



**Universidad Nacional de La Plata**

Especialización en Docencia Universitaria (Modalidad a Distancia)

Trabajo Final Integrador

AÑO 2023

*Título:* “SECUENCIA DIDÁCTICA PARA LA ARTICULACIÓN DE LA DOCENCIA, INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN EN LA CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE LA LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR PERTENECIENTE A LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN ECONOMÍA Y NEGOCIOS DE LA UNAF”

*Autora:* LYLIAN MARIA ROSAURA GARCIA

*Directora:* Dra. MIRYAN PETRONA AYALA  
*Asesor Pedagógico:* Prof. ENRIQUE IGNACIO QUIRÓZ

## Índice

1.Resumen	4
2.Introducción	5
3.Caracterización del Tema /Problema	7
3.1.El Contexto : La Universidad Nacional de Formosa	7
3.2. La Facultad de Administración , Economía y Negocios	9
3.3 Diagnóstico y Caracterización del Tema identificado para desarrollar la innovación didáctica	9
3.4 Relevamiento de Antecedentes	11
3.4.1 Universidad Nacional de Río Cuarto- Córdoba (UNRC)	12
3.4.2 Antecedentes en la Facultad de Administración Economía y Negocios (FAEN)	12
3.4.3 Experiencia y prueba Piloto en el año de la Pandemia por el ASPO (Investigación de Mercados )	13
3.4.4 Descripción Sintética de la Innovación Propuesta	14
4. Objetivos : general y específicos	15
5. Marco Conceptual	16
5.1. Construcción Metodológica y Secuencia Didáctica	16
5.1.1 Métodos de enseñanza: Métodos para la acción Práctica en distintos contextos	16
5.1.a) Método de Proyectos	17
5.1.b) Modelos Tutoriales	20
5.2. Diseños de Innovación	20
5.3. Relación Teórica Práctica	23
5.4. Articulación de Docencia Investigación y Extensión	23
6. Diseño de la Innovación Propuesta	24
6.1 Descripción General de la Propuesta de Innovación	24
6.2.Estrategias de Innovación : Aspectos formales de la innovación	25
6.2.1 Secuencias Didácticas	28

6.2.2 La importancia de la Extensión : Divulgación de los conocimientos	31
7. Conclusiones finales	32
8. Bibliografía	34
9. Anexos	35
9.1 Anexo I: Perfil del Egresado	35
9.2 Anexo II: Estructura Curricular	36
9.3 Anexo III: Programa de la asignatura Investigación de Mercados	37
9.4 Anexo IV: Evaluación Diagnóstica: Encuesta	40
9.5 Anexo V: Modelos de Prácticos en el aula	41
9.6 Anexo VI: Modelos de Parciales	44
9.7 Anexo VII: Informe de la 1er Jornada de Investigación de Mercados y Marketing	49

## 1. Resumen

En este trabajo la intención de la innovación didáctica es la integración de saberes promoviendo estrategias de intervención teórico-prácticas como forma de intervención académica situada, reflexiva y colaborativa intercatedra, en el ámbito didáctico pedagógico. Tiene como objetivo construir una secuencia didáctica que articule los saberes disciplinares vinculados con la docencia, la extensión y la investigación, para los alumnos de la cátedra de Investigación de Mercados de 5to año de la Licenciatura en Comercio Exterior de La Facultad de Administración Economía y Negocios de la Universidad de Nacional de Formosa.

Así las líneas de intervención académica como práctica de intervención situada plantea las siguientes Estrategias como forma de trabajo reflexivo y colaborativo; en primer lugar llevar adelante con los alumnos trabajos de investigación de cátedra, llamado Proyecto de Investigación de Mercados en el segundo cuatrimestre en distintos grupos no más de 3 alumnos , donde se aplique lo enseñado teóricamente y ellos lo puedan llevar a la práctica; luego coordinar y articular intercatedra con alguna asignatura de la misma carrera según malla curricular a fin de trabajar de manera interdisciplinar con los mismos alumnos; generar la invitación y participación en el aula a un experto o persona bien informada para intercambiar experiencias y saberes con los alumnos sobre el tema a desarrollar en los trabajos de investigación a fin, de vincularlos con la comunidad; guiar a en la recolección de datos y fuente de relevamiento así como el procesamiento , análisis y presentación de los resultados, fomentar que los alumnos participen de las Jornadas de Ciencia y Tecnología de la Universidad que se realiza todos los años para publicitar los trabajos de Investigación de cátedra , dándole una participación activa de relevancia a los alumnos ,incentivando así su vocación como joven investigador ; coordinar y organizar a fin de cada año una Jornada Integradora de Investigación de Mercados con asignaturas a fines para alumnos, docentes, no docentes, egresados, autoridades profesionales y empresarios del medio local , regional e internacional bajo la modalidad híbrida (presencial y virtual) con el objetivo de aportar, divulgar y transferir conocimientos académicos como así fomentar la vinculación con el medio y la articulación intercatedra. La realización de Jornadas y acciones de este tipo constituyen una de las herramientas fundamentales para lograr la articulación con la docencia, la investigación, y extensión como así también con la transferencia y la divulgación de los conocimientos que se generan desde la cátedra y en la Facultad. La divulgación en la revista “rvst

Administración, Economía y Negocios” como prioridad y así en otras publicaciones a nivel nacional e internacional.

Intenta construir una propuesta de intervención transformadora basada en experiencias teórico-prácticas desarrolladas en la cátedra para mejorar la formación de los estudiantes, su visualización acorde a su perfil y su vinculación con el medio.

## **2. Introducción**

La enseñanza universitaria en los últimos años de la carrera nos pone como docentes en un lugar de intervencionista, situado sobre todo reflexivo y colaborativo , al punto de que nos damos cuenta que nuestros alumnos pasando un examen final de una materia, se convierten en nuestros graduados, egresados y/o profesionales y deben insertarse en el medio del que forman parte o la comunidad que los vio nacer, pero a menos de ese examen siguen siendo nuestros alumnos, pero muchas veces la escasa experiencia y relación del teórico-práctico pueden convertirlos quizás en un graduado con pocas herramientas al alcance de la mano para el ámbito laboral, como así con inseguridades y hasta muchas veces con escasa posibilidad de desempeñarse en el ámbito laboral para el cual han estudiado en el ámbito disciplinar en la Licenciatura en Comercio Exterior, ya que la misma no es una profesión liberalizada o independiente. “Cuando estoy interviniendo, voy a ver entonces que tengo que tener en cuenta que ya estoy en un proceso de intervención, ya estoy metido en una intervención,(...)en una intervención para cambiar prácticas en el aula, entonces voy metiéndome y voy dándome cuenta de que en esa intervención hay un emprendimiento conjunto. Cuando digo emprendimiento conjunto, quiero reafirmar la idea de que no hay intervención si no es con la participación de los otros, no es que la intervención sea mía, la intervención es colectiva, tiene que haber un emprendimiento conjunto” (Remedi, 2004, p 9).

Es ahí donde me situé a reflexionar de qué manera podía intervenir y promover una innovación didáctica dentro de la cátedra en el 2do cuatrimestre, ya que es de cursado anual y soy docente de teórico y práctico al mismo tiempo, para articular los saberes y mejorar sus prácticas, acompañarlos en ese último año de la carrera a través de la asignatura a mi cargo Investigación de Mercados trabajando sobre la docencia, investigación y extensión. Agrego que estoy hablando de alumnos cursantes de 5to año de la carrera Licenciatura en Comercio Exterior y que según el plan de estudio y su régimen de correlatividades (Plan RM N°1012/98), para cursar Investigación de

Mercados (508) deben tener todas las materias aprobadas de la malla curricular hasta 3er año inclusive más 2 ( dos ) asignaturas de cuarto año como Comercialización (409) y Economía Industrial (413) y la mayoría de mis alumnos llegan a inscribirse en la asignatura con título intermedio en mano, de Técnico en Comercio Exterior.

El trabajo de integración final que propongo surge como una manera de dar una respuesta a mis alumnos en esa actitud intervencionista, reflexiva y colaborativa en la que me sitúo como docente de 5to año y asumo la responsabilidad de la formación de mis alumnos que están a un paso de convertirse en mis colegas en el corto o mediano plazo y los observo e individualizo en el aula ( 6 alumnos por año aproximadamente es el promedio desde el 2004 que estoy frente a la cátedra como adjunta a cargo concursada ), clase a clase su desempeño individual con evaluaciones diagnósticas y parciales, como así los hago trabajar de manera grupal con una investigación de cátedra para que interactúen dentro y fuera del aula en la franja horaria dentro de la facultad como realizando trabajos de campo e investigaciones con fuente secundarias y primarias. Planteo una innovación didáctica que consolide la integración de saberes para la articulación de mi rol como docente, la investigación realizada por ellos conjuntamente con mi rol de tutora y docente y así la extensión a través de la exposición, transferencia y publicación de los resultados. Algunos alumnos son de Formosa capital , y otros del interior de nuestra provincia , he tenido alumnos/as hijos/as de productores ganaderos, agricultores, PAIPEROS (pequeños productores agropecuarios) pertenecientes al PAIPPA “Programa Asistencia Integral al Pequeño Productor Agropecuario”, de zonas rurales y resignificamos sus conocimientos y construimos diálogos entre los saberes académicos y los que traían de sus hogares con un fuerte impacto en la identidad local, con una gran dispersión territorial posibilitando la incorporación de los saberes populares de estos sectores e incorporarlos a la enseñanza académica . En nuestro caso particular, en nuestra provincia, con una población multiétnica, bilingüe e intercultural aspiramos que no desaparezcan los conocimientos populares, indígenas, rurales, y campesinos que hacen a la experiencia práctica cotidiana típica. Por eso trabajamos en consonancia con la “Ecología de saberes” en el sentido de construir diálogos con los alumnos concreto entre el saber universitario, la alta cultura y la ciencia con aquellos saberes populares considerándose como fuente legítimas del conocimiento afianzando los procesos de democratización y contribuyendo así a las garantías para el acceso, la permanencia y el egreso de todas las clases sociales. Trabajamos con proyectos interdisciplinarios como

experiencia innovadora para la cátedra, atendiendo a la necesidad de dar respuesta a la formación disciplinar teórica-práctica y su aplicación profesional, de los estudiantes próximos a graduarse. Y necesitamos innovar todos los años con la interacción de los alumnos y equipos docentes de otras cátedras.

El autor Tommaselli Humberto (2015), afirma que “los estudiantes que pasan por este tipo de experiencia tienen un nivel de satisfacción con la formación mucho mayor que aquel que no lo hace” (...) “este tipo de formación genera aprendizajes significativos diferentes “

Así he hecho un recorrido por los temas de los distintos seminarios que he cursado a lo largo de la Especialización en docencia Universitaria de la Universidad de La Plata con modalidad virtual, me han guiado para la investigación y elaboración de este trabajo final que consta de la Caracterización del Tema /Problema como así los Objetivos Generales y específicos , el marco conceptual , el diseño innovador y sus estrategias como así su evaluación y Conclusiones en esta primera instancia, también la bibliografía utilizada en este avance preliminar como así los diferentes anexos para su mejor interpretación .

### **3. Caracterización del Tema / Problema**

#### **3.1 El contexto: Universidad Nacional de Formosa**

En diciembre de 1956 por Decreto Ley N° 22.229/56 se creó la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), en respuesta a la fuerza unánime de las cuatro comunidades provinciales involucradas (Chaco, Corrientes, Misiones y Formosa).

En 1957 por Resolución N° 066 del Rector Interventor de la UNNE, se creó la Escuela de Ingeniería Forestal, en Formosa, Capital, con la firme idea de poner en marcha la carrera de Ingeniería Forestal y Recursos Naturales Renovables.

El 26 de marzo de 1971, se firmó el Convenio de Creación del Instituto Universitario de Formosa (IUF) entre el gobierno de la Provincia de Formosa y el Rector de la UNNE. La finalidad del mismo era expandir la educación universitaria, para promover el desarrollo de las potencialidades humanas, técnicas y científicas, con el máximo aprovechamiento de los recursos disponibles y en forma armónica con el Planeamiento Universitario Nacional y Regional, en el marco de la Ley de Creación de la UNNE.

Por Resolución Rectoral N°0375/74, la UNNE creó en Formosa la Facultad de Recursos Naturales Renovables (FRNR) y la Facultad de Ciencias de la Educación Agraria (FCEA), de las que pasaron a depender las Carreras de Ingeniería Forestal y el Profesorado en Ciencias de la Educación Agraria, respectivamente. En 1976, por Resolución Rectoral N° 2082, se unificó el funcionamiento de las tres Unidades Académicas existentes (IUF, FRNR y FCEA), en la Facultad de Recursos Naturales Renovables, de la que pasaron a depender todas las carreras existentes.

El 24 de septiembre de 1988 se promulga la Ley Nacional N° 23.631, dónde se crea La Universidad Nacional de Formosa (UNaF) en base a las unidades académicas de la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE) con asiento en la provincia de Formosa. La Universidad Nacional de Formosa está organizada por Facultades. La Universidad Nacional de Formosa posee cinco Unidades Académicas: Facultad de Recursos Naturales, Facultad de Humanidades, Facultad en Ciencias de la Salud, Facultad de Administración Economía y Negocios, y Facultad de Producción y Medio Ambiente. Todas se encuentran en la Ciudad Capital de Formosa, excepto la última mencionada que se ubica geográficamente a 160 km de la Capital en la Localidad de Laguna Blanca. Posee carreras que preparan para actividades productivas (Ingeniería Forestal, Ingeniería Zootecnista, Ingeniería en Producción Agropecuaria, etc.). Existen carreras con perfiles orientados a la Economía (Contador Público, Comercio Exterior, Administración, Agronegocios, etc.), a la Salud (Enfermería, Bromatología, Nutrición, etc) y a las Ciencias Sociales y Humanísticas (Psicopedagogía, Matemáticas, Químicas, Profesorados Historia, Geografía, etc.) y otras relacionadas con el Medio Ambiente (Ciencias Naturales, Medio Ambiente y Turismo, etc.). Como sostiene la Profesora Coscarelli María Raquel poseen cercanía con la demanda del campo laboral, pero a la vez distanciamiento por la complejidad y cambios acelerados del mismo, ya que no poseen nuevas carreras que luchan por conquistar nuevos campos laborales, sumado a que los límites entre las disciplinas y profesiones se están modificando. Todas las carreras que se dictan son de carácter presencial, ya que la Universidad no posee carreras y ofertas académicas a distancia, ni tampoco posee desarrollo de carreras de postgrado propias. “El campo de la educación y del currículo brindan conocimientos acerca de teorías curriculares tradicionales y contemporáneas cuyos supuestos están inscriptos en la enseñanza. Las propuestas de formación universitaria, comunican los vínculos que se establecen con el contexto y los posicionamientos a los que responden.”(Coscarelli, Clase 2, 2022).

### **3.2. La Facultad de Administración Economía y Negocios**

En 1988 se promulga la Ley Nacional N° 23.631, dónde se crea La Universidad Nacional de Formosa (UNaF) y se crea la Facultad de Administración Economía y Negocios sito en el Campus Universitario en Av Gutnisky 3200 de la Ciudad de Formosa, donde se encuentra ediliciamente actualmente como así sus aulas y se encuentran físicamente sus autoridades . En el caso específico de la oferta académica actual de la Facultad de Administración, Economía y Negocios, incluye las siguientes carreras de grado: Contador Público y Licenciatura en Comercio Exterior. Además, la unidad académica cuenta con las siguientes tecnicaturas: Técnico Contable y Técnico en Comercio exterior También contó con carreras a término financiadas por el Gobierno provincial como Licenciatura en Información y Comunicación y Licenciatura en Administración de Empresas Agropecuarias, que actualmente ya no se dictan más.

La estructura de gobierno, gestión y administración de la unidad académica está pautada en el Estatuto de la Universidad. La estructura organizativa y de conducción está compuesta por el Decano, el Vicedecano, los Directores de Carreras, la Secretaría Administrativa, la Secretaria Académica, la Secretaría de Investigación y Posgrado y el secretario de Asuntos estudiantiles y Extensión Universitaria. La unidad académica posee además un Consejo Directivo que incluye la participación de los cuatro estamentos que componen la comunidad universitaria: docentes, graduados, estudiantes y no docentes, según estatuto universitario pero actualmente falta la participación del claustro no docente y del claustro docente dada una controversia judicial, o sea está constituido de manera irregular Actualmente, en la unidad académica no se ofrecen carreras de posgrado propias.

La carrera de Licenciatura en Comercio Exterior (validez del título a nivel nacional Resolución ME N° 1012/98) en la UNaF.

### **3.3 Diagnóstico y Caracterización del Tema identificado para desarrollar la Innovación didáctica**

El presente trabajo propone como línea de innovación pedagógica la integración de saberes promoviendo estrategias de intervención teórico-prácticas como forma de intervención académica situada, reflexiva y colaborativa intercatedra, en el ámbito didáctico pedagógico. Tiene como objetivo promover un diseño innovador de secuencias didácticas, relacionando experiencias desarrolladas de articulación entre docencia, extensión e investigación a los alumnos de la cátedra de Investigación de

Mercados de 5to año de la Licenciatura en Comercio Exterior de La Facultad de Administración Economía y Negocios de la Universidad de Nacional de Formosa.

Desde una perspectiva situada, crítica y reflexiva en este caso voy abordar en el ámbito del orden pedagógico-didáctico el tema problema seleccionado. En estos años de experiencia en los que estoy como docente frente al aula, dicha situación problemática está relacionado a los pocos alumnos que llegan a 5 año, con una escasa práctica, pero, más que nada, tiene que ver con su escasa visualización como futuros profesionales y su campo de acción relacionado a su perfil como futuros egresados de la Licenciados en Comercio Exterior.

Como docente a cargo de la cátedra , imparto las clases teóricas y las clases prácticas en la Asignatura de Investigación de Mercados, que se encuentra ubicada en 5to año en la malla curricular de la carrera Licenciatura en Comercio Exterior de la Facultad de Administración Economía y Negocios de la Universidad Nacional de Formosa. Esta situación de “cátedra incompleta” nos expone y aleja de la posibilidad de instancias de producción, de reflexión crítica y de intercambiar y evaluar ideas con otros colegas sobre el propio trabajo muchas veces también.

A lo largo de estos años fui buscando algunas formas de intervenir en estas prácticas, siendo parte de este proceso de intervención desde la experiencia como docente concursada, me desempeñé como Adjunta “ a Cargo” en las cátedras de Investigación de Mercados en la Licenciatura en Producción Agropecuaria como así de la Licenciatura en Comercio Exterior, y en las mismas he tenido alumnos/as hijos/as de productores ganaderos, agricultores, PAIPEROS (pequeños productores agropecuarios) pertenecientes al PAIPPA “Programa Asistencia Integral al Pequeño Productor Agropecuario”, de zonas rurales y resignificamos sus conocimientos y construimos diálogos entre los saberes académicos y los que traían de sus hogares con una gran dispersión territorial posibilitando la incorporación de los saberes populares de estos sectores e incorporarlos a la enseñanza académica . Con la elaboración de Proyectos de Investigación de Mercados, de la comunidad a la Universidad a través de algunas tareas de extensión realizamos nuestras prácticas y hasta llegamos a traer a los Empresarios a contar sus experiencias en el aula a los alumnos. Ya que nos contactamos con las Empresas o establecimientos agropecuarios o ganaderos o Industriales, y buscamos vincular a la Universidad con el medio, de modo que los alumnos puedan generar

conocimientos y fue considerada una forma de divulgar o transmitir los conocimientos y visibilizar el trabajo de nuestros alumnos como futuros egresados y vincularlos con la comunidad formoseña. En nuestro caso particular, en nuestra provincia, con una población multiétnica, bilingüe e intercultural aspiramos que no desaparezcan los conocimientos populares, indígenas, rurales, y campesinos que hacen a la experiencia práctica cotidiana típica. Por eso trabajo en consonancia con la “Ecología de saberes” en el sentido de construir diálogos con los alumnos concreto entre el saber universitario, la alta cultura y la ciencia con aquellos saberes populares considerándose como fuente legítimas del conocimiento afianzando los procesos de democratización y contribuyendo así a las garantías para el acceso, la permanencia y el egreso de todas las clases sociales. Trabajo con proyectos interdisciplinarios como experiencia innovadora para la cátedra, atendiendo a la necesidad de dar respuesta a la formación disciplinar teórica-práctica y su aplicación profesional, de los estudiantes próximos a graduarse.. Y necesitamos innovar todos los años con la interacción de los alumnos y equipos docentes de otras cátedras.

Si bien existe una problemática identificada se intenta construir una propuesta de Intervención transformadora con experiencias de articulación de docencia investigación y extensión , lo hago desde una inquietud que me moviliza para mejorar las prácticas desde mi intervención como docente y como sostiene las profesoras Ana Ungaro y Glenda Morandi “(...)cuando se dan formas de trabajo reflexivo y colaborativo en los equipos docentes o condiciones institucionales que promueven la búsqueda continua de mejores construcciones pedagógicas que atiendan los desafíos que interpelan a las prácticas académicas en la Universidad” (2022, p1). Como sostienen las autoras Ana Ungaro y Norma Glenda Morandi “La propuesta está en el desafío de tomar un rol activo como productores de saber, para concebir e imaginar, nuevas posibilidades que se potencien como propuestas con carácter instituyente, se busca entonces abordar algunas herramientas de análisis y de orientación metodológica para acercarnos a esta posibilidad de plantearnos artífices reales e intelectuales de los procesos de transformación de nuestras prácticas de intervención académica” (2022, 1)-

### **3-4. Relevamiento de Antecedentes**

### **3.4.1 Universidad Nacional de Río Cuarto Córdoba (UNRC): Articulación**

“En el año 2009 la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC) aprobó, mediante Resolución 322/2009 del Consejo Superior, la incorporación de prácticas socio-comunitarias (PSC) en una o más asignaturas de todas las carreras de la institución. La resolución normatiza e instituye a las prácticas socio comunitarias como obligatorias en todas las carreras de la universidad con el objetivo de dar respuestas a problemáticas de sectores vulnerables. Cabe destacar que la UNRC fue la primera universidad nacional Argentina que institucionaliza esta experiencia, lo que fue reconocido con el Primer Premio Presidencial “Prácticas Educativas Solidarias en Trayectorias Universitarias | Vol. 6 Núm. 11 | 2020 | ISSN 2469-0090 En el año 2009 la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC) aprobó, mediante Resolución 322/2009 del Consejo Superior, la incorporación de prácticas socio-comunitarias (PSC) en una o más asignaturas de todas las carreras de la institución. 03 Educación Superior 2010”; le han seguido en esta iniciativa, con diversas modalidades, otras Universidades. En la UNRC cada facultad fue implementando por diferentes modalidades, destacándose Medicina Veterinaria, donde las PSC se abordan desde el ingreso hasta el sexto año, se hace todo un trayecto de prácticas socio comunitarias y no es sólo una asignatura (Universidad Nacional de Río Cuarto, 2016).” (Schneider,Bresso,Giuseppe 2020,p3-4)

### **3.4.2. Facultad de Administración Economía y Negocios (FAEN)**

Como antecedentes, en la misma unidad académica, pero en otras cátedras se encuentra El Proyecto pedagógico de extensión e Investigación de las Cátedras Principios de Economía , Macroeconomía y Econometría, de las carreras de Licenciatura en Comercio Exterior y Contador Público denominado “Jornadas de Aulas Abiertas” declarada de interés académico, por ejemplo este año, por resolución N° Faen 208/23 en este primer cuatrimestre y llevada a cabo en junio del 2023 , y en el segundo cuatrimestre es organizada por las cátedras de Macroeconomía de 3er año y Evaluación de Inversiones de 5to año, a cargo de la misma titular pero son asignaturas de distintos años en la Currícula de la Licenciatura en Comercio Exterior, Los alumnos realizan investigaciones y exponen ante sus compañeros y docentes como así autoridades de la Faen. Tienen varios docentes, ya que están conformadas sus cátedras de manera regular, motivo por el cual participan docentes, público en general y alumnos cursantes de las cátedras organizadoras. La Facultad apoya y promueve permanentemente este tipo de actividades

que aportan conocimiento y capacitación, construyendo un valioso antecedente en la formación de los estudiantes y la permanente vinculación con el medio.

La Facultad de Administración, Economía y Negocios (FAEN) de la Universidad Nacional de Formosa (UNaF) organizó también las “Jornadas Regionales de Gestión y Costos NEA 2018”, que se llevaron a cabo en la Biblioteca Central del campus universitario. Los temas referidos a la última reforma tributaria y a la reforma laboral, haciendo hincapié en la incidencia en los costos para emprendedores y empresas de la región y del país. También se abordaron temas referidos al turismo, hoteles, industria de la carne, actividad agrícola, empresas agropecuarias y gestión de organización, entre otros”. Las Jornadas estaban destinadas a la comunidad, a los emprendedores y empresarios formoseños, alumnos y profesores de todas las cátedras que estén interesados en la materia. Se trabajó con las cátedras de gestión de Empresas y la Cátedra de Costos

El Programa Amartya Sen (PAS) Edición 2015 es un programa nacional de formación en ética para el desarrollo “2000 Jóvenes para una economía con rostro humano” que viene desarrollando la FAEN. Esta segunda conferencia tiene como base promover charlas que evidencian las múltiples oportunidades de financiamiento destinado a emprendedores, de manera que los participantes puedan resignificar los espacios de ejercicio profesional; dándoles elementos desde el inicio de su carrera. Estas exposiciones han sido declaradas de Interés Académico por Resolución de FAEN 430/15. Y participan todas las asignaturas articulando sus investigaciones con el programa Amartya Sen (PAS)

La propuesta de la Cátedra de Investigación de Mercados, plantea la característica distintiva de proponer un diseño innovador y construir una secuencia didáctica para integrar los saberes a partir de una prueba piloto realizada en la Pandemia Covid\_19 en el año 2020 para articular la docencia , investigación y extensión

### **3.4.3 Experiencia y prueba Piloto en el año de la Pandemia por el ASPO.**

Se trabajó articuladamente e intercatedra con la asignatura de Comercialización Internacional de 5to año. Tuvimos el mismo grupo de alumnos y a los trabajos de Investigación que realizaron durante el año en Investigación de Mercados, llevaban adelante un plan de marketing para exportar en la cátedra de Comercialización internacional. Así trabajamos como docentes y a la vez como tutores investigando junto

nuestros alumnos, y al finalizar el año con las nuevas tecnologías y las plataformas via zoom y la no presencialidad, ya que la modalidad era virtual , me propuse diseñar y llevar adelante junto a los alumnos y la docente de la otra Cátedra, la Primer Jornadas de Investigación de Mercados y Marketing, declaradas de Interés académico por Resolución de FAEN N° 405/2020 , ya que involucra a participar a estudiantes, docentes, no docentes , graduados , investigadores, empresarios y profesionales del medio como así autoridades con participación de expositores egresados y de alumnos en curso , clase magistral por especialistas en el tema y expositores como empresarios con quienes los alumnos habían realizado sus investigaciones. Se realizó una encuesta y se elaboró un informe ( ver anexo VII) Tuvimos aproximadamente 140 asistentes de diferentes países como provincias de la Argentina al ser on line, se inscriben vía formulario google confeccionado por los alumnos, se entregaron certificados de asistencia.

#### **3.4.4. Descripción sintética de la Innovación**

El Propósito es promover un diseño innovador de secuencias didácticas, relacionando experiencias desarrolladas de articulación entre docencia, extensión e investigación a los alumnos de 5to año de la cátedra de Investigación de Mercados de la Carrera de Comercio exterior perteneciente a la Facultad de Administración, Economía y Negocios de la Unaf.

Una síntesis de la innovación propuesta es enumerar algunas secuencias que posteriormente serán desarrolladas en profundidad, : en primer lugar llevar adelante con los alumnos trabajos de investigación de cátedra, llamado Proyecto de Investigación de Mercados en el segundo cuatrimestre en distintos grupos no más de 3 alumnos , donde se aplique lo enseñado teóricamente y ellos lo puedan llevar a la práctica; luego coordinar y articular intercátedra con alguna asignatura de la misma carrera según malla curricular a fin de trabajar de manera interdisciplinar con los mismos alumnos; generar la invitación y participación en el aula a un experto o persona bien informada para intercambiar experiencias y saberes con los alumnos sobre el tema a desarrollar en los trabajos de investigación a fin, de vincularlos con la comunidad; guiar a en la recolección de datos y fuente de relevamiento así como el procesamiento , análisis y presentación de los resultados, fomentar que los alumnos participen de las Jornadas de Ciencia y Tecnología de la Universidad que se realiza todos los años para publicitar los trabajos de Investigación de cátedra , dándole una participación activa de relevancia a los alumnos

,incentivando así su vocación como joven investigador ; coordinar y organizar a fin de cada año una Jornada de Extensión académica de Investigación de Mercados con asignaturas a fines para alumnos , docentes , no docentes, egresados, autoridades profesionales y empresarios del medio local , regional e internacional bajo la modalidad hibrida ( presencial y virtual )con el objetivo de aportar, divulgar y trasferir conocimientos académicos como así fomentar la vinculación con el medio y la articulación intercátedra. Dar prioridad a publicar en la Revista de Faen, y además evaluar el proyecto.

#### **4. Objetivos**

##### **Objetivo General**

Construir una secuencia didáctica que articule los saberes disciplinares vinculados con la docencia, la extensión y la investigación, para los alumnos de la cátedra de Investigación de Mercados de 5to año de la Licenciatura en Comercio Exterior de La Facultad de Administración Economía y Negocios de la Universidad de Nacional de Formosa.

##### **Objetivos específicos**

- Identificar y seleccionar los contenidos que formarán parte de la secuencia didáctica.
- Preparar a los alumnos en la aplicación y desarrollo de las técnicas de Investigación de Mercados desde una intervención teórica –práctica.
- Generar un espacio de articulación intercátedra a través de la Investigación y la extensión.
- Motivar a los alumnos a producir y transmitir conocimientos a partir de sus investigaciones y experiencias.
- Articular acciones con entidades empresarias, universidades, organizaciones no gubernamentales y empresas.

#### **5. Marco Conceptual**

##### **5.1. Construcción metodológica y secuencia didáctica**

Según el Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología: “El marco teórico constituye un corpus de conceptos de diferentes niveles de abstracción articulados entre sí que

orientan la forma de aprehender la realidad. Incluye supuestos de carácter general acerca del funcionamiento de la sociedad y la teoría sustantiva o conceptos específicos sobre el tema que se pretende analizar” (Dalle, Pablo - Boniolo, Paula - Sautu, Ruth - Elbert, Rodolfo (2005, p. 34) “La secuencia metódica no debe ser entendida como un reglamento o código rígido, sino como un marco de actuación básico, de ordenamiento lógico y pedagógico, pero flexible y adecuado a las características de los alumnos y a la dinámica del proceso en el contexto particular. Así, el docente y los alumnos desarrollarán acuerdos de trabajo y una serie de intercambios que enriquecerán la propuesta inicial. Pero contar con un diseño de actividades secuenciadas y con un marco metodológico que oriente la enseñanza es una condición crítica para asegurar los logros de aprendizaje y elaborar estrategias particulares.” (Davini 2008, p 25)

“Es evidente y de sentido común que quienes enseñan necesitan saber o tener un relativo dominio sobre el conocimiento, la habilidad o la experiencia que desean transmitir. En otros términos, nadie puede enseñar bien aquello que no conoce, no sabe hacer o no ha experimentado de alguna forma. Pero conocer o tener este saber no es suficiente: se necesita también pensar para qué enseñar, cómo enseñarlo y tomar decisiones definiendo las formas particulares de hacerlo. Esto es especialmente importante para quienes ejercen la tarea como profesionales de la enseñanza, es decir, los docentes”(…)” Distintos campos del conocimiento filosófico, político, social y pedagógico colaboran en esta dirección. Entre estos distintos campos, existe la contribución particular de la didáctica, con una trayectoria histórica y transformaciones sustantivas a lo largo de su evolución” (Davini 2008, p 53-54)

### **5.1. Métodos de enseñanza: Métodos para la acción Práctica en distintos contextos**

Según Davini (2008), dentro de los métodos para la acción Práctica en distintos contextos, encontramos el método de estudio de Casos, Método de Solución de Problemas, Método de Construcción de Problemas o Problematización, Métodos de Proyectos y Modelos Tutoriales. Se trata así de la formación del sentido práctico.

“En los medios Universitarios se trata además de ejercitar el juicio profesional para la toma de decisiones en la acción en contextos y situaciones reales. El Interés creciente por estas intenciones educativas, ha llevado a la sistematización de estos métodos”, (Davini 2008, p 115)

De los mencionados up-supra se utiliza el Método de Proyectos y el modelo de tutoriales.

**a) Método de Proyectos**

“El método de Proyectos presenta un importante valor educativo. Además de ser una metodología útil para desarrollar conocimientos, integra sistemáticamente el conocimiento y la acción, facilitando a los alumnos el aprendizaje de métodos racionales de trabajo, la habilidad para planear un proyecto y su realización en el tiempo, la creatividad, las capacidades expresivas (comunicación oral, escrita y gráfica), la elección de medios para desarrollo del proyecto, el monitoreo y la evaluación de resultados. Asimismo favorece el desarrollo del trabajo cooperativo y la autonomía del aprendizaje” (Davini 2008, p131).

La secuencia básica del método es:

FASES	ACTIVIDADES
APERTURA	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Proponer un Proyecto de Trabajo viable, considerando las necesidades de aprendizaje y las capacidades y los intereses de los alumnos.</li> <li>● Debatir las características y necesidades del proyecto, tanto de conocimiento como de materiales y de apoyo.</li> </ul>
ORGANIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Transmitir y buscar informaciones, datos y conocimientos.</li> <li>● Elaborar un plan de trabajo con etapas. Distribuir tareas.</li> <li>● Organizar grupos de trabajo de acuerdo con intereses y capacidades en forma cooperativa.</li> </ul>

<p style="text-align: center;">PUESTA EN MARCHA Y MONITOREO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desarrollar actividades previstas en el plan por los distintos grupos.</li> <li>● Apoyar y monitorear el desarrollo de las actividades, ayudando en las dificultades.</li> <li>● Apoyar la búsqueda de conocimientos y transmitir otros a lo largo de las actividades.</li> </ul>
<p style="text-align: center;">DIFUSIÓN Y SOCIALIZACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Incentivar la comunicación del Proyecto.</li> <li>● Organizar muestras de lo producido.</li> </ul>
<p style="text-align: center;">INTEGRACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Evaluar en conjunto el proceso seguido y sus logros de aprendizaje.</li> </ul>

Fuente: (Davini 2008, p 131-132)

En el libro de las autoras Picco y Orienti (2017) se sostiene que “La situación didáctica es una situación construida intencionalmente con el fin de hacer adquirir a los alumnos un saber determinado. Comprende el proceso mediante el cual el profesor proporciona el medio didáctico en el cual el alumno construye su conocimiento. Brousseau (1986) define la situación didáctica como un conjunto de relaciones establecidas explícita y/o implícitamente entre un alumno o un grupo de alumnos, un cierto medio (que comprende eventualmente instrumentos u objetos) y un sistema educativo (representado por el profesor) con la finalidad de lograr que estos alumnos se apropien de un saber constituido o en vías de constitución 2 . Así, la situación es vista como un modelo de interacción de un sujeto con cierto medio donde el conocimiento es el recurso del que dispone el sujeto para alcanzar o conservar en ese medio un estado favorable (Brousseau, 1999).”

“No se trata de plantear sólo actividades aisladas, sino de establecer articulaciones entre los conocimientos previos, sus experiencias y la situación

problemática que le permita trabajar a partir del enigma. La intervención fundamental es entonces la construcción de condiciones didácticas para que el estudiante pueda asumir esta propuesta de enseñanza como un proyecto propio” (...) “Podemos decir entonces (...)” una secuencia didáctica se entiende como un sistema de reflexión y actuación del profesor, en donde se explicitan aquellos aspectos del quehacer didáctico fundamentales a toda acción de enseñanza y de aprendizaje, donde participan estudiantes, docentes, saberes y el entorno. En este sistema el elemento central es una situación problemática, enigma o reto presentado a los alumnos para ayudarlos a avanzar en la construcción de su conocimiento. Vemos, de esta forma, que la secuencia didáctica en realidad no es más que un conjunto de situaciones. Cada secuencia está constituida por varias situaciones que se encadenan en una lógica de sentido y necesidad. Cada situación tiene que ver con las anteriores y con las siguientes –no de manera aleatoria. El orden de las situaciones didácticas tiene que ver con la lógica interna de la secuencia y se traduce en un tiempo necesario para alcanzar los propósitos que se buscan con ese desarrollo. La relación con el tiempo de trabajo para cada secuencia no es un tema menor, ya que sabemos que el tiempo se presenta como escaso en relación con los contenidos previstos para trabajar en el día a día escolar” (Picco y Orienti 2017,p 93-94)

“Los proyectos se encuentran conformados por una serie de secuencias de situaciones encadenadas de manera lógica y necesaria, orientados hacia la elaboración de un producto final, tangible y pueden extenderse por períodos relativamente prolongados: uno o dos meses y hasta un cuatrimestre o todo el año trabajando en una frecuencia semanal. Las secuencias incluyen situaciones, pero a diferencia de las actividades habituales, tienen una duración limitada a algunas semanas de clase, lo que permite llevar a cabo varias de ellas en el curso del año escolar”(Picco y Oriente 2017,p 96)

## **b) Modelo Tutoriales**

También se utiliza el Modelo de Tutoriales

El modelo de trabajo docente tutorial o también llamado “El modelo de Tutoriales, consiste en una modalidad de desarrollo de la enseñanza, apoyando el razonamiento previo a la acción, durante la acción y después de la acción”(…) “ La integración entre el conocimiento sistemático y las prácticas, entre lo general y local ,entre el aprendizaje común y el tratamiento particular de los problemas , requerirá la orientación activa del docente tutor: dando información permanente , guiando la búsqueda

de nueva información y de otras experiencias que refuercen el aprendizaje, ayudas o pistas, proponiendo tareas desafiantes y ayudando en aquello que no se puede resolver solo, favoreciendo el intercambio de ideas, la colaboración y el debate; alentando y estimulando, promoviendo una retroalimentación permanente en relación con las tareas (feed-back) en forma personalizada, atendiendo a las necesidades y las características del grupo; vinculando el aprendizaje al contexto y situaciones específicas” (Davini 2008, p 132-133). “Quien enseña debe estar dispuesto a centrar sus actividades y sus intervenciones en el aprendizaje del estudiante, actuando como orientador, apoyo o facilitador”(Schón, 1992, Perkins & Salomón, 1989)

## **5.2 Diseño de la innovación**

Como sostienen en la Clase 4 de las Autoras las autoras Ana Ungaro y Norma Morandi, “Una propuesta de innovación implica detenerse a pensar cómo será, a quienes involucra, en qué espacios institucionales, su viabilidad y de qué modo se implementará esa propuesta. Estos aspectos refieren a la dimensión metodológica de la innovación que, desde prácticas docentes fundadas, es necesario pensar para diseñar un recorrido, una estrategia que permita atender la complejidad y multidimensionalidad de este proceso”.(2022 ,p7)

“Innovar no es solo hacer cosas distintas sino hacer cosas mejores.” (Zabalza 2003-/04 p 117).” Innovar es introducir cambios justificados (...) La Calidad del cambio dependerá de lo valioso que sea el cambio en sí mismo y de la justificación que tenga “(Zabalza 2003-/04 p 120) “Por otra parte, innovar en docencia es aplicar tres condiciones importantes en todo ejercicio profesional: apertura, actualización, mejora “(Zabalza 2003-/04 p 120)

La innovación educativa en la universidad requiere ser una práctica fundada construida a partir de los espacios de capacitación y coloca al docente como intelectual transformador. (Zabalza 2003-/04 p 120)

“Cuando uno habla de intervención va a hablar de algunos componentes que están en juego uno va hablar de intervención a una comunidad, es decir toda intervención se da en relación a una comunidad, no hay intervención fuera de una comunidad. Y para nuestro caso, los que hacemos intervención educativa, la comunidad es la institución escolar con todo lo que significa, es decir, la institución con el contexto donde esta

institución está metida. Entonces la intervención va a trabajar en un plano hacia la comunidad; y cuando digo que comunidad trabaja hacia la institución y va a tener en cuenta el tipo de afiliaciones” que se están jugando en esta comunidad.” (Remedi, 2004:p2)

“Cuando estoy interviniendo, voy a ver entonces que tengo que tener en cuenta que ya estoy en un proceso de intervención, ya estoy metido en una intervención,(...)en una intervención para cambiar prácticas en el aula, entonces voy metiéndome y voy dándome cuenta de que en esa intervención hay un emprendimiento conjunto. Cuando digo emprendimiento conjunto, quiero reafirmar la idea de que no hay intervención si no es con la participación de los otros, no es que la intervención sea mía, la intervención es colectiva, tiene que haber un emprendimiento conjunto” (Remedi, 2004, p 9)

Como nos dice Zabalza (2004) la innovación es un proceso, que plantea una mejora sobre lo establecido y altera de algún modo lo dado, lo que se viene haciendo y se encuentra naturalizado, ese proceso de transformación nos interpela la realidad educativa académica e institucional en pos de un cambio o transformación. Como sostienen en la Clase 4 de las Autoras las autoras Ana Ungaro y Norma Morandi en la introducción titulada La innovación en la enseñanza universitaria, aproximaciones conceptuales para pensar propuestas situadas : “Desde el enfoque que comprende a la innovación como cambio o reforma de las prácticas educativas, entendemos que la categoría de innovación implica una acción transformadora situada y crítica, y en este sentido les invitamos a construir de manera individual, desde una reflexión colectiva, caminos alternativos a partir del reconocimiento de una situación ligada al propio ámbito de actuación vinculada con una problemática de interés sobre la cual se propongan trabajar para ser repensada y plantear una intervención innovadora” y en el apartados: Aproximaciones para pensar en el diseño de las innovaciones: “ (...) hemos pensado respecto de lo que significa innovar, los rasgos, modelos, ámbitos. En este apartado la intención es plantear una aproximación respecto del diseño, para ello es importante reconocer que para plantear un proceso de transformación hay que tener en cuenta algunos aspectos que hemos abordado, que refiere a pensar el contexto y las prácticas situadas.

Así hemos ya identificado los rasgos de la innovación a lo largo del escrito, como así el ámbito en el que trabajaremos, quedando definir el modelo, y acá desde mi

perspectiva involucra un modelo preocupado por la modalidad y los que impactan sobre los ámbitos de intervención como sostiene Zabalza (2003/2004). Respecto a este impacto se relaciona con el replanteo de los cambios en las relaciones y los vínculos entre las instituciones y los sujetos. “En relación con el impacto de las innovaciones, éstas se dan en el marco de un espacio poliédrico en donde se involucran los saberes teóricos, la evaluación de la dimensión personal, organizacional y cultural, por lo que cuando se plantea una innovación, impacta sobre estas cuatro dimensiones que también se proyectan sobre otras”. (Zabalza 2003/04 p. 123)

Como sostiene Elisa Lucarelli (2022) “ (...)entender a la innovación como una práctica contextualizada, esto es una práctica cuya explicación necesita ser hecha en función y en relación con los factores concretos que enmarcan esa práctica; en este caso la situación áulica se extiende al entorno institucional y al social y comprende a los factores peculiares que caracterizan a los sujetos de la innovación ; de igual manera, las metodologías y los recursos utilizados en el aula son afectados por las especificidades de cada contenido a enseñar y aprender. Quiero recordar una vez más como marco de estas Jornadas que entender a innovación pedagógica en una perspectiva fundamentada crítica nos remite al concepto de praxis inventiva como oposición al de praxis repetitiva” “ (...)la praxis inventiva es aquella práctica que incluye siempre la producción de algo nuevo” “Me parece importante destacar que esta comprensión de las prácticas y del lugar del problema en la enseñanza y en el aprendizaje se corresponde con una determinada forma de mirar cómo se relacionan teoría y práctica en esos procesos”.

### **5.3 Relación Teórica Práctica**

La autora Elisa Lucarelli (2022) sostiene: “En la vida universitaria la relación teoría-práctica se manifiesta en torno a la producción del conocimiento en diversos planos: en la formación, en la investigación y en las diversas modalidades con que encara las relaciones del traspaso de ese conocimiento en el medio social (la extensión, la transferencia, el servicio. En el plano de la formación y más específicamente de la enseñanza la articulación teoría-práctica se concreta, por lo menos, a través de dos vertientes principales: en un sentido general en el desarrollo genuino de todo proceso de aprendizaje centrado en las operaciones que desarrolla el estudiante para conocer el objeto de estudio que hacen a su formación y en los procesos de preparación para el desempeño profesional. En ambas vertientes la articulación teoría-práctica puede convertirse en un

eje metodológico para el desarrollo de innovaciones propias de una praxis inventiva, esto es de los procesos que se desencadenan cuando una situación insatisfactoria para el docente, es vivida como un problema para el cual las prácticas habituales no alcanzan, e impulsa hacia la búsqueda de lo nuevo a través de la reflexión cognitiva y la acción.”

#### **5.4. Articulación Docencia investigación y extensión**

Como sostiene el Dr Tommaselli Humberto (2015) la vinculación entre la docencia, extensión e integralidad de las prácticas universitarias “es pensar en una Universidad cada vez más integrada a la sociedad, generando acciones que contribuyan a resolver los problemas importantes que la población tiene y pensando en formar profesionales no solo como técnicos, sino también como universitarios que tengan un nivel de sensibilidad y solidaridad a la hora de ejercer la profesión”(…) “Hay actividades que los estudiantes hacen en forma muy marginal , como la extensión , e inclusive la investigación y la idea central que planteamos es integrar la extensión como una actividad normal y cotidiana “ De esta manera promover la integración de saberes desde la docencia , extensión e investigación de cátedra con la participación activa de los estudiantes y su vinculación con el medio. Esto significa un aporte fundamental para la cátedra en la generación de conocimientos y contenidos a las problemáticas reales y concretas de los distintos sectores de la comunidad.

El autor Tommaselli Humberto (2015), afirma que “los estudiantes que pasan por este tipo de experiencia tienen un nivel de satisfacción con la formación mucho mayor que aquel que no lo hace” (...) “este tipo de formación genera aprendizajes significativos diferentes “

### **6. Diseño de la Innovación Propuesta**

#### **6.1 Descripción general de la propuesta de innovación**

La propuesta de intervención transformadora/innovadora que propongo para intervenir en torno de la problemática identificada es un Diseño innovador de Secuencias Didácticas o de Estrategias de Enseñanza relacionando experiencias de articulación docencia, extensión e investigación. Como sostienen en la clase 2 las autoras Ana Ungaro y Glenda Morandi los desafíos son:

- “Promover formas de integración/articulación teoría-práctica superando modos de organización de la enseñanza que separan tajantemente estas instancias espacios. Esto supone dejar de concebir a la práctica como lugar de aplicación mecánica y estandarizada de ejercicios de ejemplificación o aplicación de categorías conceptuales, y dejar de concebir a la teoría como la descripción enciclopédica de saberes más o menos enlatados, compartimentados y descontextualizados. Es necesario apelar a experiencias de trabajo con los conocimientos donde la conceptualización y la experimentación o la problematización de la realidad sea realizada desde comprensiones significativas de las categorías conceptuales que sean puestas en juego en torno de problemas de conocimiento que interpelen la curiosidad, la búsqueda de respuesta a interrogantes, la construcción de hipótesis, el acercamiento reflexivo a la realidad, entre otras. Esta articulación adquiere matices diferenciados según el tipo de saber disciplinar que se trate, los que podrán ser identificados en cada caso. –
- Repensar “la clase”, configurándola desde principios (teórico-metodológicos de procedimiento) que se concreten en acciones y estrategias con unidad de sentido, en una búsqueda de romper con estereotipos y esquemas de actuación interiorizados que no habilitan el diálogo, el intercambio de saberes, la entrada de la realidad al aula y la salida de docentes y estudiantes al terreno. Crear escenarios de comunicación y acción que alienten a lxs estudiantes a movilizarse, abandonar la pasividad que fomentan ciertas prácticas históricamente instituidas” (2022, p 6-7)

## **6.2. Estrategias de Innovación:**

### **Aspectos formales de la innovación**

- Universidad: Universidad Nacional de Formosa
- Carrera: Licenciatura en Comercio Exterior
- Materia: Investigación de Mercados (5to año de la carrera - anual)
- Duración del trabajo de innovación: segundo cuatrimestre (catorce encuentros) en el aula y/o en terreno.
- Método de Enseñanza: Método de Proyectos
- Modelo de Enseñanza : Modelo de Tutoriales
- Articulación : Docencia –Investigación y extensión
- Carácter: Obligatoria para aquellos estudiantes que cursen de forma regular

- Grupos: Máximo 3 (tres) alumnos por grupo
- Tiempo destinado a desarrollar la actividad por clase: 45 minutos aproximadamente que se irán acentuando a medida que avancemos en las etapas/encuentros o bien salidas a terreno para trabajos de campo.
- Unidades temáticas del Segundo cuatrimestre : Unidad IV-Unidad V-Unidad VI- 14 clases: de Agosto a Noviembre
- Evaluación: Evaluar el inicio, el Proceso y el final a través del resultado de un Proyecto de Investigación de Mercados.

Los Objetivos Específicos Programáticos por Unidad son los siguientes:

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA UNIDAD IV: RECOLECCIÓN DE DATOS</b></li> <li>● Identificar fuentes primarias y secundarias</li> <li>● Explicar en qué consiste la recolección de datos primarios, después de haber hecho la búsqueda y recolección de datos secundarios de acuerdo al diseño de la investigación</li> <li>● Estudiar y analizar la investigación por observación.</li> <li>● Entender el uso de las escalas de medición para desarrollar la efectividad del marketing.</li> <li>● Repasar los métodos de muestreo probabilístico y no probabilístico</li> <li>● Describir el proceso del trabajo de campo y explicar la selección capacitación, supervisión y evaluación de los trabajadores de campo así como la validación del trabajo</li> <li>● Explicar los trabajos relacionados con el trabajo de campo al realizar una investigación internacional</li> <li>● Explicar y practicar los procesos de diseño de cuestionarios para lograr que los alumnos diseñen sus propios cuestionarios al salir a terreno para su trabajo de investigación de mercados solicitado y dirigido por la cátedra.</li> <li>● Analizar el aspecto ético del trabajo de campo</li> <li>● Ilustrar el uso de internet y computadoras en el trabajo de campo.</li> <li>● Proponer un Proyecto de trabajo viable.</li> <li>● <b>BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA</b> (detallada al final del Programa) Dossier elaborado por la cátedra como material de apoyo.</li> </ul> |
|--|

- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA UNIDAD V: PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS FUNDAMENTAL DE DATOS**
- Definir el Procedimiento de análisis de datos y sus pasos para que el alumno comprenda su naturaleza e importancia
- Explicar la revisión y edición del cuestionario como las formas de tratar las respuestas insatisfactorias
- Describir los lineamientos para codificar los cuestionarios.
- Analizar el proceso de depuración de datos y los métodos usados para tratar respuestas faltantes.
- Definir el procedimiento elegir la estrategia de análisis de los datos y de factores que influyen en el proceso
- Comprender los enfoque interculturales para la investigación de mercados internacional
- Explicar el uso de internet y de uso de programa estadísticos en la preparación y análisis de los
- Desarrollar y monitorear las actividades en torno al Proyecto.
- **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA** (detallada al final del Programa) Dossier elaborado por la cátedra como material de apoyo.

- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA UNIDAD V: COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**
- Tomar conciencia de los propósitos principales de los informes de investigación.
- Aprender a organizar y a elaborar un informe de investigación.
- Aprender a interpretar y presentar los resultados de una investigación de mercados.
- Entender el estilo y el formato apropiados para los informes de investigación de mercados.
- Aprender a crear una presentación personal.
- Entender el uso efectivo y la comunicación de la información de la investigación de mercados.
- Entender lo que los clientes quieren del proveedor.
- Aprender acerca de la administración de una organización de la investigación de mercados.

- Incentivar la comunicación del Proyecto.
- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA (detallada al final del Programa) Dossier elaborado por la cátedra como material de apoyo.

Al trabajar nivel de Aulas me estoy metiendo con los una “Intervención de Haceres” como sostiene el Dr. Eduardo Remendi (2004). Es así que planteo un bosquejo de Líneas de acción alternativas: prácticas de Intervención académica (alternativa situada). ESTRATEGIAS: (formas de trabajo reflexivo y colaborativo).

Después de haber transitado el primer cuatrimestre y desarrollado las unidades teóricas con prácticas individuales y grupales correspondientes al desarrollo de las unidades, Unidad 1: El rol de la Investigación de mercados en la toma de Decisiones, Unidad 2: El Proceso de Investigación de Mercados y Unidad 3: la Investigación Cuantitativa y Cualitativa, como así después del receso invernal y Turnos de exámenes de Julio, el alumno está en condiciones de comenzar el Proyecto de Investigación de cátedra cuando se inicia el segundo cuatrimestre.

Paralelamente a los trabajos Prácticos individuales con los alumnos, se desarrolla trabajos de Investigación de cátedra llamado Proyecto de Investigación de Mercados (forma parte en lo académico de la 3er nota para poder regularizar la materia y debe ser grupal, dado que la forma de evaluarlos de manera individual se lleva adelante con dos exámenes parciales , uno en el primer cuatrimestre y otro en el segundo cuatrimestre ( Ejemplo de Parcial : VER ANEXO V) y un recuperatorio como así las actividades prácticas en relación a cada unidad temática.

### **6.2.1 Secuencias Didácticas**

Por otro lado se coordina, con relación al Proyecto con alguna asignatura de la malla curricular, poniéndonos a disposición para interactuar (trabajos de investigación intercátedra e interdisciplinar) Es así que detalladamente vamos a describir las siguientes estrategias de innovación con sus secuencias didácticas:

1. Proponer Proyectos de trabajo viable, y facilitar la identificación de temas de interés para el trabajo del mismo, Debatir sobre las características y necesidades de información del proyecto.

2. Realizar la búsqueda a través de los sitios de internet para obtener información que sean de interés para los investigadores de mercados, o bien base de datos, en publicaciones, periódicos y libros, grupo de noticias (sitio de interés donde las personas pueden leer y publicar mensajes dedicados a un tema específico). También recorrer el Google Académico como así los repositorios que se mencionan como ejemplos, Scielo.org, Explora-Intelligo.info, Redalyc.org, Latindex.org, Sedici.unlp.edu.ar, repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar entre otros. Identificar las fuentes secundarias y primarias, y analizar dichas fuentes. Las fuentes de Información son compiladas ordenadamente después de la búsqueda. Motivar y ayudar a conformar los grupos de trabajo para llevar adelante el Proyecto de cátedra, con libertad y afinidad por parte de los alumnos cursantes.

3. Diseñar una Propuesta de Investigación de Mercados por parte de los alumnos (documento que antecede al Proyecto de Investigación) inherente al tema de interés elegido, Con los siguientes puntos a considerar: Problema/oportunidad, objetivos, necesidad de información, habilidades del personal, evaluación, presupuesto y cronograma.

4. Iniciar el desarrollo del Proyecto de cátedra de manera formal a lo largo del segundo cuatrimestre, una vez aprobado por la docente responsable de la cátedra la Propuesta de Investigación de Mercados. Puede considerarse como una serie de pasos llamados Procesos de Investigación como sostiene Kinnear /Taylor (2000), autor que describe con mayor grado de detalle éste proceso y está constituido por : 1.Necesidad de Información , 2.Objetivos de la Investigación, 3.Diseño de la Investigación y Fuente de Datos , 4.Desarrollo del procedimiento de recolección de datos 5.Diseño de la Muestra, 6. Recopilación de datos , 7.Procesamiento de Datos , 8.Análisis de datos y 9.Presentación de los resultados. Este Proyecto está dirigido y tutorado por la docente responsable y a cargo de la Cátedra, desde el inicio y hasta la finalización.

5. Invitar al aula a un experto / o persona bien informada de la comunidad para que interactúe y dialogue con los estudiantes sobre los temas elegidos por cada grupo. Además los alumnos deben realizar entrevistas interaccionando con empresarios del medio, con egresados o profesionales de la comunidad formoseña, tanto en el aula en horarios de clase o bien en sus empresas o instituciones acordando previamente el encuentro o visita con la docente que es la encargada y responsable de concretar y crear las condiciones

necesarias, para poder intercambiar experiencias con los alumnos que traen los saberes populares y relacionando con el concepto de “Ecología de Saberes” de De Sousa Santos (2010). Los alumnos deben elaborar una guía de preguntas consensuadas y aprobadas por la profesora a cargo, además de coordinar fecha hora y lugar.

**6.** Apoyar a los alumnos y monitorear el desarrollo de las actividades .Guiar a los alumnos para que realicen trabajos de campo ,que diseñen un cuestionario para recolectar información primaria sobre la información que necesitan y no la encuentran como fuente secundaria, como así guiar en la realización de su salida a terreno con una encuesta de manera presencial para la recolección de la información (se puede complementar con formularios google on line también a través de redes sociales, WhatsApp para abaratar costos, modalidad usada durante el ASPO y hoy se sigue usando como complemento) en eventos culturales, sociales, gastronómicos, económicos, empresariales más importante de la ciudad con mayor afluencia de público local nacional y regional como así a restaurantes u hoteles entre otros

**7.** Participar en las Jornadas de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Formosa en el año siguiente al cursado con su correspondiente inscripción, incentivando así la comunicación del Proyecto y den publicidad de los trabajos de Cátedra que realizan durante al año anterior los alumnos, dándole una participación activa de relevancia a los estudiantes, fomentando así la vocación como joven investigador. Éstas Jornadas se hacen todos los años y las convocatorias suelen ser en los meses de julio y agosto de cada año calendario , como así el cierre de la Presentación de los trabajos es en el mes de septiembre , motivo por el cual los alumnos recién están llevando adelante sus trabajos de investigación de cátedra coincidiendo en el mismo cuatrimestre; ésta es la razón por la que pueden participar los alumnos recién el año siguiente en estas jornadas científicas de gran importancia para toda la comunidad universitaria.

**8.** Coordinar y organizar como corolario a fin de cada año un proyecto de extensión , denominado “Jornadas integradora de Investigación de Mercados ” donde se involucre a alumnos docentes no docentes egresados autoridades y empresarios y profesionales del medio local regional e internacional para la divulgación de los trabajos de investigación, y cómo se produce, circula y distribuye el conocimiento de los alumnos como de los egresados, vinculando lo académico con la investigación y la extensión.

9, Propiciar la declaración de Interés Académico por la Unidad Académica para el desarrollo de la Jornada Integradora de Investigación de Mercados, la cual será a través de la Modalidad híbrida (presencial y virtual) con el objetivo general de aportar, divulgar y transferir conocimientos académicos y científicos, y fomentar la articulación intercátedra como así la vinculación con el medio productivo y empresarial. La misma tiene como Objetivos específicos: 1) Difundir los Proyectos de Investigación y Extensión de Cátedra que se realizan entre las Cátedras de la Carrera Licenciatura en Comercio Internacional que se dicta en la FAEN, 2) Generar la motivación en alumnos, egresados, no docentes, profesionales y cuerpo académico para integrarse a proyectos que promuevan la vinculación y articulación con el medio. 3) Divulgación de la revista “rvst Administración, Economía y Negocios”.

10. La Evaluación de la Propuesta de Innovación será: Una Inicial con una Encuesta diagnóstica, una Intermedia a través de la evaluación del proceso, utilizando el trabajo de Campo y una Final con el Trabajo final de Investigación de Mercados para evaluar en conjunto el proceso y sus logros de aprendizaje. Los Proyectos de investigación antes referidos, serán calificados respetando el siguiente criterio: interpretación y análisis del trabajo (30%), contenido de exposición, desarrollo y defensa de argumentos (50%), presentación (10%), carácter innovador (5%) concepto por participación (5%), definido y plasmado en la Propuesta Pedagógica presentada al inicio del cursado.

Además como evaluación de resultados se administrará una Encuesta al final de la Jornada integradora de Investigación de Mercados tanto de los alumnos de la cátedra como así de los participantes del evento de los distintos claustros de la vida universitaria como público en general.

### **6.2.2 La importancia de la Extensión: Divulgación de los Conocimientos**

La Extensión constituye una de las funciones primordiales de la Universidad; se define como la puesta en práctica en la comunidad, a la que pertenece, de los saberes adquiridos en la docencia y la investigación, lo cual permite vincularlos con la realidad del territorio en el que se construyen y realizar nuevos aportes e hipótesis de trabajo. Esta construcción es colectiva y en ella interactúan los conocimientos científicos con los saberes y conocimientos de la comunidad. Al ser una función sustantiva del sistema universitario es esencial su integración -permanente y constante- con la docencia y la investigación.

La realización de Jornadas y acciones de este tipo constituyen una de las herramientas fundamentales para lograr la articulación con la docencia, la investigación, y también con la transferencia y la divulgación de los conocimientos que se generan en la cátedra y en la Facultad; y permiten que se convierta en un espacio donde confluyen los conocimientos académicos con los saberes y conocimientos de empresarios vinculados con el medio. Esta jornada Integradora de Investigación de Mercados pretende constituirse en un nuevo espacio de la Facultad que nucleee propuestas teóricas –prácticas, que responden a las necesidades y requerimientos actuales de las empresas, los emprendedores, los profesionales o instituciones no gubernamentales; para lograr una mirada estratégica del negocio y potenciar un crecimiento sostenido en el tiempo. A través de las distintas propuestas, la premisa es brindar herramientas y conocimientos para su implementación, bajo un esquema de aprendizaje colaborativo y reflexivo. En el mismo los alumnos, egresados, docentes, investigadores y referentes empresariales, brindaran expondrán y darán charlas para compartir con todos los presentes sus experiencias y vivencias diarias, generando así un espacio de intercambio del conocimiento.

La extensión es interpretada como un espacio en el que la Universidad podía ser puesta al servicio de las necesidades populares, cobrando un fuerte protagonismo a través de acciones territoriales comprometidas desde una óptica solidaria y no mercantilista. Así mismo es necesario desarrollar nuevas acciones que permitan atraer el conocimiento popular hacia adentro de la institución.

## **7. Conclusiones finales**

En este trabajo de Integración final de la Especialización en Docencia Universitaria intenté proponer una innovación con la Construcción de una secuencia didáctica que articule los saberes disciplinares vinculando la docencia, la extensión y la investigación, en la cátedra de Investigación de Mercados del 5to año de la Licenciatura en Comercio Exterior de La Facultad de Administración Economía y Negocios de la Universidad de Nacional de Formosa. Como sostiene la Docente especialista Mg Glenda Morandi en el documento Taller de Producción del Trabajo Final Integrador “ El trabajo final Integrador ( TFI), Es un trabajo de Producción académica individual que supone centralmente recuperar los temas, ejes, y perspectivas abordados en la carrera, asumiendo en su elaboración el desafío que conlleva esta posición de constituirnos en productores de conocimiento sobre los procesos de formación en los que intervenimos.” (...)”El TFI

supone, entonces, el trabajo sobre alguna dimensión específica de la formación universitaria que se aborda desde miradas, enfoques o perspectivas fundadas en saberes producidos en el campo en que se focaliza la especialización, de la pedagogía universitaria y la educación superior” (Morandi, 2022,p.2)

Como está establecido en la Pautas para la elaboración y presentación del trabajo final en la carrera Especialización en Docencia Universitaria – Modalidad a distancia de la Universidad Nacional de La Plata en convenio con CONADU “consiste en el diseño de una propuesta de intervención concreta, entendida como una innovación educativa, tendiente al mejoramiento de las prácticas docentes o de formación en la Universidad; para lo cual debe partir de la identificación de una dimensión problemática que se propone mejorar o transformar, que dé cuenta de la justificación de la relevancia de la propuesta innovadora en el ámbito en el que se plantea su realización. No conlleva la implementación de la propuesta diseñada.” (2022.p1)

“El TFI supone la realización de un trabajo académico consistente en el diseño de una propuesta de innovación educativa, en relación con el propio ámbito de desarrollo profesional docente de quien lo elabora, en torno de una dimensión de la práctica de enseñanza o la formación universitaria sobre la cual se busca intervenir para su mejoramiento/transformación. (Morandi, 2022, p.3)

Como docente me sitúo y oriento la pertinencia del siguiente trabajo en el campo profesional y académico de la especialización y defino el objeto de mi propuesta de innovación en virtud de mi realidad como docente universitario intervencionista reflexivo y colaborativo, en el siguiente aspecto de Intervención : Una propuesta de Innovación didáctica en las prácticas de enseñanza y los procesos de formación universitaria, como así la relación teórica –práctica para mejorar la formación de los alumnos, integrando los saberes a través de la construcción de una secuencia didáctica que articula los saberes disciplinares vinculados con la docencia, la extensión y la investigación. Esta modalidad de integración planteada pretende hacer un aporte significativo al mejoramiento de las prácticas de enseñanza en la educación superior, y particularmente en la Facultad de Administración Economía y Negocios, y que pueda ser institucionalizada y adaptada por otras asignaturas desde una intervención teórica - práctica, generando un espacio de articulación intercátedra y motivando a los alumnos a producir y transmitir conocimiento a partir de sus investigaciones y experiencias. Esta

metodología basada en proyectos permite vincular bajo la modalidad tutorial al docente con los alumnos y a los alumnos vincularlos con los diferentes estamentos y actores del medio a través de sus investigaciones. Además prepara a los alumnos y los incentiva como jóvenes investigadores y agentes de transformación de los procesos educativos. También permite que la Universidad se nutra de los conocimientos y saberes que aportan los distintos actores comunitarios a partir de sus experiencias. Todo este proceso genera un mejor ambiente de trabajo académico y predispone a los alumnos que realizan estas experiencias a un nivel mayor de satisfacción con la formación y generando un proceso de enseñanza - aprendizaje altamente significativos diferentes y muy positivos.

## **8. Bibliografía**

- ARNOUX NARVAJA, A.B (2021), Trabajo Final Integrador “El estudio de fuentes locales para la comprensión de los procesos sociales y sus dimensiones históricas. Proyecto de innovación en el marco de la materia Historia Social General, correspondiente al primer año de la Carrera de Comunicación Social – Universidad Nacional de Moreno”
- DAVINI, M.C. (2008) “Didáctica general para maestros y profesores “Santillana
- LUCARELLI, E. (2004) "La innovación en la enseñanza ¿camino posibles hacia la transformación de la enseñanza en la universidad?" Ponencia presentada en la 3º Jornadas de innovación Pedagógica en el Aula Universitaria-Universidad Nacional del Sur.
- PICCO, S; ORIENTI, N. (2017) “Didáctica y Curriculum: Aportes teóricos y prácticos para pensar e intervenir en las Prácticas de la Enseñanza “Editorial de la Universidad Nacional de La Plata
- REMEDI, E. (2004) "La intervención educativa". Conferencia magistral. Reunión Nacional de Coordinadores de Licenciatura en Intervención Educativa de la Universidad Pedagógica Nacional, México.

- ROBLE, M. B. CORNEJO J. N.;SPELTINI C. (2007) “ Articulando Investigación, Docencia y Extensión : algunas experiencias en el campo de la ciencia y la tecnología “
- TOMMASINI, HUMBERTO (2015) “Hay que repensar el Vínculo entre el Saber de la Universidad y el Saber de los sectores Populares” Secretaria de Extensión Universitaria .UNPA
- UNGARO, A, MORANDI, G. (2022) Clase 2 “Prácticas de Intervención Académica: “La intervención docente en los temas/problemas actuales de la formación universitaria: desafíos y horizontes de transformación “
- UNGARO, A, MORANDI, G. (2022) Clase 4 “Prácticas de Intervención Académica: “La innovación en la enseñanza universitaria, aproximaciones conceptuales para pensar propuestas situadas”
- UNGARO, A, MORANDI, G. (2022) Clase 5 “Prácticas de Intervención Académica: Algunas orientaciones para los procesos de diseño de las propuestas de innovación en distintos ámbitos”
- ZABALZA, M. (2004). Innovación en la enseñanza universitaria. Contextos Educativos. Revista de Educación, 0(6), 113-136.
- DE SOUSA SANTOS, B. (2010) Descolonizar el saber, reinventar el poder. Montevideo:Trilce.  
[http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/Descolonizar%20el%20saber\\_final%20-%20C%C3%B3pia.pdf](http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/Descolonizar%20el%20saber_final%20-%20C%C3%B3pia.pdf)  
<http://Documento Completo.pdf-PDFA SEDICI Docencia extensión e investigación.pdf>
- Informe de Autoevaluación Institucional – Universidad Nacional de Formosa 2009-2011, (2012)
- Informe 44 de Evaluación Externa- Universidad Nacional de Formosa CONEAU (2013)  
<https://www.unf.edu.ar>  
<http://faen.unf.edu.ar/faenv1/>

## 9. Anexos

**9.1 Anexo I: Licenciatura en Comercio Exterior Plan RM N° 1012/98**  
(<https://www.unf.edu.ar>)

**PERFIL DEL EGRESADO**

**ALCANCES DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR:  
DURACIÓN 5 AÑOS –**

- Diseñar, dirigir, coordinar, ejecutar, supervisar y evaluar investigaciones sobre temas relacionados al marketing internacional y sus relaciones económicas internacionales, del país, la región o a nivel globalizado.
- Elaborar estrategias de marketing sobre la base de diagnósticos y pronósticos emergentes de la información disponible para entes privados o públicos y operadores del mercado mundial.
- Asesorar sobre temas relacionados con la estructura dinámica de las instituciones y organizaciones económicas y sociales del espectro internacional.
- Asesorar sobre la elaboración de normas jurídicas tendientes al logro del diseño de políticas nacionales vinculadas al comercio internacional, como así también, mejorar el diseño de las normas aduaneras y acordar -en el marco de organismos internacionales- la adopción de mecanismos que faciliten la dinámica operativa del flujo de bienes y servicios.
- Participar en la conformación de pautas públicas o privadas, globales o sectoriales, con el fin de acentuar vínculos regionales, nacionales o globales.
- Elaborar, dirigir, supervisar y evaluar estudios y prospección de mercados a nivel regional o mundial con el fin de completar programas y proyectos tendientes a maximizar beneficios y acotar riesgos propios de la operativa de la actividad comercial, demostrando fluido manejo de las técnicas de negociación requeridas.
- Conformar el recurso humano responsable capaz de actuar con criterio decisor y ejecutor para resolver puntualmente los interrogantes emergentes de la operativa comercial.
- Asesorar sobre la tramitación aduanera de exportación e importación

**9.2 Anexo II: Estructura Curricular Cuarto y Quinto año**

405	Finanza y Control	ANUAL	Todas las de 2do ( APROBADAS ) y 306
408	Econometría	ANUAL	Todas las de 2do ( APROBADAS ) y 303
409	Comercialización	ANUAL	Todas las de 2do ( APROBADAS ) y 308
410	Instituciones del Derecho Internacional Público y Privado	ANUAL	NO
412	Operativa del Comercio Exterior	ANUAL	Todas las de 2do ( APROBADAS ) y 308
413	Economía Industrial	ANUAL	Todo las de 2do ( APROBADAS ) y 303
508	Investigación de Mercados	ANUAL	Todas las de 3er( APROBADAS ) y 409 - 413
509	Comercialización Internacional	ANUAL	Todas las de 3er( APROBADAS ) y 409 - 410
510	Finanzas Internacional de las Empresas	ANUAL	Todas las de 3er ( APROBADAS ) y 405
511	Economía Internacional	ANUAL	Todas las de 3er ( APROBADAS ) y 410 – 411
512	Evaluación de Inversiones	CUATRI	Todo 3er año ( APROBADAS ) Y 405
513	Seminario de la Investigación	ANUAL	Todas las de 3er ( APROBADAS )

### 9.3 Anexo III: Programa de la Cátedra Investigación de Mercados (508) AÑO 2022



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE FORMOSA**

**Facultad de Administración, Economía y Negocios**

Av. Gutnisky 3200 - Tel. (3704)4- 51792/4-54022/4-54024

3600 - Formosa - Argentina



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE FORMOSA**

**CARRERA: LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR**

**PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

♦ **PROFESORA: Adjunta Ordinaria A Cargo, C.P. Lylian María Rosaura García**  
(Teórico – Práctico)

♦ **UNIDAD I: EL ROL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN LA TOMA DE DECISIONES**

La Naturaleza del Marketing: Concepto de Marketing. El Sistema de Marketing. Naturaleza Oportuna de la Investigación de Mercados. Definición de Investigación de Mercados. La investigación de mercados y la toma de decisiones: Importancia para la Gerencia –Pasos Preliminares. El profundo impacto de Internet en la Investigación de mercados. La industria en la Investigación de mercados y la Ética en la Investigación: Principales usuarios y ejecutores de la Información. La globalización de la investigación de mercados. Implementación y Aprobación de la investigación de mercado a nivel internacional. Investigación de Mercados en la Práctica.

♦ **UNIDAD II: EL PROCESO DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

La importancia decisiva de la correcta definición del problema. Reconocer el Problema o la Oportunidad. Establecer los Objetivos de la Investigación. Etapas del

proceso de Investigación de mercados. Propuesta de Investigación de mercados. Tipos de Investigación y Creación del Diseño de la Investigación Fuente de datos. La Naturaleza de los datos Secundarios. Ventajas y Limitaciones. Agregadores de Investigación de mercados. Administración de la Información. Sistema de Información Geográfica. Investigación de Mercados en la Práctica

◆ **UNIDAD III: INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA**

Investigación cualitativa frente a Investigación cuantitativa. Importancia de los Focus Groups. Investigación tradicional por encuestas. Tipos de errores en la investigación por encuestas. Tipos de encuestas. Determinación del método de encuesta. El entrevistador en la investigación de mercados. Investigación de mercados en línea: El uso de internet para obtener datos secundarios. Estrategias de búsqueda en internet. Investigación de Mercados en la Práctica

◆ **UNIDAD IV: RECOLECCIÓN DE DATOS**

Recolección de datos Primarios. Naturaleza de la investigación por observación: ventajas y desventajas. Observación Humana y observación con máquinas. Investigación por observación en internet. Compras virtuales. Experimentación y Mercados de Prueba.: el escenario experimental. Market Test: tipos de mercados de prueba. El Proceso de medición: pasos Uso de escalas de medición para desarrollar la efectividad de marketing. Diseño del Cuestionario. Proceso de Diseño de Cuestionarios. Aspectos Básicos del Muestreo: Pasos. Métodos de muestreo probabilístico y no probabilístico. Operaciones de campo. Investigación de Mercados en la Práctica.

◆ **UNIDAD V: PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS FUNDAMENTAL DE DATOS**

Visión general del Procedimiento de análisis de datos. Pasos. Validación y edición. - Control de calidad. Codificación. Captura de datos. Limpieza lógica de datos. Tabulación y análisis estadístico. Representaciones gráficas de datos. Análisis univariado, bivariado y multivariado de datos. El software SPSS. Investigación de Mercados en la Práctica.

◆ **UNIDAD VI: COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

El informe de investigación de mercados. Organización del Informe. Interpretación de los hallazgos. Formato. Recomendaciones del Informe. La presentación. Presentación en internet. Manejo de la Investigación de mercados. ¿Qué quieren los clientes? Manejo del proceso de Investigación. Manejo y desarrollo de personal. Administración de un departamento de Investigación de mercados. Investigación de Mercados en la Práctica

**BIBLIOGRAFÍA:**

➤ **BÁSICA**

- **VILLAVERDE HERNANDO, Silvia; MONFORT DE BEDOYA, Abel; MERINO SANZ, María J. (2020)**”. “Investigación de Mercados en entornos

digitales y convencionales Una Visión Integradora” Esic Editorial .Primera Edición Madrid. ISBN 978-84-18415-07-4

- **ROSENDO RÍOS, Verónica** (2018) “Investigación de Mercados: Aplicación al Marketing Estratégico Empresarial” ESIC Editorial. Primera Edición.Madrid. ISBN 978-84-17513-13-9
- **KINNEAR, Thomas C.;TAYLOR, James R.** (2000) “Investigación de Mercados. Un enfoque Aplicado”. Editorial Mc Graw Hill, 5da. ISBN 958-600-782-0

## ➤ COMPLEMENTARIA

**1. MALHOTRA, Naresh K.**(2016)“Investigación de Mercados. Conceptos Esenciales”. Editorial Pearson Prentice Hall. Primera Edición- México –ISBN 978-60-73235-60

**2. MC DANIEL Carl Jr, GATES Roger**\_(2011) “Investigación de Mercados”. – Cengage Learning Editores S.A. Octava Edición –México- ISBN-978-0470-08702-2

**3. HAIR, Joseph F; BUSH, Robert P.; ORTINAU, David J.** (2010) “Investigación de Mercados. En un Ambiente de Información Digital” México. Editorial Mc Graw Hill. Cuarta Edición ISBN: 978-607-15-0290-2

**4 BENASSINI, Marcela** (2009). “Introducción a la Investigación de Mercados- Enfoque para América Latina”. Editorial Pearson Education Segunda Edición – México.ISBN:978-970-261512-5

**5. MALHOTRA, Naresh K.**(2008) “Investigación de Mercados”. Editorial Pearson Prentice Hall. Quinta Edición - México –ISBN 13-978-970-26-1185-1

**6. LERMA Kirchner Alejandro**,(2005) “Comercio y Mercadotecnia Internacional”. Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial. Grupo GEO Impresores S.A. ISBN 970-686-290-0

**7 SEGRE Gustavo; ALEKSINK, Néstor** (2003). “Socorro... Quiero Exportar” Ediciones Macchi-ISBN 950-537590-5

**8. CHURCHILL Jr.,G.A.** (2003). “Investigación de Mercados”. Thompson Editores. México. ISBN- 9789706861887

**9. GONZÁLEZ VILLAR** (2002) “Diseño de Investigación”- Editorial Universitaria. 1ra. Edición

**10. FISCHER, Laura.**(2001) “Investigación de Mercados teoría y práctica”. México.

*Mac GrawHill ISBN 9789701011720*

**11. JANY CASTRO, J.N.** (2000) “Investigación integral de mercados”. Un enfoque para el siglo XXI. McGraw-Hill.ISBN 9789584101044

**12. SAPAG CHAIN, N./ SAPAG CHAIN ,R(1998) “Preparación y Evaluación de Proyectos”** Editorial Mc Graw Hill .ISBN-958-600-008-7-Primera edición Latinoamericana Mc GrawHill

#### 9.4 Anexo IV: Evaluación Diagnóstica: ENCUESTA



Encuesta Año .....

Nº .....



**Objetivo: Evaluación Diagnóstica**

**Facultad de Administración Economía y Negocios.**

**Universidad Nacional de Formosa.**

**Lic en Comercio Exterior.**

**Alumnos de 5º año cursantes de la materia Investigación de Mercados**

ÍNDICE DE RESPUESTAS:

1 Poco satisfactorio

5 Muy satisfactorio

Edad ( ..... )      ¿Trabaja? ( ) 1 SI Donde?..... ( ) 2 NO      Sexo ( )  
1 Varón ( ) 2 Mujer

\*Obligatorio Profesión/ Estudiante \*

1. ¿Qué conocimiento tiene sobre la Investigación de Mercados?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

¿Con sus palabras como la definiría?

.....  
.....

2. ¿Le parece que se relaciona con alguna materia de la carrera?

- ( ) 1 NO
- ( ) 2 SI

¿Con cuáles?

3. ¿Le parece satisfactoria la tarea de hacer proyectos de investigación en su vida estudiantil?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

4. Participó de alguna jornada de investigación científica y /o de cátedra a lo largo de su carrera?

( ) 1 SÍ ( ) 2 NO (pase a la pregunta 5)

¿Con que cátedra?

¿Le resultó Satisfactoria?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

5. Está predispuesto a realizar una salida a campo para hacer una encuesta para un trabajo de Investigación de Cátedra?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

6. ¿A través de qué medio difundirá las actividades realizadas en la cátedra?

➤

7. Sugerencias para mejorar la comunicación en la cátedra:

### 9.5 Anexo V: Modelos de Prácticos en el aula

#### **PRÁCTICO N° 2: OBJETIVO -NECESIDAD DE INFORMACIÓN – DISEÑO- FUENTE- CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO**

**FECHA .....**



#### **LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS ABORÍGENES A ESPAÑA**

## PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

REALIZAR UNA LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CON EL  
CRITERIO DE CADA INVESTIGADOR SEGÚN INFORMACIÓN DEL ANEXO 2

<b>Título:</b> .....
<b>Solicitado por:</b> .....
<b>Aprobado:</b> .....
<b>Fecha de aprobación:</b> .....
<b>Número de proyecto:</b> .....
<b>Fecha en que se preparó:</b> .....
<b>Fecha de comienzo del proyecto:</b> .....
<b>Fecha de finalización:</b> .....
<b>Fecha de entrega del trabajo realizado :</b> .....
<b>Cronograma:</b> .....ver anexo
<b>Presupuesto:</b> ..... ver anexo
<b>Proveedor:</b> .....

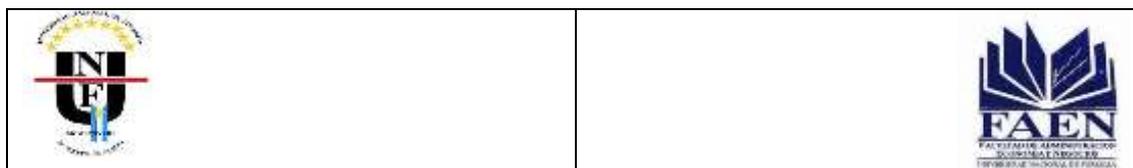
### **Consigna:**

1. Describa a su criterio ¿Cuál sería el Objetivo de la Investigación?
2. Clasificar ¿Qué diseño de Investigación utilizaría? Y ¿Qué Fuentes?
3. Completar la Carátula según cada investigador
4. Armar un cuadro de Presupuesto y un Cronograma de Actividades en el tiempo que el investigador considere puede realizar el trabajo según la información facilitada.
5. Completar El cuadro del Anexo 1

### **ANEXO 1:**

CONCEPTOS	IMPORTE TOTAL
Honorarios Encuestadores	
Honorarios Coordinación y Supervisión	
Honorarios del Ingresador	
*Viatico y Movilidad de los encuestadores	
*Viático y Movilidad Coordinador y Supervisor	
*Teléfono y telecomunicaciones	
*Logística	
<b>TOTAL</b>	

\*La movilidad, telefonía y logística suman un total de..... (.....)  
 Importe necesario antes de iniciar el trabajo y será contemplado en la firma del Acuerdo de Partes para que se inicie la investigación.



## ANEXO 2

Formosa es considerada una provincia diversa multiétnica y pluricultural. Constituye un mosaico cultural en la cual habitan los pueblos Toba (Qom), Pilagá y Wichi.

En Formosa el tema aborígen es un tema de Estado y así lo demuestra:

- ◆ Haber sido la primera provincia que dicta una ley de protección aborígen,
- ◆ Ser pionera en educación bilingüe y cultural en la Argentina,
- ◆ Pionera en la jerarquización de los maestros aborígenes –MEMAS,
- ◆ Pionera en el reconocimiento de los Agentes Sanitarios Aborígenes,
- ◆ Pionera en el Fomento, promoción y comercialización de las artesanías etnográficas,
- ◆ Pionera en la entrega de la tierra a sus legítimos dueños con títulos comunitarios e individuales, intransferibles e inembargables.

Corresponde a la etnia Wichi el mayor número de población, siguiendo en orden decreciente la Toba y luego la Pilagá.

La población aborígen en Formosa

ETNIA	POBLACIÓN
Wichi	18.771
Toba	12.188
Pilagá	5.991
Total	36.950

Familias por etnia

ETNIA	FAMILIAS
Wichi	3.413
Toba	2215
Pilagá	990
Total	6.618

- La Comunidad WICHI se ubica en la zona centro oeste de Formosa. Es el grupo étnico más numeroso. Artesanalmente trabajan el chaguar, madera de palo santo/algarrobo/palo cruz/guayacán, cerámica, lana de oveja y semilla. Representa la comunidad mayoritaria de artesanos y producción artesanal.
- La Comunidad TOBA habitan el centro –oeste de la Provincia de Formosa, a excepción de un pequeño grupo que se trasladó al oeste en el siglo XIX. En cuanto a la población esta etnia se encuentra en segundo lugar. Se destacan por sus tejidos de lana muy coloridos en pre-telar También se dedican a la artesanía con chaguar y barro.

- La comunidad PILAGÁ ocupa el centro-norte del territorio formoseño, y es la población menos numerosa. Realizan piezas artesanales en carandillo y la lana en telar
- La Comunidad CRIOLLA: son los blancos que viven hace años en una comunidad aborigen y adoptan sus mismas costumbres. Las mujeres realizan tejidos exclusivos, a partir de la lana de ovejas teñidas con anilinas. Los hombres usan como materia prima los cueros crudos de vacunos y curtidos de animales silvestres.

En general ofrecen productos según la Materia Prima o Insumo utilizado como por ejemplo de Chaguar, de Barro, de Madera de palo santo/algarrobo/guayacán, de Lana, de Cuero, de Semillas

Así tenemos productos como la yica de chaguar, tapices, cinturones, mochilas y carteras, chalecos y polleras, utensilios de cocina, bombos, violines, adornos, el yoté o botijo, cantaros, tinajas, tapices de lana, bolsos, colchas, alfombras jergones, fajas, alforjas, fustas, bozales, lazos, maneas, lonjas (cuero crudo), Calzados (cueros curtidos), yicas, carteritas, monederos y cortinas de semillas etc.

Hoy en día la artesanía proporciona una forma de expresión artística de nuestras formas de vidas tradicionales, contribuyendo a la preservación de la cultura: Recolección del chaguar

Desean incrementar su producción, mejorar la competitividad de los costos, descubrir nuevos mercados y oportunidades de negocios, generar una fuente de ingreso de divisas evitando la excesiva dependencia del mercado interno, poder crecer en los mercados internacionales y poder comercializar sus productos sin intermediarios, para todo ello es necesario organizarlos y definir un plan de exportación hacia nuevos mercados.

### **PRODUCTOS ELABORADOS CON CHAGUAR: PLANTA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE FORMOSA.**

- YICA O BOLSO
- TAPICES
- CINTURONES
- MOCHILAS
- CARTERAS
- CHALECOS
- POLLERAS

Un empresario del medio necesita que se realice una investigación de mercados porque desea Exportar a España Artesanías Aborígenes para fin de año.

### **9.6 Anexo VI: Modelos de Parciales**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE FORMOSA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA Y NEGOCIOS**  
**LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR**



**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

**PRIMER EXAMEN PARCIAL  
DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

- **Alumno/a:** .....
- **Libreta Universitaria o DNI.**.....

**CARRERA: LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR  
CURSO: 5° AÑO**

**PROFESORA: C.P. *LYLIAN MARIA ROSAURA GARCIA***

**FECHA: .....**

- **Parte Teórica:**

1. Definición de Investigación de Mercados (Kinneer/Taylor u otro autor) y Explique.
2. Nombre los tipos de Investigación de Mercados y grafique cómo se relacionan los tipos de Investigación con el Proceso de toma de decisiones de la Gerencia.
3. **a.** ¿Cuáles son las fuentes básicas de datos? Nombre cada una de ellas.  
**b.** ¿Qué es una fuente primaria y una fuente secundaria? Explique brevemente
4. En la Investigación Cualitativa / Metodología de Focus Group: ¿cuáles son los 4 pasos?
5. Trabajo de Campo: Recopilación de Datos. Nombre los cuales son los Ítems a tener en cuenta y explique Presupuesto y/o Cronograma.

*PUNTAJE*

- 1) Completa = 2
- 2) Completa = 2
- 3) Completa = 2
- 4) Completa = 2
- 5) Completa = 2

**EVALUACIÓN Teórica: PARA APROBAR SE REQUIERE EN TOTAL 6 PUNTOS**

- **Parte Práctica**

Primero lea el material ANEXO: (ENTREVISTA) Es una entrevista realizada a un emprendedor Formoseño por parte de un alumno de la FAEN de la cátedra de Investigación de Mercados.

Complete los puntos de una **Propuesta de Investigación de Mercados** que se solicita a continuación:

1. Membrete (completar)
2. Defina: Objetivo General 1(UN) y 2 (DOS) objetivos específicos

3. Defina la Necesidad de Información a su criterio (2) DOS
4. Diseño y Fuente: Defina el diseño y qué fuentes usaría usted.
5. Cronograma (Confeccione un Cronograma acorde a las actividades y tiempo según su criterio)

### **Propuesta de INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

#### 1. MEMBRETE:

<b><u>Título:</u></b> .....
<b><u>Solicitado por:</u></b> .....
<b><u>Aprobado:</u></b> .....
<b><u>Fecha de aprobación:</u></b> .....
<b><u>Número de proyecto:</u></b> .....
<b><u>Fecha en que se preparó:</u></b> .....
<b><u>Fecha de comienzo del proyecto:</u></b> .....
<b><u>Fecha de finalización:</u></b> .....
<b><u>Fecha de entrega del trabajo realizado:</u></b> .....
<b><u>Cronograma:</u></b> ..... Ver Anexo I
<b><u>Presupuesto:</u></b> ..... Ver anexo II
<b><u>Proveedor:</u></b> .....

#### *PUNTAJE*

- 1) Completa = 3
- 2) Completa = 1
- 3) Completa = 1
- 4) Completa = 2
- 5) Completa = 3

### **ANEXO I : ENTREVISTA**



Logo de BUFFY BURGUER y EMPAQUETADO PARA LA VENTA

Foto: propias



**Entrevista con el Licenciado en Agronegocios. PROPIETARIO DEL EMPRENDIMIENTO “BUFFY BURGUER” DEDICADO A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HAMBURGUESAS DE BÚFALO. Necesita saber acerca del nivel de aceptación de los consumidores reales y potenciales sobre su producto en la ciudad de Formosa**

**1•** ¿Usted solamente se orienta a la manufactura en cuanto a la producción de las hamburguesas de búfalo? ¿Posee una diversificación de productos? ¿Cuáles son?

R • Realizo hamburguesas 100% carne de búfalo, sin harinas ni conservantes, solo carne y condimento. Con un amigo empezamos a hacer milanesas pero yo me abrí de esa parte y levanto pedidos para esta persona.

**2•** ¿Tiene proveedores o usted también se orienta en la producción del insumo (producción bubalina)?

R• Tengo proveedores de carne de búfalo y en ocasiones animales en pie. Este es un cuello de botella, ya que a veces no se consigue carne. Me oriento también a la parte productiva pero compro la carne y/o animales para faena y de ahí obtengo la materia prima.

**3•** ¿Posee un establecimiento propio orientado a la producción y comercialización de su producto? ¿Alquila el lugar?

R• Realizo la producción en un espacio de mi casa acondicionado para ello.

**4•** ¿Qué tipo de tecnología implementa en el sistema de producción? ¿Posee una visión en el largo plazo de producir a escala?

R• Utilizó maquinarias, implementos y utensilios autorizados y homologados para la industria cárnica: moladora semi industrial núm 32, mesa de acero inoxidable, cuchillos mangos blancos, tablas antibacterial, prensa de hamburguesas de golpe y de palanca, etc.

**5•** ¿Cuáles son los canales de comercialización que posee su empresa? ¿Tiene varios puntos de distribución?

R• Comercialización directa: directamente al consumidor y elaborador de comidas para venta.

**6•** ¿Posee articulación con casas de comidas, restaurantes en la cual es proveedor de su producto?

R• Actualmente le proveo a 2 negocios de venta de comida: “El maestro asador” y “El Dicho Bar”.

**7•** ¿El establecimiento de la empresa, se debe por el aporte de capital propio? ¿Tomó una línea de financiamiento? ¿Existen varias líneas de financiamientos orientadas al sector? ¿Cuáles son?

R• Todo fue con capital propio, tanto el capital inicial como las inversiones subsiguientes.

**8•** ¿La marca está registrada? ¿Cuál fue el motivo de la implementación de ese nombre?

R • Estoy iniciando los trámites para el registro de la marca. BUFFY BURGUER: la marca nace por 2 motivos: una similitud al nombre de la especie de la cual se fábrica y el nombre de mi perro. Es un nombre norteamericanizado (ya que son los reyes de las hamburguesas) a su vez la palabra BURGUER es un Inglés argentinizado o españolizado en un juego de contraposiciones. BUFFY está escrito en color negro por el color relacionado a la especie, sobre la “U” lleva un asiento en forma de signo positivo, que lo adoptó la AACB (ASOCIACIÓN ARGENTINA DE CRIADORES DE BÚFALOS) para

indicar las características positivas que tiene tanto la carne como la leche y el animal en sí. Burguer escrito en color mostaza porque es un color relacionado a este tipo de comidas.

**9•** ¿Es amplio el mercado de la hamburguesa de Búfalo? ¿Y de los demás productos manufacturados?

**R•** Hay bastante desconocimiento sobre los atributos y formas de consumir la carne de esta especie, pero el mercado se va ampliando a medida que los consumidores se informan acerca de las bondades de esta carne.

**10•** ¿Cuál es su mercado meta? ¿Ha hecho una segmentación del mismo?

**R•** No me fijé un mercado meta, a medida que vaya ampliando la capacidad de producción voy a ir ampliando mercados.

**11•** ¿Cuáles son las principales características del mercado? ¿Existe la competencia en el ámbito local? ¿Y en el ámbito regional?

**R•** Como características principales es que son consumidores que toman conciencia sobre su alimentación en primera apreciación y como segundo: una vez que probaron eligen el producto por su calidad y sabor. Tengo conocimiento que otras personas fabrican pero no es 100% carne de búfalo. Tienen un porcentaje de tocino. En Corrientes hay un bar que la está ofreciendo en su menú pero desconozco su composición y procedencia.

**12•** ¿Qué tipo de características presentan sus consumidores? ¿En qué lugares surge la concreción de la oferta y demanda (Predios feriales, Eventos, etc.)?

**R•** En su gran mayoría son personas jóvenes y adultas, los adolescentes que consumen lo hacen porque alguna vez probaron y les gusto, pero por las características intrínsecas del producto es elegido por jóvenes y adultos. La promoción y venta se realiza en las distintas ferias, también un servicio de delivery en determinados días. En cuanto a los paquetes de bifés de hamburguesas se realiza por contacto directo utilizando el delivery como método de entrega. La comunicación se hace por medio de redes sociales y en forma personal en eventos.

**13•** ¿Estableció un plan de marketing para promover su producto?

**R•** El plan de marketing basado en la matriz BCG de Porter, obviamente analizando el ámbito y medio real. Hablando en criollo "pisando tierra".

**14•** ¿Tiene promociones? ¿Por qué medios establece su promociones y publicidades?

**R•** Redes sociales, contacto directo y el boca a boca.

**15•** ¿Cuáles son los antecedentes de esta iniciación en el rubro?

**R•** La iniciación en cuanto al emprendimiento en el sector de la manufactura de la producción primaria bubalina fue en el escenario de la elaboración de mi tesis de la licenciatura en Agronegocios, observando el potencial mercado como así también los consumidores. No hay otros emprendedores del mismo sector hasta la información que tengo hasta hoy.

## 9.7 Anexo VII. Informe de la 1er Jornada de Investigación de Mercados y Marketing



### INFORME DE LA 1ER JORNADA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

- ❖ FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN ECONOMÍA Y NEGOCIOS
- ❖ UNIVERSIDAD NACIONAL DE FORMOSA
- ❖ ASIGNATURAS: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL
- ❖ CARRERAS: LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR

	<p><b>Objetivo General:</b> Desarrollar una Jornada Integradora de Extensión en la Investigación de Mercados y Marketing para aportar, divulgar y transferir conocimientos académicos y científicos, y fomentar la articulación y vinculación con el medio productivo y empresarial.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Difundir los Proyectos de Investigación y Extensión de Cátedra que se realizan entre las Cátedras de Investigación de Mercados y Comercialización Internacional de la Carrera Licenciatura en Comercio Internacional que se dicta en la FAEN.</li><li>- Generar la motivación en alumnos, egresados, no docentes, profesionales y cuerpo académico para integrarse a proyectos que promuevan la</li></ul>
<p style="text-align: center;"></p>	
<p>1. TÍTULO DEL PROYECTO: <b>1er JORNADAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING</b></p>	
<p>2. SÍNTESIS DEL PROYECTO: Desarrollo de una Jornada de Extensión Universitaria en la temática de la Investigación de Mercado y el Marketing a través de la <b>Modalidad Virtual por Plataforma Zoom en virtud de las condiciones de emergencia sanitaria establecidas a consecuencias de la Pandemia del COVID 19.</b></p>	

3. ÁREA TEMÁTICA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS – MARKETING	vinculación y articulación con el medio. - Divulgación de la revista “Rvst Administración, Economía y Negocios”
4. IDENTIFICACIÓN DE LOS DESTINATARIOS: ALUMNOS – DOCENTES – NO DOCENTES – INVESTIGADORES – EGRESADOS – EMPRESARIOS – PROFESIONALES	<b>Resultados Esperados:</b> realización de una Jornada Integradora de Extensión en Investigación de Mercados y Marketing con la participación de alumnos, docentes, investigadores, no docentes, egresados y empresarios del medio en forma virtual.
5. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA Y NEGOCIOS – U.Na.F – Av. GUTNISKY 3200 – FORMOSA – ARGENTINA	

❖ **RESPONSABLE/S DEL PROYECTO**

**DIRECTOR/A: C.P. LYLIAN MARIA ROSAURA GARCIA**

Email: [lylian\\_garcia@hotmail.com](mailto:lylian_garcia@hotmail.com)

Teléfono: 3704679726

DNI: 21.308.327

Fecha de Nacimiento: 01/02/1970

**CODIRECTOR: LIC. BORDÓN ALEJANDRO ROBERTO**

Email: [albordon@gmail.com](mailto:albordon@gmail.com)

Teléfono: 3705058766

DNI: 23.034.959

Fecha de Nacimiento: 14/11/72

**CO DIRECTORA: LIC. MARÍA JULIETTA BIGATTI**

Email: [mjbigatti@yahoo.com.ar](mailto:mjbigatti@yahoo.com.ar)

Teléfono: 3704344180

DNI: 18.757.377

Fecha de Nacimiento: 08/02/1972

**COORDINADORES/AS: C.P. LYLIAN MARIA ROSAURA GARCIA**

Email: [lylian\\_garcia@hotmail.com](mailto:lylian_garcia@hotmail.com)

Teléfono: 3704679726

DNI: 21.308.327

Fecha de Nacimiento: 01/02/1970

❖ **EQUIPO DE TRABAJO:**

Apellido y Nombre	DNI	Fecha de Nacimiento	Celular	Condición: (estudiante, graduado/a, docente)	Área o Carrera	Facultad
CARRIZO, Lucía Yolanda	38.095.241	29/04/94	3704721317	Estudiante	Lic. Comercio Exterior	FAEN

GONZALEZ, Carolina Noemí	37.683.868	25/08/93	3704010244	Estudiante	Lic. Comercio Exterior	FAEN
PESO POLO, Patricio Martín	39.319.326	27/01/96	3704056167	Estudiante	Lic. Comercio Exterior	FAEN
RODRÍGUEZ , María del Rocío	34.165.570	15/11/88	3704851428	Estudiante	Lic. Comercio Exterior	FAEN
SILGUERO, Javier	25.404.805	22/12/76	3704262483	Estudiante	Lic. Comercio Exterior	FAEN
SILGUERO, Fernando Ariel	38.193.134	12/04/94	3705083470	Estudiante	Lic. Comercio Exterior	FAEN

❖ ACTIVIDADES:

1er JORNADA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

- Modalidad: Online /virtual ( Por la Pandemia Covid-19)
- Lunes 30 de Noviembre de 2020- Formosa – Argentina-
- Horario: de 17:00 hs. a 20:00hs
- Vía Plataforma Zoom : ID y Contraseña ( a confirmar a los inscriptos por correo electrónico)
- Facultad de Administración Economía y Negocios/U.Na.F
- Gratuito con entrega de Certificados
- DECLARADO DE INTERÉS ACADÉMICO POR RESOLUCIÓN FAEN N° 405/2020

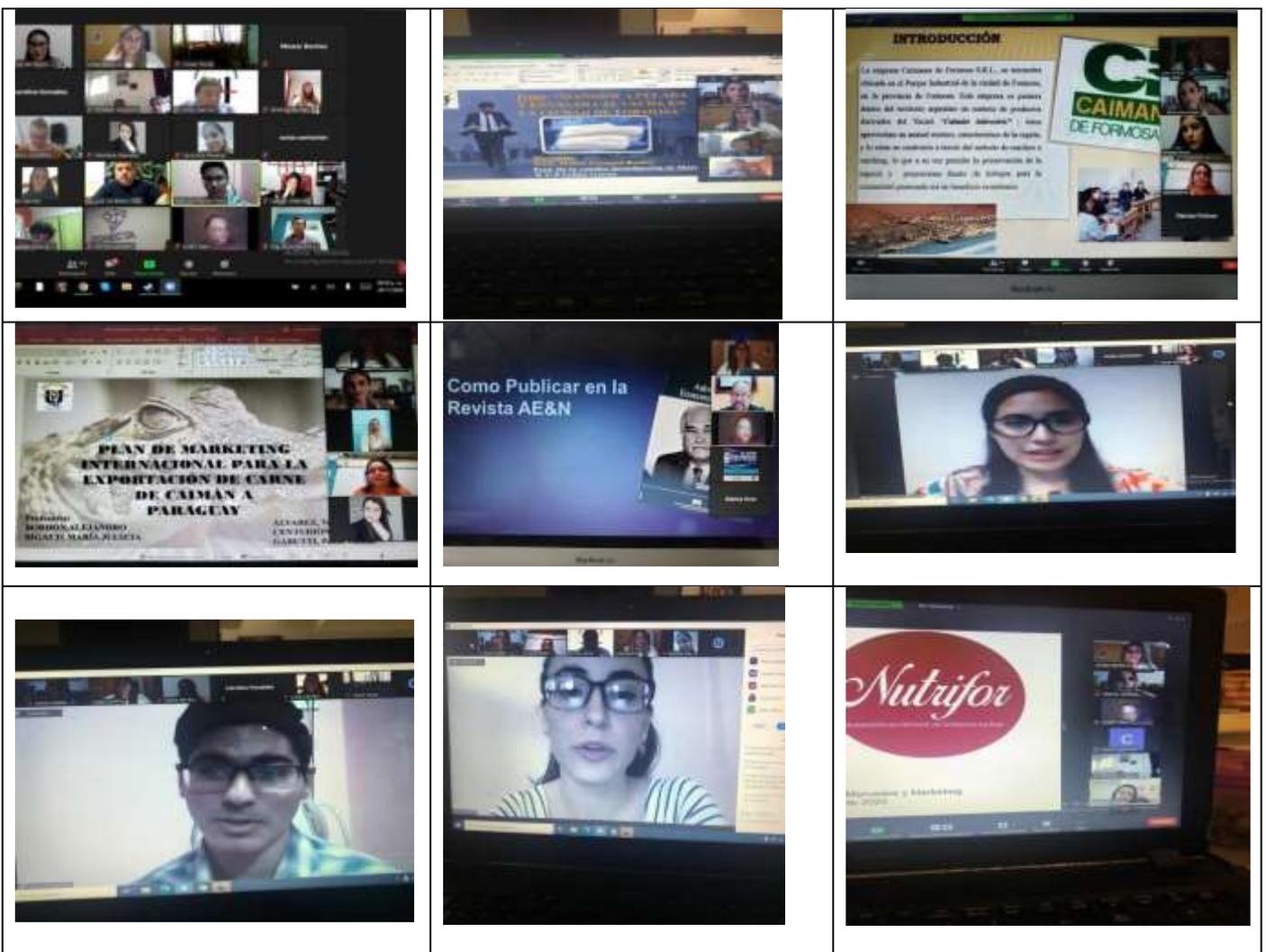
**PROGRAMA**

<b>HORARIO</b>	<b>LUNES 30 DE NOVIEMBRE 2020</b>
17:00 – 17:15	Acreditación vía Plataforma Zoom
17:15 – 17:20	Inauguración y palabras de bienvenida de la Sra. Decana de la Facultad de Administración Economía y Negocios: Lic. Marta Botteron
17:20 – 17:30	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Palabras del:</li> <li>✓ Secretario de Asuntos Estudiantiles y Extensión de la Facultad de Administración Economía y Negocios: Tco. Luis Escribano – (Lectura de la Resolución de FAEN n° 405/20 de declaración de Interés Académico)</li> <li>Secretario de Investigaciones y Posgrado de la Facultad de Administración Economía y Negocios: Dr. Carlos Guzmán</li> </ul>
<b>17:30 hs</b>	<b>Primer panel: Exposición de trabajos Investigación de Mercados</b>

	Presentación del primer panel: a cargo Directora y Coordinadora de la 1er Jornada de Investigación de Mercados y Marketing C.P. Lylian García
17:30 – 17:40	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Trabajo N° 1:</b> “Mandioca pelada y envasada al vacío en la ciudad de Formosa”</li> <li>✓ <b>Expositor:</b> Lic en Comercio Exterior Benítez, Moisés Exequiel</li> </ul>
17:40 – 17:50	<b>Trabajo N° 2:</b> “La Liofilización de Productos Formoseños” <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Expositora:</b> Alumna Mereles, Nidia Marlene.</li> </ul>
18:50 – 18:00	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Trabajo N°3:</b> “El Consumo de la Carne de Yacaré en la ciudad de Formosa”</li> </ul> <b>Expositores:</b> Alumna Álvarez, Verónica Belén- Lic. Centurión, Sonia Irene
<b>18:00 hs</b>	<b>Segundo Panel: Exposición de trabajos de Comercialización Internacional</b>
	Presentación del Segundo Panel: a cargo de la Coordinadora de carrera de la Lic en Comercio Exterior de la FAEN y Co –Directora de la 1er Jornada de Investigación de Mercados y Marketing Lic. María Julietta Bigatti
18:00 – 18:10	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Trabajos N° 1:</b> “Snack Liofilizado de Bananas destinado al Mercado Chino”</li> <li>✓ <b>Expositora:</b> Alumna Mereles, Nidia Marlene</li> </ul>
18:10 – 18:20	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Trabajos N° 2:</b> “Plan de Marketing Internacional para la exportación de carne de Caimán a Paraguay”</li> <li>✓ <b>Expositoras:</b> Alumna Álvarez Verónica Belén- C.P. Centurión Sonia Irene</li> </ul>
<b>18: 20 hs</b>	<b>Tercer Panel: Avances de la Investigación de Mercados en el año 2020 en el marco del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) COVID -19</b>
	<b>Presentación y exposición:</b> a cargo de los alumnos integrantes de las cátedras Investigación de Mercados y Comercialización Internacional en curso año 2020: Alumnos/as. Carrizo Lucia Yolanda, Gonzales Carolina, Peso Polo Patricio Martin, CP. Rodríguez María del Roció, C.P Silguero Javier Eduardo y Silguero Fernando Ariel
<b>18.30hs</b>	<b>Cuarto Panel: Divulgación de la Revista de FAEN</b> a cargo del Secretario de Investigaciones y Posgrado de la Facultad de Administración Economía y Negocios: Dr. Carlos Enrique Guzmán y Director de la Revista y del Coordinador de la Plataforma EAD-Faen Esp. Luis Antonio García y Editor de la Revista
<b>18.40hs</b>	<b>Quinto Panel : Experiencias de Empresas locales</b>
	Presentación del Cuarto Panel: a cargo Co –Director 1er Jornada de Investigación de Mercados y Marketing Lic. Alejandro Bordón
18:40 – 18:50	<b>Conferencia N° 1:</b> “Empresa Caimanes de Formosa SRL. Una empresa exportadora” <b>Expositor :</b> Gerente de Caimanes de Formosa SRL César Pérez empresario formoseño
18:50 – 19:00	<b>Conferencia N° 2:</b> “Liofilización de Alimentos como Política de Gobierno: Presentación de Productos Liofilizados formoseños” – Empresa Alimentos Nutritivos Formosa SAPEM <b>Expositora:</b> Gerente de Producción de Alimentos Nutritivos Formosa SAPEM Lic en Nutrición Raquel Valdez
19:10 –19:20	<b>Conferencia N° 3:</b> “Estrategias de Marketing Aplicada al Mercado Formoseño “HOMU .S.A (Toyota)Palabras del Presidente de HOMU S.A- C.P. Marcelo Ferrari Empresario formoseño-

	<b>Expositora:</b> Jefe de Marketing y coordinadora Kaizen de Posventa de <b>HOMU. S.A.</b> Esp. en Marketing de Posventa (Tecnológico de Monterrey México)) María Andrea Melgarejo Peña
<b>19:20hs</b>	<b>Sexto Panel: Conferencia Magistral</b>
	Presentación cargo del Secretario de Investigaciones y Posgrado de la Facultad de Administración Economía y Negocios: Dr. Carlos Enrique Guzmán
19:20 – 19:40	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Conferencia Magistral : Bioeconomía y Negocios : Nuevos Desafíos</b></li> <li>✓ <b>Expositor:</b> Magister en Administración y Dirección de Empresas de la USACH (Universidad de Santiago de Chile)- Willans. J E García. Titular de la cátedra de Comercialización y mercadeo de Agronegocios de la carrera Ing. en Zootecnia de la Facultad de Recursos Naturales de la Universidad Nacional de Formosa</li> </ul>
19:40 – 19:55	✓ Preguntas
19:55 – 20:00	Cierre de Clausura

❖ **Participantes – Expositores – Disertantes – Empresarios y Magister con exposición Magistral**





#### ❖ **Breve Resultados de la Jornada:**

Cantidad de Inscriptos 140 Personas

A las 17 hs se empezó la acreditación de los inscriptos on line, dando por inicio con las palabras del Secretario de Bienestar estudiantil y el Secretario de Posgrado.

Empezaron las exposiciones y el 80% por ciento de los inscriptos fueron acreditados y se conectaron para participar vía la plataforma zoom. Los mismos eran alumnos, docentes, no docentes, investigadores, egresados de la Faen y de otras facultades de la UNAF como así se otras Universidades; empresarios, profesionales de los distintos colegios y/o consejo del medio productivo empresarial e industrial como así representantes de la cámaras como la Capymef, del INTI, entre otras. También podemos remarcar que había inscriptos de México, Paraguay, Brasil, como así de distintas provincias de la Argentina como Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Chaco, Misiones, Corrientes y Formosa entre otras

La jornada se extendió hasta las 20.45 hs. de la noche por el interés de los participantes en la Jornada y la Clase Magistral como broche de oro al cierre. Al finalizar se les envió sus certificados de asistencia a los participantes y a los expositores como así a los integrantes del equipo de trabajo que son los alumnos de la cátedra de investigación de mercados y comercialización que están cursando en el año 2020.

De la encuesta suministrada y confeccionada por los alumnos integrantes del equipo, respondieron el 50% de los participantes ya que no era obligatoria y salieron textualmente varios hallazgos sobre la jornada que a continuación mencionaremos como algunos de ellos:

*a) **Qué le pareció el evento por ser la Primer Jornada de Investigación de mercados y marketing en realizarse vía on-line?: “Dinámico y de gran ayuda para los alumnos, ayudó a dar a conocer la carrera, excelente, bien***

*organizado, interesante y muy provechoso para estos tiempos tan desafortunados al no tener jornadas y/o eventos de este tipo que sean presenciales, Felicito la iniciativa, y además también la organización, más considerando que fue la primera vez, espero se repita.,Muy buena e interesante, es un paso importante, tanto para las empresas, y creo que para los estudiantes,Excelente Jornada con una gran participación de los distintos sectores. Innovador Acertada. Pienso que si se hubiese hecho de manera presencial no se hubiese llegado a tantos participantes, ya que la Licenciatura en Comercio Exterior no tiene un alcance o relevancia como otras carreras de la FAEN.Me pareció muy interesante conocer empresas y productos que no sabía que se realizan en la provincia, muy buena alternativa en época de Pandemia etc.*

**b) *¿Qué le pareció la exposición de los alumnos y sus respectivos trabajos?****"Muy interesante y buenos trabajos, Excelentes, muy bien explicados, muy interesante, muy bien las presentaciones, super enriquecedor,Muy relevante para aquellos que estamos estudiando la tecnicatura en agronegocios, muy correctos, y a la altura de las circunstancias, Muy buenos, con contenidos precisos y datos concretos y acotados al tiempo disponible ,Excelentes presentaciones, buen manejo de contenidos , diez puntos , ".... entre otros*

**c) *¿Qué le pareció la exposición de los empresarios formoseños?*** *"Muy interesante, las empresas que explicaron me super gusto,Excelentes, te brinda información tanto de su empresa en sí a como así también como.se manejan en el mercado., excelente porque es bueno saber la trayectoria de cada uno, Excelente la manera en que dieron a conocer como es el mundo empresarial en la provincia , Me parece perfecto que los empresarios se relacionan con la Universidad y nos cuenten acerca de sus negocios,Interesante la participación de ellos, suma valor a los estudiantes por tener ellos la práctica real de sobrellevar un negocio durante años. Enriquecedor." ...entre otros*

**d) *-Qué opina sobre la Revista AE&N de la F.A.E.N. ¿Dónde se publican los trabajos de investigaciones realizadas en la misma facultad?*** *"Las investigaciones demuestran el interés que tienen los exponentes en querer hacer saber cuestiones que no son tan vistas por la comunidad formoseña, haciendo que llame la atención de los lectores, que haya una revista que adjunte todos los trabajos es más gratificante para los que estemos interesados en aprender o conocer diversos temas, Muy bien , Muy interesante, Excelente,Muy buena, es una oportunidad para dar a conocer todo el trabajo que se realiza desde las diferentes cátedras de la carrera, Importante, da a la universidad el rol social que debiese tener, exponiendo la capacidad de su estudiantado y proponiendo mejoras en investigaciones futuras a realizar en la provincia que pueden servir de fuente de información para el accionar de diferentes organizaciones,Es muy buena oportunidad para los investigadores para hacer llegar a la comunidad sus trabajos realizados,Es un medio*

*importante donde brindan información para aquellos alumnos que necesiten información sobre diferentes temas. Muy importante su función, Felicitaciones a los que impulsaron la iniciativa" ... entre otros*

*e) Le gustaría que se hagan más de éste tipo de eventos? El 100% de los encuestados respondió que SÍ.*

**AGRADECEMOS A TODOS LOS QUE NOS AYUDARON A HACER  
POSIBLE ESTA PRIMER JORNADA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS  
Y MARKETING 2020 EN ESTOS TIEMPOS DE PANDEMIA TAN DIFÍCIL  
PARA LA HUMANIDAD**

**ESTE ES MI INFORME: C.P. LYLIAN MARIA ROSAURA GARCIA  
DIRECTORA Y COORDINADORA DEL PROYECTO 1ER JORNADA DE  
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING 2020**