

**Programa de capacitación técnica agrícola  
para jóvenes rurales en la Provincia de  
Orellana Cantón Joya de los Sachas, Ecuador**

**Marcos Alberto Benavides Suárez**

**Zamorano, Honduras**

Noviembre, 2011

ZAMORANO  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE AGRONEGOCIOS

# **Programa de capacitación técnica agrícola para jóvenes rurales en la Provincia de Orellana Cantón Joya de los Sachas, Ecuador**

Proyecto especial de graduación presentado como requisito parcial para optar  
al título de Ingeniero en Administración de Agronegocios en el  
Grado Académico de Licenciatura

Presentado por

**Marcos Alberto Benavides Suárez**

**Zamorano, Honduras**

Noviembre, 2011

# **Programa de capacitación técnica agrícola para jóvenes rurales en la Provincia de Orellana Cantón Joya de los Sachas, Ecuador**

Presentado por:

Marcos Alberto Benavides Suárez

Aprobado:

---

Rosa Amada Zelaya, M.Sc.  
Asesora principal

---

Ernesto Gallo. M.Sc., M.B.A.  
Director  
Carrera de Administración de  
Agronegocios

---

Zaira Colindres, M.A.E, M.D.L.  
Asesora

---

Raúl Espinal, Ph.D.  
Decano Académico

## RESUMEN

Benavides Suarez, M. A. 2001. Programa de capacitación técnica agrícola para jóvenes rurales en la provincia de Orellana cantón Joya de los Sachas, Ecuador. Proyecto especial de graduación del programa de Ingeniería en Administración de Agronegocios, Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano. Honduras. 30 p.

En el Cantón Joya de los Sachas, existe una alta deserción escolar debido a la falta de apoyo en la educación a nivel familiar y estatal. Se realizó un plan piloto con el objetivo de desarrollar un programa de capacitaciones a jóvenes de zonas rurales para alcanzar una serie de conocimientos y destrezas básicas administrativas enfocadas a la agricultura y agronegocios. Se recolectó información demográfica en instituciones gubernamentales y locales realizando entrevistas con el fin de conocer el tema de mayor interés entre los individuos a los cuales va dirigido el curso. Concluyendo que los jóvenes tienen interés de recibir capacitaciones en el área de: marketing, administración y calidad. Se desarrolló el contenido para un curso piloto en marketing en el Colegio Nacional Técnico Río Coca utilizando ayudas visuales, estudio de casos y videos. Se trabajó con un grupo de 12 jóvenes entre 12 y 15 años y 15 jóvenes entre 16 y 18 años. El aprendizaje de los jóvenes se valoró por medio de evaluaciones y se encuestó a los participantes para evaluar la percepción del curso. Los estudiantes evaluaron el curso como bueno. El promedio de calificación en el curso de los estudiantes de 16 a 18 años fue del 70% y en el grupo de 12 a 15 años el promedio fue 63%. En el estudio se concluyendo que los jóvenes tienen el deseo de participar dentro de cursos para su formación. Los jóvenes que participaron en el programa adquirieron nuevos conocimientos. Se recomienda involucrar en este proceso a las autoridades locales y regionales. El programa puede ser modificado y ampliado también en el área productiva. Se debe diseñar un plan de seguimiento al programa en la comunidad y en caso de que se requiera, modificarlo.

**Palabras clave:** Administración, calidad, educación, entrenamiento, formación, marketing.

## CONTENIDO

Portadilla .....	i
Página de firmas .....	ii
Resumen .....	iii
Contenido .....	iv
Índice de Cuadros, Figuras y Anexos.....	v
<b>1 INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>2 MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>4</b>
<b>3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>4 CONCLUSIONES.....</b>	<b>16</b>
<b>5 RECOMENDACIONES.....</b>	<b>17</b>
<b>6 LITERATURA CITADA.....</b>	<b>18</b>
<b>7 ANEXOS .....</b>	<b>20</b>

## ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS Y ANEXOS

Cuadros	Página
1. Matriz de competencias .....	8
2. Contenido curricular del curso de marketing. ....	10
3. Contenido curricular del curso de administración.....	12
4. Contenido curricular del curso de calidad. ....	14
Figuras	Página
1. Ayudas visuales utilizadas en el curso de Marketing, en la prueba piloto desarrollada en el Cantón Joya de los Sachas, Orellana, Ecuador. ....	5
2. Notas de evaluación de estudiantes. ....	15
Anexos	Página
1. Modelo de encuesta realizada a alumnos .....	20
2. Análisis de la percepción de estudiantes encuestados en el colegio Salazar Gómez .	21
3. Guía para entrevista a miembros y autoridades de la comunidad. ....	23
4. Descripción detallada del curso de Marketing .....	27

## 1. INTRODUCCIÓN

La capacitación es necesaria y útil para ayudar a las personas a mejorar su desempeño y adquirir nuevos conocimientos. Según Hellriegel (2005) una capacitación es una actividad que ayuda a los empleados a superar limitaciones y mejorar el desempeño de sus empleos actuales. Con las capacitaciones se pretende desarrollar competencias, entendiendo como competencias la combinación de destrezas, conocimientos, aptitudes, actitudes y la disposición para aprender más allá del saber común. Competencias de comunicación, planeación, administración, trabajo en equipo y acción estratégica facilitan la participación en procesos globalizados y manejo del personal.

Para que las capacitaciones tengan el efecto deseado dentro del grupo es necesaria una comunicación efectiva. Para que los conocimientos que se intentan transmitir lleguen de una manera clara y sean de provecho para los estudiantes hay que conocer y aplicar los principios de diálogo con las comunidades rurales. Según Geifus (2002) las herramientas participativas están fundamentadas en el diálogo que debe representar un principio fundamental: todos los participantes deben ser considerados como fuente de información y decisión para analizar los problemas y contribuir a soluciones a través de acciones de desarrollo. “Todo el mundo, rico o pobre, con o sin educación formal, con o sin poder, debe merecer el mismo respeto y tener la misma posibilidad de expresar sus opiniones”.

Los mayores problemas en los países latinoamericanos son: la pobreza y la migración. Esta última ocurre desde zonas rurales hacia las grandes ciudades Quito, Guayaquil o Cuenca en el caso del Ecuador, también hacia otros países más desarrollados como: Estados Unidos, España, Italia y otros países europeos en busca de mejores oportunidades de trabajo. La migración ha generado problemas sociales, económicos, destrucción del grupo familiar, explotación laboral, tráfico de personas y abandono de las zonas agrícolas; problemas que se deben muchas veces a la escasa preparación técnica y la falta de recursos económicos. En Ecuador el 12.9% de las tierras fértiles no están produciendo (Urzaínki 2006) y alrededor de cuatro millones de ecuatorianos han migrado a Estados Unidos y Europa (Valencia 2009), lo que ha ocasionado que grandes extensiones de tierra fértil estén abandonadas.

El insuficiente apoyo y capacitación al sector agrícola. Especialmente en la zona oriental del Ecuador, donde desde la década de los setenta se ha explotado el petróleo relegando a segundo plano el desarrollo agrícola, como ha ocurrido en el Cantón Joya de los Sachas en la actual Provincia de Orellana.

Implementar un proyecto de capacitación técnica agrícola para jóvenes ayudará al desarrollo de las comunidades rurales, como lo hace la fundación Ing. Agr. Juan José Castelló Zambrano a través de la Unidad Educativa del Milenio Ingeniero Agrónomo Juan José Castelló Zambrano como parte de su proyecto “Yo sueño con Limoncito”, donde uno de los objetivos es la capacitación a pequeños y medianos productores, niños y jóvenes de sus comunidades, la experimentación en la agricultura y la producción agrícola, desarrollando experiencias de aprender haciendo y fomentando los valores humanos.

La principal limitante de este proyecto es que se enfoca a un plan piloto con pocos cursos desarrollados en un solo cantón del Ecuador. En la actualidad la población en el Cantón Joya de los Sachas tiene 26.363 habitantes donde el 27.7% son jóvenes entre 15 y 29 años (INEC 2001).

Según Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME), en su documento del Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Joya de los Sachas (2011), el acceso de estudiantes primarios a la instrucción secundaria en las zonas urbanas del cantón es solamente del 42%. En el área rural se estima que de cada diez niños que terminan la educación primaria solo tres van al colegio.

Las familias del sector rural son las más afectadas por la crisis económica causada por la baja productividad agropecuaria, como consecuencia de la falta de atención gubernamental a este sector en la región. Esto provoca que las familias de zonas rurales no puedan enviar a sus hijos a escuelas o colegios, además hay otros factores que limitan el acceso a la educación como: poca disponibilidad de maestros, el sistema educativo es inadecuado, baja asignación de presupuesto del estado a la educación, profesores sin título docente, falta de interés de los maestros por integrarse a la comunidad, maestros sin vocación, capacitación y actualización pedagógica, inconformidad por el bajo salario de los educadores, falta de apoyo de las autoridades locales y provinciales a la educación, infraestructura inadecuada, desorganización, escaso material didáctico, mínima participación de la comunidad, escasos recursos económicos de las familias e irresponsabilidad de los padres (AME 2011).

Debido a los bajos niveles educativos y falta de mano de obra en el campo a causa de la migración, surge la necesidad de dar formación técnica a jóvenes de escasos recursos creando un programa de capacitación técnica agrícola para jóvenes, desarrollando capacidades para mejorar su estilo de vida y generar fuentes de empleo con base al conocimiento técnico-agrícola.

Este programa se centra en la capacitación agro-empresarial tanto para hombres como para mujeres, necesaria para el desarrollo de los sectores rurales, complementando el conocimiento empírico con el conocimiento científico. Con el fin de mejorar el factor socio-económico, generando personal calificado con capacidades de contribuir a incrementar la rentabilidad de la producción agrícola y la apertura a los mercados locales, nacionales o internacionales dentro de su comunidad.

Puesto que los jóvenes son la fuerza que impulsa a las comunidades en el mediano y largo plazo se estructura el programa de capacitación para jóvenes que implica ampliar su

conocimiento, brindando herramientas científico-prácticas para una mejor aplicación de sus destrezas y habilidades, tanto en el campo agrícola como en el comercial.

Los objetivos del presente estudio son:

- Realizar un diagnóstico de las capacidades que se van a implementar en el diseño del programa.
- Determinar las capacidades y competencias mínimas para el diseño del programa.
- Definir los temas de los cursos que posiblemente se usarán en el diseño.
- Impartir dentro del diseño de capacitación una serie de conocimientos y destrezas administrativas enfocadas a la agricultura y agro negocios para con esta formación del capital humano obtener personal responsable, competente con formación de calidad en el manejo de los recursos naturales de estas y otras zonas rurales.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

Para alcanzar a los objetivos trazados en el estudio, se consolidó la siguiente metodología:

**Diagnóstico de situación actual del Cantón la Joya de los Sachas.** Se buscó información tanto en el gobierno local y nacional como en la misma comunidad. Se obtuvo información estadística de la demografía y nivel educacional de la zona según el censo realizado en el año 2001. Así mismo para obtener estos resultados se realizaron encuestas a jóvenes de diferentes edades cursando entre octavo de básica a último año de secundaria en el mes de Enero del 2011.

Se realizó entrevistas a personas relacionadas con el cantón de diferente manera y que tienen conocimiento sobre las falencias que se presentan dentro de este. Cada entrevista constó de 12 preguntas, dentro de las cuales existen temas sobre la situación actual del sector educativo de la zona y la percepción de cada entrevistado a cerca de la realización de un programa de capacitación.

Se realizó el diagnóstico en el colegio Eduardo Salazar Gómez, con el objetivo de conocer los intereses de los estudiantes con respecto a la disposición de seguir un curso de capacitación en diferentes temas relacionado con agro-negocios.

**Analizar la información del gobierno, comunidades y encuestas de los estudiantes para definir las áreas de capacitación de curso.** Para realizar el análisis de la percepción de las entrevistas, se unificaron las respuestas, organizándolas por pregunta para luego realizar una síntesis de la información que cada entrevistado proporcionó, se colocó toda esta información dentro de un cuadro, detallando tanto, las preguntas y cada una de las respuestas, como la respectiva síntesis. Las preguntas se dividieron en tres grupos: aspecto educativo, situación actual e interés de capacitación.

Finalmente se unificó el análisis de las preferencias tanto de los estudiantes como de las entrevistas de los expertos para definir los cursos que se consideraron para realizar la planificación. Se tomaron en cuenta no solo los cursos que los estudiantes prefirieron sino también los que mencionaron las personas que conocen sobre la situación del cantón y que a su parecer serían más apropiados para la formación de los jóvenes; se determinó que se realizarían tres cursos: marketing, calidad y administración general.

**Definir capacidades a desarrollar.** Las capacidades a desarrollar se definieron mediante el análisis de las encuestas y necesidades educativas del sector, basándonos en las opiniones obtenidas en las entrevistas y problemas comunes en los jóvenes y su entorno.

**Desarrollar el contenido curricular.** Se desarrolló el contenido curricular para tres cursos, en el cual se determinaron los temas principales de los cursos tomando en cuenta las capacidades que se desean implementar además de la temática general de cada curso se consideró también los materiales y tiempo que se dedicaría a explicar y desarrollar cada uno de los temas y los métodos de evaluación que se utilizarán dentro de cada uno de los cursos.

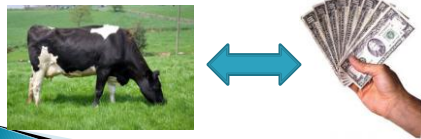
**Preparar la planificación de la prueba piloto.** Para la elaboración del curso piloto se investigó el tema de elección y se preparó material didáctico como: ayudas visuales (papelografos y Presentación en Power Point Microsoft®), estudios de casos y videos para el desarrollo y explicación del curso (Figura 1). Se definió una evaluación del curso para determinar si este cumple con la función de transmitir conocimientos y desarrollar las capacidades que se pretendía, por medio de una encuesta final para que los estudiantes evalúen a su criterio el desarrollo de ese curso como: malo, regular, bueno y excelente.

### ¿Que es el marketing?

- ▶ El marketing sirve para atraer y retener clientes rentables, pues sin ellos la empresa, sea grande o pequeña no podría sobrevivir y crecer.
- ▶ Marketing es el término en inglés  
En castellano es Mercadotecnia  
Los dos vienen de la palabra market o mercado  
Es la manera de acercarse e interactuar con los clientes o sea la gente, para conocer sus necesidades

### ¿Qué es el precio?

- ▶ La cantidad de dinero que el cliente entrega a cambio de un producto o servicio.
- ▶ Es el factor que más afecta en el cliente para tomar su decisión de compra.



**Mercado meta**

El mercado meta es el grupo de consumidores que queremos atacar. El cliente que buscamos es el público que queremos atacar y lo que queremos. Big Data se centra en los consumidores que buscan una ganancia a precio más bajo. Mientras, el marketing se basa más en la eficiencia. ¿Cómo se refleja en los clientes que prefieren salvar una clásica ganancia pagando un poco más. Para que el posicionamiento tenga éxito hay que determinar claramente a qué consumidor o que necesidad queremos satisfacer.

**¿Qué afecta el comportamiento del consumidor?**  
Los clientes compran influenciados por los siguientes factores:

- Culturales
- Sociales
- Personales

Los factores culturales se refieren a un conjunto, pero a veces incluye también a aspectos de segmentación de mercado.

**Factores Culturales**  
Cultura, Subcultura, Clase social, Grupos de referencia, Familia, Roles y estatus.

**Factores Personales**  
Edad y etapa en el ciclo de vida, Situación económica, Estilo de vida.

**Segmentación del mercado**  
Para un producto no puede satisfacer las necesidades de toda la población, por lo tanto debemos dividir la población en grupos, y enfocarnos únicamente en el grupo al cual está dirigido nuestro producto.

Para que una segmentación sea eficaz es necesario:  
Que sea posible medir el tamaño del grupo y su capacidad de compra.  
Los segmentos del mercado deben ser diferentes desde el día y el tiempo dentro de la población.  
Que los segmentos de mercado sean lo suficientemente importantes y rentables.

**Los clientes compran influenciados por los siguientes factores:**  
Culturales, Sociales, Personales.  
Este sistema normalmente se puede aplicar a cualquier grupo de clientes, siempre que se trate de un mercado.

Figura 1. Ayudas visuales utilizadas en el curso de Marketing, en la prueba piloto desarrollada en el Cantón Joya de los Sachas, Orellana, Ecuador.

Para la implementación de la prueba piloto se contó con la ayuda del rector del Colegio Nacional Técnico Río Coca, Lic. Luis Salazar para ocupar las instalaciones y la ayuda de un profesor del mismo colegio para elaborar la prueba piloto. Se dividió en dos grupos los jóvenes según su edad para facilitar la percepción de los estudiantes. Jóvenes de 12 a 15 años (12 jóvenes) y jóvenes de 16 a 18 años (15 jóvenes).

**Análisis de la prueba piloto.** Luego de impartir el curso de acuerdo al programa establecido se tabularon los datos obtenidos de las evaluaciones realizadas a los estudiantes y de la evaluación sobre la percepción del curso impartido a los estudiantes. Con los datos de la evaluación y la experiencia de la prueba piloto, se tomaron las recomendaciones y ajustes correspondientes para la mejora del curso.

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

**Resultados de la encuesta a jóvenes del colegio Eduardo Salazar Gómez.** De las encuestas realizadas reflejan que la mayoría de estudiantes en el rango de 16 a 19 años, un 47% tomarían el curso. También se encontró que del total de encuestados, los jóvenes que desearían recibir un curso de capacitación representan el 72%. Datos que determinan que dentro de los jóvenes existe interés por recibir e incluso de inscribirse para recibir un curso de capacitación y en caso de que el proyecto se efectuó sabemos que existe el interés por los jóvenes.

Con las encuestas y entrevistas se pudo determinar los cursos a impartir; se unió la información obtenida de las encuestas y entrevistas a autoridades seccionales y estudiantes y en base a esos resultados se determinaron los temas de los cursos a impartir.

**Resultados de las entrevistas.** Dentro del aspecto educativo en el cantón Joya de los Sachas hay escuelas y colegios donde se encontró que el porcentaje de deserción de estudios no es alto, ya que el 80% culminaron la educación primaria y el 70% culminaron la educación secundaria (Ruiz 2011)<sup>1</sup>.

Las principales causas para no culminar sus estudios es la falta de apoyo emocional y económico de sus padres y la dificultad para llegar a los centros educativos, llámense estas escuelas o colegios por la carencia de vías y transporte (Ruiz 2011)<sup>1</sup>.

En cuanto al análisis de la situación actual según Ruiz (2011)<sup>1</sup>, la migración de las zonas rurales hacia las zonas urbanas es alta, siendo del 60%, a pesar de que el sector agrícola no es considerado pobre es recomendable desarrollarlo de una manera más eficiente, por lo que se sugiere mejorar el ámbito agrícola dentro de las comunidades con el objetivo de disminuir el porcentaje de migración.

En la última sección de las entrevistas se llegó a la conclusión de que la implementación de un programa técnico-agrícola dentro de la zona sería muy beneficioso para desarrollar capacidades agro-empresariales. Las necesidades con más interés por los especialistas es impartir cursos de capacitación en áreas como Marketing, Administración y Calidad; al implementar estos cursos se considera necesario fomentar capacidades como la investigación científica, el trabajo en equipo y desarrollar métodos de estudio para

---

<sup>1</sup> Ruiz Mauricio. Arq. técnico del Gobierno Parroquial San Sebastián del Coca, entrevista realizada vía correo electrónico, Agosto del 2011.

promover el impulso agropecuario de la zona, capacitando adecuadamente a los jóvenes de entre 12 a 18 años.

En conclusión podemos decir que los cursos que los entrevistados sugirieron para realizarse y los cursos que los jóvenes seleccionaron, están relacionados. De esta manera los estudiantes están más dispuestos a recibir cursos que saben que también son de su interés.

**Competencias a desarrollar.** Para que la capacitación se pueda llevar a cabo de manera efectiva, hay que determinar las capacidades que van a implementarse dentro del proyecto, describiendo cuales son, como se van a desarrollar y dentro de que curso se implementarán las mismas. Las competencias ayudarán a definir las nuevas habilidades que los jóvenes requerirán en cada campo para su crecimiento personal y a contribuir a su comunidad de una mejor manera. El cuadro 1 muestra las competencias definidas a través de las encuestas y entrevistas, así como de que manera van a ser desarrolladas.

Cuadro 1. Matriz de competencias

<b>Competencias</b>	<b>Como</b>	<b>Curso</b>
Administración	- Estudio de casos - Charlas magistrales - Supuestos	Administración
Comunicación Efectiva	- Trabajos en grupo para la realización de diferentes actividades - Exposiciones de trabajos y discusiones hechas en grupos	Marketing Administración Calidad
Analizar problemas básicos dentro de un mercado	- Estudio de casos - Ejemplos dentro de los mercados - Charlas magistrales	Marketing
Trabajo en equipo	- Trabajos en grupo para la realización de diferentes actividades	Marketing Administración Calidad
Acción estratégica	-Discusiones sobre cómo resolver problemas de una forma eficiente	Administración Marketing

## **DESARROLLO DEL CONTENIDO CURRICULAR DE LOS CURSOS DE: MARKETING, ADMINISTRACIÓN Y CALIDAD.**

**Marketing.** La capacitación está diseñada para jóvenes entre 12 a 18 años de edad enfocados en el área agrícola y que se encuentren interesados en un curso agro empresarial. Los jóvenes tendrán la capacidad de usar estrategias apropiadas para implementar técnicas de marketing.

El objetivo general es que los estudiantes conozcan y aprendan términos básicos de marketing. Durante la elaboración del curso se revisarán los principios básicos de marketing. Se desarrollarán temas sobre la segmentación del mercado, fijación de precios, ventas y publicidad. Las técnicas de enseñanza utilizadas incluyen: lecturas, presentaciones y actividades cortas poniendo en práctica los conocimientos adquiridos, teniendo discusión interactiva expositor-alumno.

### **Objetivos del curso de capacitación de marketing.**

Después del curso de capacitación los jóvenes de 12 a 18 años tendrán habilidades de:

- Identificar conceptos básicos de marketing.
- Describir la importancia del marketing en la actualidad.
- Poner en práctica los conocimientos adquiridos.
- Identificar problemas y conceptos de marketing por estudio de casos.

Cuadro 2. Contenido curricular del curso de marketing.

Temas	N°	Subtema	Actividades a desarrollar	Métodos y técnicas de enseñanza	Recursos	Tiempo (min)
Introducción al marketing.	1.1	¿Qué es el marketing?				
	1.2	Cuatro P's.				
	1.3	Elementos del marketing	Video introductorio.		Proyector.	15
	1.4	El mercado		Charla magistral.		
	1.5	El mercado y las necesidades del cliente	Explicación de subtemas.		Computador.	
	1.6	Valor de los clientes				
Mercado de consumo	2.1	Tipos de mercados			Proyector.	25
	2.2	Mercado meta	Explicación de subtemas.	Charla magistral.	Computador.	
	2.3	Características que afecta el comportamiento del consumidor				
Segmentación	3.1	¿Por qué segmentamos un mercado?	Explicación de subtemas.	Charla magistral.	Proyector.	40
	3.2	Segmentación de los mercados de consumidores				
	3.3	Variables de segmentación del mercado	Análisis de caso.	Análisis de caso.	Computador.	
	3.4	Requisitos para una segmentación eficaz			Fotocopias del caso.	
Fijación de precios	4.1	¿Qué es el precio?			Proyector.	20
	4.2	Factores a considerar al fijar precios	Explicación de subtemas.	Charla magistral.		
	4.3	Métodos generales de fijación de precios			Computador.	
Ventas al detalle y al mayoreo	5.1	Ventas al detalle	Explicación de subtemas.	Charla magistral.	Proyector.	6
	5.2	Ventas al mayoreo			Computador.	
Publicidad y promoción de ventas.	6.1	Publicidad	Video.		Proyector.	40
	6.2	Promoción de ventas	Explicación de subtemas.	Charla magistral.	Computador	
			Análisis de caso.	Análisis de caso.	Fotocopias del caso.	

**Administración.** La capacitación está diseñada para jóvenes entre 12 a 18 años de edad enfocados en el área agrícola y que se encuentren interesados en un curso agro empresarial. Los jóvenes tendrán la capacidad de usar estrategias apropiadas para implementar técnicas de administración.

El objetivo general es que los estudiantes conozcan términos básicos de administración. Durante la elaboración del curso se revisarán los principios básicos de la administración. Se aprenderán temas sobre la organización, ética administrativa, planeación, administración estratégica y cadena de valor.

Las técnicas de enseñanza utilizadas incluyen: lecturas, presentaciones y pequeñas actividades poniendo en práctica los conocimientos adquiridos, teniendo discusión interactiva expositor-alumno.

**Objetivos del curso de capacitación en administración.**

Después del curso de capacitación los jóvenes de 12 a 18 años tendrán la capacidad de:

- Identificar conceptos básicos de administración.
- Describir la importancia de la administración dentro de cualquier empresa.
- Poner en práctica los conocimientos básicos adquiridos.
- Identificar problemas y conceptos de administración por estudio de casos.

Cuadro 3. Contenido curricular del curso de administración.

Temas	Nº	Subtema	Actividades a desarrollar	Métodos y técnicas de enseñanza	Recursos	Tiempo (min)
Introducción a la administración.	1.1	¿Qué es la administración?		Charla magistral.		
	1.2	Funciones administrativas	Video introductorio		Proyector.	
	1.3	¿Qué es una organización?	.	Lluvia de ideas por parte de los estudiantes		30
	1.4	Teorías generales de la administración.	Explicación de subtemas.		Computador.	
Las limitantes de la organización.	2.1	Cultura de la organización			Proyector.	
	2.2	Como se sostiene la cultura en la organización	Explicación de subtemas.	Charla magistral.	Computador.	60
	2.3	Creación de cultura ética	Desarrollo de caso.	Análisis de caso.	Fotocopias del caso.	
	2.4	Entorno				
Responsabilidad social y ética administrativa	3.1	¿Qué es la responsabilidad social?		Charla magistral.	Proyector.	
	3.2	Administración por valores	Explicación de subtemas.			30
	3.3	Ética administrativa		Discusión de situaciones con los estudiantes	Computador.	
	3.4	Manejo del impacto social				
Planeación	4.1	¿Qué es planeación?				
	4.2	Fijación de metas y preparación de planes	Explicación de subtemas.	Charla magistral.	Proyector.	30
	4.3	Planeación eficaz y entornos dinámicos			Computador.	
Administración estratégica	5.1	¿Qué es la administración estratégica?			Proyector.	
	5.2	Proceso de la administración estratégica	Explicación de subtemas.	Charla magistral.		30
	5.3	Tipos de estrategias			Computador.	
Administración de la cadena de valor	6.1	¿Qué es la administración de la cadena de valor?				
	6.2	Beneficios de la administración de la cadena de valor	Video. Explicación	Charla de magistra	Proyector.	50

6.3	Obstáculos de la administración de la cadena de valor	subtemas.	1.	Computador.
6.4	Iniciativas de calidad			

---

**Calidad.** La capacitación está diseñada para jóvenes entre 12 a 18 años de edad enfocados en el área agrícola y que se encuentren interesados en un curso agro empresarial. Los jóvenes tendrán la capacidad de usar estrategias apropiadas para implementar calidad.

El objetivo general es que los estudiantes conozcan los principios y conceptos básicos de calidad. Durante la elaboración del curso se revisarán los principios básicos de calidad. Se aprenderán temas sobre filosofía de la calidad, normas ISO, eficiencia, eficacia, efectividad, ciclo de Deming y mejora continua, implementación de la calidad en las organizaciones.

Las técnicas de enseñanza incluyen lecturas, presentaciones y pequeñas actividades poniendo en práctica los conocimientos adquiridos, teniendo discusión interactiva expositor-alumno.

**Objetivos del curso de capacitación de calidad.**

Después del curso de capacitación los jóvenes de 12 a 18 años tendrán habilidades de:

- Identificar conceptos básicos de calidad.
- Describir la importancia de la calidad dentro de los procesos productivos.
- Poner en práctica los conocimientos adquiridos.
- Identificar problemas y conceptos de calidad por estudio de casos.

Cuadro 4. Contenido curricular del curso de calidad.

Temas	N°	Subtema	Actividades a desarrollar	Métodos y técnicas de enseñanza	Recursos	Tiempo (min)
Conceptos básicos.	1.1	¿Qué es calidad?				
	1.2	¿Por qué es importante la calidad?	Video introductorio.	Charla magistral.	Proyector.	
	1.3	Aseguramiento de la calidad.	Explicación de subtemas.	Discusión de grupo	Computador.	30
	1.4	Dentro de que empresas es importante la calidad				
Eficiencia, eficacia y efectividad	2.1	Eficiencia		Charla magistral.	Proyector.	
	2.2	Eficacia	Explicación de subtemas.		Computador.	
	2.3	Efectividad	Análisis de caso.	Análisis de caso.	Fotocopias del caso.	20
Ciclo de Deming	3.1	PHVA		Charla magistral.	Proyector.	
	3.2	Planear				
	3.3	Hacer	Explicación de subtemas.			20
	3.4	Verificar		Ejercicios de aplicación	Computador.	
	3.5	Actuar				
Normas de calidad	4.1	Diferentes normas de calidad				
	4.2	BPA				
	4.3	BPM	Explicación de subtemas.	Charla magistral.	Proyector.	70
	4.4	HACCP			Computador.	
	4.5	Definición de ISO				
	4.6	Tipos de ISO				
	4.7	ISO 9000				
	4.8	ISO 14000				

**Resultados de la prueba piloto.** Luego de realizar la prueba piloto se obtuvieron los siguientes datos de la percepción de los estudiantes acerca del curso, se evaluaron los siguientes criterios: valoración del contenido general, valoración de la metodología, valoración a los participantes, valoración del moderador y valoración de la organización. Cada uno de los criterios tuvo como rangos: malo, regular, bueno y excelente.

- Para el criterio de valoración del contenido se obtuvo que tanto los jóvenes de 12 a 15 como los jóvenes de 16 a 18, consideren que el contenido del curso fue bueno.
- Para el criterio de valoración de la metodología todos los jóvenes evaluaron la metodología como buena.
- Para el criterio de valoración a los participantes la percepción de los jóvenes fue que la oportunidad de aprender y que interese el tema impartido en el curso fue bueno.

- Para el criterio de valoración del moderador los estudiantes lo evaluaron como bueno, tanto en la capacidad de exponer el tema, como su dominio e interacción con los estudiantes.
- Y finalmente para el criterio de organización del curso los estudiantes lo evaluaron como bueno
- Del total de valoraciones, bueno fue el criterio que más se escogió con el 43.7%.

Se obtuvo que para el desarrollo de los dos casos que se implementaron dentro del curso solamente los jóvenes de 16 a 18 años pudieran desarrollar las preguntas dentro de los dos casos, para los jóvenes de 12 a 15 años este modo de enseñanzas fue muy complicado por lo cual no lo pudieron resolver.

Además se analizaron las evaluaciones realizadas a los estudiantes, lo que nos ayudó a tener una mejor perspectiva de cómo el curso impactó dentro de los estudiantes, dentro de las evaluaciones se encontró que: para los jóvenes de 16 a 18 años el promedio en notas de la evaluación sobre 100 puntos fue de 73, su máxima nota fue de 94 y la mínima de 27. Para los jóvenes de 12 a 15 años se obtuvo un promedio de 66, la máxima nota, 77 puntos fue y la mínima 38.

En general de los dos grupos obtuvieron un promedio de 70 sobre 100 puntos. Con las notas obtenidas se observó que se encuentran dentro de una distribución normal como se muestra en la figura 2.

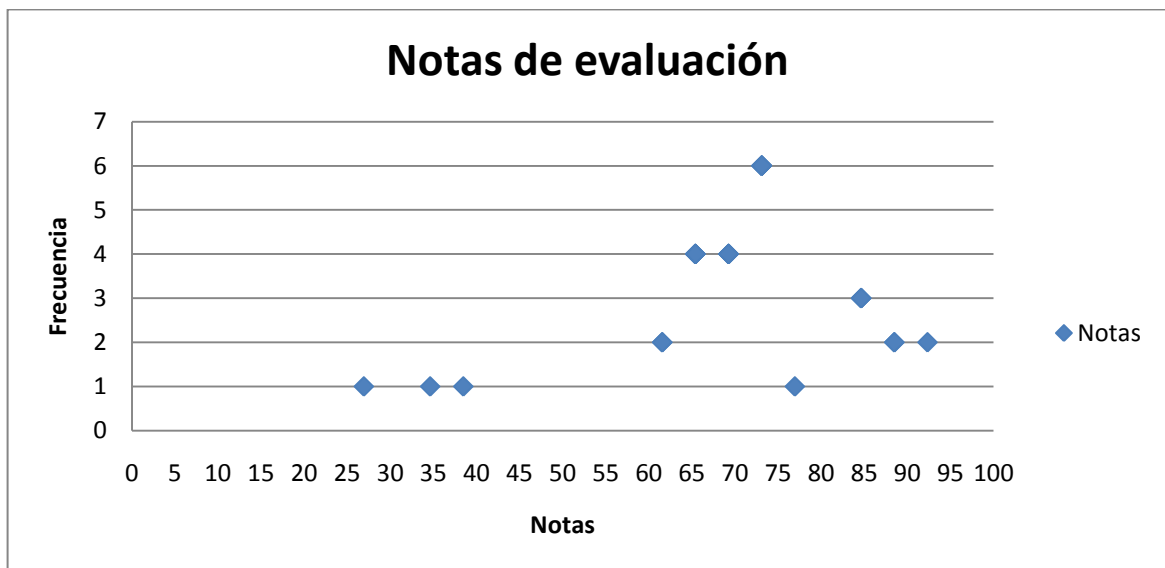


Figura 2. Notas de evaluación de estudiantes.

Con estos datos se analizó que los jóvenes de 16 a 18 años tuvieron una mejor asimilación al material que se impartió dentro del curso a comparación de los jóvenes de 12 a 15 años.

## **4. CONCLUSIONES**

- Los jóvenes son conscientes de la necesidad de capacitación y tienen el deseo de participar dentro de cursos para su formación. Los jóvenes que se ofrecieron a participar dentro del programa adquirieron nuevos conocimientos que podrán aplicar dentro de su comunidad.
- El programa de capacitación enfatiza el desarrollo de análisis y actividades prácticas dentro del ámbito de agronegocios, a fin de afianzar un mayor desarrollo de las capacidades de los jóvenes que reciban el curso.
- Los implementos didácticos y ayudas visuales utilizadas ayudan a transmitir con mayor facilidad las ideas a los participantes. La visualización de ideas facilita la comprensión de conceptos haciendo efectivo el curso.
- Mientras la edad de los jóvenes sea mayor, existe una mejor asimilación del contenido de los cursos.

## 5. RECOMENDACIONES

- Adecuar el curso para jóvenes de 12 a 15 años haciéndolo más didáctico y con conceptos básicos.
- El programa debe ser modificado y ampliado para que además de impartir formación en agronegocios, también se pueda incluir formación en el área productiva, considerando que los temas sean pertinentes para las necesidades de la comunidad y capacidades de los jóvenes.
- Como parte del curso se pueden implementar más actividades prácticas para que los estudiantes asimilen mejor su contenido.
- Diseñar un plan de seguimiento del programa para validar que lo impartido en el curso este siendo aprovechado por la comunidad, y en caso de que se requieran modificaciones, realizarlas.
- Implementar el desarrollo de este tipo de cursos no solo dentro de una parroquia sino que extenderlo a otras comunidades.
- De ser impartido para edades inferiores de 15 años hay que hacer una reestructuración del contenido del curso haciéndolo más sencillo y práctico, utilizando métodos pedagógicos más prácticos.
- Se necesita hacer el curso interesante y dinámico para que los jóvenes estén dispuestos a quedarse en él, caso contrario buscaran la forma de eludirlo. Si el curso se desarrolla con un facilitador que tenga experiencia en la docencia lograr la atención se vuelve mucho más fácil.
- Las ayudas visuales deben adaptarse a la disponibilidad de materiales del lugar donde se pretende dar el curso, siguiendo recomendaciones de metodología y diseño, en especial para jóvenes de 12 a 15 años.
- Es necesario preparar a este segmento de la población (jóvenes) brindándoles habilidades para administrar y mercadear sus productos. También es muy importante involucrar en este proceso a las autoridades locales y regionales, quienes en esta oportunidad ofrecieron su colaboración.

## 6. LITERATURA CITADA

Abdalá, E. 2000. Evaluación de impacto: Un reto ineludible para los programas de capacitación juvenil (en línea). Uruguay. Consultado 20 abr. 2011. Disponible en <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/boletin/150/pdf/abdala.pdf>

AME (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas). 2011. Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Joya de los Sachas. Joya de los Sachas, Ecuador. 162 p.

Camacho, I. 1999. Conceptos básicos en la investigación de mercados (en línea). Caracas, Venezuela. 7 p. Consultado jul. 2011. Disponible en <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/conbasimuch.PDF>

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). 2001. Protagonismo juvenil en proyectos locales: Lecciones del Cono Sur (en línea). Santiago de Chile, Chile. 15 p. Consultado 20 abr. 2011. Disponible en [http://www.eclac.org/publicaciones/xml/8/6318/lcg2098e\\_0.pdf](http://www.eclac.org/publicaciones/xml/8/6318/lcg2098e_0.pdf)

Geilfus, F. 2002. 80 herramientas para el desarrollo participativo: Diagnóstico, planificación, monitoreo, evaluación. 6ta ed. San Salvador, El Salvador. 5 p.

Haro, R. 2003. I informe sobre recursos zoogenéticos Ecuador (en línea). Quito, Ecuador. 33 p. Consultado 4 mar. 2011. Disponible en <http://www.fao.org/ag/againfo/programmes/en/genetics/documents/Interlaken/countryreports/Ecuador.pdf>

Hellriegel, D., Jackson, SE., Slocum, J. 2005. Administración: Un enfoque basado en competencias. 10ª ed. México D.F., México 540 p.

INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador). 2001. VI Censo de Población y V de vivienda. Ecuador.

Marin, JC. 2003. Programa de Capacitación de Jóvenes. Chile. 37 p.

Saravia, M. 2006. Metodología de investigación científica: Orientación metodológica para la elaboración de proyectos e informes de investigación (en línea). Bolivia. 18 p. Consultado 17 abr. 2011. Disponible en <http://www.cienciaytecnologia.gob.bo/convocatorias/publicaciones/Metodologia.pdf>

Urzainki M. A. 2006. América Latina ante el paradigma y los desafíos de la globalización (en línea). Consultado 28 oct. 2010. Disponible en <http://www.ingeba.org/lurralde/lurranet/lur29/29urzain/29urzain.htm>.

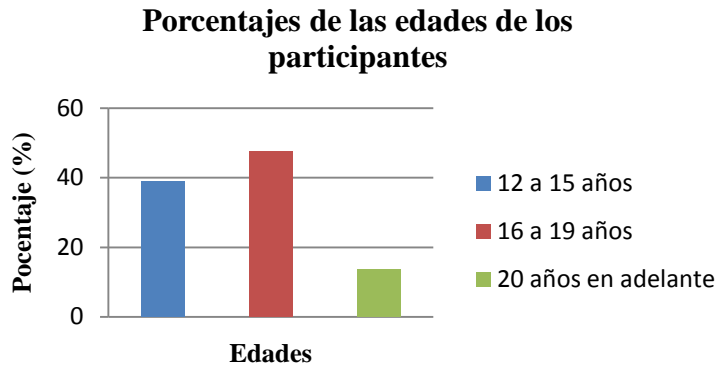
Valencia, J. 2009. Las pautas y cifras de la migración. Diario Hoy. Ecuador. Disponible en <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-pautas-y-cifras-de-la-migracion-371922.html>

## 7. ANEXOS

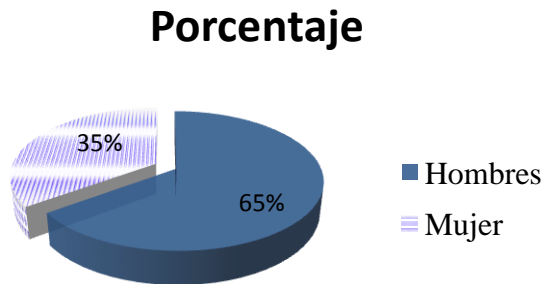
### Anexo 1. Modelo de encuesta realizada a alumnos

<p><b>Encuesta para Implementación de Programa Agro-Empresarial</b></p> <p>1) Edad ____</p> <p>2) Género</p> <p>Masculino __ Femenino __</p> <p>3) ¿Algún miembro de su familia se dedica a la producción en el campo?</p> <p>Si __ No __</p> <p>4) ¿Cuáles son los principales productos que producen?</p> <p>1) _____</p> <p>2) _____</p> <p>3) _____</p> <p>5) ¿Estaría interesado en ingresar a un programa para capacitación agro-empresarial?</p> <p>Si __ No __</p> <p>6) ¿Qué cursos estaría interesado en recibir en dicho programa? (señale con una X)</p> <p>Marketing (Mercadeo) __</p> <p>Calidad __</p> <p>Recursos Humanos __</p> <p>Administración __</p> <p>Finanzas __</p> <p>Economía de la producción __</p> <p>Industrialización __</p> <p>Comercialización __</p> <p><b>GRACIAS POR SU TIEMPO</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Anexo 2. Análisis de la percepción de estudiantes encuestados en el colegio Salazar Gómez

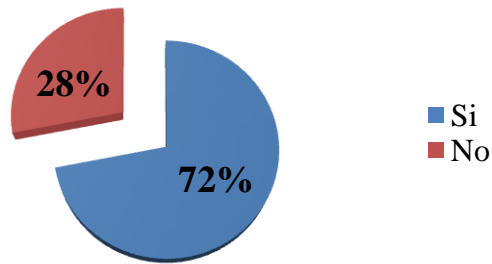


En el anterior cuadro muestra que alumnos entre los 12 a 15 años cubren un 39% del total de los participantes, mientras que el 47% son estudiantes entre las edades de 16 a 19 años, y finalmente obteniendo un porcentaje pequeño que cubren estudiantes entre los 20 años en adelante solo es el 14%.

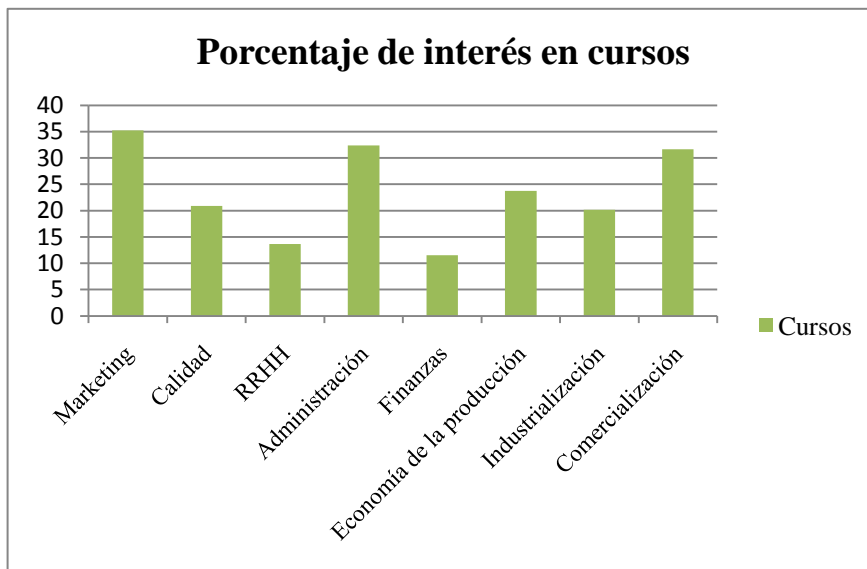


En la gráfica podemos observar que el total de participantes en la encuesta el 65% son de género masculino y el resto cubriendo el 35% don de género femenino.

### Porcentaje del interés de participación



De acuerdo a la gráfica anterior podemos observar que hay un gran interés para tomar este curso de capacitación teniendo una buena aceptación con el 72%, mientras que los jóvenes que no quisieron tomar el curso son el 28%.



Con la gráfica observamos que dentro de los intereses de los jóvenes la opción para un curso de marketing es de mayor interés con un 35%, seguido Administración con un 32% y Comercialización con un 32% siendo estos tres los de mayor aceptación. De por medio se encuentran los cursos de Calidad con 21%, Economía de la Producción con 24% e Industrialización con 20%. Los de menos aceptación son Finanzas y Recursos Humanos con 12% y 14% respectivamente.

Anexo 3. Guía para entrevista a miembros y autoridades de la comunidad.

**Aspecto educativo**

<p><b>¿Cuántas escuelas primarias funcionan en la parroquia San Sebastián del Coca? Son unidocentes o polidocentes?</b></p>
<p>“Son 8 escuelas completas las escuelas fiscales Cotopaxi , Selva Alegre, Cbo. Rommel Vásquez, Las Lajas, Miraflores, Segundo Paredes Palacios, Río Santiago y Tomebamba.” Carmen Guamunshi.</p> <p>“Existe una escuela en la cabecera parroquial y tres a lo largo de la parroquia en las comunidades rurales y son polidocentes.” Mauricio Ruiz.</p>
<p><b>¿Cuántos colegios (educación media) están ubicados en esta parroquia?</b></p>
<p>“Colegio Nacional Técnico Río Coca, Colegio a Distancia Extensión Fco. de Orellana” Carmen Guamunshi.</p> <p>“Colegio Río Coca en la cabecera parroquial y uno en la comunidad rural en Sardinias.” Mauricio Ruiz.</p>
<p><b>¿Conoce el promedio de estudiantes que terminaron la educación primaria y que promedio logran culminar la educación media o secundaria?</b></p>
<p>“No le puedo ayudar con esa información.” Carmen Guamunshi.</p> <p>“Promedio que terminó la educación primaria un aproximado del 80% y culminaron en un 70%.” Mauricio Ruiz.</p>
<p><b>¿Sabe las causas de la deserción estudiantil a nivel primario y medio?</b></p>
<p>“No le puedo ayudar con esa información.” Carmen Guamunshi.</p> <p>“La falta de transporte público hacia los centros educativos ya que están muy distantes, y la falta de ingresos económicos de los padres hace que los hijos vayan a trabajar la tierra.” Mauricio Ruiz.</p>

**Situación actual**

<p><b>¿En su jurisdicción conoce el promedio de migración y desde que edad se realiza y hacia qué lugares?</b></p>
<p>“Desconozco.” Carmen Guamunshi.</p> <p>“El promedio de la migración es del 60% aproximadamente y se los realiza desde los 14 años y van a centros poblados más cercanos como son la cabecera parroquial de San Sebastián del Coca, la Joya de los Sachas y la Ciudad Francisco de Orellana.” Mauricio Ruiz.</p>
<p><b>Al sector agrícola le definiría como: ¿muy desarrollado, desarrollo medio o muy pobre? Y ¿por qué?</b></p>
<p>“Considero medio desarrollado porque en esta etapa se encuentra en un proceso de avance técnico, el sector agrícola esta confiando en el asesoramiento técnico que los gobiernos locales se encuentran desarrollando a favor del sector agroproductivo local.” Carmen Guamunshi</p> <p>“La tierra es de buena calidad pero el sector agrícola ha dejado la producción por ir a trabajar en las empresas petroleras, pero los sectores que se mantienen se definen como un desarrollo medio.” Mauricio Ruiz.</p>
<p><b>¿Cree que el desarrollo agrícola ayudaría a evitar en parte la migración y la disgregación del núcleo familiar?</b></p>
<p>“Pienso que si, porque se quedarían a trabajar sus tierras en su lugar de origen e incluso en su propio país y no abandonarían para salir a pasar más necesidades de las que tenía anteriormente y generalmente lejos de la familia, porque usted debe conocer que la población ecuatoriana en los últimos años ha emigrado a otros países.” Carmen Guamunshi</p> <p>“Por supuesto que sí.” Mauricio Ruiz.</p>

### Interés de capacitación

**Si logramos implementar un programa de capacitación para jóvenes, ¿cree usted que deberíamos empezar con grupos de jóvenes de entre 12 y 16 años o entre 16 y 18 años para incentivar el trabajo agrícola en todos sus campos?**

“Se debe empezar desde más temprano desde la edad escolar (6 – 7 años) mientras más corta sea la edad de los niños se logrará desarrollar aptitudes hacia esta importante especialidad, sobre todo estén conscientes que el sector productivo es importante porque nos proporciona los alimentos para la alimentación de las familias locales entonces desarrollaran aptitudes y preferencia hacia la agricultura.” Carmen Guamunshi

“De 12 a 16 años.” Mauricio Ruiz.

**¿Cómo cree que ayudaría implementar un programa de capacitación para jóvenes en las zonas de su jurisdicción?**

“El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal La Joya de los Sachas mantiene mesas de trabajo, en donde tenemos la mesa de jóvenes, allí estamos proponiendo que dentro de las actividades a desarrollar la juventud consideren temas que traten acerca del fortalecimiento del autoestima importantes para su formación que les brinden la oportunidad de desarrollarse con la mentalidad de progreso, ya que hasta la presente fecha los jóvenes han desarrollado diversas actividades de diferentes temas que igual no dejan de ser menos importantes, pero necesitan más y de calidad. Como se dará cuenta los jóvenes están organizados y ansiosos de superación.” Carmen Guamunshi

“Realizando programas de capacitación pero reales, prácticos en el mismo sitio de las áreas de los comuneros o elaborando un gran centro experimental en el sitio estratégico en el que todos puedan asistir pero con transporte ya que los caminos son de mala calidad y eso dificulta la asistencia.” Mauricio Ruiz.

**¿Le parecería necesario un curso de capacitación en alguno de los siguientes temas: Marketing, Calidad, Recursos Humanos, Administración, Finanzas, Industrialización, Comercialización? ¿Cuáles cree que son las más recomendables?**

“Usted sabe que todo conocimiento es bueno que el individuo conozca y pueda inclinarse por alguno de ellos, de este listado me parece todos interesantes pero me quedó con todos, porque todos les hace falta y segura que caería en tierra fértil. Pero definitivamente tengo que elegir escojo: Marketing, Recursos Humanos, Calidad, Industrialización y Comercialización.” Carmen Guamunshi

“Calidad, Administración, Industrialización y Comercialización.” Mauricio Ruiz.

<p align="center"><b>¿Qué capacidades técnico agrícola los jóvenes deberían desarrollar para el mejoramiento de la comunidad en cada curso?</b></p>
<p>“Optimizar métodos orgánicos de cultivos, el técnico debe mejorar los conocimientos de manejo de pastos para mejorar la producción de leche y carne. La producción de aves de corral pero con un manejo sin muchos tratamientos porque caso contrario sería contraproducente para el consumidor.” Carmen Guamunshi</p> <p>“Implementación de laboratorios técnicos científicos.” Mauricio Ruiz.</p>
<p align="center"><b>Según usted ¿qué habilidades y destrezas se deberían desarrollar en los jóvenes de su comunidad enfocados al tema de agro negocios o comercialización de productos agrícolas tanto para consumo interno como para consumo regional, nacional o para exportación?</b></p>
<p>Es importante que sean versátiles en el manejo adecuado de productos químicos, canalizar adecuadamente sus conocimientos prácticos que posee, desarrollar actividades en el manejo de cultivos de ciclo corto. Aprovechar al máximo la diversidad de producción que tiene el sector, aprovechar la gran cantidad de producción frutícola que tiene el sector y poder realizar agroindustria de alimentos (mermeladas, despulpado, néctar y otros).” Carmen Guamunshi</p> <p>“El manejo potencial de la tierra y su buen uso con la elaboración de la materia prima y darle un valor agregado pero que salga desde la comunidad misma, solo para expendio.” Mauricio Ruiz.</p>

## Anexo 4. Descripción detallada del curso de Marketing

### Descripción de la capacitación

La capacitación está diseñada para jóvenes entre 12 a 18 años de edad enfocados en el área agrícola y que se encuentren interesados en un curso agro empresarial. Los jóvenes tendrán la capacidad de usar estrategias apropiadas para implementar técnicas de mercadotecnia. El enfoque principal es que los estudiantes se adapten a términos básicos de mercadotecnia. Durante la elaboración del curso se revisarán los principios básicos de la mercadotecnia. Se aprenderán temas sobre la segmentación del mercado, fijación de precios, ventas y publicidad.

Lecturas, presentaciones y pequeñas actividades poniendo en práctica los conocimientos adquiridos, teniendo discusión interactiva expositor-alumno.

---

### Objetivos del curso de capacitación

Después del curso de capacitación los jóvenes de 12 a 18 años tendrán habilidades de:

- Dominar conceptos básicos de mercadotecnia.
- Describir la importancia de la mercadotecnia en la actualidad.
- Conocer y/o poner en práctica los conocimientos adquiridos.
- Analizar casos aplicando los conceptos básicos.

---

### Requisitos del curso de capacitación

Los participantes del curso de capacitación deberán:

- Haber cursado la educación primaria.
- Cubrir las horas establecidas para la elaboración del curso.
- Leer y discutir durante la elaboración del curso.
- Participar activamente durante el curso de capacitación.

---

### Temas del curso

Temas	Nº	Subtema
Introducción al marketing.	1.1	¿Qué es el marketing?
	1.2	Cuatro P's.
	1.2	Entender el mercado y las necesidades del consumidor
	1.4	Valor de los clientes
Mercado de consumo	1.4	Elementos de un sistema de mercadeo
	2.1	¿Qué es un mercado?
	2.2	Tipos de mercados
	2.3	Mercado meta
Segmentación y mercados meta	2.4	Características que afecta el comportamiento del consumidor
	3.1	¿Por qué segmentamos un mercado?
	3.2	Segmentación de los mercados de consumidores
Fijación de precios	3.3	Requisitos para una segmentación eficaz
	4.1	¿Qué es el precio?

	4.2	Factores a considerar al fijar precios
	4.3	Métodos generales de fijación de precios
Ventas al detalle y al mayoreo	5.1	Ventas al detalle
	5.2	Ventas al mayoreo
Publicidad y promoción de ventas.	6.1	Publicidad
	6.2	Promoción de ventas

---

## **Materiales**

Fotocopias del contenido del curso de capacitación.  
Casos de mercadotecnia proveído por el expositor.  
Video práctico.  
Presentación en Power Point.

Anexo 5. Presentación para curso de marketing.

La presentación completa se encuentra en digital.

## Marketing

Marcos Benavides



### ¿Que es el marketing?

- ▶ El marketing sirve para atraer y retener clientes rentables, pues sin ellos la empresa, sea grande o pequeña no podría sobrevivir y crecer.
- ▶ Marketing es el término en inglés  
En castellano es Mercadotecnia  
Los dos vienen de la palabra market o mercado  
Es la manera de acercarse e interactuar con los clientes o sea la gente, para conocer sus necesidades



### Según el tipo de cliente

Consumidor

Industrial

Revendedor



Gobierno



### ¿Qué afectan el comportamiento del consumidor?

Los clientes compran influenciados por los siguientes factores:

- Culturales
- Sociales
- Personales

Estos factores normalmente no pueden ser controlados, pero si deben tomarse en cuenta al momento de segmentar un mercado.



### Métodos generales de fijación de precios

Percepción del valor de los consumidores.

Límite superior

Precios de los competidores y otros factores internos y externos.

Costos totales del producto.

Límite inferior



### ¿Preguntas?



Anexo 6. Fotos de la interacción del curso de Marketing en el Colegio Nacional Técnico Río Coca durante la prueba piloto

