



Módulo instruccional para desarrollar el análisis de mercado dentro de la asignatura emprendimiento y gestión

Autor: Víctor Manuel Anastacio Peñafiel
Universidad Bolivariana del Ecuador, **UBE**
victormanub14@gmail.com
Durán, Ecuador
<https://orcid.org/0009-0004-7519-8055>

Tutor: Ángel Yasmil Echeverría Guzmán
Universidad Bolivariana del Ecuador, **UBE**
angelecheverria71@gmail.com
Durán, Ecuador
<https://orcid.org/0009-0009-5797-3317>

Profesor de Planta: Ramón Guzmán Hernández
Universidad Bolivariana del Ecuador, **UBE**
rguzman@bolivariano.edu.ec
Durán, Ecuador
<https://orcid.org/0009-0005-3190-4808>

Resumen

El estudio del mercado es un factor importante al momento de emprender. Comprender lo que los potenciales clientes pueden necesitar es una directriz clave en el futuro negocio. Por tal motivo, la presente investigación tiene como propósito diseñar un módulo instruccional para desarrollar el análisis de mercado dentro de la asignatura emprendimiento y gestión; para alcanzar el objetivo se procedió a investigar bajo un paradigma positivista-cuantitativa, con nivel descriptivo, mientras que la población estuvo constituida por estudiantes del 2do de Bachillerato General Unificado (BGU) paralelo "B", siendo la muestra 20 estudiantes. El instrumento utilizado para la recolección de datos fue el cuestionario dicotómico, contentivo de 19 ítems; entre los principales resultados se evidenció que los conocimientos de los estudiantes en lo que refiere a planes de negocios en la materia emprendimiento y gestión no estaban desarrollados, de la misma manera existió una percepción favorable sobre la aplicación del módulo instruccional y la optimización de los conocimientos en la asignatura. Una vez aplicada la propuesta, se logró el propósito de la investigación, pues se desarrolló y mejoró la comprensión de los estudiantes en la importancia del estudio de mercado al momento de emprender y establecer un negocio.

Palabras clave: módulo instruccional; análisis de mercado; emprendimiento; gestión.
Código de clasificación internacional: 5311.06 - Estudio de mercados.

Cómo citar este artículo:

Anastacio, V., Echeverría, Á. (Tut.) & Guzmán, R. (Prof.). (2024). **Módulo instruccional para desarrollar el análisis de mercado dentro de la asignatura emprendimiento y gestión.** *Revista Científica*, 9(Ed. Esp.), 96-115, e-ISSN: 2542-2987. Recuperado de: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2024.9.E.5.96-115>

Fecha de Recepción:
16-09-2023

Fecha de Aceptación:
09-01-2024

Fecha de Publicación:
06-02-2024



Instructional module to develop market analysis within the entrepreneurship and management course

Abstract

Market research is an important factor when it comes to entrepreneurship. Understanding what potential customers may need is a key guideline in future business. For this reason, this research aims to design an instructional module to develop market analysis within the subject of entrepreneurship and management; to achieve the objective, research was conducted under a positivist-quantitative paradigm, with a descriptive level, while the population consisted of students from the 2nd year of the Unified General Baccalaureate (UGB) parallel "B", with a sample of 20 students. The instrument used for data collection was a dichotomous questionnaire, containing 19 items; among the main results, it was evidenced that the students' knowledge regarding business plans in the subject of entrepreneurship and management was not developed, and there was also a favorable perception of the application of the instructional module and the optimization of knowledge in the subject. Once the proposal was applied, the purpose of the research was achieved, as it developed and improved students' understanding of the importance of market research when undertaking and establishing a business.

Keywords: instructional module; market analysis; entrepreneurship; management.

International classification code: 5311.06 - Market studies.

How to cite this article:

Anastasio, V., Echeverría, Á. (Tut.) & Guzmán, R. (Prof.). (2024). **Instructional module to develop market analysis within the entrepreneurship and management course.** *Revista Científica*, 9(Ed. Esp.), 96-115, e-ISSN: 2542-2987. Recovered from: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2024.9.E.5.96-115>

Date Received:
16-09-2023

Date Acceptance:
09-01-2024

Date Publication:
06-02-2024



1. Introducción

Las características de un emprendedor se vuelven cada vez más exigentes, el éxito se mide en la capacidad intrínseca que han formado, en la auto preparación, y en la identificación de cuáles son las virtudes que debe poseer un emprendedor exitoso, según Lederman, Messina, Pienknagura y Rigolini (2014): los emprendedores triunfadores poseen un conjunto único de habilidades y atributos que les permiten convertir conceptos innovadores en negocios prósperos. Su visión, creatividad y pasión les impulsan a desarrollar ofertas originales, incursionar en sectores inexplorados y adaptarse ágilmente a las demandas cambiantes del mercado, superando obstáculos con determinación para alcanzar el éxito empresarial.

Los emprendedores como tal deben entender las necesidades de las personas, es decir, reconocer cuales son las alternativas de negocio que pueden existir dentro del contexto en el que está viviendo o donde se tiene pensado empezar el emprendimiento. Las ideas deben ser basadas en la situación actual donde se desarrollan y sobre estas ideas, Altamirano y Santacruz (2020), mencionan que los emprendimientos innovadores emergen al identificar brechas y desafíos en el entorno, transformándolos en oportunidades para generar soluciones que mejoren la calidad de vida de las personas.

Estos proyectos no solo buscan rentabilidad económica, sino que también aspiran a crear un impacto positivo en múltiples dimensiones de la sociedad, impulsando el progreso en ámbitos como la economía, el bienestar social, la sostenibilidad ambiental, la riqueza cultural y el crecimiento individual.

Todo esto con el propósito de alcanzar la meta fundamental: la creación de nuevos emprendimientos. Como consecuencia, de manera indirecta, se contribuirá a disminuir el desempleo, que es uno de los problemas que existen actualmente en el mundo y en nuestro país. El mercado laboral es muy



competitivo y, ante esta situación, surge la necesidad de innovar en la creación de un producto o, a su vez, de generar un valor agregado en los bienes y servicios ya existentes.

La investigación de mercado, acorde con Piguave (2016): es un proceso estructurado que permite obtener *insights* valiosos sobre el público objetivo, sus preferencias, hábitos y necesidades insatisfechas. A través de la recolección y análisis de datos, este método posibilita identificar oportunidades y desafíos en el entorno comercial, fundamentando la viabilidad del emprendimiento. Al comprender en profundidad al consumidor, se puede diseñar una propuesta de valor alineada con sus expectativas, asegurando la sostenibilidad financiera del negocio y maximizando las probabilidades de éxito.

Por tanto, la importancia del análisis del mercado es justamente diagnosticar la situación actual y tomar en consideración todas las características esenciales para que genere un retorno y se pueda recuperar la inversión, por lo que es importante que el investigador tome en consideración los resultados reales, sin involucrar sus deseos y emociones personales.

Dentro del desarrollo social y económico de la persona, la educación se vuelve necesaria en todos los sentidos, se busca alcanzar un mayor grado de bienestar, eliminar la estratificación social y la desigualdad económica. En función de esto, dentro del sistema educativo ecuatoriano se encuentra la asignatura Emprendimiento y Gestión, con la cual se busca elevar la capacidad y nivel de preparación de los estudiantes de modo que tengan la preparación necesaria al momento de querer innovar en el mercado económico.

En la actualidad la actividad económica del emprendimiento ha tenido un mayor impacto dentro de la sociedad y en el desarrollo económico del país. Existe una premisa de que los jóvenes estudiantes se los debe preparar para obtener ingresos y para generar fuentes de empleo debido a que el mercado



laboral ecuatoriano y las ofertas que este presenta son muy reducidas.

Ante esto, el estado ecuatoriano a través de su orden legislativo ha promovido la actividad del emprendimiento mediante la educación, desde los niveles más básicos hasta los superiores, brindándole la importancia que tiene en la actualidad dicha actividad económica. La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (LOEI, 2020), promulgada por la Asamblea Nacional, establece que:

El Ministerio de Educación y la SENESCYT, o quien haga sus veces, vigilarán que en los niveles de educación básica, secundaria y de tercer nivel, se establezcan mallas curriculares que incluyan contenidos y criterios de evaluación de la formación, orientados al desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor e innovador (art. 19).

Todo esto con la finalidad de que el estudiante mejore sus capacidades personales, sus valores profesionales y adquiera conocimientos que le brinden la capacidad de tomar decisiones y asumir riesgos que promulguen valores que se adquieran con la actividad económica de emprender.

Es así, que la asignatura de Emprendimiento y Gestión adquiere un alto grado de importancia si los docentes y los estudiantes lo valoran como una de las actividades económicas que les puede generar una estabilidad; es virtud del docente de la asignatura despertar el espíritu emprendedor, crear un alto nivel de motivación para que los estudiantes tengan determinación y consideren dicha actividad dentro de su proyecto de vida a corto, mediano y largo plazo.

Por tanto, el currículo establecido por el Ministerio de Educación (MINEDUC, 2016): hace una afirmación a cuál va a ser el aporte que esta asignatura puede brindar al perfil de salida del bachiller que tenga una tendencia a la actividad de emprender, el currículo menciona que el currículo educativo busca potenciar las habilidades innatas de los emprendedores, fomentando cualidades esenciales como la capacidad de dirigir, la originalidad,



la inventiva, la resiliencia ante los desafíos, las destrezas administrativas y la independencia, todas ellas fundamentales para llevar adelante una iniciativa empresarial exitosa.

Entre los recursos que pueden ser utilizados para que tanto el docente como los estudiantes puedan enfatizar en los conocimientos básicos sobre una temática, se encuentran las guías didácticas y el módulo instruccional. En este aspecto, Yukavetsky (2003a): expone que un módulo instruccional es una herramienta de enseñanza autosuficiente y versátil, diseñada para facilitar el aprendizaje independiente de los estudiantes, permitiéndoles progresar a su propio ritmo.

Este material didáctico permitirá que los conocimientos que no se hayan abarcado en la planificación curricular, ya sea por el factor tiempo o por la falta de recursos existentes dentro de la institución educativa, permita al estudiante profundizar determinadas temáticas que son de vital importancia para la actividad económica de emprender, como por ejemplo el análisis de mercado que es el primer paso por llevar a cabo antes de poner en marcha un emprendimiento.

En la Unidad Educativa Alberto Perdomo Franco, específicamente en la asignatura de Emprendimiento y Gestión del 2^{do} nivel del Bachillerato General Unificado (BGU), un diagnóstico informal reveló que los recursos didácticos son limitados, la biblioteca carece de material complementario y la infraestructura no facilita el acceso tecnológico. Además, dentro de los bloques curriculares preestablecidos, no se aborda el análisis de mercado con la importancia debida, siendo esta información crucial para evaluar la factibilidad y rentabilidad de un emprendimiento.

Por lo tanto, ante el déficit del recurso didáctico y la importancia de la temática, surge la necesidad de llevar a cabo la investigación dentro del 2^{do} nivel de BGU, en la asignatura de Emprendimiento y Gestión dentro de la Unidad Educativa Alberto Perdomo Franco, ubicada en la provincia del



Guayas, ciudad de Guayaquil, parroquia Febres Cordero, sector Suroeste en las calles 24 y la P, en la República del Ecuador.

La investigación que se va a realizar es de tipo descriptiva de campo, debido a que se procederá a la recolección de información actual y real, tanto de la Unidad Educativa, como de los docentes y estudiantes. Además de determinar cómo se está desarrollando la temática del estudio de mercado en el nivel educativo, cuáles son los lineamientos que se manejan dentro del aula de clases para la enseñanza de la asignatura de Emprendimiento y Gestión y la determinación de los conocimientos que poseen los estudiantes.

Un módulo instruccional es considerado como una estrategia de enseñanza aprendizaje en la que el docente se basa para promover la capacidad de autoaprendizaje por parte de los estudiantes, a su vez dentro del mismo se deberán abordar los temas relevantes y estrictamente necesarios para el reconocimiento de conceptos y el desarrollo de destrezas con la ventaja de que no existe la necesidad de que el docente se encuentre continuamente con el estudiante.

El enfoque en el que se encuentra inmerso esta investigación es en el nivel de educación de Bachillerato General Unificado, la duración de este es de tres años, y el abordaje en la actividad de emprender se lo hace a través de un módulo interdisciplinario, derivando así la asignatura de Emprendimiento y Gestión.

El módulo instruccional no solo permitirá que el contenido curricular de la asignatura de Emprendimiento y Gestión sea abordado de manera correcta, sino que también se dejará un material didáctico que puede ser usado en años posteriores, ya que los contenidos que se tratan van acorde con las necesidades del emprendedor y basados en conocimientos esenciales que permitirán lograr los objetivos de aprendizaje además de mejorar las capacidades del estudiante acorde al perfil de salida del bachiller.

Este propósito es el que se busca con el presente estudio, al diseñar un



módulo instruccional que tenga por tema el análisis de mercado, se pretende brindar un recurso didáctico a los docentes de la asignatura de Emprendimiento y Gestión, y así lograr un aprendizaje significativo en un tema de gran relevancia para promover el inicio de un negocio.

2. Metodología

La presente investigación fue realizada bajo un paradigma positivista-cuantitativo, debido a que se recogió información a partir de muestreo, con la finalidad de probar hipótesis a través del uso de técnicas estadísticas que tienen como base la medición de tipo numérica.

Para efectos de esta investigación, la misma estuvo enmarcada en una investigación de nivel descriptivo. En cuanto al alcance descriptivo, acorde con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018): los estudios descriptivos tienen como objetivo principal detallar minuciosamente los rasgos distintivos, atributos y características específicas de un sujeto o fenómeno de interés, ya sea individual o colectivo. Estos estudios buscan recopilar y presentar información precisa y detallada sobre el objeto de análisis, sin profundizar en las causas subyacentes o en las relaciones entre las variables observadas, sino más bien proporcionando una imagen clara y completa de la realidad estudiada en un momento determinado.

Población y Muestra: la población se puede entender como el universo donde se realiza el estudio, en conformidad con Arias y Covinos (2021): la población, se refiere al grupo de individuos o elementos que comparten rasgos específicos y relevantes para el estudio en cuestión. Estos elementos pueden ser finitos o infinitos, pero deben cumplir con criterios predefinidos que los hagan elegibles para formar parte de la investigación. En el caso particular de este estudio, se seleccionó una población conformada por 35 alumnos pertenecientes al segundo año de Bachillerato General Unificado, específicamente del paralelo “B”, quienes representan la totalidad de sujetos



de interés para el análisis propuesto.

Para determinar el tamaño de la muestra en esta investigación, se consideró el 30% de la población total como una cantidad representativa y manejable para el análisis. Siguiendo este criterio, y teniendo en cuenta las características específicas de la población estudiada, se optó por trabajar con una muestra conformada por 20 estudiantes, lo que permitió obtener resultados significativos y extrapolables, sin sacrificar la viabilidad y eficiencia del proceso investigativo.

Técnicas e Instrumentos de recolección de datos: de acuerdo con Arias (2006): la técnica se refiere al método específico empleado para recopilar los datos necesarios que permitan alcanzar los objetivos del estudio. En este caso particular, se optó por utilizar la encuesta como técnica de recolección de información, la cual se llevó a cabo mediante la aplicación de un cuestionario diseñado específicamente para este fin. Dicho instrumento estuvo compuesto por 19 preguntas de tipo dicotómico, es decir, que ofrecían dos opciones de respuesta mutuamente excluyentes, con el propósito de obtener datos precisos y relevantes para el análisis posterior.

En cuanto a su confiabilidad, se aplicó una prueba piloto con una muestra muy parecida a la real y la fórmula que se aplicó fue la de Kuder-Richardson, debido a que el instrumento utilizado fue dicotómico. Dicha fórmula es la siguiente: $r_{tt} = \frac{k}{k-1} \cdot \frac{St^2 - \sum p.q}{St^2}$. Como resultado se obtuvo un valor de KR-20 = 0,84, considerada muy alta de acuerdo con los criterios de confiabilidad (Palella y Martinis, 2012).

En el proceso de análisis de los datos recopilados, se empleó la estadística descriptiva como herramienta fundamental. Esta rama de la estadística se enfoca en organizar, sintetizar y presentar la información obtenida de manera clara y concisa, con el objetivo de resaltar las características más relevantes del conjunto de datos estudiado. Mediante la

aplicación de técnicas específicas, como la tabulación, la representación gráfica y el cálculo de medidas de tendencia central y dispersión, la estadística descriptiva permite obtener una visión global y comprensible de los resultados, facilitando su interpretación y la extracción de conclusiones significativas para la investigación.

Por lo tanto, la estadística descriptiva proporciona herramientas para organizar, simplificar y resumir información esencial de conjuntos de datos que de otro modo serían engorrosos, y el análisis de esos datos se presenta en forma de tablas, gráficos de barras o gráficos circulares.

3. Resultados

La tabla 1 presenta los resultados de las Actividades metodológicas en la asignatura de emprendimiento y gestión, evaluando el uso de diversas estrategias de enseñanza-aprendizaje.

Tabla 1. Dimensión Actividades metodológicas.

N.º	Ítems	Frecuencia		Porcentajes	
		Si	No	Si	No
1	¿Dentro de la clase de emprendimiento y gestión utilizan el trabajo colaborativo como estrategia educativa?.	17	3	85%	15%
2	¿Dentro de la clase de emprendimiento y gestión utilizan estrategias de elaboración (obtención de ideas principales, elaboración de conclusiones de textos, hacer resúmenes, preguntas y respuestas, etc.)?.	13	7	65%	35%
3	¿Dentro de la clase de emprendimiento y gestión utilizan estrategias de organización (mapas conceptuales, flujogramas, subrayado realización de esquemas, etc.)?.	6	14	30%	70%
4	¿Dentro de la clase de emprendimiento y gestión utilizan estrategias metacognitivas (planificación de metas de aprendizaje, autoevaluación, aplicación de experiencia de aprendizaje en la vida personal, comprensión lectora, etc.)?.	18	2	90%	10%
5	¿Dentro de la clase de emprendimiento y gestión utilizan estrategias de simulación (simulación de apretura y manejo de empresas, realización de estudios de mercado, etc.)?.	15	5	75%	25%

Fuente: El Autor (2023).

El 85% de los estudiantes afirmó que sí se utiliza el trabajo colaborativo



Artículo Original / Original Article

Víctor Manuel Anastasio Peñafiel; Ángel Yasmil Echeverría Guzmán (Tut.); Ramón Guzmán Hernández (Prof.). Módulo instruccional para desarrollar el análisis de mercado dentro de la asignatura emprendimiento y gestión. *Instructional module to develop market analysis within the entrepreneurship and management course.*

como estrategia educativa. El 65% indicó que sí se emplean estrategias de elaboración, como obtener ideas principales, elaborar conclusiones, hacer resúmenes, preguntas y respuestas, etc. Por otro lado, el 70% señaló que no se usan estrategias de organización, como mapas conceptuales, flujogramas, subrayado y realización de esquemas.

El 90% reconoció que sí se aplican estrategias metacognitivas, incluyendo planificación de metas de aprendizaje, autoevaluación y comprensión lectora. Finalmente, el 75% afirmó que sí se utilizan estrategias de simulación, como la simulación de apertura y manejo de empresas o la realización de estudios de mercado.

En síntesis, se muestra que en la clase de emprendimiento y gestión se emplean diversas metodologías para facilitar el aprendizaje del estudio de mercado, con un fuerte énfasis en el trabajo colaborativo, las estrategias metacognitivas y las actividades de simulación. También se usan, aunque en menor medida, técnicas de elaboración para procesar la información. Sin embargo, se detecta una carencia en cuanto al uso de estrategias de organización visual de los contenidos, aspecto que podría ser reforzado para favorecer el aprendizaje significativo de los estudiantes (Ordoñez, Ochoa y Espinoza, 2020).

La tabla 2 muestra los resultados del Componente cognoscitivo con relación a los conocimientos teóricos y prácticos que poseen los estudiantes sobre el estudio de mercado en la asignatura de emprendimiento y gestión.

Tabla 2. Dimensión Componente cognoscitivo.

N.º	Ítems	Frecuencia		Porcentajes	
		Si	No	Si	No
6	¿Considera que sus conocimientos acerca del estudio de mercado en la asignatura emprendimiento y gestión son óptimos?.	5	15	25%	75%
7	¿Considera que la teoría brindada en clase, sobre el estudio de mercado es adecuada para el aprendizaje de la asignatura emprendimiento y gestión?.	6	14	30%	70%
8	¿Considera que su conocimiento a nivel práctico acerca del estudio de mercado en la asignatura emprendimiento y gestión son óptimos?.	7	13	35%	65%



Artículo Original / Original Article

9	¿Considera que las prácticas realizadas, sobre el estudio de mercado son adecuadas para el aprendizaje de la asignatura emprendimiento y gestión?.	4	16	20%	80%
---	--	---	----	-----	-----

Fuente: El Autor (2023).

Acorde a los datos presentados el 75% de los estudiantes considera que sus conocimientos acerca del estudio de mercado en la asignatura no son óptimos, mientras que solo el 25% cree que sí lo son. El 70% opina que la teoría brindada en clase sobre el estudio de mercado no es adecuada para el aprendizaje de la asignatura, y apenas un 30% piensa que sí es apropiada.

En cuanto al conocimiento a nivel práctico, el 65% de los encuestados señala que sus conocimientos sobre el estudio de mercado no son óptimos, frente a un 35% que afirma lo contrario. Finalmente, el 80% considera que las prácticas realizadas sobre el estudio de mercado no son adecuadas para el aprendizaje de la asignatura, mientras que solo el 20% cree que sí lo son.

La tabla 2 refleja que la mayoría de los estudiantes percibe deficiencias tanto en sus conocimientos teóricos como prácticos sobre el estudio de mercado en la asignatura de emprendimiento y gestión. Más del 70% considera que la teoría y las prácticas brindadas en clase no son adecuadas para un aprendizaje óptimo. Esto sugiere la necesidad de revisar y fortalecer las estrategias pedagógicas empleadas para abordar este tema, de manera que se puedan subsanar las carencias identificadas y favorecer un mayor dominio de los contenidos por parte de los estudiantes

Los estudiantes reconocen que sus conocimientos sobre los planes de negocio en la asignatura de emprendimiento y gestión no son los ideales. Tanto en la parte teórica como práctica, perciben deficiencias que podrían generar vacíos académicos y afectar su proceso de aprendizaje. Ante esta situación, y considerando lo expuesto por Yukavetsky (2003b): sobre la importancia de emplear diferentes estrategias pedagógicas en diversos entornos educativos, se plantea la necesidad de desarrollar un módulo

Víctor Manuel Anastasio Peñafiel; Ángel Yasmil Echeverría Guzmán (Tut.); Ramón Guzmán Hernández (Prof.). Módulo instruccional para desarrollar el análisis de mercado dentro de la asignatura emprendimiento y gestión. *Instructional module to develop market analysis within the entrepreneurship and management course.*

Revista Scientific - Artículo Arbitrado - Registro nº: 295-14548 - pp. BA2016000002 - Vol. 9, Edición Especial - Febrero-Abril 2024 - pág. 96/115
e-ISSN: 2542-2987 - ISSN: 0000 0004 6045 0361

instruccional bien estructurado, que aborde de manera sistemática los contenidos y ayude a superar las dificultades identificadas.

La tabla 3 muestra resultados preocupantes en cuanto al uso de recursos didácticos y tecnológicos en la asignatura de emprendimiento y gestión. Según los datos, el 90% de los estudiantes indica que no se utilizan diversos materiales como folletos, libros, fichas nemotécnicas, entre otros, para facilitar el aprendizaje. Además, el mismo porcentaje considera que los recursos didácticos empleados por el docente no son adecuados.

Tabla 3. Dimensión Didáctica.

N.º	Ítems	Frecuencia		Porcentajes	
		Si	No	Si	No
10	¿Dentro de la asignatura emprendimiento y gestión se utilizan varios recursos didácticos (folletos, pizarras, pancartas, libros de texto, panfletos, fichas nemotécnicas) para facilitar el aprendizaje?.	2	18	10%	90%
11	¿Considera usted que los recursos didácticos utilizados por el docente son adecuados para el aprendizaje de la asignatura emprendimiento y gestión?.	2	18	10%	90%
12	¿Dentro de la asignatura emprendimiento y gestión se utilizan varios recursos tecnológicos (Computadoras, proyectores, dispositivos móviles, pizarras digitales, aplicaciones, softwares) para facilitar el aprendizaje?.	1	19	5%	95%
13	¿Considera usted que los recursos tecnológicos utilizados por el docente son adecuados para el aprendizaje de la materia emprendimiento y gestión?.	1	19	5%	95%

Fuente: El Autor (2023).

La situación es aún más crítica en relación con los recursos tecnológicos, ya que el 95% señala que no se aprovechan herramientas como computadoras, proyectores, aplicaciones o software para apoyar el proceso educativo, y el mismo porcentaje opina que los recursos tecnológicos utilizados no son apropiados.

La tabla 3 evidencia una notable carencia en el uso efectivo de recursos didácticos y tecnológicos en la asignatura, lo cual podría estar limitando las oportunidades de aprendizaje de los estudiantes y la calidad de la enseñanza brindada. Es fundamental que se tomen medidas para incorporar y aprovechar



adecuadamente estos recursos, de manera que se enriquezca la experiencia educativa y se favorezca el logro de los objetivos de aprendizaje (Mendoza, Flores, Soledad, Cejas y Navarro, 2020).

La tabla 4 se enfoca en la dimensión de diseño de un módulo instruccional para la asignatura de emprendimiento y gestión, y presenta resultados muy positivos en cuanto a la percepción y expectativas de los estudiantes frente a este recurso educativo.

Tabla 4. Dimensión Diseño.

N.º	Ítems	Frecuencia		Porcentajes	
		Si	No	Si	No
14	¿Conoce usted lo que es un módulo instruccional?.	18	2	90%	10%
15	¿Considera que un módulo instruccional como recurso didáctico facilitaría el aprendizaje acerca de la temática de estudio de mercado?.	20	0	100%	0
16	¿El módulo instruccional para ser más efectivo debería contar con secciones teóricas y prácticas en conjunto?.	20	0	100%	0
17	¿Las evaluaciones tendrían que hacerse en función de las temáticas ofrecidas dentro del módulo instruccional?.	20	0	100%	0
18	¿Considera usted que posterior a la aplicación de un módulo instruccional podría desarrollar sus conocimientos sobre el estudio de mercado?.	20	0	100%	0

Fuente: El Autor (2023).

Según los datos, el 90% de los encuestados afirma conocer lo que es un módulo instruccional, lo cual es un buen punto de partida. Más aún, el 100% considera que este recurso facilitaría el aprendizaje de la temática de estudio de mercado, lo que evidencia una alta valoración de su potencial utilidad.

Asimismo, todos los estudiantes coinciden en que, para ser más efectivo, el módulo debería contar con secciones teóricas y prácticas en conjunto, y que las evaluaciones tendrían que realizarse en función de las temáticas abordadas. Esto sugiere una preferencia por un enfoque integral y alineado entre contenidos, actividades y evaluación.

Por último, el 100% de los participantes manifiesta que, tras la aplicación de un módulo instruccional, podrían desarrollar sus conocimientos sobre el estudio de mercado, lo que denota una gran confianza en el impacto



positivo de este recurso en su aprendizaje.

La tabla 4 muestra una actitud muy favorable de los estudiantes hacia el diseño e implementación de un módulo instruccional como herramienta para fortalecer su comprensión y dominio del estudio de mercado en la asignatura de emprendimiento y gestión. Sus respuestas respaldan la pertinencia y relevancia de desarrollar este recurso educativo, atendiendo a sus necesidades y expectativas de aprendizaje.

Los estudiantes mostraron una perspectiva positiva sobre el diseño del módulo instruccional, afirmando conocer en qué consiste y percibiéndolo como una metodología efectiva para crear materiales didácticos que satisfagan sus necesidades de aprendizaje. En conformidad con Yukavetsky (2003c): este recurso permitiría establecer objetivos, estrategias y actividades alineados con la percepción de los estudiantes sobre la facilidad de adquirir nuevos conocimientos en la asignatura. Además, Yukavetsky (2003d): señala que la evaluación del módulo debe realizarse antes, durante y después de su aplicación, para verificar el progreso en el aprendizaje y la calidad del contenido brindado.

La tabla 5 se centra en la dimensión de impacto y presenta los resultados de la percepción de los estudiantes sobre la efectividad de un módulo instruccional en la asignatura de emprendimiento y gestión.

Tabla 5. Dimensión Impacto.

N.º	Ítems	Frecuencia		Porcentajes	
		Si	No	Si	No
19	¿Considera usted que posterior a la aplicación de un módulo instruccional sus conocimientos en la asignatura emprendimiento y gestión serían óptimos?.	20	0	100%	0

Fuente: El Autor (2023).

Los datos son contundentes: el 100% de los encuestados considera que, después de la aplicación de un módulo instruccional, sus conocimientos



en la asignatura serían óptimos. Este resultado revela una alta expectativa y confianza en el potencial de este recurso educativo para mejorar significativamente su aprendizaje y dominio de los contenidos.

La unanimidad en la respuesta sugiere que los estudiantes perciben el módulo instruccional como una herramienta valiosa y necesaria para superar las deficiencias identificadas en su conocimiento actual de la materia. Asimismo, se infiere que consideran que este recurso les brindaría una oportunidad de aprendizaje más efectiva, completa y aplicada, en comparación con las estrategias y materiales utilizados hasta ahora.

La tabla 5 muestra una percepción extremadamente positiva del impacto que tendría la implementación de un módulo instruccional en la asignatura de emprendimiento y gestión. Los estudiantes manifiestan una sólida convicción de que este recurso les permitiría alcanzar un nivel óptimo de conocimientos, lo cual respalda la pertinencia y relevancia de su desarrollo y aplicación en el contexto educativo analizado.

Concerniente refleja una percepción totalmente positiva sobre el impacto que tendría la aplicación de un módulo instruccional en la asignatura de emprendimiento y gestión. Se espera que este recurso permita a los estudiantes comprender en profundidad los diversos aspectos del estudio de mercado señalados por (Núñez, 1997). El módulo cobra especial relevancia al abordar los vacíos académicos identificados, tanto en lo teórico como en lo práctico, y al fortalecer las estrategias, técnicas y métodos que optimizan el proceso de enseñanza-aprendizaje, particularmente con relación al plan de mercado.

4. Conclusiones

Si bien se utilizan diversas estrategias metodológicas en la enseñanza de la asignatura de emprendimiento y gestión, existe una carencia significativa en el uso de técnicas organizativas que faciliten la estructuración visual y



conceptual de los contenidos. Esto podría estar dificultando el aprendizaje significativo de temas cruciales como el análisis de mercado.

Los estudiantes reconocen abiertamente que sus conocimientos teóricos y prácticos sobre el estudio de mercado dentro de la asignatura son insuficientes. Esta percepción de vacíos académicos sugiere que las estrategias pedagógicas empleadas hasta el momento no han logrado transmitir de manera efectiva los conceptos y aplicaciones de esta temática fundamental para el emprendimiento.

Se evidencia una notable escasez en el uso de recursos didácticos y tecnológicos actualizados que complementen y enriquezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje en la asignatura. Esta limitación podría estar restringiendo las oportunidades de los estudiantes para comprender e interiorizar los contenidos de manera más dinámica y acorde a los avances educativos contemporáneos.

A pesar de las deficiencias identificadas, los estudiantes muestran una actitud sumamente positiva y receptiva hacia el diseño e implementación de un módulo instruccional enfocado en el análisis de mercado. Reconocen el potencial de este recurso para facilitar su aprendizaje, optimizar sus conocimientos y abordar las debilidades existentes en esta área clave de la asignatura.

La percepción favorable de los estudiantes se ve reforzada luego de la aplicación del módulo instruccional, ya que consideran que este recurso les ha permitido desarrollar y mejorar significativamente su comprensión sobre la importancia crucial que tiene el estudio de mercado al momento de emprender y establecer un negocio exitoso.

5. Referencias

Altamirano, L., & Santacruz, I. (2020). **El emprendimiento como alternativa para el desarrollo económico.** *Travesía Emprendedora*, 4(1), 26-30,



e-ISSN: 2539-0376. Colombia: Universidad Mariana.

- Arias, F. (2006). **El Proyecto de Investigación**. 6^{ta} Edición. Caracas, Venezuela: Editorial Espíteme.
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). **Diseño y metodología de la investigación**. Primera Edición, ISBN: 978-612-48444-2-3. Arequipa, Perú: Enfoques Consulting, EIRL.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). **Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta**. ISBN: 978-1-4562-6096-5. Ciudad de México, México: Editorial McGraw-Hill Education.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). **El emprendimiento en América Latina: Muchas empresas y poca innovación**. Washington, D.C., Estados Unidos: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial.
- LOEI (2020). **Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación**. Ecuador: Asamblea Nacional; Registro Oficial.
- Mendoza, D., Flores, E., Soledad, L., Cejas, M., & Navarro, M. (2020). **Práctica pedagógica de la educación ecuatoriana en el siglo XXI**. *Edetania. Estudios y Propuestas Socioeducativos*, (57), 111-141, e-ISSN: 0214-8560. España: Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir.
- MINEDUC (2016). **Currículo de los Niveles de Educación Obligatoria**. Ecuador: Ministerio de Educación.
- Núñez, E. (1997). **Guía para la Preparación de Proyectos de Servicios Públicos Municipales**. Primera Reimpresión, ISBN: 968-6403-33-7. México: Instituto Nacional de Administración Pública, A.C.
- Ordoñez, B., Ochoa, M., & Espinoza, E. (2020). **El constructivismo y su prevalencia en el proceso de enseñanza - aprendizaje en la educación básica en Machala. Caso de estudio**. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(3), 24-31, e-ISSN: 2631-2662.



Artículo Original / Original Article

Ecuador: Universidad Metropolitana.

Parella, S., & Martins, F. (2012a,b). **Metodología de la Investigación Cuantitativa**. 1ra reimpresión, ISBN: 980-273-445-4. Caracas, Venezuela: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador - FEDUPEL.

Piguave, V. (2016). **La investigación de mercados: Un desafío en nuestra economía, mirada práctica y creativa**. Ecuador: Editorial Mar Abierto.

Yukavetsky, G. (2003a,b,c,d). **La elaboración de un módulo instruccional**. Puerto Rico: Centro de Competencias de la Comunicación; Universidad de Puerto Rico en Humacao.

Víctor Manuel Anastacio Peñafiel

e-mail: victormanub14@gmail.com



Nacido en Guayaquil, Ecuador, el 28 de noviembre del año 1996. Ingeniero Comercial en la Universidad de Guayaquil (UG); Magister en Pedagogía con mención en Formación Técnica y Profesional en la Universidad Bolivariana del Ecuador (UBE); certificado en Formación de formadores por el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB); Registro de la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación Profesional (SETEC), No. MDT-6072-CCL-492823.

El contenido de este manuscrito se difunde bajo una [Licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)