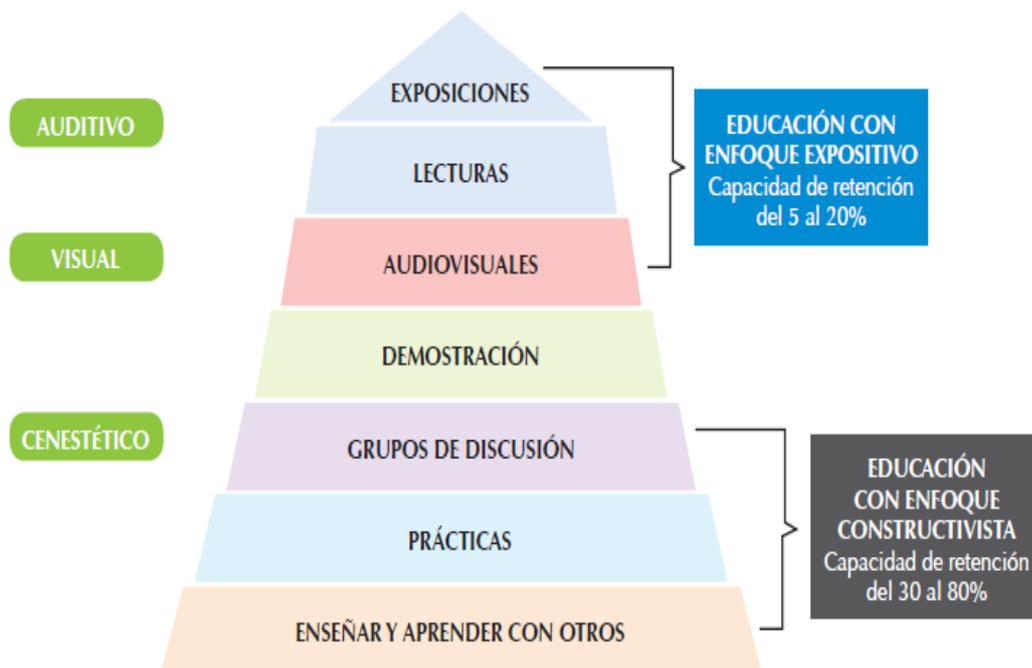
La estrategia en el ámbito educativo se define como el conjunto de actividades diseñadas para lograr de forma eficaz y eficiente la consecución de los objetivos educativos esperados; en base al enfoque constructivista, que consiste en el desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Por otro lado, el concepto de estrategia en las operaciones militares expresa que, es el análisis de las condiciones del enemigo, tiempo, terreno y medios de combate, para dar el

uso correcto de las propias tropas dirigidas a lograr la derrota del adversario al menor costo material, humano, político y económico posible. En este caso, el Docente es el militar operador que contrarrestará un currículo cerrado (adversario), sin sufrir consecuencias del material que se usará y con un grupo de estudiantes tomando en cuenta sus necesidades y problemas socioeducativos.

Tabón, 2006 expresa: **“Estrategia es un conjunto de pasos para cumplir unos determinados objetivos que tiene como base el análisis de las certidumbres e incertidumbres de los escenarios donde se aspira a ejecutarla”.**

Tomando en cuenta la pirámide de Cody Blair, se observa que en el enfoque constructivista la capacidad de retención del estudiante es de mayor porcentaje, en cambio en el enfoque expositivo su capacidad de retención es mínima.

La pirámide del aprendizaje de Cody Blair defiende una educación basada en la retención de conocimientos y para que esta sea eficaz, el aprendizaje debe hacerse en la práctica, la misma que enriquece un aprendizaje eficiente y constructivo, es decir, que al aplicar las estrategias metodológicas es necesario enfocarnos en el sistema que dará mayor capacidad de retención para el estudiante.



Papalia, (1995) define el aprendizaje como **“un cambio relativamente permanente en la conducta que resulta de la experiencia. Esta experiencia puede tomar la forma de estudio, instrucción, exploración, experimentación o práctica.”**

Papalia puntualiza que de la experiencia que obtendrán los estudiante es el resultado del cambio conductual, cuando la experiencia es vivencial la enseñanza es acertada y el aprendizaje para toda la vida. El docente tutor incentivará a los estudiantes a generar productos que muestren sus aprendizajes.

De esta manera los conocimientos, habilidades y actitudes específicas se movilizan y cada actividad corresponderá de forma particular al objetivo didáctico del momento de la estrategia en que se realiza, y esto favorecerá al desarrollo de los contenidos.

Se propicia que el estudiante en las actividades vaya de lo próximo a lo distante y en varios perímetros: imaginativo-simbólico-imaginativo, individual-colectivo-individual y cotidiano-sistematizado- cotidiano; vale mencionar que en una estrategia didáctica las actividades favorecen el desarrollo de varias competencias y atributos, es conveniente que se indique sólo en cuáles competencias y atributos se hará énfasis, a cuáles se dará prioridad y se realizarán actividades formativas intencionadas para desarrollarlas. Por lo anterior, es necesario indicar qué competencias profesionales se pretende que los estudiantes desarrollen..

Alexander Luis Ortiz Ocaña (CEPEDID-BARRANQUILLA, 2005):

“La clase actual debe transformar la participación del estudiante en la búsqueda y aplicación del conocimiento desde una posición pasiva hacia una posición activa, una enseñanza que conduzca al desarrollo de potencialidades del estudiante. La clase propicia un aprendizaje desarrollador de potencialidades del estudiante si logra la participación consciente, reflexiva, valorativa para la transformación de su pensamiento (instrucción) y sus sentimientos (educación) en la búsqueda de su identidad individual, local, nacional e internacional”.

<http://www.monografias.com/trabajos26/aprendizajedesarrollador/aprendizaje-desarrollador>.

Pensamiento y sentimiento en la búsqueda de su identidad total es lo que cita el autor, expresa que la participación del estudiante debe ser relevante en las actividades para el aprendizaje, siendo el propio estudiante el crítico y constructor de sus propias ideas.

A continuación se enlista algunas sugerencias de estrategias a considerar con los estudiantes del bachillerato en las diferentes áreas pedagógicas.

- Configurar el proceso de la enseñanza-aprendizaje a partir de la actuación del estudiante en los distintos momentos de la actividad, con una búsqueda activa del contenido de enseñanza.
- Valoración de la preparación y desarrollo del estudiante. Recordar que cada uno es un “mundo diferente” por lo que se considerará las diferencias individuales.
- El docente direccionará el proceso, desde enfoques reflexivos del estudiante, esto enriquecerá los pensamientos y los procesos cognoscitivos del mismo.
- Inducir en la creación de conceptos, la preparación de los procesos lógicos del pensamiento y la importancia del nivel teórico que desarrollen la capacidad de resolver problemas con la apropiación de los procedimientos.
- Motivar y ser constante en la actividad del estudio en cuestión.
- Enfocar necesidades de aprender en cómo hacerlo.
- Incentivar en las actividades y la comunicación que permitan favorecer el desarrollo individual, interactuando con lo colectivo en marcha al aprendizaje.

La estrategia didáctica y sus recursos imprescindibles

Para lograr y potenciar los propósitos se recomienda tomar en cuenta los siguientes recursos.

- Tiempo. (Considerar el tiempo estimado en cada actividad, sin excesos. Hora promedio, 45 minutos).
- Considerar los saberes previos de los estudiantes.
- Material. Debe estar al alcance de todos y satisfacer las necesidades.
- Actividades complementarias y clase extra de refuerzos como: proyectos de todo ámbito (científicos, tecnológicos o ciudadanos).
- Actividades en todos los espacios extraescolares que refuercen los procesos de aprendizaje como: museos, empresas, zoológicos, bibliotecas, programas de tv, páginas web, entre otros.

Senge (1999). Expresa: **“No es suficiente cambiar las estrategias, estructuras y sistemas; si no cambia también el pensamiento que produjo esa estrategias estructuras y sistema”.**

El autor, acertadamente expresa en esta cita, pensando en la realidad de la humanidad que siendo conformistas o plantando barreras a lo que aún no se empieza ni se experimenta, tratan de cambiar el papel, o el contenido; cuando lo que se debe cambiar es el pensamiento cerrado a los nuevos cambios de la enseñanza para el aprendizaje.

Las actividades a desarrollarse con los estudiantes deben:

- Generar interés en el estudiante.
- Involucrar al entorno inmediato del estudiante.
- Que tenga relación con la vida diaria del estudiante.
- Comprometer lo científico y tecnológico.
- El estudiante debe estructurar y argumentar sus saberes; además, ejercita, experimenta, y comparte su aprendizaje en distintas situaciones.
- Ejercitar el razonamiento para aprender contenidos que se hayan aplicado en la estrategia didáctica.
- Reconocerá los contenidos en base a lo que vivenció en la apertura y el desarrollo. El docente propicia la identificación que los estudiantes desarrollaron y construyeron.
- Por ultimo realizar síntesis de sus aprendizajes.

Con estos puntos antes indicados no se pretende mecanizar al docente ni mucho menos al estudiante, más bien son pautas a seguir en las que el docente es responsable de encaminar a su grupo de estudiantes con piezas claves, mecanismos claros y eficaces, por sobretodo respetar el pensamiento y participación de sus



alumnos como principal actor del sistema educativo. Esto generará el deseo de aprender y producirá expectativas, productos encaminados al desarrollo de competencias, con esto el actor principal que es el estudiante fortalecerá sus habilidades y el desarrollo en la práctica de sus pensamientos, lo que dará paso a los conocimientos de forma sistemática que se aplicarán en varios contextos. Así mismo, el docente formará estudiantes útiles, autónomos, autosuficientes, autocríticos y con mejores condiciones de vida. Para finalizar en este punto, se sugiere revisar los lineamientos curriculares para el bachillerato general unificado.

RECURSOS DIDÁCTICOS

EL USO DE LAS TIC EN EL AULA

TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación). Son herramientas que procesan, recuperan, sintetizan y presentan información de forma variada; herramientas que sirven de, canales y soportes para el tratamiento y acceso a la información, lo que permite, almacenar, registrar, formar y difundir contenidos digitalizados. Las TIC son medios y no fines. Por lo consiguiente, son instrumentos y materiales de construcción que facilitan el aprendizaje en distintas formas de aprender, estilos y ritmos de los aprendices.

Vivimos en una sociedad con un desarrollo tecnológico de gran avance, el estilo de vida va cambiando, sorprendiendo las áreas del conocimiento, como en el área educativa, las TIC demuestran que son un gran apoyo tanto para docentes, como para estudiantes.

La utilización de la tecnología en la educación puede enfocarse como herramienta de apoyo, puesto que no sustituye al docente, de lo contrario se pretende ayudarlo para que los estudiantes tenga suficientes elementos para enriquecer el proceso de enseñanza aprendizaje, sean estos (visuales y/o auditivos), no es simplemente obtener conocimientos o dominar la técnica, es necesario que el estudiante sea eficiente, eficaz y capaz cognitivamente hablando, sobre todo, en las capacidades: de autonomía personal, motrices, de equilibrio, y de inserción social.



Las TIC agregan valor a las actividades, estas permiten obtener ventajas competitivas, permanecer en el mercado y centrarse en el negocio. Constituyen un instrumento fundamental. Emplear TIC facilita importantes recursos y gran ahorro de tiempo al sintetizar y agilizar los procesos, además facilita el contacto directo con el objetivo. Dentro de los beneficios que aportan la TIC están:

- Mejor aprovechamiento del tiempo. (la comunicación puede realizarse en cualquier momento y lugar).
- La automatización de tareas rutinarias.
- Dedicación y tiempo a tareas más productivas.
- Mejor diligencia en las actividades.

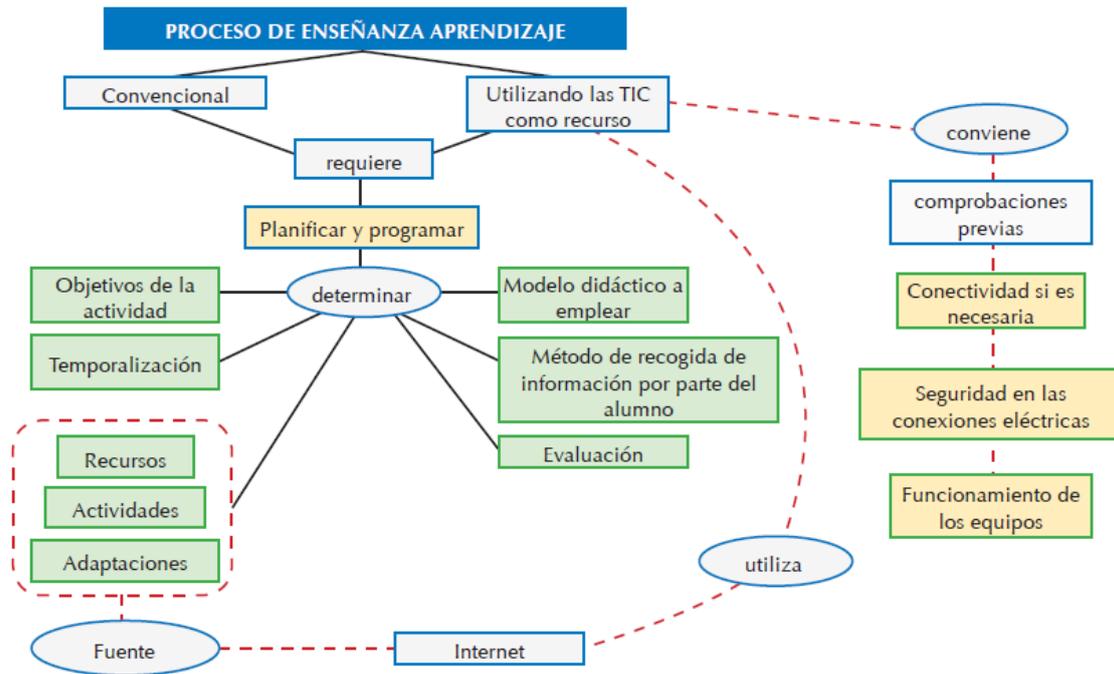
- Controla todas las variables y tareas que intervienen en el negocio.
- Carga de actividades más liviana.
- Mayor comunicación entre estudiantes y profesor.
- Excelentes medios didácticos en temas complejos en aulas.
- Guía para el uso de diferentes bibliografías.
- Lluvia de experiencias, puntos de vistas de temas específicos.
- Se genera el aprendizaje colaborativo.

Introduciendo TIC en gestión y emprendimiento:

Hay que tomar en cuenta que por el hecho de la importancia de trabajar con TIC no es necesario llenarse de máquinas sofisticadas o programas que a lo mejor no se le de uso necesario es decir, que debe adaptarse a nuestras necesidades porque si no sirve no se usa, para ello es necesario estar al día y buscar asesoramiento profesional. Para introducir las TIC en las herramientas de gestión y emprendimiento es un proceso que se debe realizar de forma autónoma, fomentando el ahorrar tiempo y dinero; es relevante tomar en cuenta la adaptabilidad de los estudiantes al mundo actual (herramientas informáticas), aunque ese punto es favorable ya que la juventud de hoy en día se adapta fácilmente al sistema de las TIC y es cuando el docente debe realizar cursos formativos personales para dirigir eficazmente a su grupo y con sentido común sacando el máximo provecho que nos brinda este medio.

Recomendaciones al aplicar las TIC.

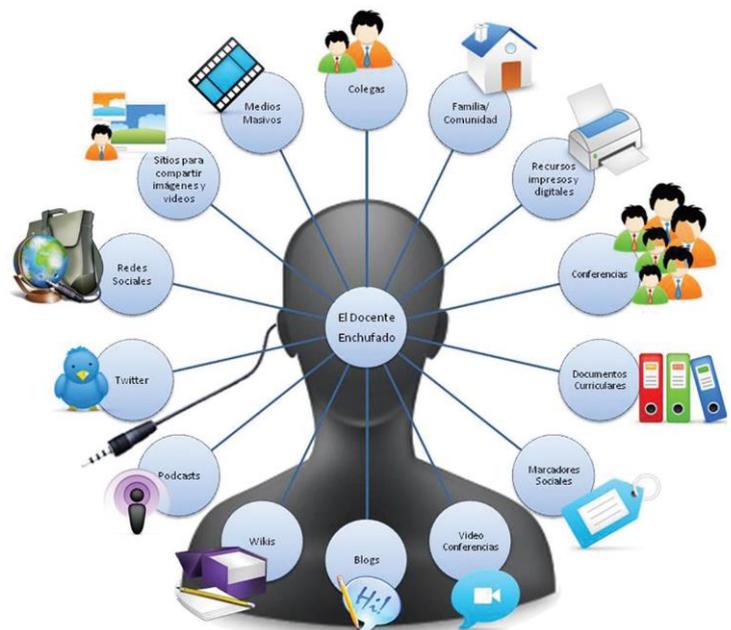
- Programas al alcancen de todos (económica y tecnológicamente hablando), porque no se está formado lo suficiente para manejar este medio y puede resultar que el uso sea del 30% y en desventaja económica del programa.
- Calcular la inversión, adecuada a las necesidades.
- Considerar otras opciones de menor tamaño (y precio) puedan dar el mismo rendimiento.
- Fomentar una actitud positiva hacia el uso de las TIC en general.
- Concientizar que es una herramienta que, a medio o largo plazo, hará más llevadero el trabajo.



Integrar las TIC en la práctica Docente
 Esquema del proceso de enseñanza aprendizaje al utilizar como herramientas las TIC Por: Domingo Cruz León

En todo el sistema educativo, la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tienen impacto significativo en el fortalecimiento de sus competencias y el desarrollo del aprendizaje para la vida.

Osorio (2012), señala: **“Enseñar con el uso de las tecnologías no es un proceso aislado, al contrario, es uno alimentado por fenómenos sociales y culturales complejos de los cuales usted debe estar enterado, y así no ser arrastrado por las aguas globales, sino navegarlas en la gran embarcación de la educación.”**



Esto nos da a saber que el computador, las tecnologías de la información y la comunicación se utilizan por muchas personas en todo el mundo como algo frecuente. Oponerse al uso de las redes sociales por ejemplo (YouTube), es contraposición a la realidad de los jóvenes, “no se puede tapar el sol con un dedo” el docente tomara estos conocimientos de los jóvenes para proyectar e introducir el tema a tratar.

Acertados puntos que se requiere para enseñar en la era de la tecnología son:

- La reflexión de los estudiantes del uso de las redes sociales, y lo que en ella concibe, como las herramientas de información y comunicación, con la misión de mantener comunicadas a las personas, compartir información.

- Instruir a los estudiantes en el uso de las TIC que puede convertirse en un espacio de conocimiento, en el que se forman redes de aprendizaje, y que se puede aprender a través de videos o de sitios virtuales lo que todo esto hace que se construya experiencias sólidas y estilos de aprendizajes. Hay que recalcar en este ensayo que los docentes tienen gran responsabilidad y dinamismo con la actitud y compromiso de cambio, el compromiso está en capacitarse, actualizarse asumiendo nuevos retos como docente en esta era digital.

Marqués (2000), señala que las principales aportaciones de las TIC son:

- Fácil acceso a una inmensa fuente de información.
- Proceso rápido y fiable de todo tipo de datos.
- Canales de comunicación inmediata (on/off).
- Capacidad de almacenamiento de grandes cantidades de información en pequeños soportes de fácil transporte.
- Automatización de trabajos.
- Interactividad.
- Digitalización de toda la información.

Es muy importante considerar el uso de las TIC en la asignatura de Emprendimiento y Gestión, sin embargo, no se necesita adquirir equipos o programas avanzados que no les vayan a dar el uso necesario, por eso, es recomendable buscar asesoramiento profesional.

Para introducir las TIC como herramientas de aprendizaje en esta asignatura, debe llevarse de forma autónoma un proceso que fomente el ahorro de tiempo y dinero.

Es relevante considerar la adaptabilidad que tienen los estudiantes actualmente en el uso de herramientas informáticas. Por eso, es relevante que los docentes tomen cursos formativos sobre las TIC, para mejorar de esta manera el proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula

EVALUACIÓN PARA LA CALIDAD DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación se refiere a la acción y a la consecuencia de evaluar. Esta acción permite indicar, valorar, establecer, apreciar o calcular la importancia de una determinada realidad; y en este caso específico, los logros alcanzados por los estudiantes durante el proceso educativo. Dentro de la actividad educativa se debe emitir un juicio y tomar una decisión de acuerdo a los resultados que

se presenten con el objetivo de alcanzar el mejoramiento continuo, estableciendo comparaciones entre los objetivos planteados al inicio del período y los conseguidos por los estudiantes. Existen diversos enfoques para realizar una evaluación y cada uno de ellos tiene un propósito que se extiende más allá del desempeño dentro del aula.



Podemos citar las siguientes:

“La etapa del proceso educativo que tiene como finalidad comprobar, de manera sistemática, en qué medida se han logrado los objetivos propuestos con antelación. Entendiendo a la educación como un proceso sistemático, destinado a lograr cambios duraderos y positivos en la conducta de los sujetos, integrados a la misma, en base a objetivos definidos en forma concreta, precisa, social e individualmente aceptables.” (P. D. Lafourcade)

“Evaluación es el acto que consiste en emitir un juicio de valor, a partir de un conjunto de informaciones sobre la evolución o los resultados de un alumno, con el fin de tomar una decisión.” (B. Maccario)

También es importante considerar lo que nos señala sobre evaluación, el Reglamento a la Ley Orgánica de Educación Intercultural, en el:

Art. 184.- Definición.- La evaluación estudiantil es un proceso continuo de observación, valoración y registro de información que evidencia el logro de objetivos de aprendizaje de los estudiantes y que incluye sistemas de retroalimentación, dirigidos a mejorar la metodología de enseñanza y los resultados de aprendizaje. Los procesos de evaluación estudiantil no siempre deben incluir la emisión de notas o calificaciones. Lo esencial de la evaluación es proveerle retroalimentación al estudiante para que este pueda mejorar y lograr los mínimos establecidos para la aprobación de las asignaturas del currículo y para el cumplimiento de los estándares nacionales. La evaluación debe tener como propósito principal que el docente oriente al estudiante de manera oportuna, pertinente, precisa y detallada, para ayudarlo a lograr los objetivos de aprendizaje.

La evaluación de estudiantes que asisten a establecimientos educativos unidocentes y pluridocentes debe ser adaptada de acuerdo con la normativa que para el efecto expida el Nivel Central de la Autoridad Educativa Nacional. En el caso de la evaluación dirigida a estudiantes con necesidades educativas especiales, se debe proceder de conformidad con lo explicitado en el presente reglamento.

Art. 185.- Propósitos de la evaluación.- La evaluación debe tener como propósito principal que el docente oriente al estudiante de manera oportuna, pertinente, precisa y detallada, para ayudarlo a lograr los objetivos de aprendizaje; como propósito subsidiario, la evaluación debe inducir al docente a un proceso de análisis y reflexión valorativa de su gestión como facilitador de los procesos de aprendizaje, con el objeto de mejorar la efectividad de su gestión. En atención a su propósito principal, la evaluación valora los aprendizajes en su progreso y resultados; por ello, debe ser formativa en el proceso, sumativa en el producto y orientarse a:

1. Reconocer y valorar las potencialidades del estudiante como individuo y como actor dentro de grupos y equipos de trabajo;
2. Registrar cualitativa y cuantitativamente el logro de los aprendizajes y los avances en el desarrollo integral del estudiante;
3. Retroalimentar la gestión estudiantil para mejorar los resultados de aprendizaje evidenciados durante un periodo académico; y,
4. Estimular la participación de los estudiantes en las actividades de aprendizaje.

Art. 186.- Tipos de evaluación.- La evaluación estudiantil puede ser de los siguientes tipos, según su propósito:

- 1. Diagnóstica:** Se aplica al inicio de un período académico (grado, curso, quimestre o unidad de trabajo) para determinar las condiciones previas con que el estudiante ingresa al proceso de aprendizaje;

2. Formativa: Se realiza durante el proceso de aprendizaje para permitirle al docente realizar ajustes en la metodología de enseñanza, y mantener informados a los actores del proceso educativo sobre los resultados parciales logrados y el avance en el desarrollo integral del estudiante; y,

3. Sumativa: Se realiza para asignar una evaluación totalizadora que refleje la proporción de logros de aprendizaje alcanzados en un grado, curso, quimestre o unidad de trabajo.

Al inicio de un periodo áulico



En pareja, contesten oralmente:

- ¿Por qué es importante la Contabilidad?
- ¿Cuáles son los principios básicos contables?
- ¿En qué consiste el principio de Partida Doble?
- ¿Qué aplicación darías al principio de materialidad en una empresa?

Durante el proceso formativo

La evaluación formativa, se realiza durante el o los procesos de aprendizaje, valora los logros obtenidos y las dificultades que existen, durante el cual el docente puede hacer uso de diferentes estrategias para evidenciar la adquisición de saberes y desarrollo de destrezas.

Aprendo haciendo con TIC

1. Ingresar al sitio www.sri.gov.ec y ubicar el Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno, así como el Reglamento para la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador y encontrar las principales diferencias en el Capítulo destinado a la obligatoriedad de llevar contabilidad.
2. Preparar un resumen en Word y presentarlo en clase.

Consolida tus conocimientos

1. Completa el cuadro que resume las normas tributarias sobre la obligatoriedad de contabilidad. Guíate por el ejemplo.



NORMAS TRIBUTARIAS SOBRE LA OBLIGATORIEDAD DE LLEVAR CONTABILIDAD		
SUSTENTO LEGAL	DESTINADO A:	ASPECTOS IMPORTANTES
Art. 37 del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario (2010) reformado luego en el Reglamento a la Ley Orgánica de Incentivos a la Producción y	Contribuyentes obligados a llevar contabilidad.	Las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades. Personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades

Al final del proceso

Evaluación sumativa, permite tomar decisiones relacionadas con la aprobación del grado o curso, se recomienda utilizar pruebas de base estructurada o pruebas objetivas.

Evalúa
tus conocimientos



ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN



Página 92 de 1

1. Escribe en el paréntesis V si es verdadero o F si es falso, Argumenta tu respuesta si es falsa.

a. El costo se puede definir como salidas de efectivo para obtener algún producto o servicio que posteriormente significará un beneficio. ()

b. Debemos realizar declaraciones mensuales de IVA cuando se venden bienes con tarifa 0%. ()

Según los actores que intervienen en el proceso de evaluación

La **autoevaluación**, proceso que a través de una estrategia el estudiante es quien se evalúa, permite reconocer sus posibilidades, limitaciones y cambios necesarios para mejorar su aprendizaje.

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

- Marca con una X tu respuesta:

Después del estudio del bloque soy capaz de:	Sí	NO
Identificar la inversión inicial que necesito para empezar una actividad de emprendimiento.		
Distinguir los diferentes tipos de costos y gastos que puede tener mi emprendimiento.		
Clasificar las diferentes cuentas necesarias en una actividad de negocios para poder armar los estados financieros.		

La **coevaluación**, se realiza entre los estudiantes. Es un proceso que les permite aprender a valorar los procesos y actuaciones de sus compañeros, fomenta la participación, reflexión y crítica constructiva en un ambiente de libertad y responsabilidad, es necesario brindar a los estudiantes criterios de evaluación o indicadores establecidos.

ACTIVIDADES DE COEVALUACIÓN



1. En equipo, identifiquen un negocio o actividad de emprendimiento en una zona cercana a su comunidad y con una plantilla de trabajo identifiquen los principales costos y gastos de esa empresa.
2. Estimen sus necesidades de capital de trabajo.
3. Determinen el punto de equilibrio en unidades del negocio.
4. Elaboren una cartelera en el curso donde expongan el trabajo acompañado de una breve reseña del emprendimiento. ¿Cómo empezó el negocio? ¿Cómo nació la idea?

La **heteroevaluación**, es dirigida y aplicada por el docente, permite identificar las falencias ocurridas en el proceso para diseñar actividades remediales antes de continuar con el currículo, creando oportunidades de aprendizaje y la mejora de la práctica docente. Para que este proceso evaluativo se lleve con éxito es necesario identificar las estrategias y los instrumentos adecuados para el nivel de desarrollo y aprendizaje de los estudiantes.

Algunos instrumentos que deberán usarse para la obtención de evidencias son:

- Rúbrica o matriz de verificación.
- Listas de cotejo o control.
- Registro anecdótico o anecdotario.
- Observación directa.
- Producciones escritas y gráficas.
- Proyectos colectivos de búsqueda de información, identificación de problemáticas y formulación de alternativas de solución.
- Esquemas y mapas conceptuales.
- Registros y cuadros de actitudes observadas en los estudiantes en actividades colectivas.
- Portafolios y carpetas de los trabajos.
- Pruebas escritas u orales.

Para complementar a los instrumentos evaluativos se deberán aplicar técnicas para la evaluación de desempeño como:

- Mapas mentales
- Solución de problemas
- Método de casos
- Proyectos
- Diario
- Debate
- Ensayos
- Técnica de la pregunta

El correcto uso de estos instrumentos y técnicas facilitan al docente el trabajo evaluativo realizado en forma cualitativa y cuantitativa a los estudiantes, permitiendo realizar un seguimiento y al mismo tiempo creando oportunidades de aprendizaje, que servirán para orientar lo propuesto en el bloque de estudio.

Este proceso permite además obtener evidencias, elaborar juicios y brindar retroalimentación sobre los logros de aprendizaje de los estudiantes a lo largo de su formación; siendo parte fundamental de la enseñanza y del aprendizaje.

Por lo tanto, la evaluación de los aprendizajes busca que estudiantes, docentes, representantes o tutores y autoridades educativas, tomen decisiones que permitan mejorar el desempeño de los estudiantes.

RÚBRICAS PARA EVALUAR LOS DESEMPEÑOS

La Rúbrica: es un instrumento de evaluación de los aprendizajes y desempeños conformado por un conjunto de enunciados redactados con trama textual descriptiva que se los conoce en el campo de la evaluación como indicadores, criterios, o descriptores específicos que permiten dar un valor a los trabajos que evidencian conocimientos, destrezas, habilidades, competencias, actitudes y aptitudes logrados por el estudiante en un proceso de aprendizaje de una asignatura en particular.

En la rúbrica también llamada matriz de valoración se puntualizan no únicamente los rasgos que han de cumplir el desempeño de los/las estudiantes sino que se establecen niveles de capacidad con adjudicación de un puntaje para cada nivel.

...“las rúbricas también pueden ser entendidas como pautas que permiten aunar criterios, niveles de logro y descriptores cuando de juzgar o evaluar un aspecto del proceso educativo se trata”. (Vera, 2011).

Este instrumento de evaluación se lo puede utilizar para los trabajos de equipos, de investigación, participación en clases, exposiciones, ensayos, resúmenes, cuadros sinópticos, mapas conceptuales, cuadros comparativos, entre otros.

Se comenzará con un trabajo de mesa donde se determinarán las tareas y dimensiones que se van a evaluar, por ejemplo:

TAREAS	DIMENSIONES
Presentación oral	La proyección de la voz El lenguaje corporal La gramática Pronunciación

La **tarea** es el producto del aprendizaje, lo que el docente pretende evaluar y las **dimensiones** que caracterizan o aspectos relevantes que debe contener dicha tarea, de tal manera que en ella se pueda evidenciar las destrezas adquiridas en el proceso de construcción de los aprendizajes.

Como pueden observar en el ejemplo el número de dimensiones que se recomiendan son mínimo cuatro, máximo ocho cuando la evaluación es formativa y si la rúbrica se va a utilizar para una evaluación sumativa se recomiendan menos dimensiones.

La información en una **rúbrica** se distribuye de la siguiente manera: en la primera columna se colocarán las dimensiones a evaluar, de forma horizontal irá la escala de calificación y en ellas se escriben los criterios que reflejan los objetivos de aprendizaje y destrezas de la actividad.

En relación a la cuantificación de los criterios de las rúbricas es necesario que el docente utilice una escala para determinar en cantidades los logros que en relación al aprendizaje han sido adquiridos por los estudiantes, esta cuantificación de los resultados a la que se la conoce como calificación debe tener una escala en la cual el docente plantea de manera concreta el proceso de aprender de sus estudiantes, por ello se debe ser cauteloso al ponderar el criterio o descriptor de la rúbrica, se recomienda ser cuidadoso en la forma de cómo califica; para ello debe relacionar el esfuerzo con el que realiza el estudiante la tarea con el puntaje que se asigna.

El proceso evaluativo comienza con obtener información de cuanto está aprendiendo el estudiante, emitir juicios de valor y tomar decisiones frente a los resultados. Es necesario que el juicio de valor que resulta del proceso evaluativo sea comunicado.

Para emitir una calificación cuantitativa recordemos los siguientes términos:

- **Escala de calificación:** sucesión ordenada de valores distintos de una misma cualidad (RAE,

2012). Es decir, se puede entender como la gradación (niveles) de la calidad que permite determinar el dominio de cada criterio alcanzado por cada estudiante.

- **Escala:** es una línea continua que representa una relación entre una característica observada y un punto en esta. La línea imaginaria dividida en partes iguales representa dicha relación en orden de magnitud de tal manera que a cada punto en la escala le corresponde una medida de la característica observada. (Medina y Verdejo, 2001, p. 156)

Bajo estos criterios es menester señalar que se deben elaborar escalas para medir el grado de cumplimiento y de desempeños que van adquiriendo los estudiantes durante el proceso mediante una cuantificación.



EJEMPLO DE RÚBRICA:

Rúbrica de evaluación de las destrezas en un trabajo de Investigación

Criterios o Rasgos	Excelente	Satisfactorio	Satisfactorio con recomendaciones	Necesita mejorar
Puntaje	5	4	3	2-1-0
Cantidad de información	Todos los temas han sido abordados, cada una de las preguntas se respondieron con cuatro o más frases.	Todos los temas han sido abordados y la mayor parte de las preguntas se respondieron con tres frases como mínimo.	Todos los temas han sido abordados y la mayor parte de las preguntas se respondieron con dos frases como mínimo.	Uno o más temas no han sido abordados y la mayor parte de las preguntas se respondieron con dos frases como mínimo.
Calidad de la información	Se relaciona claramente con el tema principal citando fuentes válidas y múltiples y la información es más relevante con los diversos ejemplos, diversos puntos de vistas y sus opiniones.	Se relaciona adecuadamente con el tema principal, citando fuentes válidas y múltiples y la información es importante por algunos ejemplos y diversos puntos de vistas que se exponen.	Se relaciona aceptablemente con el tema principal. Son limitadas o poco variada las fuentes citadas, no existen ejemplos.	Se aparta del tema, no da a conocer la fuentes y no existen ejemplos.
Objetivo de la investigación	Se muestran claros y precisos lo que permite cumplirlos, medirlos y evaluarlos.	Se definen, permiten de alguna manera saber qué se va hacer. Son difíciles de cumplir, medir y evaluar.	Se establecen, aunque no permiten determinar si los resultados son medibles y si responden a las necesidades planteadas.	Se establecen, no son claros, no es posible medirlos o evaluarlos.

Análisis del contenido	Demuestra profundidad, comprensión y manejo impecable del tema, apoyado en ejemplos haciendo un análisis reflexivo y esmerado. La investigación articula con la parte teórica de forma pertinente.	Demuestra comprensión general del tema tratado. Las ideas son claras haciendo uso de ejemplos, detalles y explicaciones y la investigación articula con la parte teórica de forma superficial.	Demuestra comprensión limitada del tema tratado sin mucha reflexión ni análisis profundo y la investigación no articula con la parte teórica.	Demuestra poco conocimiento del tema no expresa bien ni las ideas ni apoya con ejemplo ni explicaciones y la investigación no articula con la parte teórica.
Presentación del informe	Cumple con el tiempo estipulado. Debe tener el nombre del autor, del trabajo, de la materia, el grado, y nombre del docente.	Entrega con 1 día de retraso. Debe tener su nombre, materia, grado, y nombre del docente.	Entrega con 2 día de retraso. Debe tener su nombre y falta el resto de la información.	Entrega con 3 día de retraso, faltan los datos.

El trabajo cooperativo brinda muchas ventajas en el proceso enseñanza- aprendizaje, se puede con esta estrategia desarrollar habilidades y actitudes que servirán para el desempeño en la vida del estudiante, por ejemplo el respeto a las opiniones de los demás, tolerancia, convivir en la diversidad, potencializar el conocimiento en la medida que aprendemos de los demás, escucha activa, entre otras; es decir, se fortalece el aspecto cognitivo, social y afectivo individual a través de la ayuda mutua, aprendiendo uno de otros. Por ello, nos basamos en la propuesta de la Zona de Desarrollo Próximo (ZDP) de **Vygotsky (1978)**, debido a que el aprendizaje es considerado una actividad social, “en la cual la interacción con los compañeros de grupo permite a los estudiantes obtener beneficios que están fuera de su alcance que cuando trabajan solo, o cuando sus intercambios se restringen al contacto con el profesor, dicha interacción hace posible el aprendizaje de actitudes, valores, habilidades e información específica; adicionalmente proporciona apoyos, oportunidades y modelos para desarrollar una conducta prosocial y autonomía”. (Díaz Barriga Arce & Hernández Rojas, 2002)

Rúbrica de evaluación de las destrezas del aprendizaje cooperativo

Criterios Rasgos	Excepcional	Admirable	Aceptable	Inaceptable
Puntaje	10-9	8-7-6	5-4-3	2-1-0
Rol dentro del grupo	Todos tienen definidos sus roles y lo desempeñan espectacularmente.	Todos tienen definidos sus roles y sus desempeños son buenos.	Todos tienen definidos sus roles; aunque sus desempeños no son consistentes.	No tienen definido sus roles
Responsabilidad compartida	Todos comparten con igualdad la responsabilidad de la tarea.	La mayor parte de los miembros del grupo comparte la responsabilidad en la tarea.	La responsabilidad es compartida por la mitad de los miembros del grupo.	La responsabilidad recae en una sola persona.
Aportes y reflexión del contenido	Demuestran comprensión profunda del tema, las ideas la desarrollan por medios de ejemplos, con un análisis, reflexión y explicaciones esmerada.	Demuestran comprensión general del tema, las ideas la desarrollan por medios de ejemplos, razones o explicaciones.	Demuestran limitada comprensión del tema, no expresan bien las ideas, faltan ejemplos, razones o explicaciones.	Demuestran poca comprensión del tema, no expresan bien las ideas ni la respaldan con ejemplos, razones o explicaciones.
Trabajo del grupo	Excelente trabajo en: organización, integración de las sugerencias individuales, asignación equivalente de las tareas y se ayudan mutuamente, cumple con el tiempo estipulado.	Buen trabajo en: organización, integración de diferentes sugerencias individuales, asignación de tareas, cumple con el tiempo estipulado.	Regular trabajo en organización, incorporan sugerencias individuales de algunos miembros, no cumplen con el tiempo estipulado.	Grupo desorganizado, no cooperan entre ellos, se pierde tiempo y no se realiza un buen trabajo.

PRUEBAS DE BASE ESTRUCTURADA

LAS PRUEBAS

Las pruebas que elabora el docente al momento de la evaluación son preguntas construidas con base a criterios técnicos, para que los estudiantes contesten libremente su respuesta de forma extensa o breve. Estas pruebas se subdividen en:

- Prueba de base no estructurada
- Prueba de base semiestructurada
- Prueba de base estructurada

Las pruebas de base no estructurada:

Proponen un tema a desarrollar con absoluta libertad, en ellas se pueden integrar y organizar las ideas con la profundidad de discernimiento que se desee. Entre las más conocidas se encuentran: el ensayo, la composición, el desarrollo temático y el reporte. Alguna de sus características son:

- Permiten la valoración de habilidades como el análisis, la síntesis y la emisión de juicios (capacidad crítica) y habilidades verbales (expresión, argumentación, redacción).
- Su revisión es una tarea complicada, por tanto los docentes rehúyen su aplicación en grupos numerosos; sin embargo, los profesores experimentados categorizan y evalúan con cierta prontitud.
- Este tipo de preguntas permiten evaluar resultados complejos de aprendizaje que requieren niveles cognitivos altos.

Prueba de base semiestructurada

Consiste en proponer al estudiante uno o varios temas que serán desarrollados por escrito, imponiéndoles ciertas restricciones en cuanto a la forma y el contenido de las respuestas.

- Se inducen las respuestas que contribuyen a desarrollar en cierto grado, temas y contenidos específicos.
- La respuesta breve permite revisar y calificar con mayor prontitud que las de base no estructurada.
- La habilidad para el manejo de la información relevantes, se hace manifiesta en este tipo de prueba.
- Las respuestas breves sólo pueden calificarse en forma subjetiva, lo que conlleva a tener resultados poco confiables.

Prueba de base estructurada

Consisten en organizar una serie de cuestiones cuya respuesta se proporciona en forma breve (palabras, frases cortas, signos, símbolos), o bien, seleccionando entre las opciones. Cabe mencionar que es un tipo de reactivo muy criticado, debido a que se reduce a valorar la capacidad memorística, sin embargo, esto solo acontece ante una limitada creatividad del docente para formular reactivos que permitan al estudiante, accionar procesos mentales superiores, como la organización conceptual, la integración de los aprendizajes y la transferencia de la información a situaciones novedosas específicas.

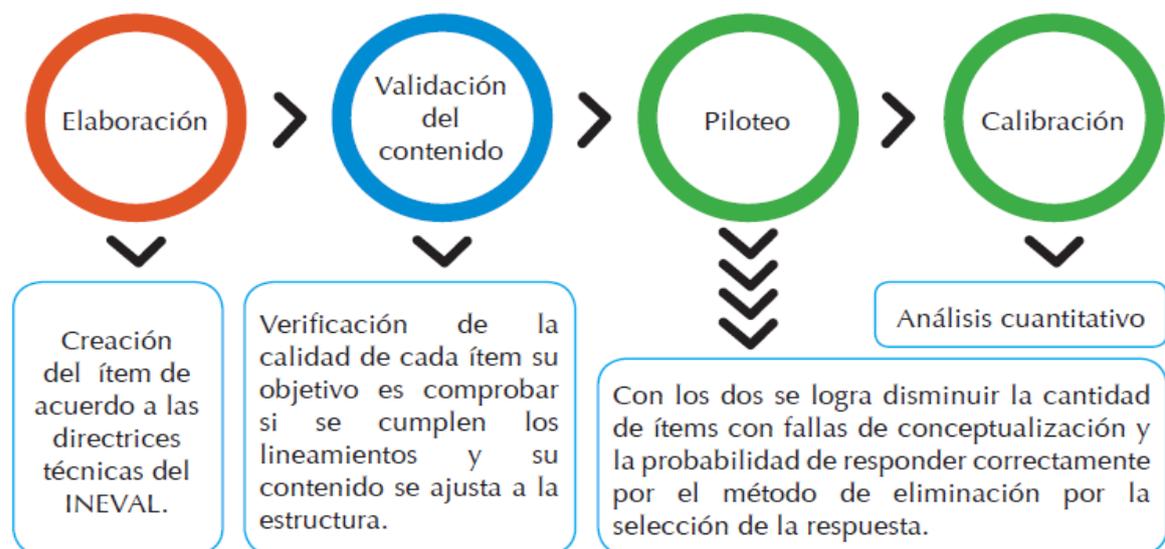
Las pruebas de base estructurada, de acuerdo al tipo de ítem se clasifican en:

1. **Tipo suministro** (el sustentante “suministra la respuesta) formato que incluye *la complementación y la respuesta breve*.
2. **Tipo selección** (el estudiante elige la respuesta) que integra a la *doble alternativa, la correspondencia, la opción múltiple, y la identificación*

Con el fin que una prueba sea dinámica y diversa, los ítems de opción múltiple se pueden organizar en diferentes formatos, algunos de estos son:

- Simples
- Ordenamiento
- Completamiento
- Elección de elementos
- Relación de columnas

Es importante que antes de elegir el formato se tenga en claro el contenido:



El Instituto de Evaluación Nacional Educativa (INEVAL) realiza sus labores con base en los estándares de calidad educativa definidos por el Ministerio de Educación y desarrolla otros que considera técnicamente pertinente.

La prueba estandarizada es una tarea o conjunto de tareas dadas bajo condiciones estándar y que está diseñada para evaluar algún aspecto del conocimiento, habilidades o personalidad de un individuo.

Este tipo de prueba se debe aplicar en parciales, exámenes de quimestre y en recuperaciones.

Las ventajas de las pruebas estandarizadas son:

- Se integra fácilmente a un proceso imparcial.
- Es transparente y de gran escala.

Premisas generales para el proceso de elaboración:

Cada ítem o reactivo que se integra a una prueba debe cumplir con las directrices técnicas propuestas por el Instituto Nacional de Evaluación (INEVAL) con el fin de garantizar calidad.

Algunas de estas directrices son:

- Las pruebas estandarizadas están conformadas por ítem o reactivos que son unidades básicas.
- El objetivo es determinar si el que la responde posee conocimiento, habilidades, actitudes o destrezas.
- Los ítem de opciones múltiples cuentan con cuatro opciones de respuesta, y una de ella es la correcta y las tres restante son distractores plausibles, estos últimos son las opciones de respuestas en el contexto pero no llegan a ser las correctas.
- Las opciones de respuestas que sean numéricas deben estar organizadas de forma ascendente.
- En caso de que una palabra se repita en todas las opciones de respuesta, se retira y se integra al planteamiento.
- Los ítems poden ir acompañados de indicaciones dirigidas a los textos y figuras que se emplearan adicionalmente.

Estimados docentes en este espacio de la guía les proporcionamos **ejemplos** de pruebas de base estructurada para ser implementadas en el proceso evaluativo. (López, et al., 2013).

**SIMULADOR DE EXAMEN DEL PRIMER QUIMESTRE
EMPREDIMIENTO Y GESTIÓN
TERCERO AÑO DE BACHILLERATO GENERAL UNIFICADO**

DOCENTE: _____

Nombres y Apellidos de (la) estudiante: _____ Paralelo: _____

INSTRUCCIONES:

- Bienvenido (a) a esta prueba, los ítems que encontrarás son sencillos y se relacionan con lo trabajado en clases.
- Antes de contestar lee bien la pregunta. Escribe con tinta azul o negra. No escribas con lápiz ni utilices corrector.
- Si haces borrones o tachones no podrás hacer ningún reclamo en la calificación.
- Si hablas, hace señas o prestas algún material durante la prueba tienes cero.
- Cualquier acto de deshonestidad académica recibirá la calificación de cero.
- El tiempo máximo para desarrollar el examen es 60 minutos.
- Selecciona la opción encerrándola en un círculo en el literal que contenga la respuesta correcta.
- Cada respuesta correcta vale 0,5 puntos.

1. Relacione los pasos del proceso de investigación con sus características correspondientes.

Paso del proceso de investigación	Característica
1. Analizar los datos	a) ayuda a que el empresario pueda enfocarse en lo que necesitan sus clientes.
2. Buscar las fuentes de información	b) compilación de datos, como la encuesta o focus group. Se selecciona el más adecuado.
3. Identificar el problema	c) deben ordenarse, cuantificarse y validarse, para desarrollar un análisis y tomar decisiones acertadas.
4. Medios de recopilación de información	d) saber qué tipo de información es el que se desea conocer

- A) 1b, 2a, 3d, 4c
- B) 1b, 2c, 3a, 4d
- C) 1c, 2b, 3d, 4a
- D) 1c, 2d, 3a, 4b

2. Las necesidades pueden ser:

- A) Ilimitadas, cliente, mercado
- B) Sustituibles, medibles, contables
- C) limitadas, concurrentes, tradicionales
- D) Corporativas, Funcionales, competitivas

3. Relacione los tipos de demandas con sus características correspondientes.

Tipo de demanda	Característica
1. Excesiva	a) existe la necesidad; sin embargo, el producto no se encuentra ofertado en el mercado.
2. Latente	b) la oferta de un producto se considera perjudicial para los consumidores potenciales.
3. Ausente	c) los individuos del mercado no aceptan el producto que se oferta, o harían o posible para no consumirlo.
4. Indeseable	d) cuando sobrepasa el nivel de oferta estimado.
5. Negativa	e) No existe interés de compra en los individuos del mercado.

- A) 1b, 2d, 3a, 4c, 5e
- B) 1c, 2b, 3d, 4d, 5a
- C) 1d, 2a, 3e, 4b, 5c
- D) 1e, 2c, 3b, 4a, 5d

4. Complete que es necesario para identificar el problema

Conocer el _____, participación, _____ y tendencias del _____ y proyectarse.

- A) producto, precio, promoción, proceso
- B) potencial, características, mercado
- C) control, planificación, organización, problema
- D) proveedor, cliente, competidores, entorno

5. Seleccione las competencias que es preciso estar al tanto para el desarrollo de un proyecto de emprendimiento.



1. Recolección de datos



2. Identificación del tema



3. Con quién compites



4. Identificar oportunidades



5. Diseño de la investigación



6. Buscar la diferencia

- A) 1, 3, 5
- B) 2, 3, 4
- C) 3, 4, 6
- D) 4, 5, 6

6. Relacione los tipos de productos con sus definiciones correspondientes.

Tipo de productos	Definiciones
1. Consumo	a) su uso en la elaboración de otros productos o la provisión de servicios en una organización.
	b) es un bien o servicio que se comercializa con el fin de satisfacer las necesidades.
2. Negocio	c) están destinados al consumo personal en los hogares.

- A) 1a, 2c
- B) 1b, 2a
- C) 1b, 2c
- D) 1c, 2a

7. Seleccione las características esenciales de un producto



1. Convivencia



2. Diseño



3. Especialidad



4. Empaque



5. Precio



6. Buscado



7. Marcas



8. Fabricación

- A) 1, 3, 6, 8
- B) 2, 4, 5, 7
- C) 3, 4, 5, 6
- D) 5, 6, 7, 8

8. Las necesidades pueden ser:

- A) declaradas, imaginarias, reales
- B) no declaradas, identificación, alternativas
- C) inconscientes, selecciona, evaluación

D) decisión, poscompra, relativas

9. ¿Cuál es uno de los beneficios que se adquieren al analizar la zona geográfica?

- A) Mejor imagen corporativa y reputación
- B) Desarrollo de una acertada estrategia de marketing.
- C) Fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores
- D) Mayor compromiso o Productividad de colaboradores

10. Relacione los tipos de emprendimientos con sus definiciones correspondientes.

Tipo de emprendimiento	Definición
1. Comercial	a) su actividad en la producción y comercialización de intangibles
2. Innovador	b) se incorporara en el mercado con una idea de negocio que ha sido implementada
3. Servicios	c) es la gestión de mercado que se realiza con productos de terceros proveedores
4. Empresarial	d) los proyectos que utilizan las tecnologías de información y comunicación.

- A) 1a, 2c, 3d, 4b
- B) 1b, 2a, 3c, 4d
- C) 1c, 2d, 3a, 4b
- D) 1d, 2c, 3b, 4a

**SIMULADOR DE EXAMEN DEL SEGUNDA QUIMESTRE
EMPREDIMIENTO Y GESTIÓN
TERCERO AÑO DE BACHILLERATO GENERAL UNIFICADO**

DOCENTE: _____

Nombres y Apellidos de (la) estudiante: _____ Paralelo: _____

INSTRUCCIONES:

- Bienvenido (a) a esta prueba, los ítems que encontrarás son sencillos y se relacionan con lo trabajado en clases.
- Antes de contestar lee bien la pregunta. Escribe con tinta azul o negra. No escribas con lápiz ni utilices corrector.
- Si haces borrones o tachones no podrás hacer ningún reclamo en la calificación.
- Si hablas, hace señas o prestas algún material durante la prueba tienes cero.
- Cualquier acto de deshonestidad académica recibirá la calificación de cero.
- El tiempo máximo para desarrollar el examen es 60 minutos.
- Selecciona la opción encerrándola en un círculo en el literal que contenga la respuesta correcta.
- Cada respuesta correcta vale 0,5 puntos.

1. Ordene los pasos para planificar las necesidades del Recurso Humano.
2. Desarrollar planes de acción para necesidades previstas de personal adicional
3. Determinar objetivos de la organización
4. Definir habilidades requeridas para alcanzar objetivos
5. Determinar necesidades adicionales de Recursos Humanos

- A) 2, 1, 3, 4
- B) 2, 3, 4, 1
- C) 3, 1, 2, 4
- D) 3, 2, 4, 1

Completa

Es el valor del _____ o _____ al que se _____ cuando se toma una decisión.

- A) bien, servicio, renuncia
- B) producto, proyecto, aspira
- C) adicional, ganancia, recupera
- D) riesgo, alternativa, acepta

3. ¿Cuál es la fórmula para calcular la rentabilidad de los activos totales?

A) $RENTABILIDAD = \frac{UTILIDAD\ MARGEN}{ACTIVO\ TOTAL\ PROMEDIO}$

B) $RENTABILIDAD = \frac{UTILIDAD\ NETA}{ACTIVO\ TOTAL\ PROMEDIO}$

C) $RENTABILIDAD = \frac{UTILIDAD\ OPERATIVA}{ACTIVO\ TOTAL\ PROMEDIO}$

D) $RENTABILIDAD = \frac{UTILIDAD\ INVERSIONES}{ACTIVO\ TOTAL\ PROMEDIO}$

4. Si TMAR = 23 105 y TIR = 91 500, el proyecto se:

- A) acepta
- B) desecha
- C) anula
- D) confirma

5. Complete

La evaluación _____ es aquella que explora las variables extrayendo _____ de los datos proporcionados y en la _____ no se fundamenta.

- A) cuantificable, análisis, comprobación
- B) cuantitativa, pruebas, matemática
- C) cualitativa, información, estadística
- D) cualificable, argumentos, precisión

6. Ordene los pasos en un proceso de investigación cualitativo

- 1) Elaboración de reporte de resultados
- 2) Concepción del diseño del estudio
- 3) Idea
- 4) Inmersión inicial de campo
- 5) Recolección de datos
- 6) Análisis de datos
- 7) Interpretación de resultados
- 8) Planteamiento del problema
- 9) Definición de la muestra inicial y del estudio

- A) 3, 1, 5, 7, 2, 9, 4, 6, 8
- B) 3, 4, 9, 8, 6, 7, 1, 2, 5
- C) 3, 8, 4, 2, 9, 5, 6, 7, 1
- D) 3, 9, 7, 5, 8, 4, 2, 1, 6

7. Relacione los emprendedores ecuatorianos con sus características correspondientes.

Emprendedor ecuatoriano	Característica
1. Nivel Socioeconómico	a) sus edades oscilan entre los 24 a 40 años.
2. Educación	b) van en un rango desde 400 a 800 dólares.
3. Ingresos	c) se encuentran empleadas por terceros.
4. Edad promedio	d) la mayoría han culminado la primaria y secundaria, un pequeño grupo tiene tercer nivel de estudios.

- A) 1a, 2d, 3b, 4c
- B) 1a, 2c, 3d, 4b
- C) 1c, 2d, 3b, 4a
- D) 1c, 2b, 3a, 4d

8. ¿Cuál es una de las oportunidades para el emprendedor ecuatoriano?

- A) Capacidad de internacionalización a través de conversaciones con otros países.
- B) Los datos son confiables porque se basan en respuestas parametrizadas mediante el cuestionario.
- C) Mercado de insumos o factores en el que las familias ofrecen trabajo a cambio de salarios a empresas que demandan mano de obra.
- D) Fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores

9. Relacione los riesgos por los que atraviesa un proyecto con sus factores correspondientes.

Riesgo	Factor
1. Producción	a) Transporte o distribución de las mercaderías.
	b) Ubicación del negocio en áreas inseguras o propensas al peligro.
	c) Falta de liquidez y estabilidad económica.
2. Financieros	d) Desarrollo del ambiente socio

	económico del país.
	e) Accidentes laborales
	f) Selección de proveedores y canales de distribución inadecuados.
3. Personales	g) Estabilidad política
	h) Falta de tecnología en el proceso de elaboración de productos.
	i) Tratados comerciales con otras economías.
4. Ventas	j) Insuficiente apoyo de inversionistas para crear una empresa.
	k) Eficiencia en el proceso de elaboración de los productos.
	l) Enfermedades o incapacidades permanentes por lesiones causadas en el ejercicio de la actividad laboral.
5. Entorno	m) terminación de precios, costos y descuentos.
	n) Fallecimiento
	ñ) Mínima capacidad de endeudamiento y poco tiempo para cancelar las deudas.

- A) 1b, d, f; 2h, j, l; 3a, c, n; 4e, g, i; 5k, m, ñ
 B) 1i, ñ, j; 2a, m, c; 3b, g, d; 4n, e, f; 5h, k, l
 C) 1f, h, k; 2c, j, ñ; 3e, l, n; 4a, d, m; 5b, g, i
 D) 1m, n, ñ; 2j, k, l; 3g, h, i, 4d, e, f; 5a, b, c

10.¿Cuál es la fórmula con que se puede calcular el VAN manualmente?

- A)
$$VAN = \sum_{n=1}^{n=x} \frac{(FNG)}{(1+i)^n} - I_0$$
- B)
$$VAN = \frac{\sum_{i=1}^K f_i * X_i}{n}$$
- C)
$$VAN = L_{inf} + W \left(\frac{\frac{n}{2} - F(me-1)}{fme} \right)$$
- D)
$$VAN = L_{inf} + W \left(\frac{\Delta_1}{\Delta_1 + \Delta_2} \right)$$

**SIMULADOR DE EXAMEN DEL PRIMER QUIMESTRE
EMPRESARIADO Y GESTIÓN
TERCERO AÑO DE BACHILLERATO GENERAL UNIFICADO**

Claves de las preguntas
Pregunta 1

Opción A	E) 1b, 2a, 3d, 4c	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque el Analizar los datos se deben ordenarse, cuantificarse y validarse, para desarrollar un análisis y tomar decisiones acertadas, para Buscar las fuentes de información es saber qué tipo de información es el que se desea conocer, Identificar el problema ayuda a que el empresario pueda enfocarse en lo que necesitan sus clientes y Medios de recopilación de información es la compilación de datos, como la encuesta o focus group. Se selecciona el más adecuado.
Opción B	F) 1b, 2c, 3a, 4d	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque el Analizar los datos se deben ordenarse, cuantificarse y validarse, para desarrollar un análisis y tomar decisiones acertadas, para Buscar las fuentes de información es saber qué tipo de información es el que se desea conocer, Identificar el problema ayuda a que el empresario pueda enfocarse en lo que necesitan sus clientes y Medios de recopilación de información es la compilación de datos, como la encuesta o focus group. Se selecciona el más adecuado.
Opción C	G) 1c, 2b, 3d, 4a	Argumento de opción C	INCORRECTO: porque el Analizar los datos se deben ordenarse, cuantificarse y validarse, para desarrollar un análisis y tomar decisiones acertadas, para Buscar las fuentes de información es saber qué tipo de información es el que se desea conocer, Identificar el problema ayuda a que el empresario pueda enfocarse en lo que necesitan sus clientes y Medios de recopilación de información es la compilación de datos, como la encuesta o focus group. Se selecciona el más adecuado.

Opción D	H) 1c, 2d, 3a, 4b	Argumento de opción D	CORRECTO: porque el Analizar los datos se deben ordenarse, cuantificarse y validarse, para desarrollar un análisis y tomar decisiones acertadas, para Buscar las fuentes de información es saber qué tipo de información es el que se desea conocer, Identificar el problema ayuda a que el empresario pueda enfocarse en lo que necesitan sus clientes y Medios de recopilación de información es la compilación de datos, como la encuesta o focus group. Se selecciona el más adecuado.
Respuesta correcta	Opción D	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 2

Opción A	E) Ilimitadas, cliente, mercado	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque Ilimitadas, Sustituibles, limitadas, concurrentes y tradicionales si son una necesidades, pero medibles, contables son términos de las investigaciones cuantitativas y Corporativas, Funcionales, competitivas son los tipos de estrategias
Opción B	F) Sustituibles, medibles, contables	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque Ilimitadas, Sustituibles, limitadas, concurrentes y tradicionales si son una necesidades, pero medibles, contables son términos de las investigaciones cuantitativas y Corporativas, Funcionales, competitivas son los tipos de estrategias
Opción C	G) limitadas, concurrentes, tradicionales	Argumento de opción C	CORRECTO: porque Ilimitadas, Sustituibles, limitadas, concurrentes y tradicionales si son una necesidades, pero medibles, contables son términos de las investigaciones cuantitativas y Corporativas, Funcionales, competitivas son los tipos de estrategias
Opción D	H) Corporativas, Funcionales, competitivas	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque Ilimitadas, Sustituibles, limitadas, concurrentes y tradicionales si son una necesidades, pero medibles, contables son términos de las

			investigaciones cuantitativas y Corporativas, Funcionales, competitivas son los tipos de estrategias
Respuesta correcta	Opción C	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Alta

Pregunta 3

Opción A	A) 1b, 2d, 3a, 4c, 5e	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque Demanda negativa: Los individuos del mercado no aceptan el producto que se oferta, o harían o posible para no consumirlo, Demanda ausente: no existe interés de compra en los individuos del mercado, Demanda latente: cuando existe la necesidad; sin embargo, el producto no se encuentra ofertado en el mercado, Demanda excesiva: Cuando la demanda sobrepasa el nivel de oferta estimado y Demanda indeseable: cuando la oferta de un producto se considera perjudicial para los consumidores potenciales.
Opción B	B) 1c, 2b, 3d, 4d, 5a	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque Demanda negativa: Los individuos del mercado no aceptan el producto que se oferta, o harían o posible para no consumirlo, Demanda ausente: no existe interés de compra en los individuos del mercado, Demanda latente: cuando existe la necesidad; sin embargo, el producto no se encuentra ofertado en el mercado, Demanda excesiva: Cuando la demanda sobrepasa el nivel de oferta estimado y Demanda indeseable: cuando la oferta de un producto se considera perjudicial para los consumidores potenciales.
Opción C	C) 1d, 2a, 3e, 4b, 5c	Argumento de opción C	CORRECTO: porque Demanda negativa: Los individuos del mercado no aceptan el producto que se oferta, o harían o posible para no consumirlo, Demanda ausente: no existe interés de compra en los individuos del mercado, Demanda latente: cuando existe la necesidad; sin embargo, el producto no se encuentra ofertado en el mercado, Demanda excesiva: Cuando la

			demanda sobrepasa el nivel de oferta estimado y Demanda indeseable: cuando la oferta de un producto se considera perjudicial para los consumidores potenciales.
Opción D	D) 1e, 2c, 3b, 4a, 5d	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque Demanda negativa: Los individuos del mercado no aceptan el producto que se oferta, o harían o posible para no consumirlo, Demanda ausente: no existe interés de compra en los individuos del mercado, Demanda latente: cuando existe la necesidad; sin embargo, el producto no se encuentra ofertado en el mercado, Demanda excesiva: Cuando la demanda sobrepasa el nivel de oferta estimado y Demanda indeseable: cuando la oferta de un producto se considera perjudicial para los consumidores potenciales.
Respuesta correcta	Opción C	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Alta

Pregunta 4

Opción A	C) producto, precio, promoción, proceso	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque el producto, precio, promoción, proceso son términos son para investigar la solución del problema, los términos control, planificación, organización, problema son conceptos del proceso de administración, proveedor, cliente, competidores, entorno conductas que deben mantener las empresas en el entorno de la responsabilidad social y los que están CORRECTO son potencial, características, mercado
Opción B	D) potencial, características, mercado	Argumento de opción B	CORRECTO: porque el producto, precio, promoción, proceso son términos son para investigar la solución del problema, los términos control, planificación, organización, problema son conceptos del proceso de administración, proveedor, cliente, competidores, entorno conductas que deben mantener las empresas en el entorno de la responsabilidad social y los que están CORRECTO son potencial, características, mercado

Opción C	C) control, planificación, organización, problema	Argumento de opción C	INCORRECTO: porque el producto, precio, promoción, proceso son términos son para investigar la solución del problema, los términos control, planificación, organización, problema son conceptos del proceso de administración, proveedor, cliente, competidores, entorno conductas que deben mantener las empresas en el entorno de la responsabilidad social y los que están CORRECTO son potencial, características, mercado
Opción D	D) proveedor, cliente, competidores, entorno	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque el producto, precio, promoción, proceso son términos son para investigar la solución del problema, los términos control, planificación, organización, problema son conceptos del proceso de administración, proveedor, cliente, competidores, entorno conductas que deben mantener las empresas en el entorno de la responsabilidad social y los que están CORRECTO son potencial, características, mercado
Respuesta correcta	Opción B	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 5

Opción A	E) 1, 3, 5	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque las competencias que es preciso tener en cuenta para el desarrollo de un proyecto de emprendimiento son Con quién se compite, Identificar las oportunidades, Buscar la diferenciación y Anticiparse y la Recolección de datos, Identificación del tema y Diseño de la investigación son etapas de la investigación de mercado.
Opción B	F) 2, 3, 4	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque las competencias que es preciso tener en cuenta para el desarrollo de un proyecto de emprendimiento son Con quién se compite, Identificar las oportunidades, Buscar la diferenciación y Anticiparse y la Recolección de datos, Identificación del tema y Diseño de la

			investigación son etapas de la investigación de mercado.
Opción C	G) 3, 4, 6	Argumento de opción C	CORRECTO: porque las competencias que es preciso tener en cuenta para el desarrollo de un proyecto de emprendimiento son Con quién se compete, Identificar las oportunidades, Buscar la diferenciación y Anticiparse y la Recolección de datos, Identificación del tema y Diseño de la investigación son etapas de la investigación de mercado.
Opción D	H) 4, 5, 6	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque las competencias que es preciso tener en cuenta para el desarrollo de un proyecto de emprendimiento son Con quién se compete, Identificar las oportunidades, Buscar la diferenciación y Anticiparse y la Recolección de datos, Identificación del tema y Diseño de la investigación son etapas de la investigación de mercado.
Respuesta correcta	Opción C	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 6

Opción A	A) 1a, 2c	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque la definición de PRODUCTO: es un bien o servicio que se comercializa con el fin de satisfacer las necesidades, el PRODUCTOS DE CONSUMO: son los productos de consumo están destinados al consumo personal en los hogares y PRODUCTOS DE NEGOCIO es la finalidad de los productos de negocios es la reventa, su uso en la elaboración de otros productos o la provisión de servicios en una organización.
Opción B	B) 1b, 2a	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque la definición de PRODUCTO: es un bien o servicio que se comercializa con el fin de satisfacer las necesidades, el PRODUCTOS DE CONSUMO: son los productos de consumo están destinados al

			consumo personal en los hogares y PRODUCTOS DE NEGOCIO es la finalidad de los productos de negocios es la reventa, su uso en la elaboración de otros productos o la provisión de servicios en una organización.
Opción C	C) 1b, 2c	Argumento de opción C	INCORRECTO: porque la definición de PRODUCTO: es un bien o servicio que se comercializa con el fin de satisfacer las necesidades, el PRODUCTOS DE CONSUMO: son los productos de consumo están destinados al consumo personal en los hogares y PRODUCTOS DE NEGOCIO es la finalidad de los productos de negocios es la reventa, su uso en la elaboración de otros productos o la provisión de servicios en una organización.
Opción D	D) 1c, 2a	Argumento de opción D	CORRECTO: porque la definición de PRODUCTO: es un bien o servicio que se comercializa con el fin de satisfacer las necesidades, el PRODUCTOS DE CONSUMO: son los productos de consumo están destinados al consumo personal en los hogares y PRODUCTOS DE NEGOCIO es la finalidad de los productos de negocios es la reventa, su uso en la elaboración de otros productos o la provisión de servicios en una organización.
Respuesta correcta	Opción D	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 7

Opción A	E) 1, 3, 6, 8	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque el diseño, empaque, precio, marca son características esenciales de un producto pero conveniencia, especialidad, buscados, fabricación, es la clasificación de bienes.
Opción B	F) 2, 4, 5, 7	Argumento de opción B	CORRECTO: porque el diseño, empaque, precio, marca son características esenciales de un producto pero conveniencia, especialidad, buscados, fabricación, es la clasificación de bienes.

Opción C	G) 3, 4, 5, 6	Argumento de opción C	INCORRECTO: porque el diseño, empaque, precio, marca son características esenciales de un producto pero conveniencia, especialidad, buscados, fabricación, es la clasificación de bienes.
Opción D	H) 5, 6, 7, 8	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque el diseño, empaque, precio, marca son características esenciales de un producto pero conveniencia, especialidad, buscados, fabricación, es la clasificación de bienes.
Respuesta correcta	Opción B	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 8

Opción A	E) declaradas, imaginarias, reales	Argumento de opción A	CORRECTO: porque si son necesidades las declaradas, imaginarias, reales, no declaradas y inconscientes, pero Identificación, alternativas, selecciona y Evaluación es el proceso para decidir si compra o no el producto y decisión, poscompra es la clasificación de bienes y relativas tipos de necesidades.
Opción B	F) no declaradas, Identificación, alternativas	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque si son necesidades las declaradas, imaginarias, reales, no declaradas y inconscientes, pero Identificación, alternativas, selecciona y Evaluación es el proceso para decidir si compra o no el producto y decisión, poscompra es la clasificación de bienes y relativas tipos de necesidades.
Opción C	G) inconscientes, selecciona, Evaluación	Argumento de opción C	INCORRECTO: porque si son necesidades las declaradas, imaginarias, reales, no declaradas y inconscientes, pero Identificación, alternativas, selecciona y Evaluación es el proceso para decidir si compra o no el producto y decisión, poscompra es la clasificación de bienes y relativas tipos de necesidades.
Opción D	H) Decisión, poscompra, relativas,	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque si son necesidades las declaradas, imaginarias, reales, no declaradas y inconscientes, pero Identificación, alternativas, selecciona y

			Evaluación es el proceso para decidir si compra o no el producto y decisión, poscompra es la clasificación de bienes y relativas tipos de necesidades.
Respuesta correcta	Opción A	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 9

Opción A	E) Mejor imagen corporativa y reputación	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque Mejor imagen corporativa y reputación, Fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores, Mayor compromiso o Productividad de colaboradores son beneficios de la Responsabilidad Social, pero si es beneficios que se adquieren al analizar la zona geográfica la Identificación más específica de las necesidades de los consumidores
Opción B	F) Desarrollo de una acertada estrategia de marketing.	Argumento de opción B	CORRECTO: porque Mejor imagen corporativa y reputación, Fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores, Mayor compromiso o Productividad de colaboradores son beneficios de la Responsabilidad Social, pero si es beneficios que se adquieren al analizar la zona geográfica la Identificación más específica de las necesidades de los consumidores
Opción C	G) Fortalecimiento o fidelidad de clientes y consumidores	Argumento de opción C	INCORRECTO: porque Mejor imagen corporativa y reputación, Fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores, Mayor compromiso o Productividad de colaboradores son beneficios de la Responsabilidad Social, pero si es beneficios que se adquieren al analizar la zona geográfica la Identificación más específica de las necesidades de los consumidores
Opción D	H) Mayor compromiso o Productividad de colaboradores	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque Mejor imagen corporativa y reputación, Fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores, Mayor compromiso o Productividad de colaboradores son beneficios de la Responsabilidad Social, pero si es beneficios que se adquieren al analizar la zona geográfica la Identificación más específica de las necesidades de los

			consumidores INCORRECTO: porque Mejor imagen corporativa y reputación, Fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores, Mayor compromiso o Productividad de colaboradores son beneficios de la Responsabilidad Social, pero si es beneficios que se adquieren al analizar la zona geográfica el desarrollo de una acertada estrategia de marketing.
Respuesta correcta	Opción B	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 10

Opción A	E) 1a, 2c, 3d, 4b	Argumento de opción A	INCORRECTA: porque el Comercial es la gestión de mercado que se realiza con productos de terceros proveedores, Innovador son los proyectos que utilizan las tecnologías de información y comunicación, Servicios: su actividad en la producción y comercialización de intangibles, Empresarial: se incorporara en el mercado con una idea de negocio que ha sido implementada
Opción B	F) 1b, 2a, 3c, 4d	Argumento de opción B	INCORRECTA: porque el Comercial es la gestión de mercado que se realiza con productos de terceros proveedores, Innovador son los proyectos que utilizan las tecnologías de información y comunicación, Servicios: su actividad en la producción y comercialización de intangibles, Empresarial: se incorporara en el mercado con una idea de negocio que ha sido implementada
Opción C	G) 1c, 2d, 3a, 4b	Argumento de opción C	CORRECTA: porque el Comercial es la gestión de mercado que se realiza con productos de terceros proveedores, Innovador son los proyectos que utilizan las tecnologías de información y comunicación, Servicios: su actividad en la producción y comercialización de intangibles, Empresarial: se incorporara en el mercado con una idea de negocio

			que ha sido implementada
Opción D	H) 1d, 2c, 3b, 4a	Argumento de opción D	INCORRECTA: porque el Comercial es la gestión de mercado que se realiza con productos de terceros proveedores, Innovador son los proyectos que utilizan las tecnologías de información y comunicación, Servicios: su actividad en la producción y comercialización de intangibles, Empresarial: se incorporara en el mercado con una idea de negocio que ha sido implementada
Respuesta correcta	Opción C	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

**SIMULADOR DE EXAMEN DEL SEGUNDA QUIMESTRE
EMPREDIMIENTO Y GESTIÓN
TERCERO AÑO DE BACHILLERATO GENERAL UNIFICADO**

Claves de las preguntas
Pregunta 1

Opción A	E) 2, 1, 3, 4	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque el orden lógico es Determinar objetivos de la organización, Definir habilidades requeridas para alcanzar objetivos, Determinar necesidades adicionales de Recursos Humanos, Desarrollar planes de acción para necesidades previstas de personal adicional
Opción B	F) 2, 3, 4, 1	Argumento de opción B	CORRECTO: porque el orden lógico es Determinar objetivos de la organización, Definir habilidades requeridas para alcanzar objetivos, Determinar necesidades adicionales de Recursos Humanos, Desarrollar planes de acción para necesidades previstas de personal adicional
Opción C	G) 3, 1, 2, 4	Argumento de opción C	INCORRECTO: porque el orden lógico es Determinar objetivos de la organización, Definir habilidades requeridas para alcanzar objetivos, Determinar necesidades adicionales de Recursos Humanos, Desarrollar planes de acción para necesidades previstas de personal adicional
Opción D	H) 3, 2, 4, 1	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque el orden lógico es Determinar objetivos de la organización, Definir habilidades

			requeridas para alcanzar objetivos, Determinar necesidades adicionales de Recursos Humanos, Desarrollar planes de acción para necesidades previstas de personal adicional
Respuesta correcta	Opción B	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 2

Opción A	E) bien, servicio, renuncia	Argumento de opción A	CORRECTA: porque bien, servicio, renuncia son los términos exactos para conformar el concepto de Costo de oportunidad .
Opción B	F) producto, proyecto, aspira	Argumento de opción B	INCORRECTA: porque adicional, ganancia, recupera son términos del concepto Eficacia , producto, proyecto, aspira son términos del concepto TIR, riesgo, alternativa, acepta son términos del concepto TMAR y bien, servicio, renuncia son los términos exactos para conformar el concepto de Costo de oportunidad
Opción C	G) adicional, ganancia, recupera	Argumento de opción C	INCORRECTA: porque adicional, ganancia, recupera son términos del concepto Eficacia , producto, proyecto, aspira son términos del concepto TIR, riesgo, alternativa, acepta son términos del concepto TMAR y bien, servicio, renuncia son los términos exactos para conformar el concepto de Costo de oportunidad
Opción D	H) riesgo, alternativa, acepta	Argumento de opción D	INCORRECTA: porque adicional, ganancia, recupera son términos del concepto Eficacia , producto, proyecto, aspira son términos del concepto TIR, riesgo, alternativa, acepta son términos del concepto TMAR y bien, servicio, renuncia son los términos exactos para conformar el concepto de Costo de oportunidad
Respuesta correcta	Opción A	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 3

<p>Opción A</p>	<p>A) $RENTABILIDAD = \frac{UTILIDAD\ MARGEN}{ACTIVO\ TOTAL\ PROMEDIO}$</p>	<p>Argumento de opción A</p> <p>INCORRECTO: porque en el literal A) se le ha introducido el término margen que es el porcentaje adicional que se quiere ganar si se emprende el proyecto y no va explícitamente en la fórmula, el literal B) está correcto, el literal B) es la fórmula para determinar la rentabilidad de los activos operativos y el literal D) se le ha introducido el término inversiones que de manera general se puede interpretar la rentabilidad como la relación entre la utilidad y la inversión pero no está explícitamente en la fórmula.</p>
<p>Opción B</p>	<p>B) $RENTABILIDAD = \frac{UTILIDAD\ NETA}{ACTIVO\ TOTAL\ PROMEDIO}$</p>	<p>Argumento de opción B</p> <p>CORRECTO: porque en el literal A) se le ha introducido el término margen que es el porcentaje adicional que se quiere ganar si se emprende el proyecto y no va explícitamente en la fórmula, el literal B) está correcto, el literal B) es la fórmula para determinar la rentabilidad de los activos operativos y el literal D) se le ha introducido el término inversiones que de manera general se puede interpretar la rentabilidad como la relación entre la utilidad y la inversión pero no está explícitamente en la fórmula.</p>
<p>Opción C</p>	<p>C) $RENTABILIDAD = \frac{UTILIDAD\ OPERATIVA}{ACTIVO\ TOTAL\ PROMEDIO}$</p>	<p>Argumento de opción C</p> <p>INCORRECTO: porque en el literal A) se le ha introducido el término margen que es el porcentaje adicional que se quiere ganar si se emprende el proyecto y no va explícitamente en la fórmula, el literal B) está correcto, el literal B) es la fórmula para determinar la rentabilidad de los activos operativos y el literal D) se le ha introducido el término inversiones que de manera general se puede interpretar la rentabilidad como la relación entre la utilidad y la inversión pero no está explícitamente en la fórmula.</p>
<p>Opción D</p>	<p>D) $RENTABILIDAD = \frac{UTILIDAD\ INVERSIONES}{ACTIVO\ TOTAL\ PROMEDIO}$</p>	<p>Argumento de opción D</p> <p>INCORRECTO: porque en el literal A) se le ha introducido el término margen que es el porcentaje adicional que se quiere ganar si se</p>

			emprende el proyecto y no va explícitamente en la fórmula, el literal B) está correcto, el literal B) es la fórmula para determinar la rentabilidad de los activos operativos y el literal D) se le ha introducido el término inversiones que de manera general se puede interpretar la rentabilidad como la relación entre la utilidad y la inversión pero no está explícitamente en la fórmula.
Respuesta correcta	Opción B	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 4

Opción A	E) acepta	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque si la TMAR es mayor que la TIR el VAN es negativo, por lo que se debes desechar el proyecto, si la TMAR es menor que la TIR el VAN es positivo, por lo que se debe aceptar el proyecto y si la TMAR es igual que la TIR el VAN es igual a cero se debe aceptar el proyecto la palabra confirmar es un sinónimo de aceptar pero no es un término empleado.
Opción B	F) desecha	Argumento de opción B	CORRECTO: porque si la TMAR es mayor que la TIR el VAN es negativo, por lo que se debes desechar el proyecto.
Opción C	G) anula	Argumento de opción C	INCORRECTO: porque si la TMAR es mayor que la TIR el VAN es negativo, por lo que se debes desechar el proyecto, si la TMAR es menor que la TIR el VAN es positivo, por lo que se debe aceptar el proyecto y si la TMAR es igual que la TIR el VAN es igual a cero se debe aceptar el proyecto la palabra confirmar es un sinónimo de aceptar pero no es un término empleado.
Opción D	H) confirma	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque si la TMAR es mayor que la TIR el VAN es negativo, por lo que se debes desechar el proyecto, si la TMAR es menor que la TIR el VAN es positivo, por lo que se debe aceptar el proyecto y si la TMAR es igual que la TIR el VAN es igual a cero se debe aceptar el proyecto la palabra

			confirmar es un sinónimo de aceptar pero no es un término empleado.
Respuesta correcta	Opción B	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 5

Opción A	E) cuantificable, análisis, comprobación	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque estos son sinónimos y antónimos de los términos exactos de investigación cualitativa
Opción B	F) cuantitativa, pruebas, matemática	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque estos son sinónimos y antónimos de los términos exactos de investigación cualitativa
Opción C	G) cualitativa, información, estadística	Argumento de opción C	CORRECTO: porque estos son términos exactos de investigación cualitativa
Opción D	H) cualificable, argumentos, precisión	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque estos son sinónimos y antónimos de los términos exactos de investigación cualitativa
Respuesta correcta	Opción C	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 6

Opción A	E) 3, 1, 5, 7, 2, 9, 4, 6, 8	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque el orden lógico es Idea, Planteamiento del problema, Inmersión inicial de campo, Concepción del diseño del estudio, Definición de la muestra inicial y del estudio, Recolección de datos, Análisis de datos, Interpretación de resultados, Elaboración de reporte de resultados.
Opción B	F) 3, 4, 9, 8, 6, 7, 1, 2, 5	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque el orden lógico es Idea, Planteamiento del problema, Inmersión inicial de campo, Concepción del diseño del estudio, Definición de la muestra inicial y del estudio, Recolección de datos, Análisis de datos, Interpretación de resultados, Elaboración de reporte de resultados.

Opción C	G) 3, 8, 4, 2, 9, 5, 6, 7, 1	Argumento de opción C	CORRECTO: porque el orden lógico es Idea, Planteamiento del problema, Inmersión inicial de campo, Concepción del diseño del estudio, Definición de la muestra inicial y del estudio, Recolección de datos, Análisis de datos, Interpretación de resultados, Elaboración de reporte de resultados.
Opción D	H) 3, 9, 7, 5, 8, 4, 2, 1, 6	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque el orden lógico es Idea, Planteamiento del problema, Inmersión inicial de campo, Concepción del diseño del estudio, Definición de la muestra inicial y del estudio, Recolección de datos, Análisis de datos, Interpretación de resultados, Elaboración de reporte de resultados.
Respuesta correcta	Opción C	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Alta

Pregunta 7

Opción A	E) 1a, 2d, 3b, 4c	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque Nivel Socioeconómico se encuentran empleadas por terceros, Educación la mayoría han culminado la primaria y secundaria, un pequeño grupo tiene tercer nivel de estudios, Ingresos van en un rango desde 400 a 800 dólares y Edad promedio sus edades oscilan entre los 24 a 40 años
Opción B	F) 1a, 2c, 3d, 4b	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque Nivel Socioeconómico se encuentran empleadas por terceros, Educación la mayoría han culminado la primaria y secundaria, un pequeño grupo tiene tercer nivel de estudios, Ingresos van en un rango desde 400 a 800 dólares y Edad promedio sus edades oscilan entre los 24 a 40 años
Opción C	G) 1c, 2d, 3b, 4a	Argumento de opción C	CORRECTO: porque Nivel Socioeconómico se encuentran empleadas por terceros, Educación la mayoría han culminado la primaria y secundaria, un pequeño grupo tiene tercer nivel de estudios, Ingresos van en un rango desde 400 a 800 dólares y Edad promedio sus edades oscilan entre los 24 a 40 años

Opción D	H) 1c, 2b, 3a, 4d	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque Nivel Socioeconómico se encuentran empleadas por terceros, Educación la mayoría han culminado la primaria y secundaria, un pequeño grupo tiene tercer nivel de estudios, Ingresos van en un rango desde 400 a 800 dólares y Edad promedio sus edades oscilan entre los 24 a 40 años
Respuesta correcta	Opción C	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 8

Opción A	E) Capacidad de internacionalización a través de conversaciones con otros países.	Argumento de opción A	CORRECTO: porque es la capacidad de internacionalización a través de conversaciones con otros países si está correcta, pero no los datos son confiables porque se basan en respuestas parametrizadas mediante el cuestionario ya que esta es una ventajas de las encuestas, el mercado de insumos o factores en el que las familias ofrecen trabajo a cambio de salarios a empresas que demandan mano de obra es uno de los tipo de mercado de trabajo según su actividad y el fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores es uno de los beneficios de la responsabilidad social
Opción B	F) Los datos son confiables porque se basan en respuestas parametrizadas mediante el cuestionario.	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque es la capacidad de internacionalización a través de conversaciones con otros países si está correcta, pero no los datos son confiables porque se basan en respuestas parametrizadas mediante el cuestionario ya que esta es una ventajas de las encuestas, el mercado de insumos o factores en el que las familias ofrecen trabajo a cambio de salarios a empresas que demandan mano de obra es uno de los tipo de mercado de trabajo según su actividad y el fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores es uno de los beneficios de la responsabilidad social
Opción C	G) Mercado de insumos o factores en el	Argumento de opción C	INCORRECTO: porque es la capacidad de internacionalización a través de conversaciones con otros países si está correcta, pero no los

	que las familias ofrecen trabajo a cambio de salarios a empresas que demandan mano de obra.		datos son confiables porque se basan en respuestas parametrizadas mediante el cuestionario ya que esta es una ventajas de las encuestas, el mercado de insumos o factores en el que las familias ofrecen trabajo a cambio de salarios a empresas que demandan mano de obra es uno de los tipo de mercado de trabajo según su actividad y el fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores es uno de los beneficios de la responsabilidad social
Opción D	H) Fortalecimiento o fidelidad de clientes y consumidores	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque es la capacidad de internacionalización a través de conversaciones con otros países si está correcta, pero no los datos son confiables porque se basan en respuestas parametrizadas mediante el cuestionario ya que esta es una ventajas de las encuestas, el mercado de insumos o factores en el que las familias ofrecen trabajo a cambio de salarios a empresas que demandan mano de obra es uno de los tipo de mercado de trabajo según su actividad y el fortalecimiento fidelidad de clientes y consumidores es uno de los beneficios de la responsabilidad social
Respuesta correcta	Opción A	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 9

Opción A	E) 1b, d, f; 2h, j, l; 3a, c, n; 4e, g, i; 5k, m, ñ	Argumento de opción A	INCORRECTO: porque Producción Selección de proveedores y canales de distribución inadecuados, Falta de tecnología en el proceso de elaboración de productos, Eficiencia en el proceso de elaboración de los productos. Financieros son Falta de liquidez y estabilidad económica, Insuficiente apoyo de inversionistas para crear una empresa y Mínima capacidad de endeudamiento y poco tiempo para cancelar las deudas. Personales Accidentes laborales, Enfermedades o incapacidades permanentes por lesiones causadas en el ejercicio de la actividad laboral, Fallecimiento. Ventas son
----------	---	-----------------------	--

			<p>Transporte o distribución de las mercaderías, Desarrollo del ambiente socio económico del país y terminación de precios, costos y descuentos. Entorno son Ubicación del negocio en áreas inseguras o propensas al peligro, Estabilidad política y Tratados comerciales con otras economías.</p>
<p>Opción B</p>	<p>F) 1i, ñ, j; 2a, m, c; 3b, g, d; 4n, e, f; 5h, k, l</p>	<p>Argumento de opción B</p>	<p>INCORRECTO: porque Producción Selección de proveedores y canales de distribución inadecuados, Falta de tecnología en el proceso de elaboración de productos, Eficiencia en el proceso de elaboración de los productos. Financieros son Falta de liquidez y estabilidad económica, Insuficiente apoyo de inversionistas para crear una empresa y Mínima capacidad de endeudamiento y poco tiempo para cancelar las deudas. Personales Accidentes laborales, Enfermedades o incapacidades permanentes por lesiones causadas en el ejercicio de la actividad laboral, Fallecimiento. Ventas son Transporte o distribución de las mercaderías, Desarrollo del ambiente socio económico del país y terminación de precios, costos y descuentos. Entorno son Ubicación del negocio en áreas inseguras o propensas al peligro, Estabilidad política y Tratados comerciales con otras economías.</p>
<p>Opción C</p>	<p>G) 1f, h, k; 2c, j, ñ; 3e, l, n; 4a, d, m; 5b, g, i</p>	<p>Argumento de opción C</p>	<p>CORRECTO: porque Producción Selección de proveedores y canales de distribución inadecuados, Falta de tecnología en el proceso de elaboración de productos, Eficiencia en el proceso de elaboración de los productos. Financieros son Falta de liquidez y estabilidad económica, Insuficiente apoyo de inversionistas para crear una empresa y Mínima capacidad de endeudamiento y poco tiempo para cancelar las deudas. Personales Accidentes laborales, Enfermedades o incapacidades permanentes por lesiones causadas en el ejercicio de la actividad laboral, Fallecimiento. Ventas son Transporte o distribución de las mercaderías, Desarrollo del</p>

			ambiente socio económico del país y terminación de precios, costos y descuentos. Entorno son Ubicación del negocio en áreas inseguras o propensas al peligro, Estabilidad política y Tratados comerciales con otras economías.
Opción D	H) 1m, n, ñ; 2j, k, l; 3g, h, i, 4d, e, f; 5a, b, c	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque Producción Selección de proveedores y canales de distribución inadecuados, Falta de tecnología en el proceso de elaboración de productos, Eficiencia en el proceso de elaboración de los productos. Financieros son Falta de liquidez y estabilidad económica, Insuficiente apoyo de inversionistas para crear una empresa y Mínima capacidad de endeudamiento y poco tiempo para cancelar las deudas. Personales Accidentes laborales, Enfermedades o incapacidades permanentes por lesiones causadas en el ejercicio de la actividad laboral, Fallecimiento. Ventas son Transporte o distribución de las mercaderías, Desarrollo del ambiente socio económico del país y terminación de precios, costos y descuentos. Entorno son Ubicación del negocio en áreas inseguras o propensas al peligro, Estabilidad política y Tratados comerciales con otras economías.
Respuesta correcta	Opción C	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

Pregunta 10

Opción A	A) $VAN = \sum_{n=1}^{n=x} \frac{(FNG)}{(1+i)^n} - I_0$	Argumento de opción A	CORRECTO: porque el literal A) es la fórmula de VAN, el literal B) es la fórmula de MEDIA, el literal C) es la fórmula de MEDIANA, el literal D) es la fórmula de MODA
Opción B	B) $VAN = \frac{\sum_{i=1}^k f_i * X_i}{n}$	Argumento de opción B	INCORRECTO: porque el literal A) es la fórmula de VAN, el literal B) es la fórmula de MEDIA, el literal C) es la fórmula de MEDIANA, el literal D) es la fórmula de MODA
Opción C	C) $VAN = L_{inf} + W \left(\frac{\frac{n}{2} - F_{(me-1)}}{f_{me}} \right)$	Argumento de opción C	INCORRECTO: porque el literal A) es la fórmula de VAN, el literal B) es la fórmula de MEDIA, el literal C) es la fórmula de MEDIANA, el

			literal D) es la fórmula de MODA
Opción D	D) $VAN = L_{inf} + W \left(\frac{\Delta_1}{\Delta_1 + \Delta_2} \right)$	Argumento de opción D	INCORRECTO: porque el literal A) es la fórmula de VAN, el literal B) es la fórmula de MEDIA, el literal C) es la fórmula de MEDIANA, el literal D) es la fórmula de MODA
Respuesta correcta	Opción A	Dificultad a priori (baja, media, alta)	Media

**PLANIFICACIÓN CURRICULAR ANUAL
EMPRENDIMIENTO 1
SERIE LOGROS DE EDICIONES HOLGUÍN**

LOGO INSTITUCIONAL		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN			AÑO LECTIVO
PLAN CURRICULAR ANUAL					
1. DATOS INFORMATIVOS					
Área:	EMPRENDIMIENTO			Asignatura:	
Docente(s):					
Grado/curso:	Tercer	Nivel Educativo:	Bachillerato general unificado		
2. TIEMPO					
Carga horaria semanal	No. Semanas de trabajo	Evaluación del aprendizaje e imprevistos	Total de semanas clases	Total de periodos	
2	40	4	36	72	
3. OBJETIVOS GENERALES					
Objetivos del área			Objetivos del grado/curso		
<p>OG.EG.1. Incentivar el espíritu emprendedor del estudiante desde diferentes perspectivas y áreas del emprendimiento: comunitario, asociativo, empresarial, cultural, deportivo, artístico, social, etc.</p> <p>OG.EG.2. Comprender los conceptos de “ingresos”, “gastos” e “inversiones” como elementos fundamentales para la toma de decisiones</p> <p>OG.EG.3. Conocer y explicar los requisitos y responsabilidades legales y sociales que debe cumplir un emprendedor en el momento de crear y mantener un emprendimiento, como forma de retribuir al Estado por los servicios recibidos.</p> <p>OG.EG.4. Conocer y explicar los requisitos y responsabilidades legales y sociales que debe cumplir un emprendedor en el momento de crear y</p>			<p>O.E.G.1. Consolidar un proceso eficiente que contribuya a la investigación de mercado mediante el análisis de la oferta, la demanda y la competencia.</p> <p>O.E.G.2. Definir estrategias competitivas que determinan la puesta en marcha de la idea emprendedora.</p> <p>O.E.G.3. Identificar y aplicar las pautas legales que favorecen al desarrollo sostenible de la empresa en el medio.</p>		

<p>mantener un emprendimiento, como forma de retribuir al Estado por los servicios recibidos.</p> <p>OG.EG.5. Analizar las necesidades de la población, recolectar información basada en muestras e indagar sobre datos relacionados con el emprendimiento utilizando herramientas estadísticas</p> <p>OG.EG.6. Elaborar y analizar conceptos y principios básicos de administración de empresas y economía para la toma de decisiones y explicar su impacto en el desarrollo del emprendimiento.</p> <p>OG.EG.7. Diseñar y formular un proyecto básico de emprendimiento con todos los elementos necesarios y componentes de innovación.</p> <p>OG.EG.8. Conocer metodologías y técnicas para evaluar cuantitativa y cualitativamente la factibilidad de un proyecto de emprendimiento</p>						
4. EJES TRANSVERSALES:				<ul style="list-style-type: none"> • Buen Vivir • Valores: Respeto • Honestidad , Responsabilidad, solidaridad • La Interculturalidad • Formación de una ciudadanía democrática. • Protección del medio ambiente • Cuidado de la salud y hábitos de recreación en los estudiantes 		
EJES TEMÁTICOS 1:				Formulación del proyecto de emprendimiento. Evaluación del proyecto de emprendimiento		
5. DESARROLLO DE UNIDADES DE PLANIFICACIÓN*						
N.º	Título de la unidad de planificación	Objetivos específicos de la unidad de	Contenidos**	Orientaciones metodológicas	Evaluación**	Duración en semanas

		planificación			
1.	Planificación y control financiero del emprendimiento	<p>O.E.G.1. Consolidar un proceso eficiente que contribuya a la investigación de mercado mediante el análisis de la oferta, la demanda y la competencia.</p>	<p>EG.5.5.1. Determinar las necesidades de la zona geográfica y la forma en que el emprendimiento las satisfaría, como elemento fundamental para seleccionar una idea de negocio.</p> <p>EG.5.5.2. Exponer, de forma sintética y sencilla, el bien o servicio seleccionado (Idea de emprendimiento) y sus características principales, de tal manera</p>	<p>MÉTODO INDUCTIVO Y DEDUCTIVO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Observación 2.- Análisis o experimentación 3.- Comparación 4.- Abstracción 5.- Generalización 6.- Comprobación 7.- Aplicación <p>Se evaluará el conocimiento de la estructura del mercado y de las necesidades que presenta tanto su mercado próximo como otros, por medio de gráficas de la segmentación del mercado, esquemas con características de la población, exposiciones, exámenes, casos de estudio, etc.</p> <p>Se valorará la aplicación de técnicas de investigación de mercado y el conocimiento de los elementos y herramientas más eficaces para obtener información precisa, mediante ejercicios de aplicación, talleres, exámenes, exposiciones, casos de</p>	<p>I.EG.5.4.1. Determina, en una zona geográfica, la necesidad de un determinado bien o servicio para convertirla en su cliente frecuente. (S.4., S.1.)</p> <p>I.EG.5.8.1. Realiza una mezcla adecuada de las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) para un bien o servicio</p>

			<p>que, en un lapso muy corto, se genere impacto entre quienes escuchan.</p> <p>EG.5.5.3. Representar gráficamente la estructura organizacional y las principales funciones de las diferentes áreas del nuevo emprendimiento, para identificar los recursos humanos requeridos.</p>	<p>estudio, etc.</p> <p>Método de investigación para un estudio de caso académico</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Realiza una investigación. 2.- Realiza observación directa. 3.- Tomar notas sobre la investigación. 4.- Realizar entrevistas de acuerdo a lo planificado 5.- Secuenciar y reunir los datos y analizarlos. 6.- Presenta el resultado final de estudio de casos. <p>Se evaluará la aplicación de técnicas de comunicación y mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos, por medio de talleres grupales, plenarios, debates, casos de estudio, exámenes, etc.</p>	<p>nuevo que presenta a un segmento de mercado específico mediante mecanismos de comunicación eficaces. (I.3., S.1.)</p> <p>I.EG.5.6.1. Valora, de acuerdo con un criterio administrativo, la responsabilidad social en la planificación de los recursos humanos (estructura organizacional, proceso de contratación, capacitación, deberes y derechos laborales, despido) y diagrama una estructura organizacional óptima para un</p>	
--	--	--	--	---	---	--

			<p>EG.5.5.4. Describir y explicar detalladamente el proceso operacional o productivo del nuevo emprendimiento con todos los componentes y recursos requeridos (humanos y materiales), para asegurar la fabricación de un producto o la generación de un servicio de alta calidad.</p> <p>EG.5.5.5. Determinar el monto de los bienes que el nuevo emprendimiento requiere, para establecer el valor de la inversión necesaria.</p> <p>EG.5.5.6. Determinar el</p>	<p>Se evaluará el conocimiento de los principios administrativos con un enfoque de responsabilidad social, por medio de debates, exposiciones, seminarios, preguntas, casos de estudio, exámenes, etc.</p> <p>Se pedirá que el estudiante demuestre su conocimiento sobre todos los procesos de la planificación de producción en presentaciones, debates, concursos, exámenes, talleres, etc. El estudiante debe conocer costos fijos, variables, directos e indirectos). Se evaluará dichos</p>	<p>emprendimiento. (I.4, S.3.)</p> <p>I.EG.5.9.1. Especifica detalladamente las actividades de la planificación de producción (recursos humanos y materiales) para que un emprendimiento sea de calidad y productivo. (I.1., S.1.)</p> <p>I.EG.5.9.2. Determina la cantidad de bienes o servicios que se debe producir debido a la proporción de los costos de producción (costos fijos, variables, directos e</p>	
--	--	--	--	---	--	--

			<p>costo de producción de los bienes o el costo de los servicios como elemento fundamental para conocer los gastos que la operación requiere.</p> <p>EG.5.5.7. Identificar los costos fijos y variables (directos e indirectos) en un ejercicio de bienes o servicios.</p> <p>EG.5.5.8. Describir y explicar de forma sencilla el segmento de mercado que se desea alcanzar y sus características, para establecer estrategias adecuadas para convertirlo en cliente/usuario.</p>	<p>conocimientos mediante ejercicios, exámenes, proyectos, casos de estudio, presentaciones, etc.</p> <p>Se evaluará el conocimiento de la estructura del mercado y de las necesidades que presenta tanto su mercado próximo como otros, por medio de gráficas de la segmentación del mercado, esquemas con características de la población, exposiciones, exámenes, casos de estudio, etc. Se valorará la aplicación de técnicas de investigación de mercado y el</p>	<p>indirectos) y los gastos incurridos, para que el emprendimiento sea productivo. (I.1., S.1.)</p> <p>I.EG.5.4.2. Ejecuta investigaciones de campo y diseña instrumentos de investigación para seleccionar las ideas de emprendimiento que presenten mayor factibilidad en el mercado. (I.1., S.2.)</p>	
--	--	--	---	--	---	--

		<p>O.E.G.2. Definir estrategias competitivas que determinan la puesta en marcha de la idea emprendedora.</p>	<p>EG.5.5.9. Establecer las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) del nuevo emprendimiento, para satisfacer las necesidades del segmento de mercado seleccionado</p> <p>EG.5.5.10. Describir y explicar los mecanismos de comunicación (publicidad y promoción) que se implementará en el futuro emprendimiento, en función de la caracterización del segmento de mercado que se aspira alcanzar.</p>	<p>conocimiento de los elementos y herramientas más eficaces para obtener información precisa, mediante ejercicios de aplicación, talleres, exámenes, exposiciones, casos de estudio, et</p>	<p>I.EG.5.8.1. Realiza una mezcla adecuada de las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) para un bien o servicio nuevo que presenta a un segmento de mercado específico mediante mecanismos de comunicación eficaces. (I.3.,S.3.)</p>	
--	--	---	---	--	---	--

			<p>EG.5.5.11. Aplicar metodologías para elaborar una proyección de ingresos (incluyendo incrementos paulatinos y ciclicidad), considerando las unidades vendidas y los precios de venta, para establecer el monto de ingresos del nuevo emprendimiento.</p> <p>EG.5.5.12. Utilizar metodologías para elaborar proyecciones de costos y gastos, que permitan establecer el monto necesario para cumplir con estas obligaciones de fondos futuros.</p> <p>EG.5.5.13. Utilizar hojas electrónicas para realizar proyecciones utilizando las TIC de manera que se</p>	<p>Se evaluará el conocimiento de la estructura del mercado y de las necesidades que presenta tanto su mercado próximo como otros, por medio de gráficas de la segmentación del mercado, esquemas con características de la población, exposiciones, exámenes, casos de estudio, etc.</p> <p>Se valorará la aplicación de técnicas de investigación de mercado y el conocimiento de los elementos y herramientas más eficaces para obtener información precisa, mediante ejercicios de aplicación, talleres, exámenes, exposiciones, casos de estudio, et</p> <p>Una vez que el estudiante aprenda a proyectar costos y gastos, el punto de equilibrio del emprendimiento y el margen de contribución, logrará aplicar las TIC y presentarlos gráficamente o impresos. Se evaluará</p>	<p>I.EG.5.10.1. Aplica las TIC para proyectar costos y gastos, calcular el punto de equilibrio del emprendimiento y el margen de contribución del producto o servicio ofertado. (I.3.,I.1.)</p> <p>I.EG.5.10.2. Aplica las TIC en proyecciones de efectivo con experiencia en incrementos paulatinos y ciclicidad del mercado (considerando las unidades vendidas y los precios de venta), para establecer el monto de ingresos futuros del</p>	
--	--	--	--	--	---	--

			<p>facilite su elaboración.</p> <p>EG.5.5.14. Elaborar el plan de ingresos y egresos del futuro emprendimiento, que permita la evaluación cuantitativa del mismo.</p> <p>EG.5.5.15. Calcular el margen de contribución del producto o servicio del emprendimiento.</p> <p>EG.5.5.16. Calcular el punto de equilibrio de una empresa a partir de la identificación de costos unitarios.</p>	<p>la aplicación de las evaluaciones financieras y flujos de efectivo en las TIC por medio de presentaciones gráficas o impresas.</p>	<p>emprendimiento. (I.3., I.2.)</p>	
2.	<p>Evaluación del proyecto de emprendimiento.</p>	<p>O.E.G.3. Identificar y aplicar las pautas legales que favorecen al desarrollo sostenible de la empresa en el medio</p>	<p>EG.5.6.1. Aplicar técnicas básicas para la evaluación financiera de un proyecto de emprendimiento (como análisis de rentabilidad, periodo de recuperación,</p>	<p>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Identificación del problema 2.- Planeamiento de soluciones 3.- Búsqueda de información 4.- Comprobación 5.- Análisis de resultado 	<p>I.EG.5.11.1. Elige el proyecto de emprendimiento con menor riesgo financiero después de analizar la rentabilidad, periodo de recuperación, tasa</p>	

		<p>tasa interna de retorno y valor actual neto) que permitan tomar decisiones sobre su implementación, tales como Análisis de Rentabilidad, Período de Recuperación, Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto.</p> <p>EG.5.6.2. .Aplicar metodologías para la evaluación cualitativa de un proyecto de emprendimiento (cobertura de necesidades y empleo generado) que permitan establecer su factibilidad, los riesgos existentes y medidas mitigantes propicias.</p>	<p>El estudiante demostrará, en debates, plenarias, exposiciones, exámenes, talleres, etc., que estudió las herramientas de análisis financiero para la selección de un emprendimiento con más probabilidades de éxito en el mercado.</p>	<p>interna de retorno y valor actual neto. (I.1., I.2.)</p> <p>I.EG.5.10.1. Aplica las TIC para proyectar costos y gastos, calcular el punto de equilibrio del emprendimiento y el margen de contribución del producto o servicio ofertado. (I.3.,I.1.)</p>	
<p>6. BIBLIOGRAFÍA/ WEBGRAFÍA (Utilizar normas APA VI edición)</p>				<p>7. OBSERVACIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Benassini, M. (2009). Introducción a la Investigación de Mercados. México: Pearson Educación. • Best, R. (2007). Marketing Estratégico. Madrid, España: Prentice Hall. • Espinosa, M. (26 de abril de 2015). Con su marca de pintura se expande en el Litoral. Revista Líderes. Recuperado de: http://www.revistalideres.ec/lideres/marca-pintura-leon-expande-litoral.html 				<p>Se consignarán las novedades en el cumplimiento de la planificación. Además, puede sugerir ajustes para el mejor</p>	

- Fernandez, R. (2009). Segmentación de Mercados. México DF: McGraw Hill.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2009). Mercadotecnia. México DF: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Gobierno de la Provincia de Salta Ministerio de Desarrollo Económico. (02 de Julio de 2015). Recuperado de: www.imet.cat/uploads/ocupacio/flaixemprendre/54/mermeladas_artesanales.pdf
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. Madrid: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Dirección de Marketing. México: Prentice Hall.
- Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2008). Administración de Operaciones. Madrid: Pearson Educación.
- Lambin, J. J., Galluci, C., & Sicurello, C. (2009). Dirección Estratégica de Marketing. México DF: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2008). Estadística Aplicada a los negocios y la economía. México DF: McGraw Hill.
- Márquez, C. (6 de abril de 2015). Esta iniciativa calza con la responsabilidad social. Revista Líderes . Recuperado de: <http://www.revistalideres.ec/lideres/zapatos-empresa-guaranda-emprendimientoobsequios.html>
- Morales Castro, J., & Morales Castro, A. (2009). Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación. México DF: McGraw Hill.
- Pabón Barajas, H. (2010). Fundamentos de Costos. Colombia: Alfaomega.
- Pavía Sánchez, I. (2012). Organización empresarial y de Recursos Humanos. Málaga, España: IC Editorial.
- Pride, W., & Ferrel, O. C. (2014). Marketing. Mexico: Cengage Learning.
- Real Academia Española. (07 de julio de 2015). Real Academia Española. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=Evaluar>
- Rosales, J. (14 de Junio de 2015). Runa Tupari creció con el turismo rural. Revista Líderes . Recuperado de: <http://www.revistalideres.ec/lideres/runa-tupari-turismo-rural-ecuador.html>
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. A. (2010). Economía con aplicaciones a Latinoamérica. México DF: McGraw Hill.
- Sapag Chain, N. (2011). Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación. México DF: Prentice Hall.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). Fundamentos de Marketing. México DF: McGraw Hill

cumplimiento de lo planificado en el instrumento.

Interamericana Editores. • Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2013). Diseño y Desarrollo de Productos. México DF: McGraw Hill.		
ELABORADO	REVISADO	APROBADO
DOCENTE(S):	NOMBRE:	NOMBRE:
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

Planificación de la Unidad Didáctica PUD					
Nombre de la Institución					Año Lectivo:
Nombre del docente :			Fecha:		
Área/Asignatura	Emprendimiento y Gestión	Grado	3°.BGU	Tiempo	
Unidad Didáctica # 1	Planificación y Control Financier del Emprendimiento				
Objetivos de la unidad	<p>O.E.G.1. Consolidar un proceso eficiente que contribuya a la investigación de mercado mediante el análisis de la oferta, la demanda y la competencia .</p> <p>O.E.G.2. Definir estrategias competitivas que determinan la puesta en marcha de la idea emprendedora.</p>				
Criterios de Evaluación	<p>I.EG.5.4.1. Determina, en una zona geográfica, la necesidad de un determinado bien o servicio para convertirla en su cliente frecuente. (S.4., S.1.)</p> <p>I.EG.5.8.1. Realiza una mezcla adecuada de las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) para un bien o servicio nuevo que presenta a un segmento de mercado específico mediante mecanismos de comunicación eficaces. (I.3., S.1.)</p> <p>I.EG.5.6.1. Valora, de acuerdo con un criterio administrativo, la responsabilidad social en la planificación de los recursos humanos (estructura organizacional, proceso de contratación, capacitación, deberes y derechos laborales, despido) y diagrama una estructura organizacional óptima para un emprendimiento. (I.4, S.3.)</p> <p>I.EG.5.9.1. Especifica detalladamente las actividades de la planificación de producción (recursos humanos y materiales) para que un emprendimiento sea de calidad y productivo. (I.1., S.1.)</p> <p>I.EG.5.9.2. Determina la cantidad de bienes o servicios que se debe producir debido a la proporción de los costos de</p>				

	<p>producción (costos fijos, variables, directos e indirectos) y los gastos incurridos, para que el emprendimiento sea productivo. (I.1., S.1.)</p> <p>I.EG.5.4.2. Ejecuta investigaciones de campo y diseña instrumentos de investigación para seleccionar las ideas de emprendimiento que presenten mayor factibilidad en el mercado. (I.1., S.2.)</p> <p>I.EG.5.8.1. Realiza una mezcla adecuada de las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) para un bien o servicio nuevo que presenta a un segmento de mercado específico mediante mecanismos de comunicación eficaces. (I.3.,S.3.)</p> <p>I.EG.5.10.1. Aplica las TIC para proyectar costos y gastos, calcular el punto de equilibrio del emprendimiento y el margen de contribución del producto o servicio ofertado. (I.3.,I.1.)</p> <p>I.EG.5.10.2. Aplica las TIC en proyecciones de efectivo con experiencia en incrementos paulatinos y ciclicidad del mercado (considerando las unidades vendidas y los precios de venta), para establecer el monto de ingresos futuros del emprendimiento. (I.3., I.2.)</p>			
DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	RECURSOS	EVALUACIÓN	
			INDICADORES PARA LA EVALUACIÓN DEL CRITERIO/ INDICADORES DE LOGRO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
<p>EG.5.5.1. Determinar las necesidades de la zona geográfica y la forma en que el emprendimiento las satisfaría, como elemento fundamental para seleccionar una idea de negocio.</p>	<p>Reflexionar y contestar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observa la siguiente imagen y lee el mensaje. • A que se refiere la frase “El cliente es primero” • ¿qué emplean las empresas para la toma de decisiones? • Leer el concepto de identificación del 	<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p>	<p>Identifica al emprendimiento como elemento fundamental para crear un negocio</p> <p>Reconoce variables cualitativas y cuantitativas Elabora resúmenes de las “Estrategia de marketing y comportamiento del consumidor</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p>

	<p>problema a resolver.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el proceso de investigación. • Determinar la matriz de análisis de las necesidades: variable, cuantitativa y cualitativa. • Leer el concepto de matriz de situación de la demanda. • Leer concepto de matriz de situación de mercado. • Analizar la matriz de situación de la competencia. • Determinar las variables cuantitativas y cualitativas. • Ingresar al siguiente link: http://territoriomarketing.es/es-trategia-de-marketing-y-comportamiento-del-consumidor/ . 			<p>INSTRUMENTO Organizador Cognitivo Escala de valoración Guías de dialogo Lista de cotejo Dialogo Ensayo</p>
--	--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none">• Leer el artículo completo sobre “Estrategia de marketing y comportamiento del consumidor”.• Elaborar un resumen con los aspectos más relevantes de la lectura.• Elaborar una presentación en Power Point con tres diapositivas y expón a tu clase lo que aprendiste.• Completar los siguientes enunciados.• Leer las definiciones que conforman la Matriz de la Situación de la Demanda luego observa las siguientes imágenes y une con líneas el tipo de demanda al que pertenecen.• Observar el entorno en el que vives, has una lista de las necesidades que consideres que aún			
--	---	--	--	--

	no han sido satisfechas por los ofertantes de productos y servicios..			
<p>EG.5.5.2. Exponer, de forma sintética y sencilla, el bien o servicio seleccionado (Idea de emprendimiento) y sus características principales, de tal manera que, en un lapso muy corto, se genere impacto entre quienes escuchan.</p>	<p>Reflexionar y contestar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las características que observas al momento de adquirir un producto alimenticio? • Enlista las características, luego explica a tus compañeros (ras) de clase por qué te fijas en tales atributos cuando compras un producto. • Analizar el concepto de descripción del emprendimiento. <ol style="list-style-type: none"> a. Descripción del bien o servicio. b. Clasificación de los bienes de consumo. • Forma un grupo de tres 	<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p> <p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>Comprender analíticamente la lectura y emite comentarios.</p> <p>Expresa y define con sus palabras el significado de producto.</p> <p>Identifica los tipos de productos y diferencia sus características.</p> <p>Investiga en la web y elabora resumen de lo investigado.</p> <p>Enlista los diferentes tipos de bienes que existen como estrategia comercial.</p> <p>Trabaja en equipos e investiga en la web.</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p> <p>Ensayo</p>

	<p>personas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresar al siguiente link: http://pymerang.com/marketingy-redes/marketing/técnicas-de-marketing/257-politica-de-precios/124-como-calcular-el-precio-de-un-producto-o-servicio. • Leer el artículo completo sobre “Cómo calcular el precio de un producto o servicio”. • Elaborar una matriz donde se detallen los pasos para calcular el precio de un producto, según el artículo. • Analizar las necesidades que satisface al consumidor. • Leer concepto de un cliente o beneficiario. • ¿Qué es una zona geográfica? • Ingresar al sitio web: 		<p>Comprende el artículo que lee.</p> <p>Elabora una matriz y detalla los pasos para calcular el precio de un producto.</p> <p>Expresa con sus propias palabras el significado de la palabra necesidad.</p> <p>Elabora un resumen y trabaja en Word sobre las necesidades de los clientes.</p> <p>Reflexiona sobre la importancia que tiene un cliente en la comercialización de un producto e identifica las clases que existen.</p> <p>Elabora un ensayo sobre los bienes tangibles e intangibles.</p>	
--	---	--	--	--

	<p>http://www.moretr.com Navega por la página de More than Research Group, luego selecciona la pestaña “Metodologías”.</p> <ul style="list-style-type: none">• Leer con atención los aspectos cuantitativos y cualitativos que aplica esta organización al estudiar a clientes potenciales.• Elabora en un documento de Microsoft Word un mapa conceptual (puedes hacerlo muy rápido y sencillo con la herramienta SmartArt de Word) que reúna las características más relevantes de estos métodos.• Exponer tus conocimientos a tus compañeros de clase.• Leer y analizar los tipos		<p>Analiza la idea de emprendimiento, lo evaluá y emite criterios.</p>	
--	---	--	--	--

	<p>de emprendimiento.</p> <ul style="list-style-type: none">• Leer los siguientes enunciados, y escribe en el paréntesis si es verdadero o falso.• Observar las imágenes e identifica qué tipo bienes de consumo son.• Completar siguiente tabla describiendo las necesidades o deseos por las que crees que los consumidores comprarían estos productos.• Contestar con criterio el siguiente ejercicio: Con la idea de negocio que creaste analizando las necesidades de tu entorno, en las actividad anterior de Construye tus conocimientos, completa la siguiente tabla, luego realiza un análisis de tu idea de emprendimiento y			
--	---	--	--	--

	<p>evalúa el tipo de mercado al que ofertarás tu producto. Comenta con tu clase el análisis.</p>			
<p>EG.5.5.3. Representar gráficamente la estructura organizacional y las principales funciones de las diferentes áreas del nuevo emprendimiento, para identificar los recursos humanos requeridos.</p>	<p>Contestar oralmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la función del organigrama? • ¿Cuáles son las ventajas de elaborar un organigrama? • ¿Cómo es la división organizacional en un organigrama? • ¿Qué sucedería en una organización si no cuentan con un organigrama oficial? • Establecer cuál es la estructura operacional. • Determinar sus principales organismo. • Clasificarlos organismo por su ámbito. <ol style="list-style-type: none"> a. Por su contenido b. Organigrama funcional. 	<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p> <p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>Contestan las preguntas planteadas en el texto, en parejas.</p> <p>Recuerdan conocimientos anteriores a través de preguntas.</p> <p>Comprenden el significado de las palabras del glosario.</p> <p>Lee y comprende el tema estudio.</p> <p>Identificar las ideas principales de la lectura.</p> <p>Detalla características de un organigrama.</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p> <p>Ensayo</p>

	<ul style="list-style-type: none"> c. Por su disposición gráfica. d. Principales áreas funcionales requeridas. e. Ventajas y desventajas de las funciones departamentales. f. Ventajas y desventajas divisionales. g. Comprender que es un modelo matricial. • Ingresen a la página www.mundobvg.com ubiquen dos empresas de diferentes sectores económicos que hayan cotizado en la Bolsa de Valores. Busquen el Organigrama en el Prospecto de Emisión y elabórenlo en Power Point. • En parejas hagan un análisis de ambos 		<p>Identifica la importancia de un organigrama y como está establecido.</p> <p>Reconoce las ventajas de un organigrama en una empresa.</p> <p>Compara los tipos de organigramas y establece semejanzas y diferencias</p> <p>Elabora un ensayo de las actividades de producción de una empresa.</p> <p>Elabora en power point el organigrama de una empresa.</p> <p>Elabora un organigrama que se adapte a emprendimiento.</p>	
--	--	--	---	--

	<p>organigramas. Indique qué tipo de organigramas y hagan una presentación en una cartelera.</p> <ul style="list-style-type: none">• Ingresar a la página web de cualquier Institución Pública y transcriban su organigrama. Mencionen las características más importantes como ámbito, contenido y disposición gráfica. Luego hagan una presentación a sus compañeros.• Mencionar las principales características de los organigramas, según: ámbito y contenido.• Realizar el siguiente ejercicio: con una idea de emprendimiento desarrolla el tipo de organigrama que más se			
--	--	--	--	--

	<p>adapte a tu negocio. Si necesitas más espacio puedes anexar más puestos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pensar y responder V en caso de que sea verdadero o F en caso de que sea falso. 			
<p>EG.5.5.4. Describir detalladamente el proceso operacional o productivo del nuevo emprendimiento con todos los componentes y recursos requeridos (humanos y materiales), para asegurar la fabricación de un producto o la generación de un servicio de alta calidad.</p>	<p>Contestar oralmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué entiendes por proceso? • ¿Qué debemos considerar para un diseño eficaz de procesos? • ¿Qué entendemos por Plano de Servicio? • ¿Cómo resolverías la situación de una empresa que al empezar sus operaciones no planificó sus necesidades de Recursos Humanos? • Leer la descripción detallada del proceso. • Definir estructura del 	<p>Texto Publicidad Cd Internet Computadora Láminas Computadora Carteles Página web</p>	<p>Comprende y expresa con sus palabras el significado del glosario.</p> <p>Realiza una lectura connotativa del tema en estudio.</p> <p>Reconoce la importancia del proceso de elaboración de un producto o servicio.</p> <p>Parafrasea aspectos importantes de un diseño eficaz de procesos.</p> <p>Investiga de diferentes fuentes lo que es un diagrama de flujo.</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada Observaciones Lluvia de ideas Descripción Elaboración de organizadores cognitivos Debate Exposiciones Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo Escala de valoración Guías de dialogo Lista de cotejo Dialogo Ensayo</p>

	<p>proceso.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar que es son planos de servicio. • Llevar a cabo gráficos de proceso. • Utilizar los recursos de materiales; materia prima y tecnología. • ¿Qué son los activos? • Clasificar costo de mano de obra asignado al proceso de producción. • Analizar las características básicas del producto o servicio final. • Ingresar a la página web de una empresa dedicada a producción o manufactura. Ubiquen la actividad principal y hagan una representación del proceso en Word usando las herramientas de Diagrama de flujo. • Elaborar luego el 		<p>Ejemplifica a través de un gráfico el proceso e la compra de un cliente.</p> <p>Rotula en un cartel los pasos para planificar las necesidades del recurso humano.</p> <p>Investiga en la web acerca de la actividad de una empresa dedicada a la producción o manufactura.</p> <p>Trabaja en Word una representación del proceso de una empresa utilizando el diagrama de flujo.</p> <p>Elabora un mapa conceptual con características básicas del producto o servicio final.</p>	
--	---	--	--	--

	<p>mismo gráfico en Power Point para presentación en clases.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Completar el cuadro mostrado, ubicando de forma secuencial las actividades que conforman el proceso de adquisición de materia prima. • Trabajar en grupo y elegir una actividad de emprendimiento para su comunidad, entorno o zona de residencia y hagan un listado de las principales inversiones en activo fijo y capital de trabajo que necesitarán para empezar. • Pensar y responde V en caso de que sea verdadero o F en caso de que sea falso. 		<p>Realiza un resumen acerca de las especificaciones de un producto: objetivos y finales.</p> <p>Elige una actividad de emprendimiento de su entorno y hace un listado de las principales inversiones en activo fijo y capital de trabajo.</p>	
EG.5.5.4. Describir detalladamente el	<p>Contestar oralmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué entendemos por costos directos e 	Texto	Hace un estudio financiero de una empresa y detalla el	TÉCNICA Lectura Comentada

<p>proceso operacional o productivo del nuevo emprendimiento con todos los componentes y recursos requeridos (humanos y materiales), para asegurar la fabricación de un producto o la generación de un servicio de alta calidad.</p> <p>EG.5.5.5. Determinar el monto de los bienes que el nuevo emprendimiento requiere, para establecer el valor de la inversión necesaria.</p> <p>EG.5.5.6. Determinar el costo de producción de los bienes o el costo de los servicios como elemento fundamental para conocer los gastos que la operación requiere.</p>	<p>indirectos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿En qué se diferencian los sistemas de costeo por orden de producción y por procesos? • ¿Cómo resolverías la situación de un emprendedor que tiene pensado aplicar para su negocio de servicios un sistema de costos totales pero quiere determinar los costos variables y fijos? • Atender la explicación sobre costos y gastos fijos y variables. • Analizar concepto de costos variables. <ul style="list-style-type: none"> a. Costos fijos b. Costos directos. c. Costos indirectos. • Ingresen a la página www.mundobvg.com y busquen el prospecto de una empresa dedicado a 	<p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p> <p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>proceso operacional o productivo de un emprendimiento con todos los componentes y recursos requeridos.</p> <p>Calcula el monto de los bienes que el nuevo emprendimiento requiere y establece la inversión que necesita.</p> <p>Determina el costo unitario de producción de bienes o servicios en su emprendimiento e identifica los gastos de operación que requiere.</p>	<p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p> <p>Ensayo</p>
---	---	---	--	---

<p>EG.5.5.7. Identificar los costos fijos y variables (directos e indirectos) en un ejercicio de bienes o servicios</p>	<p>la actividad de producción. Buscar la parte financiera y en Excel lleven a cabo una revisión de sus costos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con la información encontrada hagan un Power Point donde mencionen el tipo de empresa que se trata y los resultados encontrados. • Analizar los siguientes conceptos; <ol style="list-style-type: none"> a. Por objetivo de costo b. Según el comportamiento. c. Costo de producción. d. Sistema de costeo. e. Sistema de costos totales. f. Sistema de costo variable. • Comprender la determinación de la inversión inicial. • Llevar a cabo un 		<p>Analiza el proceso de egresos, costos y producción de un emprendimiento y calcula el margen de utilidad</p>	
--	--	--	--	--

	<p>ejercicio de cuantificación del costo de producción materia prima, mano de obra, costo indirecto.</p> <ul style="list-style-type: none">• Establecer inversiones en activos fijos.<ol style="list-style-type: none">a. Inversión en capital de trabajo.b. Costo estimado de materiales.• Escribir dos tipos de negocio en los que se aplique el diferente sistema de costo de producción.• Realizar el siguiente ejercicio en equipo y usando cualquier tipo de sistema de costos determinen el costo unitario de producción.• Señalar ventajas y desventajas de usar el sistema de costeo variable.• Pensar y responder V			
--	--	--	--	--

	en caso de que sea verdadero o F en caso de que sea falso			
<p>EG.5.5.8. Describir y explicar de forma sencilla el segmento de mercado que se desea alcanzar y sus características, para establecer estrategias adecuadas para convertirlo en cliente/usuario.</p> <p>EG.5.5.9. Establecer las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) del nuevo emprendimiento, para satisfacer las necesidades del segmento de mercado seleccionado</p>	<p>Reflexionar y contesta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo definen las empresas para llegar a sus clientes? • ¿Cuáles son las estrategias que se debe realizar los emprendedores para atraer a sus clientes? • ¿Qué sucedería con una empresa que no maneja un adecuado plan comunicacional? • Leer y analizar la planificación operativa del marketing. • Establecer las decisiones con respecto al producto. • Visitar en Internet la página www.pentawards.org. • Revisar los avances que han tenido las empresas 	<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p> <p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>Explica con palabras sencillas las estrategias adecuadas para persuadir a los clientes y lograr el éxito del segmento de mercado.</p> <p>Identifica las variables de mercado y destaca características relevantes para satisfacer las necesidades de segmento marcado.</p> <p>Realiza diseño de publicidad para su emprendimiento con la caracterización de mercado que se aspira alcanzar.</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p> <p>Ensayo</p>

<p>EG.5.5.10. Describir y explicar los mecanismos de comunicación (publicidad y promoción) que se implementará en el futuro emprendimiento, en función de la caracterización del segmento de mercado que se aspira alcanzar.</p>	<p>grandes a nivel mundial en cuanto a diseño de productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tomar ejemplos de diseños de empaques innovadores y muéstralos a tu clase, haciendo tu análisis respectivo. • Definir decisiones con respecto al precio. • Denominar las decisiones con respecto a la plaza (Distribución) • Establecer decisiones con respecto a la promoción. • Escribir V si es Verdadero y F si es Falso. • Completar el siguiente cuadro acerca de los aspectos a analizar para definir una estrategia de precios. • Señalar las ventajas y desventajas de usar el 		<p>Investiga diferentes fuentes sobre el significado de las variables del mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización)</p>	
---	---	--	--	--

	sistema de costeo variable.			
<p>EG.5.5.11. Aplicar metodologías para elaborar una proyección de ingresos (incluyendo incrementos paulatinos y ciclicidad), considerando las unidades vendidas y los precios de venta, para establecer el monto de ingresos del nuevo emprendimiento.</p>	<p>Reflexionar y contestar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo puedo proyectar los ingresos en una actividad de emprendimiento? • ¿Cómo obtengo el margen de contribución? • ¿Cómo obtengo el punto de equilibrio? • ¿Qué sucedería en una organización que no puede calcular el punto de equilibrio en sus ventas? <ul style="list-style-type: none"> • Analizar un plan financiero. • ¿Qué es una inversión inicial? • Analizar los tipos de proyecciones financieras de ingresos. • Analizar las técnicas de proyección de variable financiera. • Conocer la ecuación de regresión. • Aplicar proyección de costo y gasto 	<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p> <p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>Elabora una proyección de ingresos tomando en cuenta las unidades vendidas y los precios de venta utilizando diferentes metodologías.</p> <p>Elabora proyecciones de costos y gastos utilizando métodos de impresión lineal.</p> <p>Trabaja en Excel y realiza simulaciones de proyecciones.</p> <p>Trabaja en equipo y elabora el plan de</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p> <p>Ensayo</p>
<p>EG.5.5.12. Utilizar metodologías para elaborar proyecciones de costos y gastos, que permitan establecer el monto necesario para</p>				

<p>cumplir con estas obligaciones de fondos futuros.</p> <p>EG.5.5.13. Utilizar hojas electrónicas para realizar proyecciones utilizando las TIC de manera que se facilite su elaboración.</p> <p>EG.5.5.14. Elaborar el plan de ingresos y egresos del futuro emprendimiento, que permita la evaluación cuantitativa del mismo.</p> <p>EG.5.5.15. Calcular el margen de contribución del producto o servicio del emprendimiento.</p> <p>EG.5.5.16. Calcular el punto de equilibrio de una empresa a partir de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recordar cálculo del margen de contribución. • Realizar un cálculo del punto de equilibrio. • Analizar las variaciones estacionales. • Analizar el promedio móvil. • Realizar los ejercicios de las siguientes páginas: 127 -128 – 129 -130 – 131. • Ingresar a la página http://sinagap.agricultura.gob.ec/arroz-spr-2 y elijan uno de los productos que le interese. Utilizando los métodos de regresión lineal en Excel haga la proyección para los años 2016-2018 y explique los procedimientos. • Preparar un Power Point con los resultados obtenidos. • Trabajar en grupo: En equipo desarrollen una proyección de ingresos 		<p>ingresos y egresos del futuro emprendimiento.</p> <p>Estima el precio por producto o servicio del emprendimiento a través de las TICs.</p> <p>Calcula el punto de equilibrio de una actividad económica considerando los costos unitarios.</p>	
--	---	--	---	--

<p>la identificación de costos unitarios.</p>	<p>para los siguientes 5 años de las ventas que tendría su actividad de emprendimiento en tu comunidad. Con todo lo aprendido estima un precio para tu producto o servicio. Calcula la participación de mercado aproximado que tendrías y las ventas expresadas en USD. Expliquen los supuestos que emplearon para llevar a cabo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con la siguiente información proporcionada pronosticar las ventas para los cuatro trimestres del año 2016. Además calcular los índices estacionales y establecer la ecuación de regresión. ¿Es posible realizar la proyección? explique los motivos. 			
---	--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Con la siguiente información proporcionada calcular el punto de equilibrio en unidades 			
3. ADAPTACIONES CURRICULARES				
Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada			
	DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	RECURSOS	EVALUACIÓN
				INDICADORES
Elaborado por:		Revisado por:	Aprobado por:	
			Fecha.	

Planificación de la Unidad Didáctica PUD

Nombre de la Institución				Año Lectivo:	
Nombre del docente :				Fecha:	
Área/Asignatura	Emprendimiento	Grado 3BGU		Tiempo :	
Unidad Didáctica # 2	Evaluación del Proyecto se Emprendimiento				
Objetivos de la unidad	O.E.G.3. Identificar y aplicar las pautas legales que favorecen al desarrollo sostenible de la empresa en el medio				
Criterios de Evaluación	<p>I.EG.5.11.1. Elige el proyecto de emprendimiento con menor riesgo financiero después de analizar la rentabilidad, periodo de recuperación, tasa interna de retorno y valor actual neto. (I.1., I.2.)</p> <p>I.EG.5.10.1. Aplica las TIC para proyectar costos y gastos, calcular el punto de equilibrio del emprendimiento y el margen de contribución del producto o servicio ofertado. (I.3.,I.1.)</p>				
DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	RECURSOS	EVALUACIÓN		
			INDICADORES PARA LA EVALUACIÓN DEL CRITERIO/ INDICADORES DE LOGRO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	
EG.5.6.1. Aplicar técnicas básicas para la evaluación financiera de un proyecto de emprendimiento (como análisis de rentabilidad,	<p>Reflexionar y contestar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se puede medir que tan rentable puede ser un negocio? • ¿Existe una forma de calcular cuánto rendirá un negocio nuevo en el largo plazo? • ¿Qué sucedería en el caso de 	<p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p>	<p>Emplea las Tic para determinar la inversión inicial aplicando los cálculos con la TIR y TMAR para obtener e interpretar los</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores</p>	

<p>periodo de recuperación, tasa interna de retorno y valor actual neto) que permitan tomar decisiones sobre su implementación, tales como Análisis de Rentabilidad, Período de Recuperación, Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto.</p>	<p>un emprendedor que luego de haber hecho sus proyecciones de ingresos y egresos obtiene un Valor Actual Neto negativo?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar la evaluación cuantitativa. • Definir qué es la tasa interna de retorno. • Realizar el cálculo del siguiente ejercicio en Microsoft Excel. • Realizar el cálculo a través del siguiente ejercicio usando el método VAN Valor Actual Neto. • Utilizar el método de periodo de recuperación de la inversión PRI en el siguiente ejercicio. • Ingresar al sitio www.mundobvg.com y ubiquen una empresa del sector comercial, revisen el prospecto para emisión y utilizando Excel analicen los estados financieros históricos y obtengan la rentabilidad de los activos totales y de los 		<p>resultados.</p> <p>Ingresar a la web y ubica una empresa del sector comercial, y utiliza Excel para analizar los estados financieros.</p>	<p>cognitivos Debate Exposiciones Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO Organizador Cognitivo Escala de valoración Guías de dialogo Lista de cotejo Dialogo Ensayo</p>
--	--	--	--	---

	<p>activos productivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer una presentación en Power Point y mostrar los resultados. • Obtener la rentabilidad mediante el análisis en el ejemplo. • Responder, F si el enunciado es falso y V si es verdadero. Justifica tu respuesta. • Llevar a cabo las proyecciones de ingresos, costo y egresos para cinco años. Determinar: la inversión inicial, TIR, TMAR y período de recuperación. Analizar e interpretar los resultados. 			
<p>EG.5.6.2. .Aplicar metodologías para la evaluación cualitativa de un proyecto de emprendimiento (cobertura de necesidades y empleo generado) que permitan establecer su factibilidad, los riesgos existentes y medidas</p>	<p>Realizar las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consulta a tus padres que factores analizan al momento de realizar un préstamo. • Comparte las ideas con tus compañeros de clases. • Analiza el concepto de evaluación cualitativa. • Leer el concepto de cobertura de necesidades. 	<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p>	<p>Elabora un proyecto aplicando metodologías, analizando enfoques cualitativos y cuantitativos que permitan salvaguardar el patrimonio de una empresa reduciendo</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p>

<p>mitigantes propicias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es un empleo generado? Ingresen al Sistema de Consultas para Emprendedores del INEC, con el siguiente enlace: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/si-emprende/ • Sigam cada paso y completen la información con los datos de su Emprendimiento en Acción. • Elegir las opciones más adecuadas de acuerdo al proyecto emprendedor que han planificado. • Completar la información solicitada por el Sistema de Consultas para Emprendedores, descarguen el informe sobre los datos del mercado y clientes objetivos. • Anexar esta información a su estudio de mercado, analicen los datos y determinen sus conclusiones. • Indicaren la siguiente tabla los sectores en los que se encamina los emprendedores 		<p>los posibles riesgos como tal, tomando medidas o estrategias de protección o mitigación.</p> <p>Elabora ensayos analizando los riesgos de una empresa.</p> <p>Elabora en Word los enfoques cualitativos y cuantitativos en el proceso de investigación y evaluación de una empresa.</p>	<p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p> <p>Ensayo</p>
------------------------------	--	--	--	---

	<p>para establecer sus negocios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observa los factores del macro y micro entorno que debe considerar un emprendedor. • Determinar procesos productivos y comerciales de análisis de riesgo. <ul style="list-style-type: none"> a. Riesgo de producción b. Riesgo de ventas. c. Riesgo financiero. d. Riesgo de entorno. e. Riesgo personal. f. Riesgo de daños materiales. • Distinguir el siguiente proceso: Identificar riesgo, clasificar y medir su alcance, reducir o transferir el riesgo. • Completar el siguiente cuadro con las características de los enfoques cualitativo proceso de investigación. • Investigar en qué consiste el programa Emprende Ecuador difundido por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC). Luego con la 			
--	--	--	--	--

	<p>información obtenida contesten las siguientes preguntas.</p> <ul style="list-style-type: none"> Analizar los riesgos es muy importante cuando se quiere emprender un negocio. Evalúa los riesgos a los que se expone tu proyecto de emprendimiento, y completa la siguiente matriz con las soluciones que propones para reducirlos o eliminarlos. 				
3. ADAPTACIONES CURRICULARES					
Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada				
	DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	RECURSOS	EVALUACIÓN	
				INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

Elaborado por:		Revisado por:	Aprobado por:		Fecha.

PLANIFICACIÓN POR DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO

UNIDAD N° 1

LOGO INSTITUCIONAL		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN				AÑO LECTIVO	
PLAN DE DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO							
1. DATOS INFORMATIVOS:							
Docente:	<i>Nombre del docente que ingresa la información</i>	Área/asignatura:	Emprendimiento	Grado/Curso:	3° BGU	Paralelo:	
N.º de unidad de planificación:	1	Título de unidad de planificación:	Planificación Y Control Financiero Del Emprendimiento	Objetivos específicos de la unidad de planificación:	O.E.G.1. Consolidar un proceso eficiente que contribuya a la investigación de mercado mediante el análisis de la oferta, la demanda y la competencia		
2. PLANIFICACIÓN							

DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO A SER DESARROLLADAS:				INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN:	
<p>EG.5.5.1. Determinar las necesidades de la zona geográfica y la forma en que el emprendimiento las satisfaría, como elemento fundamental para seleccionar una idea de negocio.</p>				<p>I.EG.5.8.1. Realiza una mezcla adecuada de las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) para un bien o servicio nuevo que presenta a un segmento de mercado específico mediante mecanismos de comunicación eficaces. (I.3., S.1.)</p>	
EJES TRANSVERSALES:		• Buen Vivir	PERIODOS:	2	SEMANA DE INICIO:
Estrategias metodológicas		Recursos	Indicadores de logro	Actividades de evaluación/ Técnicas / instrumentos	
<p>PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</p> <p>EXPLOREMOS LOS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observa la siguiente imagen y lee el mensaje. • A que se refiere la frase “El cliente es primero” • ¿qué emplean las empresas para la toma de decisiones? <p>CONSTRUYO MIS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leer el concepto de identificación del problema a resolver. • Analizar el proceso de investigación. • Determinar la matriz de análisis de las necesidades: variable, cuantitativa y cualitativa. • Leer el concepto de matriz de situación de la demanda. • Leer concepto de matriz de situación de mercado. 		<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p> <p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>Identifica al emprendimiento como elemento fundamental para crear un negocio</p> <p>Reconoce variables cualitativas y cuantitativas</p> <p>Elabora resúmenes de las “Estrategia de marketing y comportamiento del consumidor</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p>	

<ul style="list-style-type: none"> • Analizar la matriz de situación de la competencia. • Determinar las variables cuantitativas y cualitativas. • Ingresar al siguiente link: http://territoriomarketing.es/es/strategia-de-marketing-y-comportamiento-del-consumidor/ . • Leer el artículo completo sobre “Estrategia de marketing y comportamiento del consumidor”. • Elaborar un resumen con los aspectos más relevantes de la lectura. <p>CONSOLIDACION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una presentación en Power Point con tres diapositivas y expón a tu clase lo que aprendiste. • Completar los siguientes enunciados. • Leer las definiciones que conforman la Matriz de la Situación de la Demanda luego observa las siguientes imágenes y une con líneas el tipo de demanda al que pertenecen. • Observar el entorno en el que vives, has una lista de las necesidades que consideres que aún no han sido satisfechas por los ofertantes de productos y servicios. 			<p>Lista de cotejo Dialogo Ensayo</p>
ADAPTACIONES CURRICULARES			
Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada		
ELABORADO	REVISADO	APROBADO	

Docente:	Coordinador del área :	Vicerrector:
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

PLANIFICACIÓN POR DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO

LOGO INSTITUCIONAL	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN					AÑO LECTIVO	
PLAN DE DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO							
1. DATOS INFORMATIVOS:							
Docente:	<i>Nombre del docente que ingresa la información</i>	Área/asignatura:	Emprendimiento	Grado/Curso:	3° BGU	Paralelo:	
N.º de unidad de planificación:	1	Título de unidad de planificación:	Planificación Y Control Financiero Del Emprendimiento	Objetivos específicos de la unidad de planificación:	O.E.G.1. Consolidar un proceso eficiente que contribuya a la investigación de mercado mediante el análisis de la oferta, la demanda y la competencia		
2. PLANIFICACIÓN							
DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO A SER DESARROLLADAS:					INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN:		
EG.5.5.2. Exponer, de forma sintética y sencilla, el bien o servicio seleccionado (Idea de emprendimiento) y sus características principales, de tal manera que, en un lapso muy corto, se					I.EG.5.8.1. Realiza una mezcla adecuada de las variables de mercado (producto, precio,		

genere impacto entre quienes escuchan		plaza, promoción y personalización) para un bien o servicio nuevo que presenta a un segmento de mercado específico mediante mecanismos de comunicación eficaces. (I.3., S.1.)	
EJES TRANSVERSALES:	• Buen Vivir	PERIODOS:	2
		SEMANA DE INICIO:	
Estrategias metodológicas		Recursos	Indicadores de logro
PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EXPLOREMOS LOS CONOCIMIENTOS <ul style="list-style-type: none"> • Observar detenidamente el dibujo • Resaltar las características de la imagen • Interpretar la imagen a partir de su contexto • Lee las preguntas y reflexiona con tus respuestas CONSTRUYO MIS CONOCIMIENTOS <ul style="list-style-type: none"> • Lectura exegética de las págs. 22 - 25 • Definir los beneficios del producto que se va a ofertar en un emprendimiento. • Expresar con sus propias palabras la definición de la palabra producto. • Identificar los tipos de productos que existen y diferenciarlos de acuerdo a sus características. • Investigar en la web que es un bien y hacer un resumen. • Enlistar los diferentes tipos de bienes que existen como estrategia comercial. • Hacer una lectura exegética 25 -26 - 27 y emitir criterios sobre el contenido de la lectura. • Elaborar en diapositivas con ejemplos lo que es materia prima, diseños, empaque y marca y exponer en clases. 		Texto Publicidad Cd Internet Computadora Láminas Computadora Carteles Página web	Comprender analíticamente la lectura y emite comentarios. Expresa y define con sus palabras el significado de producto. Identifica los tipos de productos y diferencia sus características. Investiga en la web y elabora resumen de lo investigado. Enlista los diferentes tipos de bienes que existen como estrategia
			Actividades de evaluación/ Técnicas / instrumentos
			TÉCNICA Lectura Comentada Observaciones Lluvia de ideas Descripción Elaboración de organizadores cognitivos Debate Exposiciones Ejercicios prácticos INSTRUMENTO Organizador Cognitivo Escala de valoración Guías de dialogo Lista de cotejo Dialogo Ensayo

<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en equipos en la web ingresando al siguiente link : http://pymerang.com/marketingy-redes/marketing/tecnicas-de-marketing/257-politicade-precios/124 • Lee de manera connotativa el artículo sobre “Cómo calcular el precio de un producto o servicio. • Elaborar una matriz para detallar los pasos para calcular el precio de un producto. • Analizar con sentido crítico el significado de la palabra necesidad y expresar con sus propias palabras. • Trabajar en Word y elaborar un resumen sobre los tipos de necesidades que los clientes para generar las ventas. • Puntualizar el proceso para satisfacer las necesidades de un cliente. • Reflexiona sobre la importancia que tiene un cliente en la comercialización de un producto. • Identifica las clases de clientes y establece comparación destacando diferencias. • Ingresar a la página web propuesta en el texto y realizar las actividades sugeridas http://www.moretr.com/ • Elaborar un mapa conceptual en Word que reúna las características más relevantes de este método y exponer en clases. <p>CONSOLIDACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un ensayo sobre un bien con características tangible (etiqueta, envase, empaque) y bienes intangible (marca, servicio, cliente, garantía). • Investigar y exponer como diseñar o desarrollar un nuevo producto. • Completar la tabla con describiendo las necesidades o deseos por las que los consumidores comprarían los productos. • Realizar un análisis de tu idea de emprendimiento y evaluar el tipo de mercado al que ofertarás tu producto. 		<p>comercial.</p> <p>Trabaja en equipos e investiga en la web.</p> <p>Comprende el artículo que lee.</p> <p>Elabora una matriz y detalla los pasos para calcular el precio de un producto.</p> <p>Expresa con sus propias palabras el significado de la palabra necesidad.</p> <p>Elabora un resumen y trabaja en Word sobre las necesidades de los clientes.</p> <p>Reflexiona sobre la importancia que tiene un cliente en la comercialización de un producto e identifica las</p>	
--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> Analizar en clases y emitir criterios. 		<p>clases que existen.</p> <p>Elabora un ensayo sobre los bienes tangibles e intangibles.</p> <p>Analiza la idea de emprendimiento, lo evaluá y emite criterios.</p>	
--	--	--	--

3. ADAPTACIONES CURRICULARES

Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada	
ELABORADO	REVISADO	APROBADO
Docente:	Coordinador del área :	Vicerrector:
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

PLANIFICACIÓN POR DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO

LOGO INSTITUCIONAL		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN				AÑO LECTIVO	
PLAN DE DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO							
1. DATOS INFORMATIVOS:							
Docente:	<i>Nombre del docente que ingresa la información</i>		Área/ asignatura:	Emprendimiento	Grado/Curso:	3° BGU	Paralelo:
N.º de unidad de planificación:	1	Título de unidad de planificación:	Planificación Y Control Financiero Del Emprendimiento	Objetivos específicos de la unidad de planificación:	O.E.G.1. Consolidar un proceso eficiente que contribuya a la investigación de mercado mediante el análisis de la oferta, la demanda y la competencia		
2. PLANIFICACIÓN							
DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO A SER DESARROLLADAS:					INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN:		
EG.5.5.3. Representar gráficamente la estructura organizacional y las principales funciones de las diferentes áreas del nuevo emprendimiento, para identificar los recursos humanos requeridos.					I.EG.5.6.1. Valora, de acuerdo con un criterio administrativo, la responsabilidad social en la planificación de los recursos humanos (estructura organizacional, proceso de contratación, capacitación, deberes y derechos laborales, despido) y diagrama una estructura organizacional óptima para un emprendimiento. (I.4, S.3.)		
EJES TRANSVERSALES:	• Buen Vivir			PERIODOS:	2	SEMANA DE INICIO:	

Estrategias metodológicas	Recursos	Indicadores de logro	Actividades de evaluación/ Técnicas / instrumentos
<p>PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</p> <p>EXPLOREMOS LOS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observar y detallar el dibujo • Conversar acerca de la ilustración • Contestar en parejas las preguntas planteadas en el texto. • Evocar conocimientos anteriores a través de preguntas. <p>CONSTRUYO MIS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el significado de las palabras del glosario • Lectura denotativa y connotativa del tema • Resaltar las ideas principales de la estructura organizacional • Señalar como está establecido un organigrama, detallar características. • Identificar cuáles son las características de un organigrama, representar en organizador gráfico. • Enlistar las ventajas que se tiene al elaborar organigramas. • Reconocer los tipos de organigrama y elaborar ejemplos trabajar en en parejas. • Comparar en un cuadro de doble entrada los tipos de organigrama y establecer semejanzas y diferencias. • Investigar en la web las actividades de producción y ventas de una empresa e identificar sus principales áreas funcionales. • Elaborar un ensayo de dos hojas de las actividades de producción de una empresa y exponer en clases emitiendo criterios propios. • Ingresar a la página www.mundobvg.com y ubicar dos empresas de diferentes sectores económicos que hayan cotizado en la Bolsa de valores. • Elaborar en power point el organigrama de las empresas y establecer 	<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p> <p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>Contestan las preguntas planteadas en el texto, en parejas.</p> <p>Recuerdan conocimientos anteriores a través de preguntas.</p> <p>Comprenden el significado de las palabras del glosario.</p> <p>Lee y comprende el tema estudio.</p> <p>Identificar las ideas principales de la lectura.</p> <p>Detalla características de un organigrama.</p> <p>Identifica la importancia de un organigrama y como está establecido.</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p> <p>Ensayo</p>

<p>comparación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en parejas y hacer un análisis de ambos organigramas y hacer una cartelera y exponer. • Discutir y analizar el tema de estudio • Escribir resúmenes y conclusiones <p>CONSOLIDACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en equipo e ingresar a la página web de cualquier Institución Pública y transcribir su organigrama. • Mencionar las características más importantes como ámbito, contenido y disposición gráfica. • Realizar una presentación en clases y hacer comentarios. • Elaborar un organigrama que se adapte su idea de emprendimiento. • Desarrollar las actividades de “Consolida tus conocimientos” págs. 52 -53 		<p>Reconoce las ventajas de un organigrama en una empresa.</p> <p>Compara los tipos de organigramas y establece semejanzas y diferencias</p> <p>Elabora un ensayo de las actividades de producción de una empresa.</p> <p>Elabora en power point el organigrama de una empresa.</p> <p>Elabora un organigrama que se adapte a su emprendimiento.</p>	
3. ADAPTACIONES CURRICULARES			
Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada		
ELABORADO	REVISADO	APROBADO	
Docente:	Coordinador del área :	Vicerrector:	
Firma:	Firma:	Firma:	

Fecha:	Fecha:	Fecha:
--------	--------	--------

PLANIFICACIÓN POR DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO

LOGO INSTITUCIONAL		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN				AÑO LECTIVO	
PLAN DE DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO							
1. DATOS INFORMATIVOS:							
Docente:	<i>Nombre del docente que ingresa la información</i>	Área/ asignatura:	Emprendimiento	Grado/Curso:	3° BGU	Paralelo:	
N.º de unidad de planificación:	1	Título de unidad de planificación:	Planificación Y Control Financiero Del Emprendimiento	Objetivos específicos de la unidad de planificación:	O.E.G.1. Consolidar un proceso eficiente que contribuya a la investigación de mercado mediante el análisis de la oferta, la demanda y la competencia		
2. PLANIFICACIÓN							
DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO A SER DESARROLLADAS:						INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN:	

EG.5.5.4. Describir detalladamente el proceso operacional o productivo del nuevo emprendimiento con todos los componentes y recursos requeridos (humanos y materiales), para asegurar la fabricación de un producto o la generación de un servicio de alta calidad.		I.EG.5.9.1. Especifica detalladamente las actividades de la planificación de producción (recursos humanos y materiales) para que un emprendimiento sea de calidad y productivo. (I.1., S.1.)	
EJES TRANSVERSALES:	• Buen Vivir	PERIODOS:	2
		SEMANA DE INICIO:	
Estrategias metodológicas		Recursos	Indicadores de logro
PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EXPLOREMOS LOS CONOCIMIENTOS <ul style="list-style-type: none"> • Observar y describir la imagen • Interpretar los elementos de la ilustración. • Contestar en parejas las interrogantes. CONSTRUYO MIS CONOCIMIENTOS <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el significado de las palabras del glosario • Lectura denotativa y connotativa del tema • Reconocer la importancia del proceso de elaboración de un producto o servicio • Considerar los cuatro aspectos más importantes para un diseño eficaz de procesos. • Parafrasear los aspectos importantes para el diseño de procesos. • Investigar lo que es un diagrama de flujo y ejemplificar a través de un gráfico el proceso de la compra de un cliente. • Analizar el tema de estudio a través de la lectura exegética. • Hacer cálculos de rotación para dar mayor seguimiento a los materiales de mayor frecuencia. 		Texto Publicidad Cd Internet Computadora Láminas Computadora Carteles Página web	Comprende y expresa con sus palabras el significado del glosario. Realiza una lectura connotativa del tema en estudio. Reconoce la importancia del proceso de elaboración de un producto o servicio. Parafrasea aspectos importantes de un diseño eficaz de procesos. Investiga de diferentes fuentes lo que es un
		Actividades de evaluación/ Técnicas / instrumentos TÉCNICA Lectura Comentada Observaciones Lluvia de ideas Descripción Elaboración de organizadores cognitivos Debate Exposiciones Ejercicios prácticos INSTRUMENTO Organizador Cognitivo Escala de valoración Guías de dialogo Lista de cotejo Dialogo Ensayo	

<ul style="list-style-type: none"> • Investigar en la web lo que es un recurso y expresar con sus propias palabras. • Rotular en un cartel los pasos para planificar las necesidades del recurso humano. • Señalar características relevantes del tema • Investigar en la web y ubicar la actividad principal de una empresa dedicada a producción o manufactura. • Mostrar en Word una representación del proceso utilizando el diagrama de flujo. • Discutir y analizar el tema de estudio • Establecer semejanzas y diferencias • Elaborar cuadros comparativos • Escribir resúmenes y conclusiones <p>CONSOLIDACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un mapa conceptual con las características básicas del producto o servicio final. • Elaborar un resumen acerca • Realizar un resumen acerca de las especificaciones de un producto: objetivos y finales. • Elaborar un ensayo acerca de la organización de una empresa y los perfiles del personal a contratar. • Trabajar en grupo y elegir una actividad de emprendimiento de su entorno y hacer un listado de las principales inversiones en activo fijo y capital de trabajo • Desarrollar las actividades de “Consolida tus conocimientos” para reforzar el tema de estudio en las páginas 70 - 71 		<p>diagrama de flujo.</p> <p>Ejemplifica a través de un gráfico el proceso e la compra de un cliente.</p> <p>Rotula en un cartel los pasos para planificar las necesidades del recurso humano.</p> <p>Investiga en la web acerca de la actividad de una empresa dedicada a la producción o manufactura.</p> <p>Trabaja en Word una representación del proceso de una empresa utilizando el diagrama de flujo.</p> <p>Elabora un mapa conceptual con características básicas del producto o servicio final.</p>	
---	--	--	--

		<p>Realiza un resumen acerca de las especificaciones de un producto: objetivos y finales.</p> <p>Elige una actividad de emprendimiento de su entorno y hace un listado de las principales inversiones en activo fijo y capital de trabajo.</p>	
3. ADAPTACIONES CURRICULARES			
Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada		
ELABORADO	REVISADO	APROBADO	
Docente:	Coordinador del área :	Vicerrector:	
Firma:	Firma:	Firma:	
Fecha:	Fecha:	Fecha:	

PLANIFICACIÓN POR DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO

LOGO INSTITUCIONAL		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN				AÑO LECTIVO	
PLAN DE DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO							
1. DATOS INFORMATIVOS:							
Docente:	<i>Nombre del docente que ingresa la información</i>		Área/ asignatura:	Emprendimiento	Grado/Curso:	3° BGU	Paralelo:
N.º de unidad de planificación:	1	Título de unidad de planificación:	Planificación Y Control Financiero Del Emprendimiento	Objetivos específicos de la unidad de planificación:	O.E.G.1. Consolidar un proceso eficiente que contribuya a la investigación de mercado mediante el análisis de la oferta, la demanda y la competencia		
2. PLANIFICACIÓN							
DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO A SER DESARROLLADAS:					INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN:		
<p>EG.5.5.4. Describir detalladamente el proceso operacional o productivo del nuevo emprendimiento con todos los componentes y recursos requeridos (humanos y materiales), para asegurar la fabricación de un producto o la generación de un servicio de alta calidad.</p> <p>EG.5.5.5. Determinar el monto de los bienes que el nuevo emprendimiento requiere, para establecer el valor de la inversión necesaria.</p>					<p>I.EG.5.9.2. Determina la cantidad de bienes o servicios que se debe producir debido a la proporción de los costos de producción (costos fijos, variables, directos e indirectos) y los gastos incurridos, para que el emprendimiento sea productivo. (I.1., S.1.)</p>		

EG.5.5.6. Determinar el costo de producción de los bienes o el costo de los servicios como elemento fundamental para conocer los gastos que la operación requiere.				
EJES TRANSVERSALES:	• Buen Vivir	PERIODOS:	2	SEMANA DE INICIO:
Estrategias metodológicas		Recursos	Indicadores de logro	Actividades de evaluación/ Técnicas / instrumentos
<p>PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</p> <p>EXPLOREMOS LOS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observar y describir la imagen • Comentar acerca de la ilustración • Interpretar los elementos de la escena • Contestar en parejas las preguntas solicitadas en el texto. • <p>CONSTRUYO MIS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el significado de las palabras del glosario • Lectura denotativa y connotativa del tema • Resaltar las ideas principales y explicar con sus palabras acerca de costos y gastos fijos y variables. • Identificar los tipos de costos y resaltar características sobresalientes. • Comparar entre los tipos de costos y establecer semejanzas y diferencias, registrar en cuadro de doble entrada. • Ingresar en la página www.mundobvg.com y buscar el prospecto de una empresa dedicada a la producción. • Revisar la parte financiera y hacer un estudio sobre los costos que genera a través de Excel. 		<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p> <p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>Hace un estudio financiero de una empresa y detalla el proceso operacional o productivo de un emprendimiento con todos los componentes y recursos requeridos.</p> <p>Calcula el monto de los bienes que el nuevo emprendimiento requiere y establece la inversión que necesita.</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p> <p>Ensayo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un informe en power point con la información encontrada, mencionando el tipo de empresa y sus resultados. • Enlistar los objetivos de los costos en una organización empresarial y elabora una rueda de atributo con las características relevantes. • Comprender la importancia del sistema de costo como un subsistema encargado de recopilar, registrar y acumular la información relativa al costo y preparar informes que contribuyan a conseguir los objetivos de la organización. • Deducir la fórmula para calcular el proceso de costo y obtener el costo total unitario. • Identificar las ventajas y desventajas de utilizar el método de costeo. • Establecer semejanzas y diferencias entre las ventajas y desventajas y graficar en un diagrama de Vem. • Demostrar cómo funciona la contabilidad para un sistema de costo viable a través de ejercicios. • Investigar en diferentes fuentes acerca del capital de trabajo • Investigar en el siguiente enlace www.ecuadorcifras.gob.ec acerca de las provincias que tienen mayor o menor cantidad de empresas en el Ecuador. • Analizar el proceso de todos los egresos adicionales y determinar los costos unitarios de producción y fijar un precio para obtener un margen de rentabilidad o utilidad de un emprendimiento. <p>CONSOLIDACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en equipo y señalar los tipos de negocio en los que puedas aplicar los diferentes tipos de costo según el sistema productivo. • Determinar el costo unitario de producción, para su actividad de emprendimiento utilizando cualquier tipo de sistema de costos. • Responder a las preguntas y debatir sobre las ventajas y desventajas de usar el sistema de costeo variable. 		<p>Determina el costo unitario de producción de bienes o servicios en su emprendimiento e identifica los gastos de operación que requiere.</p> <p>Analiza el proceso de egresos, costos y producción de un emprendimiento y calcula el margen de utilidad.</p>	
---	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar las actividades de “Consolida tus conocimientos” págs. 98 -99 			
---	--	--	--

3. ADAPTACIONES CURRICULARES		
Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada	
ELABORADO	REVISADO	APROBADO
Docente:	Coordinador del área :	Vicerrector:
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

PLANIFICACIÓN POR DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO

LOGO INSTITUCIONAL	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	AÑO LECTIVO
PLAN DE DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO		

1. DATOS INFORMATIVOS:							
Docente:	<i>Nombre del docente que ingresa la información</i>		Área/ asignatura:	Emprendimiento	Grado/Curso:	3° BGU	Paralelo:
N.º de unidad de planificación:	1	Título de unidad de planificación:	Planificación Y Control Financiero Del Emprendimiento	Objetivos específicos de la unidad de planificación:	O.E.G.2. Definir estrategias competitivas que determinan la puesta en marcha de la idea emprendedora		
2. PLANIFICACIÓN							
DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO A SER DESARROLLADAS:					INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN:		
<p>EG.5.5.8. Describir y explicar de forma sencilla el segmento de mercado que se desea alcanzar y sus características, para establecer estrategias adecuadas para convertirlo en cliente/usuario.</p> <p>EG.5.5.9. Establecer las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) del nuevo emprendimiento, para satisfacer las necesidades del segmento de mercado seleccionado</p> <p>EG.5.5.10. Describir y explicar los mecanismos de comunicación (publicidad y promoción) que se implementará en el futuro emprendimiento, en función de la caracterización del segmento de mercado que se aspira alcanzar.</p>					<p>I.EG.5.4.2. Ejecuta investigaciones de campo y diseña instrumentos de investigación para seleccionar las ideas de emprendimiento que presenten mayor factibilidad en el mercado. (I.1., S.2.)</p> <p>I.EG.5.8.1. Realiza una mezcla adecuada de las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) para un bien o servicio nuevo que presenta a un segmento de mercado específico mediante mecanismos de comunicación eficaces. (I.3., S.1.)</p>		
EJES TRANSVERSALES:	• Buen Vivir			PERIODOS:	2		SEMANA DE INICIO:
Estrategias metodológicas				Recursos		Indicadores de logro	Actividades de evaluación/

			Técnicas / instrumentos
<p>PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</p> <p>EXPLOREMOS LOS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observar detenidamente la ilustración y las imágenes • Formular y contestar preguntas • Interpretar los elementos del dibujo • Reflexiona y contesta las preguntas. <p>CONSTRUYO MIS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir con sus palabras el significado del glosario • Hacer una lectura denotativa y connotativa sobre los aspectos para segmentar el mercado. • Expresar ideas y criterios • Identificar elementos relevantes del tema • Analizar el organizador grafico sobre las variables en las que se pueden identificar a los clientes. • Compara las variables y establecer semejanzas y diferencias. • Determinar cómo se pueden clasificar los clientes según las variables • Comparar y jerarquizar las ideas más importante • Analizar las características del marketing mix para la satisfacción de los clientes • Elaborar en Word una rueda de atributos sobre las decisiones del producto y resaltar sus características más relevantes. • Comprender que el éxito de un producto depende de la capacidad de persuadir al cliente. • Trabajar en equipo e investigar en la página sugerida en el texto www.pentawards.org 	<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p> <p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>Explica con palabras sencillas las estrategias adecuadas para persuadir a los clientes y lograr el éxito del segmento de mercado.</p> <p>Identifica las variables de mercado y destaca características relevantes para satisfacer las necesidades de segmento marcado.</p> <p>Realiza diseño de publicidad para su emprendimiento con la caracterización de mercado que se aspira alcanzar.</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p> <p>Ensayo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Revisar los avances que han tenido las empresas grandes a nivel mundial en cuanto a diseño de productos. • Hacer un análisis de modelos de diseños de empaques innovadores, exponer en clases. • Investigar de diferentes fuentes acerca del significado de garantía y precio comentar entre compañeros. • Destacar las características del precio y recalcar diferencias. • Analizar el cuadro de la pág. 108 y determinar el precio de un producto mediante un análisis porcentual. • Detallar las causas sobre la decisión de precios. • Parafrasear el conocimiento acerca de las estrategias de distribución. • Identificar las diferentes formas de estrategia de distribución y reflexionar las características relevantes de las mismas. • Enlistar los principales componentes de la promoción de marketing. • Diferenciar los componentes de la promoción de marketing en cuadro de doble entrada. • Reflexionar sobre los alcances y limitaciones del proyecto. • Elaborar un ensayo sobre publicidad, importancia, objetivo, características, y tipos, exponer en clases a través de un debate. <p>CONSOLIDACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un mapa conceptual con las ventajas y desventajas de usar el sistema de costeo variable. • Trabajar en parejas y anotar los aspectos que se necesitan para definir una estrategia de precios. • Contestar un cuestionario de preguntas sobre el tema de estudio. • Realizar las actividades Consolida tus conocimientos ” pág. 114 – 115 		<p>Investiga diferentes fuentes sobre el significado de las variables del mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización)</p>	
--	--	--	--

3. ADAPTACIONES CURRICULARES		
Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada	
ELABORADO	REVISADO	APROBADO
Docente:	Coordinador del área :	Vicerrector:
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

PLANIFICACIÓN POR DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO

LOGO INSTITUCIONAL	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN				AÑO LECTIVO		
PLAN DE DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO							
1. DATOS INFORMATIVOS:							
Docente:	<i>Nombre del docente que ingresa la información</i>	Área/ asignatura:	Emprendimiento	Grado/Curso:	3° BGU	Paralelo:	
N.º de unidad de planificación:	1	Título de unidad de planificación:	Planificación Y Control Financiero Del Emprendimiento	Objetivos específicos de la unidad de planificación:	O.E.G.2. Definir estrategias competitivas que determinan la puesta en marcha de la idea emprendedora		
2. PLANIFICACIÓN							
DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO A SER DESARROLLADAS:					INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN:		
EG.5.5.11. Aplicar metodologías para elaborar una proyección de ingresos (incluyendo incrementos paulatinos y ciclicidad), considerando las unidades vendidas y los precios de venta, para establecer el monto de ingresos del nuevo emprendimiento.					I.EG.5.10.1. Aplica las TIC para proyectar costos y gastos, calcular el punto de equilibrio del emprendimiento y el margen		

<p>EG.5.5.12. Utilizar metodologías para elaborar proyecciones de costos y gastos, que permitan establecer el monto necesario para cumplir con estas obligaciones de fondos futuros.</p> <p>EG.5.5.13. Utilizar hojas electrónicas para realizar proyecciones utilizando las TIC de manera que se facilite su elaboración.</p> <p>EG.5.5.14. Elaborar el plan de ingresos y egresos del futuro emprendimiento, que permita la evaluación cuantitativa del mismo.</p> <p>EG.5.5.15. Calcular el margen de contribución del producto o servicio del emprendimiento.</p> <p>EG.5.5.16. Calcular el punto de equilibrio de una empresa a partir de la identificación de costos unitarios.</p>		<p>de contribución del producto o servicio ofertado. (I.3.,I.1.)</p> <p>I.EG.5.10.2. Aplica las TIC en proyecciones de efectivo con experiencia en incrementos paulatinos y ciclicidad del mercado (considerando las unidades vendidas y los precios de venta), para establecer el monto de ingresos futuros del emprendimiento. (I.3., I.2.)</p>			
EJES TRANSVERSALES:	• Buen Vivir	PERIODOS:	2	SEMANA DE INICIO:	
Estrategias metodológicas		Recursos	Indicadores de logro	Actividades de evaluación/ Técnicas / instrumentos	
<p>PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</p> <p>EXPLOREMOS LOS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observar detenidamente la ilustración • Emitir opiniones acerca de la imagen • Leer las preguntas planteadas en el texto, contestar y reflexionar. • Leer el tema de estudio e inferir <p>CONSTRUYO MIS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretar el significado de los términos del glosario • Delimitar el hecho o fenómeno a estudiarse 		<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p>	<p>Elabora una proyección de ingresos tomando en cuenta las unidades vendidas y los precios de venta utilizando diferentes metodologías.</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p>	

<ul style="list-style-type: none"> • Resaltar las ideas más importante o principales del tema • Analizar las características relevantes • Emplear las TICs para realizar el análisis de resultados utilizando diferentes métodos. • Investigar en la web qué es capital de trabajo y anotar ejemplos de inversión en capital operativo. • Analizar el organizador cognitivo de la página 117 con la ayuda del docente • Enlistar los rubros considerados como activos fijos • Reflexionar acerca de estos rubros y su función como en las utilidades del emprendimiento. • Emplear la fórmula de demanda que se obtiene multiplicando números de personas por precio y por frecuencia de consumo para calcular los ingresos. • Ingresar a la pág. www.INEC y descargar la estadística de la población de la provincia de Tungurahua. • Buscar información requerida utilizando Excel y trabajar en el emprendimiento con el producto para consumo de la población urbana de la provincia de Tungurahua tal como está en el ejemplo. • Deducir que para obtener el margen de contribución se necesita haber establecido el sistema de costos variables. • Trabajar en Excel proyectando los costos y gastos usando el porcentaje histórico de inflación y proyectar su crecimiento. • Calcular el punto de equilibrio en una actividad económica a través de ejercicios puntuales. • Trabajar en Excel con los datos obtenidos las proyecciones de una simulación del futuro siempre y cuando no aparezcan cambios significativos que afecten al mercado. • Trabajar en equipo e ingresar a la página http://sinagap.agricultura.gob.ec/arroz-spr-2 y elegir los productos que que les interese. 	<p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>Elabora proyecciones de costos y gastos utilizando métodos de impresión lineal.</p> <p>Trabaja en Excel y realiza simulaciones de proyecciones.</p> <p>Trabaja en equipo y elabora el plan de ingresos y egresos del futuro emprendimiento.</p> <p>Estima el precio por producto o servicio del emprendimiento a través de las TICs.</p>	<p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p> <p>Ensayo</p>
--	-----------------------------------	---	--

<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar los métodos de regresión lineal en Excel. • Hacer la proyección para los años 2016 -2018 y explicar los procedimientos que hicieron. • Preparar el trabajo en power point con los resultados obtenidos y exponer en clases. • Ejercitar valores y proyecciones. <p>CONSOLIDACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en equipo y desarrollar una proyección de ingresos para los 3 años siguientes de las ventas que tendrían sus actividades de emprendimiento en la comunidad. • Estimar un precio por el producto o servicio. • Calcular la participación de mercado aproximado que tendrías y las ventas expresadas en dólares • Exponer en clases los supuestos que emplearon para llevar a cabo el ejercicio. • Pronosticar las ventas para los 4 trimestres del año 2016 con los siguientes datos, además calcular los índices estacionales y establecer la ecuación de regresión. explicar en clases. • Analizar y desarrollar las actividades del “Caso práctico” de la pág. 138 • Realizar las actividades de evaluación y coevaluación sugeridas en el texto de emprendimiento págs. 140 -141 • Desarrollar las actividades de “emprendimiento en acción” para refuerzo del tema de estudio, desde la página 142 hasta la 145. 		<p>Calcula el punto de equilibrio de una actividad económica considerando los costos unitarios.</p>	
3. ADAPTACIONES CURRICULARES			
Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada		

ELABORADO	REVISADO	APROBADO
Docente:	Coordinador del área :	Vicerrector:
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

PLANIFICACIÓN POR DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO

LOGO INSTITUCIONAL		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN				AÑO LECTIVO	
PLAN DE DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO							
1. DATOS INFORMATIVOS:							
Docente:	<i>Nombre del docente que ingresa la información</i>	Área/ asignatura:	Emprendimiento	Grado/Curso:	3° BGU	Paralelo:	
N.º de unidad de planificación:	1	Título de unidad de planificación:	Evaluación Del Proyecto De Emprendimiento	Objetivos específicos de la unidad de planificación:	O.E.G.3. Identificar y aplicar las pautas legales que favorecen al desarrollo sostenible de la empresa en el medio		
2. PLANIFICACIÓN							
DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO A SER DESARROLLADAS:					INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN:		

<p>EG.5.6.1. Aplicar técnicas básicas para la evaluación financiera de un proyecto de emprendimiento (como análisis de rentabilidad, periodo de recuperación, tasa interna de retorno y valor actual neto) que permitan tomar decisiones sobre su implementación, tales como Análisis de Rentabilidad, Período de Recuperación, Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto.</p>		<p>I.EG.5.11.1. Elige el proyecto de emprendimiento con menor riesgo financiero después de analizar la rentabilidad, periodo de recuperación, tasa interna de retorno y valor actual neto. (I.1., I.2.)</p>		
<p>EJES TRANSVERSALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> Buen Vivir 	<p>PERIODOS:</p> <p>2</p>	<p>SEMANA DE INICIO:</p>		
Estrategias metodológicas		Recursos	Indicadores de logro	Actividades de evaluación/ Técnicas / instrumentos
<p>PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</p> <p>EXPLOREMOS LOS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Hacer una lectura exegética y reflexionar sobre la misma Formular y contestar preguntas Interpretar los elementos del dibujo Contestar las preguntas planteadas en el texto <p>CONSTRUYO MIS CONOCIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Leer las palabras del glosario e interpretar con sus palabras. Identificar las siglas de la tasa interna de retorno (TIR) Elaborar un gráfico de flujo de caja representado ingresos y egresos, inversión inicial con el cálculo correcto y el análisis TIR Utilizar Excel para hacer el cálculo de la TIR Evaluar la información en Excel siguiendo los pasos y digitando los datos del ejercicio. Calcular la rentabilidad de la TIR a través de ejercicios. Investigar el significado de VAN su importancia en un emprendimiento. Conocer la fórmula para obtener el valor actual neto (VAN) 		<p>Texto</p> <p>Publicidad</p> <p>Cd Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Láminas</p> <p>Computadora</p> <p>Carteles</p> <p>Página web</p>	<p>Emplea las Tic para determinar la inversión inicial aplicando los cálculos con la TIR y TMAR para obtener e interpretar los resultados.</p> <p>Ingresa a la web y ubica una empresa del sector comercial, y utiliza Excel para analizar los estados financieros.</p>	<p>TÉCNICA</p> <p>Lectura Comentada</p> <p>Observaciones</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Descripción</p> <p>Elaboración de organizadores cognitivos</p> <p>Debate</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios prácticos</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Organizador Cognitivo</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Guías de dialogo</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Dialogo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Llevar a cabo análisis de la VAN a través de Excel, conocer los pasos explicados en el texto. • Identificar los pasos que se trabajan en Excel para obtener la VAN • Investigar en varias fuentes el significado de TMAR y explicar con sus palabras. • Resolver la ecuación para obtener la TMAR, aplicando ejercicios en Excel • Ingresar al sitio www.mundobvg.com , ubicar una empresa del sector comercial. • Revisar el prospecto para emisión y utilizar Excel para analizar los estados financieros históricos obtenidos. • Identificar la rentabilidad de los activos totales y de los activos productivos • Realizar una presentación en power point y exponer en clases. <p>CONSOLIDACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en parejas con la siguiente información proporcionada y llevar a cabo las proyecciones de ingresos, costos y egresos por 5 años. • Determinar la inversión inicial, TIR, TMAR y periodo de recuperación. • Analizar e interpretar los resultados y presentarlos en power point. • Responde a los enunciados de manera correcta. • Desarrollar las actividades de “Construye tus conocimientos” págs. 168 -169 			Ensayo
---	--	--	--------

3. ADAPTACIONES CURRICULARES

Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada	
ELABORADO	REVISADO	APROBADO
Docente:	Coordinador del área :	Vicerrector:

Firma:	Firma:	Firma:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

PLANIFICACIÓN POR DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO

LOGO INSTITUCIONAL		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN				AÑO LECTIVO	
PLAN DE DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO							
1. DATOS INFORMATIVOS:							
Docente:	<i>Nombre del docente que ingresa la información</i>	Área/ asignatura:	Emprendimiento	Grado/Curso:	3° BGU	Paralelo:	
N.º de unidad de planificación:	1	Título de unidad de planificación:	Evaluación Del Proyecto De Emprendimiento	Objetivos específicos de la unidad de planificación:	O.E.G.3. Identificar y aplicar las pautas legales que favorecen al desarrollo sostenible de la empresa en el medio		
2. PLANIFICACIÓN							
DESTREZAS CON CRITERIOS DE DESEMPEÑO A SER DESARROLLADAS:						INDICADORES ESENCIALES DE EVALUACIÓN:	

EG.5.6.2. .Aplicar metodologías para la evaluación cualitativa de un proyecto de emprendimiento (cobertura de necesidades y empleo generado) que permitan establecer su factibilidad, los riesgos existentes y medidas mitigantes propicias		I.EG.5.10.1. Aplica las TIC para proyectar costos y gastos, calcular el punto de equilibrio del emprendimiento y el margen de contribución del producto o servicio ofertado. (I.3.,I.1.)	
EJES TRANSVERSALES:	• Buen Vivir	PERIODOS:	2
		SEMANA DE INICIO:	
Estrategias metodológicas		Recursos	Indicadores de logro
PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EXPLOREMOS LOS CONOCIMIENTOS <ul style="list-style-type: none"> • Observar detenidamente el dibujo • Resalta características de la imágenes • Expresa opiniones o criterios acerca del tema de estudio • Contestar y reflexionar sobre las preguntas propuestas en el texto. CONSTRUYO MIS CONOCIMIENTOS <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el significado de los términos del glosarios • Comprender el enfoque cualitativo de una investigación, antes, durante y después de un proceso de recolección de datos. • Identificar los métodos para una investigación cualitativa. • Resaltar características de cada uno de los métodos y establecer diferencias entre ellos. • Enlistar los pasos para hacer un proceso de investigación cualitativo • Inferir con sus propias expresiones como nace un emprendedor, leer el texto pág. 172 para comprobar inferencias • Reconocer la tabla las características para conocer un ben emprendedor. • Parafrasear sobre este tema de estudio y realizar un debate en clases emitiendo 		Texto Publicidad Cd Internet Computadora Láminas Computadora Carteles Página web	. Elabora un proyecto aplicando metodologías, analizando enfoques cualitativos y cuantitativos que permitan salvaguardar el patrimonio de una empresa reduciendo los posibles riesgos como tal, tomando medidas o estrategias de protección o mitigación. Elabora ensayos analizando los riegos de
			Actividades de evaluación/ Técnicas / instrumentos TÉCNICA Lectura Comentada Observaciones Lluvia de ideas Descripción Elaboración de organizadores cognitivos Debate Exposiciones Ejercicios prácticos INSTRUMENTO Organizador Cognitivo Escala de valoración Guías de dialogo Lista de cotejo Dialogo Ensayo

<p>opiniones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresar al INEC con el siguiente enlace http://www.ecuadorencifras.gob.ec/si-emprende/ • Seguir paso a paso las referencias y completar la información con los datos de su emprendimiento. • Elegir las opciones más adecuadas de acuerdo al proyecto emprendedor que han planificado y llenar la información. • Descargar el informe sobre los datos del mercado y clientes objetivos. • Anexar esta información a su estudio de mercado, analizar los datos y determinar sus conclusiones. • Leer de manera exegética acerca de las oportunidades con los que cuentan los emprendedores ecuatorianos, pág. 175 • Observar y analizar el siguiente organizador cognitivo acerca de los factores de macro y micro entorno que debe considerar un emprendedor. • Investigar en diferentes fuentes sobre los factores de riesgos que corre un emprendimiento. • Hacer un resumen sobre los factores de riesgos que debe considerar un emprendedor. • Exponer en clases y emitir conclusiones. • Identificar las estrategias de protección, reducción o eliminación de riesgos que está expuesta una empresa. • Elaborar un proyecto de salvaguardar el patrimonio de una empresa haciendo un análisis de los posibles riesgos. <p>CONSOLIDACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en Word y elaborar un cuadro con el proceso de investigación analizando los enfoques cualitativos y cuantitativos. • Trabajar en parejas e investigar acerca del programa Emprende Ecuador (MCPEC) 		<p>una empresa.</p> <p>Elabora en Word los enfoques cualitativos y cuantitativos en el proceso de investigación y evaluación de una empresa.</p>	
--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> • Contestar a las interrogantes relacionadas con el tema de investigación. • Precisar la diferencia entre enfoques cualitativos y cuantitativos. • Elaborar un ensayo analizando los riesgos en un emprendimiento, evaluar los riesgos a que se expone. • Completar una matriz con las posibles soluciones para reducir o eliminar los riesgos. • Desarrollar las actividades de “Construye tus conocimientos” pág. 182 – 183 • Leer y analizar el caso práctico de la pág. 184 y realizar las actividades sugeridas. • Desarrollar las actividades de emprendimiento en acción desde las págs. 188 hasta la pagina 191 			
---	--	--	--

3. ADAPTACIONES CURRICULARES

Especificación de la necesidad educativa	Especificación de la adaptación a ser aplicada	
ELABORADO	REVISADO	APROBADO
Docente:	Coordinador del área :	Vicerrector:
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

BIBLIOGRAFÍA

- Best, R. (2007). Marketing Estratégico. Madrid, España: Prentice Hall.
- Espinosa, M. (26 de abril de 2015). Con su marca de pintura se expande en el Litoral. Revista Líderes . Recuperado de: <http://www.revistalideres.ec/lideres/marca-pintura-leon-expande-litoral.html>
- Fernandez, R. (2009). Segmentación de Mercados. México DF: McGraw Hill.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2009). Mercadotecnia. México DF: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Gobierno de la Provincia de Salta Ministerio de Desarrollo Económico. (02 de Julio de 2015). Recuperado de: www.imet.cat/uploads/ocupacio/flaixemprendre/54/mermeladas_artesanales.pdf
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. Madrid: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Dirección de Marketing. México: Prentice Hall.
- Krajewski , L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2008). Administración de Operaciones . Madrid: Pearson Educación.
- Lambin, J. J., Galluci, C., & Sicurello, C. (2009). Dirección Estratégica de Marketing. México DF: Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2008). Estadística Aplicada a los negocios y la economía. México DF: McGraw Hill.
- Márquez, C. (6 de abril de 2015). Esta iniciativa calza con la responsabilidad social. Revista Líderes . Recuperado de: <http://www.revistalideres.ec/lideres/zapatos-empresa-guaranda-emprendimientoobsequios.html>
- Morales Castro, J., & Morales Castro, A. (2009). Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación.



México DF: McGraw Hill.

- Pabón Barajas, H. (2010). Fundamentos de Costos. Colombia: Alfaomega.
- Pavía Sánchez, I. (2012). Organización empresarial y de Recursos Humanos. Málaga, España: IC Editorial.
- Pride, W., & Ferrel, O. C. (2014). Marketing. Mexico: Cengage Learning.
- Real Academia Española. (07 de julio de 2015). Real Academia Española. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=Evalua>