



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE MARKETIG INTERNO Y EXTERNO

ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA FOMENTAR EL
EMPREDIMIENTO Y LIDERAZGO EN EL INSTITUTO TECNOLÒGICO
SUPERIOR CORDILLERA EN LA CARRERA DE ADMINISTRACIÒN

*Proyecto previo a la obtención del título de tecnólogo en Marketing Interno y
Externo

Autor: Chanchay Anaguano Alexis Dario

Tutor: Ing .Reinoso Danny

Quito, Mayo 2016

DECLARATORIA

Declaro que el proyecto de titulación denominado: Elaboración De Una Campaña Publicitaria Para Fomentar El Emprendimiento Y Liderazgo En El Instituto Tecnológico Superior Cordillera En La Carrera De Administración, donde los conceptos desarrollados, análisis y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor **Chanchay Anaguano Alexis Dario**, la información recopilada guarda los sitios web de acceso libre y conozco que es propiedad intelectual de los creadores.

Quito, Mayo 2016

.....
Chanchay Anaguano Alexis Dario

C.I. 1720481777

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **ALEXIS DARIO CHANCHAY ANGUANO** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No.1720481777 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “ELABORACION DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO EN EL INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA EN LA CARRERA DE ADMINISTRACION.” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____

NOMBRE ALEXIS DARIO CHANCHAY ANAGUANO

CEDULA 1720481777

Quito, a los

AGRADECIMIENTO

A Dios, a las personas que colaboraron de una u otra manera para la realización de este proyecto, y en especial a mis padres por todo su apoyo, por toda su colaboración durante varios años y la oportunidad de poder de superarme a través de una carrera universitaria.

DEDICATORIA

Este trabajo realizado con mucho esfuerzo, mucha dedicación por varios meses, está dedicado a muchas personas especialmente a mis padres, familiares, amigos etc., a cada una de las personas que estuvieron con migo brindando su granito de arena para poder culminar este proyecto.

INDICE GENERAL

1 Contenido

DECLARATORIA.....	i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
INDICE GENERAL.....	v
INDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN EJECUTIVO	x
ABSTRAC	xi
CAPÍTULO I.....	1
ANTECEDENTES.....	1
1.01. Contexto.....	1
1.01.01. Macro	3
1.01.02. Meso.....	3
1.01.03 Micro.....	4
1.02. Justificación.....	4
1.03. Matriz ” T “	7
2.01 Mapeo de involucrados	10
2.02 Matriz de anlisis de involucrados	12
CAPITULO III.....	14
ÀRBOL DE PROBLEMAS Y ÀRBOL DE OBJETIVOS.....	14
3.01 Àrbol de problemas	14
3.02. Àrbol de objetivos	16
CAPITULO IV.....	18

4.01 MATRIZ DE ANALIZIS DE ALTERNATIVOS	18
4.02 MATRIZ DE ANALIZIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	20
4.03 Diagrama de estrategias	22
4.04 MARCO LÒGICO	24
CAPÍTULO V	27
PROPUESTA	27
5.01. Antecedentes	27
5.02 Campaña publicitaria	27
5.03. Justificación.....	28
5.04 Metodología de investigación	28
5.05 Técnicas de investigación	29
5.06 Aplicación de encuestas	30
5.07 Modelo de encuestas	32
5.08 TABULACION DE ENCUESTAS	34
5.09 Propuesta	42
5.09.01. Misión	42
5.09.02. Visión	42
5.09.03 Objetivo general	42
5.09.06 Análisis FODA.....	44
5.10. Aplicación de una campaña publicitaria	45
5.10.01.-Aplicación de una campaña publicitaria	45
5.10.02 Tipos de campaña publicitaria	45
5.10.03. Campaña publicitaria	46
5.10.04 El emprendimiento.	47
5.11 Marketing mix	49
5.11.01 *PLAZA	49
5.11.02 *SERVICIO	50

5.11.03 PRECIO	52
5.11.04 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	53
5.12 Capacitación en emprendimiento y liderazgo	59
5.13 Talleres de Programación lingüística	59
CAPÍTULO VI.....	61
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	61
6.01 Recursos	61
6.02 Presupuesto	63
6.03 CRONOGRAMA DE AVANCE DEL PROYECTO OCTUBRE 2015 - MAYO 2016.....	66
CAPITULO VII	68
CONCLUSIONES Y RECOMENACIONES	68
7.01.-CONCLUSIONES	68
7.02 RECOMENDACIONES.....	69
*Bibliografía	71

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz " T "	7
Tabla 2 Matriz de analisis de involucrados	12
Tabla 3 MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVOS	18
Tabla 4 MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	20
Tabla 5 MARCO LÒGICO	24
Tabla 6 Pregunta 1	34
Tabla 7 Pregunta 2	35
Tabla 8 Pregunta 3	36
Tabla 9 Pregunta 4	37
Tabla 10 Pregunta 5	38
Tabla 11 Pregunta 6	39
Tabla 12 Pregunta 7	40
Tabla 13 Pregunta 8	41
Tabla 14 Análisis FODA	44
Tabla 15 MEDIOS	52
Tabla 16 MATERIALES	52
Tabla 17 Presupuesto	63
Tabla 18 Cronograma	66

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapeo de involucrados.....	10
Figura 2 Árbol de problemas.....	14
Figura 3 Árbol de objetivos	16
Figura 4 Diagrama de estrategias	22
Figura 5 Pregunta 1	34
Figura 6 Pregunta 2	35
Figura 7 Pregunta 3	36
Figura 8 Pregunta 4	37
Figura 9 Pregunta 5	38
Figura 10 Pregunta 6	39
Figura 11 Pregunta 7	40
Figura 12 Pregunta 8	41
Figura 13 PLAZA	49
Figura 14 SERVICIO.....	50
Figura 15 MEDIOS	54
Figura 16 Volantes	55
Figura 17 Tríptico	56
Figura 18 Pancartas pequeñas	57

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto I+D+I que está enfocado en su totalidad en el emprendimiento y liderazgo en el Instituto Cordillera y la creación de PYMES. Tiene como objetivo principal y primordial contagiar, informar, manifestar a la gente del Instituto acerca del Emprendimiento.

Romper ese patrón mental de las personas de que toda la vida van a estar trabajando y enriqueciendo a una empresa y mediante las campañas publicitarias, capacitaciones, talleres etc. llegar a informar que los estudiantes se enfoquen que ellos también tienen gran cantidad de fortalezas, oportunidades, actitudes, aptitudes y que también pueden lograr establecer su propio micro empresa y generar trabajo y hacer que el dinero trabaje por ellos y empezar a obtener libertad financiera y libertad de tiempo lo que la mayoría anhela.

ABSTRAC

This project R & D + I that is focused entirely on entrepreneurship and leadership in the Cordillera Institute and the creation of SMEs. Its main and primary objective spread, inform, show the people of the Institute for Entrepreneurship.

Breaking the mental pattern people that life will be working and enriching a company and through advertising campaigns, trainings, workshops etc. reach inform students focus that they also have a lot of strengths, attitudes, skills and can also manage to establish their own micro enterprise and create jobs and make the money work for them and start to get financial freedom and freedom of time what most craves.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.01. Contexto

Muchas personas tienen en su mentalidad la ideología de terminar el colegio, o terminar una carrera universitaria e ir a buscar trabajo, con el objetivo de que su remuneración mensual al momento de conseguir una plaza de empleo mejore, muchas de las personas creen que trabajando para una empresa y recibiendo un sueldo están cumpliendo con sus sueños, anhelos o con aquellos propósitos que se han planteado en su vida laboral.

Muchas de esas personas se encuentran conformes con la actividad laboral que están desempeñando dentro de su empresa y se quedan en el área de confort y gran parte de su vida se dedican a hacer empleados y a recibir órdenes de una persona superior ya sea del gerente de la Empresa, dueño del negocio etc en fin trabajar varios días, Meses , hasta años para construir y Cumplir el sueño de otra persona que se animó a emprender algo nuevo, algo innovador.

Aquí personas que ya obtuvieron un título universitario o otras que no lograron terminar una carrera universitaria, pero obtuvieron una ideología muy distinta a las demás, abrieron su mentalidad y decidieron contagiarse del bichito del emprendimiento, de trabajar y construir sus propios sueños y no trabajar para cumplir el sueño de terceras personas.

Con el pasar de los años de las décadas tanto en nuestro país como en el resto del mundo el ser humano ha comenzado a cambiar su manera de pensar ,su manera de

ver las cosas no solo por ellos ya que mucho de estas personas ya tiene un hogar , una familia por la cual deben comenzara superarse diariamente a través de un trabajo o a través de pequeños proyectos que es una nueva iniciativa de muy pocas personas que no lo realizan por el miedo al que diran y miedo a que el proyecto no funcione.

En el ecuador y en el resto del mundo la falta de empleo, de trabajo de buscar una manera de subsistir económicamente, muy pocas personas han comenzado a poner en acción algunas ideas que han tenido, y estas ideas se han convertido en pequeños emprendimientos que lo realizan de manera empírica ya sea atreves de información de sus familiares, amigos, conocidos personas que han realizado lo mismo y están dando a conocer sus experiencia a estas personas.

Mediante el liderazgo que va de la mano también del emprendimiento que son áreas fundamentales para lograr tener éxito en lo que nos propongamos, y en lo que nos enfoquemos a realizar sea dentro de la entorno empresarial (negocios) y dentro de la área académica.

El liderazgo en muchas de las micro empresas, en lo que se enfoca este proyecto ayuda a las empresas a direccionarlas al éxito.

En el mundo antiguo las empresas lo que tenían eran jefes, que mediante sus mandatos, insultos, gritos etc. daban a conocer a sus empleados lo que debían de realizar, en la actualidad en el mundo moderno las empresas lo que tienen es líderes, que mediante sus charlas motivacionales no solo les enseñan como realizar las cosas, sino que también les incentivan a salir adelante conjuntamente con la empresa, les ayudan, les incentivan, les motivan en fin los líderes son modelos a seguir.

El liderazgo es fundamental dentro del mundo de los negocios, de lo académico, en lo deportivo en lo laboral, en la sociedad, más aun para emprender un proyecto o empresa.

1.01.01. Macro

Años atrás gran parte de la población ecuatoriana se dedicaba tener la misma rutina, estudiar el colegio, obtener buenas calificaciones, ingresar a la universidad, graduarse obtener un excelente trabajo bien remunerado, seguir trabajando para una empresa, pagar sus deudas, y seguir trabajando, básicamente esa ideología les incentivaban los padres a sus hijos. En la actualidad en nuestro país Ecuador por la globalización por la que estamos atravesando la mentalidad de los padres a cambiado mucho por ende ya existen diferentes formas de pensar por parte de los padres de familia, en la actualidad les aconsejan que estudien, vayan a la Universidad se llenen de Conocimientos para que puedan dirigir su propia empresa.

En varias provincias del país ya se comenzó a incentivar mucho lo que es el espíritu emprendedor, en varios colegios, universidades fue lo mismo el emprendimiento se está realizando una materia importante, dentro del currículo académico.

Ecuador –pichincha -Quito

1.01.02. Meso

Pichincha (Quito) en la provincia de pichincha según datos estadísticos el número de pymes en esta ciudad ha incrementado favorablemente una de las causas de este aspecto positivo a sido la Iniciativa de implementar varias materias relacionadas al emprendimiento en los colegios y universidades .en los últimos años.

Según los datos estadísticos realizados en la ciudad de Quito en la última década la gente emprendedora a comenzado a resurgir inmediatamente en la capital, con la creación de varias PYMES enfocados en un sin número de giros de negocios.

De la misma manera según los datos estadísticos 2 de cada 10 micro empresas sobreviven en el mercado las demás quedan en el limbo debido a una mala administración, por la arrogancia de sus jefes hacia sus empleados etc. .

El liderazgo tiene un papel de suma importancia por parte de los gerentes de las diferentes micro empresas de la capital para fomentar el trabajo en el equipo, generar un equipo de trabajo de alto rendimiento en las diferentes pymes y lograr el objetivo trazado de las micro empresas que es el retorno de utilidades de inmediato y de esa manera las micro empresas tengan un tiempo indefinido de duración .

1.01.03 Micro

Básicamente nuestro proyecto en sí se realizara en el Instituto Cordillera que se encuentra Ubicado en las avenidas la prensa y Logroño en el norte de la capital por el antiguo aeropuerto Mariscal sucre, El Instituto Cordillera es un centro educativo para todas aquellas personas que deseen sacar una tecnología en un sin número de carreras, en este caso este proyecto se enfocara en su totalidad en los estudiantes de la carrera de administración con el fin de despertar el emprendimiento y liderazgo en estas personas.

El Instituto cordillera en proceso de acreditación por parte del senecyt y ministerio de educación cuenta con la capacidad de albergar , de brindar educación , de acoger a 7.000 estudiantes en dos horarios matutino (8:00 a 12 :00) y nocturno (18:00 a 22:00) de lunes a viernes , en 6 diferentes carreras . Diseño Gráfico, Optometría, Análisis de Sistemas. Parvularia, Turismo, Administración (Marketing, Producción, Recursos Humanos, Financiera)

1.02. Justificación

“Prefiero mil veces salir a la calle a repartir volantes de mi negocio, que a repartir

Currículos “

“Si tú no te esfuerzas por cumplir tus sueños, alguien te contratara para que cumplas el

Sueño de otro “

“Si vales mucho y por eso te pagan poco, emprende”

En este caso nuestro proyecto se realizara básicamente en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera en la carrera de Administración, el objetivo del proyecto será maximizar el emprendimiento y lograr a que las personas, los estudiantes tengan sus propias micro empresas ya que en esta ciudad (quito) existen aún , un sin número de necesidades aun por satisfacer ya sea de un bien o servicio. Ya que mediante las campanas y los cursos de capacitación enfocados en el emprendimiento y liderazgo lo que se aspira es despertar el espíritu emprendedor en los estudiantes de dicho Instituto.

La realización de este proyecto tiene muchos objetivos y en su mayoría son positivos pero básicamente el primordial es lograr que los estudiantes del cordillera que terminan su tecnología en especial aquellas personas que tienen un empleo y no están a gusto en el trabajo y lo hacen y acuden al mismo por el simple motivo de sustentarse económicamente y y muchas de las veces son hasta explotados laboralmente y trabajan para cumplir el sueño de otra Persona .

Mediante estas campañas publicitarias lo que trataremos de lograr es incentivar y despertar el espíritu emprendedor y el liderazgo en las personas de este instituto empezando desde los jóvenes para que desde muy temprana edad habrán su mentalidad y se logren contagiarse de este bichito del emprendimiento y logren cumplir cada uno de sus sueños y de la misma manera lograr tener la libertad financiera que todo mundo anhela y mediante el liderazgo volvernos modelos a seguir de muchas personas y de la misma manera incentivar a varias personas a que logren cumplir lo que se propongan.

Muchas de las personas, tienen gran talento o un sinnúmero de aptitudes para realizar o desempeñar ciertas actividades, estas actividades realizadas por personas en muchos de los Casos se transforman en trabajo y por ende reciben una remuneración por alguna empresa u Organización donde brinda dicho servicio (trabajador) .

Mediante las charlas y conferencias que se tiene previsto en este proyecto lo que se busca es fortalecer las capacidades y aptitudes que tiene un ser humano para que se vuelva independiente y de lo que realiza bien, hace bien se vuelva su sitio de trabajo ya no como trabajador si no como dueño de su propia empresa enfocado a superarse día a día para el porvenir de él y de su familia.

Mediante este proyecto el objetivo del mismo es maximizar el espíritu del emprendimiento en las personas específicamente en los estudiantes de instituto cordillera que al salir como tecnólogos lo primero que hacen es buscar un trabajo mas no generar uno que ese es el objetivo primordial.

1.03. Matriz " T "

Tabla 1 Matriz " T "

SITUACION EMPERORADA	SITUACION ACTUAL				SITUACION MEJORADA
Estudiantes del Instituto Cordillera que no aplican emprendimiento y liderazgo en las aulas y en sus trabajos.	Desconocimiento por parte de los estudiantes del Instituto Cordillera acerca del emprendimiento y liderazgo en relación a crear una propia PYMES .				Estudiantes del Instituto Cordillera que desarrollan las oportunidades y fortalezas que tiene esta ciudad para crear PYMES y volverse micro empresarios.
FUERZAS IMPULSADORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Capacitaciones para las personas del instituto cordillera acerca del tema relevante (emprendimiento y liderazgo)	2	4	4	2	Desinterés de los estudiantes acerca del tema del emprendimiento y liderazgo.
Motivar a las personas que asistan en la primera capacitación para que realicen una publicidad de boca	2	4	4	2	Estudiantes que asistirán a las capacitaciones no tengan un adecuado comportamiento.
Explicar a las personas los aspectos negativos que tiene el ser un empleado	2	4	4	2	La personas sin mucho conocimiento en este tema tiene miedo de emprender y de caer en el fracaso , motivo por el cual

siempre y trabajar para un jefe.					creen que lo más factible será depender de un sueldo
Explicar a las personas todo los aspectos positivos que tiene el crear una pymes y volverse micro empresarios y lograr tener libertad financiera	2	4	4	2	No tener un enfoque claro y coherente acerca de que negocio van a emprender.
Presentar estrategias para la campaña publicitaria	3	4	4	3	Inadecuado apoyo por parte de las autoridades del ITSCO.

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera) Elaborado: Alexis Chanchay

Análisis de la Matriz "T"

Una vez realizada la matriz de la fuerza "T" se logró sacar gran cantidad de expectativas positivas y negativas y por ende un excelente análisis, se puede ver claramente en el grafico cuales son las fuerzas impulsadoras que se logra plantear para poder lograr el llegar a nuestro objetivo general que en este caso es fomentar en los estudiantes del Instituto Cordillera en estas dos áreas importantes que son útiles para destacar de las demás personas como es el emprendimiento y el liderazgo .

De la misma manera se logró captar cuáles serán las fuerzas bloqueadoras que va a impedir que nuestro objetivo general no se logre desarrollar, pero para estas fuerzas bloqueadora existirán fuerzas impulsadoras que va a permitir que estas barreras se logren romper y lograr llegar a una situación mejorada que es lo primordial.

Una de la principales fuerzas impulsadoras que se tiene para lograr el objetivo es la capacitación para los estudiantes del instituto del tema relevante que en este caso

es emprendimiento y liderazgo si se logra realizar esto tendremos como situación mejorada que los estudiantes captaron el mensaje y se enfocaron en las oportunidades y fortalezas que tiene esta ciudad , este país, para crear pymes y volverse micro empresarios y hacer que el dinero trabaje para ellos y no depender de un trabajo y mediante el liderazgo y sus aspectos positivo del mismo hacer que la futura empresa este muy bien direccionado por un gerente de éxito , y logre transmitir sus ideas positivas a sus trabajadores , y lleguen al éxito los dos involucrados (trabajadores < empresa)

CAPITULO II

2.01 Mapeo de involucrados

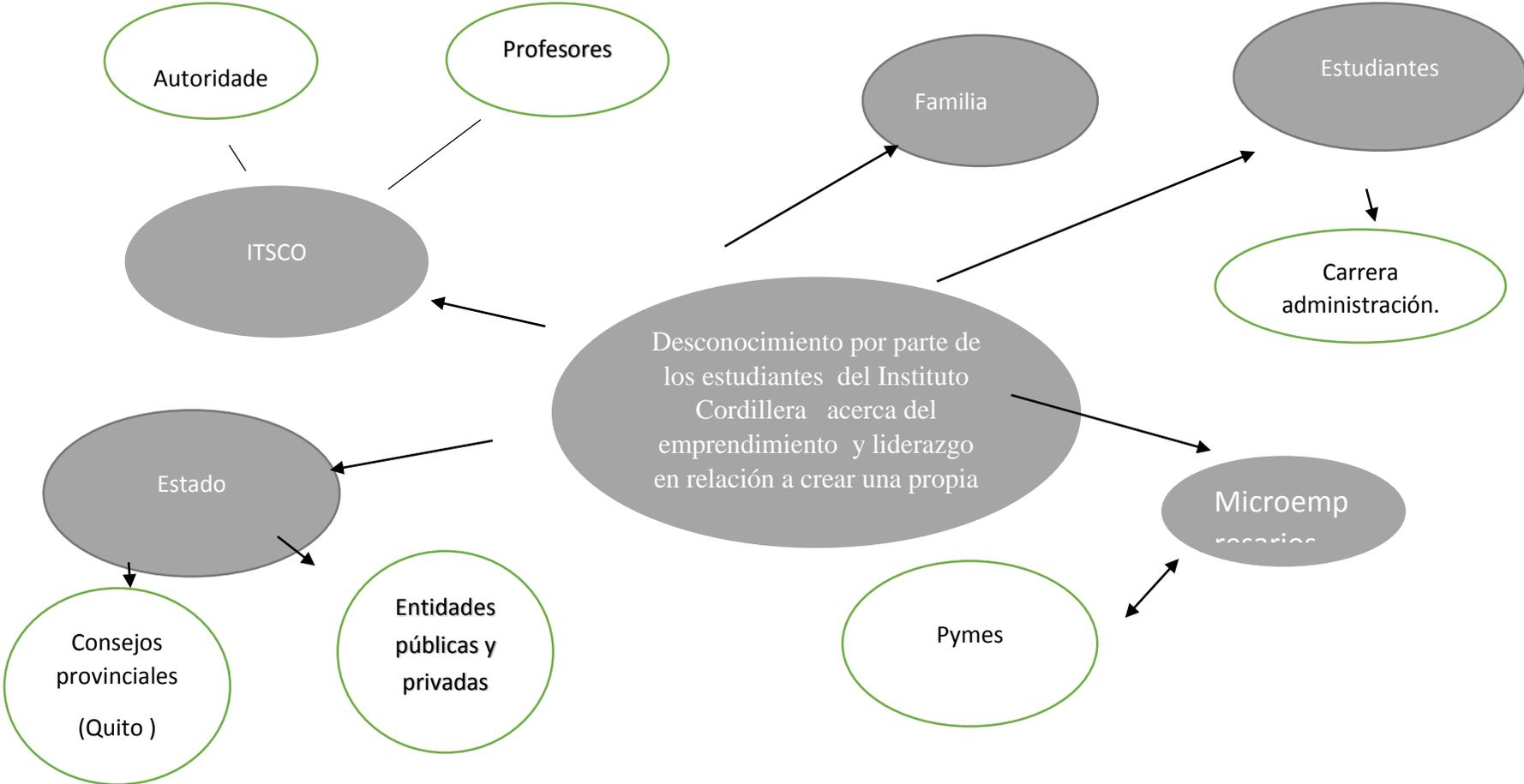


Figura 1 Mapeo de involucrados

Análisis de mapeo de involucrados

En el mapeo de involucrados en aquel organigrama constan todos aquellos actores, secundarios que de una u otra manera intervienen en pequeña o gran parte en el proyecto y por ende en el problema General.

Todos aquellos actores que intervienen en el mapeo de involucrados son lo que de una u otra manera participarán y colaboran con su granito de arena para que el problema general tenga un resultado positivo.

Como en este caso el problema Desconocimiento por parte de los estudiantes del Instituto Cordillera acerca del emprendimiento y liderazgo en relación a crear una propia pymes., y mediante aspectos positivos del liderazgo estas futuras empresas estén muy bien direccionadas al éxito ya que el liderazgo es una área fundamental para que se logre dicho objetivo.

Los principales actores son el estado, micro empresarios, familia, ITSCO, estudiantes. que colaboraran de una u otra forma para que el problema tengo un resultado positivo, y se logre llegar al objetivo.

2.02 Matriz de analisis de involucrados

Tabla 2 Matriz de analisis de involucrados

ACTORES INVOLUCRADOS	INTERESES SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS MANDATOS CAPACIDADES	INTERÈS SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES
Estado	Proporcionar varios cursos de capacitación con el fin de que las familias de pocas oportunidades laborales, comiencen a obtener recursos económicos a través de una pymes.	Desinterés por parte de los, estudiantes de asistir a las charlas y no den la importancia a las campañas publicitarias que se realizaran	*capacitadores eficaces *recursos económicos	Disminuir la explotación laboral (tiempo , sueldo) en gente adulta y jóvenes	Desvinculación y falta de importancia sobre el tema por parte de las organizaciones y de las personas involucradas.
Micro empresarios	Existan nuevos productos innovadores o servicios innovadores, con el fin de que el mercado tenga nuevas oportunidades de hacer negocios	Productos o servicios de mala calidad , que en vez de favorecer al mercado , termine ocasionando problema al mismo.	*ideas innovadoras *tecnología *recursos económicos *ley de la economía	Campañas que ayudaran a mejorar el estatus economía de la personas y logren ir cumpliendo sus sueños a través del emprendimiento.	Dueños de micro empresas que tengan saturados la mayoría de los mercados y estén posicionados en el mismo
Familia	Dentro del núcleo familiar principalmente padre y madre lo que siempre buscan es el bienestar de su hijo y por qué no a través de una idea innovadora	Desinterés por parte de los integrantes de una familia , por andar enfocados en el empleo.	*el plan nacional del buen vivir *recursos humanos *recursos económicos	De los estudiantes interesados a dejarse contagiar del bichito del emprendimiento y liderazgo , opten por ponerlos en practica dichos conocimientos	Muchas de las veces el patrón mental de las estudiantes está programado para cosas simples y no encuentran interés a superarse.
ITSCO	Profesores que a través de sus clases comiencen a fomentar estas dos áreas importantes como son emprendimiento y liderazgo	Desinterés de los profesores y autoridades del instituto en impartir solo materias académicas	*aulas *recursos económicos *conocimientos *material publicitario *leyes del Instituto	Fomentar el emprendimiento y liderazgo en todo el instituto (autoridades, profesores , estudiantes etc.)	Que la campaña publicitaria no llegue a ninguna de las personas y no logremos transmitir la idea.
Estudiante	Estudiantes del Instituto Cordillera con diferente patrón mental y decididos emprender y mediante el liderazgo direccionarla correctamente	Desinterés de los estudiantes, con el miedo de emprender por el obstáculo de que fracasen	*aulas *computadores *recursos académicos *recursos económicos	estudiantes que captaron el mensaje y al terminar su carrera mediante una idea innovadora , logren tener su propia pymes	Desinterés total de los estudiantes y se mantengan todo siempre en el área de confort , y se vuelvan conformistas

Análisis de la Matriz de involucrados

Como análisis de la matriz de involucrados se puede mencionar que en este cuadro interviene los actores principales de todos aquellos que tiene que ver con nuestro proyecto y para que este tenga una finalización correcta. Estos involucrados están detallados en el cuadro en orden jerárquico del mas principal, hasta con el que menos interviene en el proyecto.

De la misma manera fuimos detallando 5 aspectos principales de cada involucrado, por ejemplo: el estado es uno de nuestros actores para que nuestro proyecto tenga una finalización correcta,

Estado:* el interés que tiene el estado sobre nuestro problema es proporcionar varios cursos de capacitación con el fin de que las familias de pocas oportunidades laborales comiencen a obtener recursos económicos a través de una pyme , los problemas percibidos que tiene el estado son el desinterés por parte de los estudiantes de asistir a las charlas y no den la importancia a las campañas publicitarias que se realizaran , los recursos y mandatos que se utilizaran serán capacitadores eficaces y recursos económicos , el interés que tiene sobre el proyecto será disminuir la explotación laboral tanto en tiempo y sueldo en gente adulta y jóvenes , los conflictos potenciales serán la desvinculación y falta de importancia sobre el tema por parte de las organizaciones y de las personas involucradas .

Y de esa manera se van realizando los restantes involucrados

CAPITULO III

ÀRBOL DE PROBLEMAS Y ÀRBOL DE OBJETIVOS

3.01 Àrbol de problemas

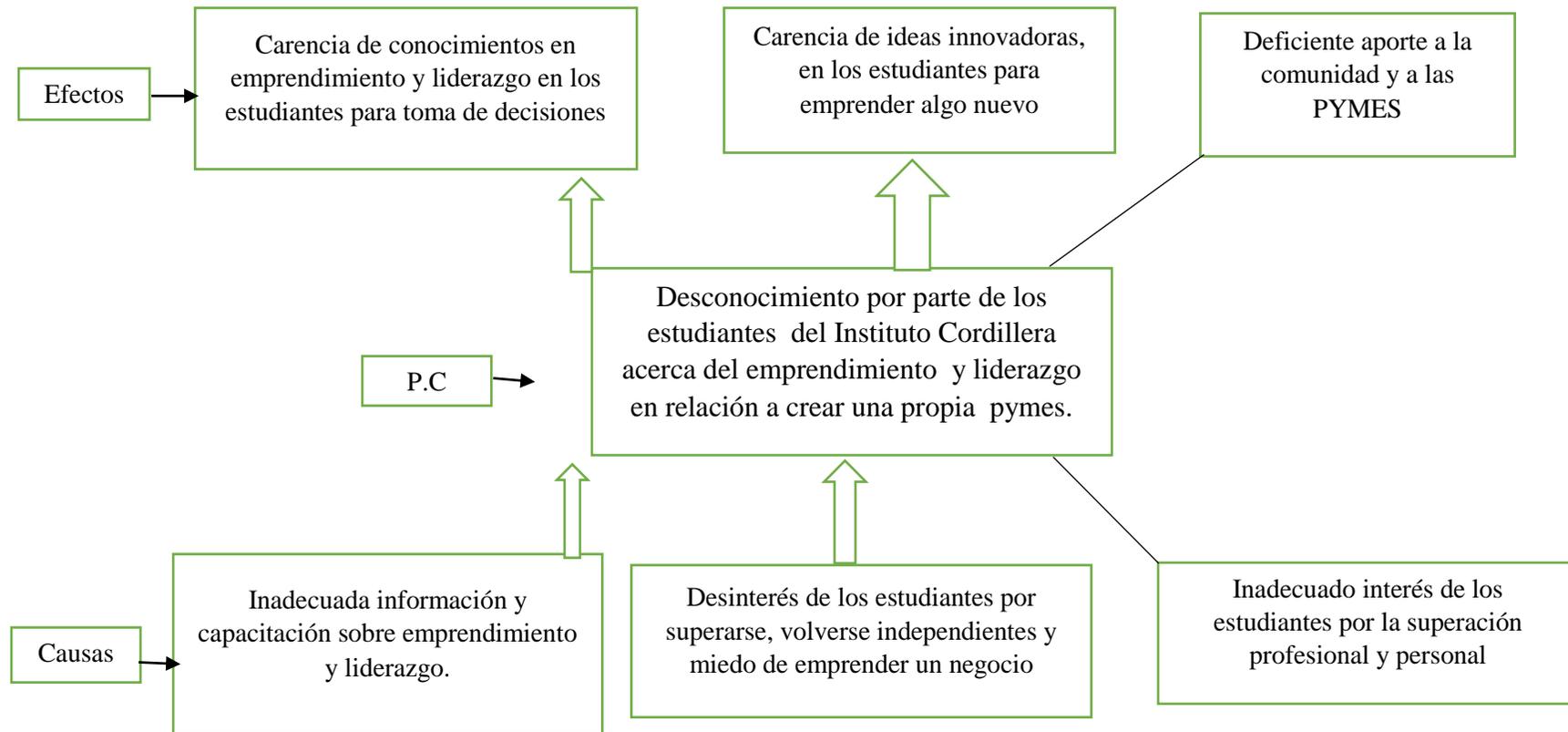


Figura 2 Àrbol de problemas

Análisis del Árbol de problemas

El problema central de mi proyecto es Desconocimiento por parte de los estudiantes del Instituto Cordillera acerca del emprendimiento y liderazgo en relación a crear una propia pymes.

En nuestro árbol de problemas se puede visualizar claramente que los estudiantes del instituto cordillera tiene miedo a emprender , por una inadecuada información y capacitación emprendimiento y liderazgo y también tiene miedo a arriesgarse a formar una micro empresa por los motivo antes mencionados, todos estos son las causas del problema central .

Si nos fijamos claramente en nuestro árbol de problemas nos damos cuenta que nuestro problema central es la falta y desconocimiento de emprendimiento y liderazgo en los estudiantes del instituto cordillera y por qué sucede este problema? , es porque los estudiantes culminan su carrera y se dedican a.

* Gran parte de su tiempo a trabajar para otras personas y se olvidan de superarse

*Los empleados de las empresas tienen miedo a renunciar por el hecho de no encontrar otro trabajo

*Desinterés de las personas por superarse, y miedo a emprender

*Desconocimiento de las personas acerca de los negocios y la administración

*Miedo a emprender por los estudiantes debido a no tener un enfoque claro de a que quieren dedicarse en un futuro.

3.02. Árbol de objetivos

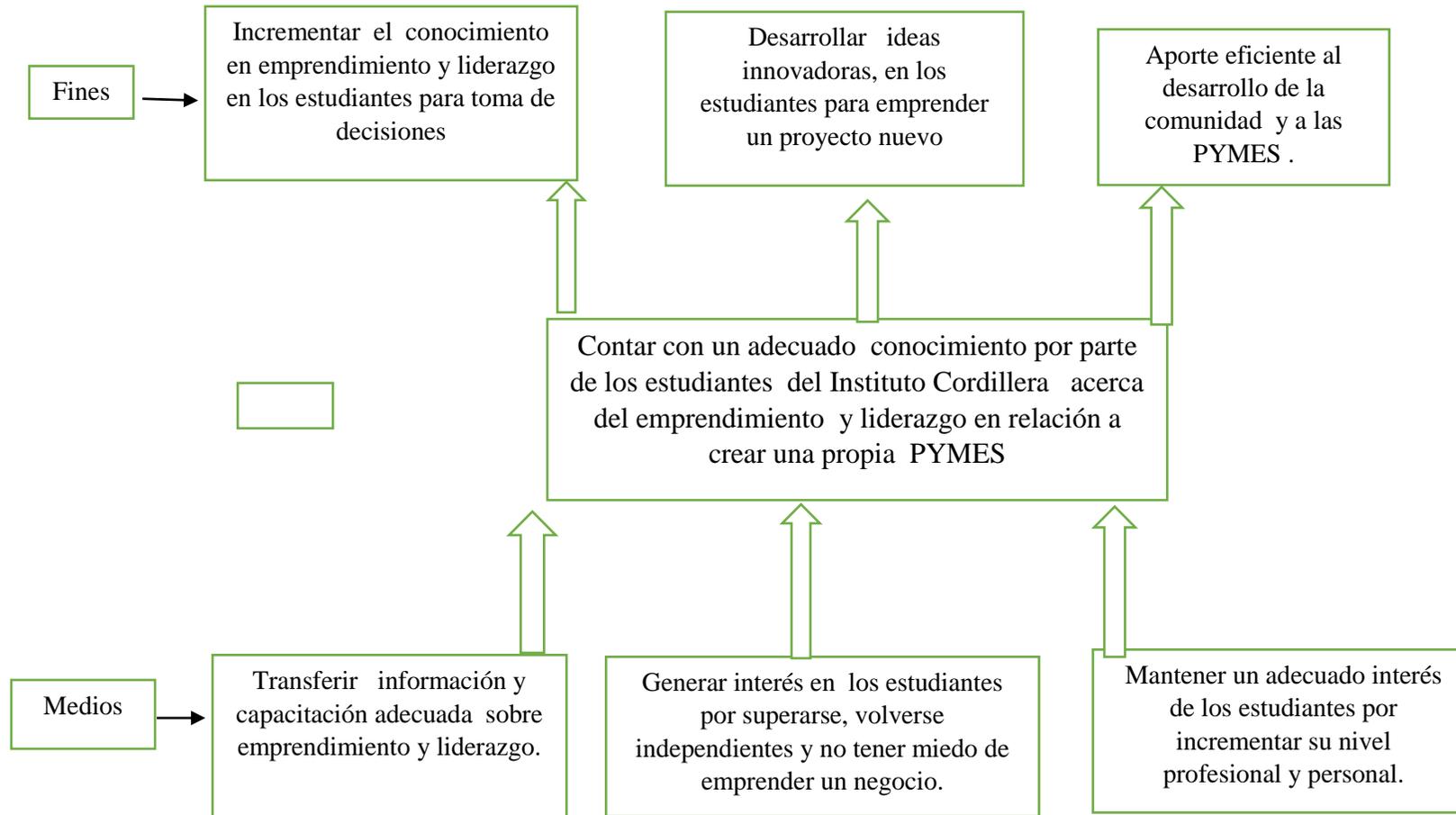


Figura 3 Árbol de objetivos

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay

Análisis Árbol de objetivos

Al haber culminado con nuestro árbol de objetivos se puede decir que nuestro análisis es el siguiente.

Nuestro objetivo principal es el amplio conocimiento por parte de los estudiantes del Instituto Cordillera acerca del emprendimiento y liderazgo en relación a crear una propia pymes y esto se realizara a través de las campañas publicitarias y capacitaciones.

En el árbol de objetivos se puede visualizar claramente que los estudiantes del instituto cordillera que atreves de una adecuada información y capacitación sobre emprendimiento y liderazgo , comenzarán tener interés por superarse , volverse independientes y ya no tendrán miedo a emprender un negocio ya que cuentan con la información necesaria .

Los estudiantes del instituto cordillera se puede visualizar en el árbol de objetivos comenzaran a obtener amplios conocimientos sobre emprendimiento y liderazgo para la toma de decisiones y de la misma manera comenzaran a fluir ideas innovadoras , ideas nuevas , ideas no existentes en el mercado para ponerlo en acción como un emprendimiento y que este se vuelva un negocio y atreves del liderazgo hacer que este se vuelva una micro empresa exitosa .

CAPITULO IV

4.01 MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVOS

Tabla 3 MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVOS

OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE EL PROPÓSITO	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLÍTICA	TOTAL	CATEGORÍA
Transferir información y capacitación adecuada sobre emprendimiento y liderazgo.	5	4	4	4	21	Media Alta
Generar interés en los estudiantes por superarse, volverse independientes y no tener miedo de emprender un negocio.	5	4	5	4	22	Media Alta
Mantener un adecuado interés de los estudiantes por incrementar su nivel profesional y personal.	5	4	5	4	22	Media Alta
Contar con un adecuado conocimiento por parte de los estudiantes del Instituto Cordillera acerca del emprendimiento y liderazgo en relación a crear una propia PYMES	5	4	5	5	23	Alta

***Análisis de la matriz de alternativos**

Se puede mencionar como análisis de la matriz de alternativos que en este cuadro intervienen gran parte o casi todo lo que tiene ver con el árbol de objetivos, en este cuadro conlleva los tres objetivos que tiene nuestro proyecto y nuestro objetivo principal y se va calificando de una manera coherente del 1 al 5 que impacto tiene con diferentes alternativos para que nuestro objetivo tenga un fin positivo a continuación se dará un ejemplo del caso.

En este caso daremos a conocer nuestro objetivo número 1.

***Que será una adecuada información y capacitación sobre emprendimiento y liderazgo** : el impacto que tiene sobre el propósito lo hemos calificado con el número (5) porque esto es fundamentos para nuestro proyecto ,en la segunda alternativa tenemos a factibilidad técnica lo calificamos con el número (4), en tercer alternativo tenemos a factibilidad financiera le dimos una calificación de número (4) ya que no contamos con mucho por supuesto , en cuarto alternativo tenemos factibilidad social le dimos una calificación de (4) no interviene mucho en el proyecto , en quinto y último alternativo tenemos a factibilidad política le dimos una calificación de (4) y al sumar todas las calificaciones tenemos un resultado de 21 lo que quiere decir que está en una categoría media alta,

Y así sucesivamente se van calificando todos los objetivos restantes.

4.02 MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS

Tabla 4 MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS

OBJETIVOS	FACTIBILIDAD DE LOGRARSE	IMPACTO GENERO	IMPACTO AMBIENTAL	RELEVANCIA	SOSTENIBILIDAD	TOTAL	CATEGORÍAS
Transferir información y capacitación adecuada sobre emprendimiento y liderazgo.	Apoyo de los directivos y estudiantes (4)	Capacitar a hombres y mujeres (4)	Mejoramiento de aptitudes y actitudes en las personas asistentes.(4)	Diferente patrón mental positivo por canalizar la información.(4)	Estudiantes que prestan interés por cursos enfocados en la motivación personal. (4)	20	Medio alto
Generar interés en los estudiantes por superarse, volverse independientes y no tener miedo de emprender un negocio.	Estudiantes enfocados a volverse independientes (4)	Incremento de hombres y mujeres emprendedoras en la capital (4)	Desarrollo social y económico en el entorno empresarial (4)	Prioridad de los estudiantes por tener un mejor estilo de vida.(4)	Fortalecer las capacidades de los estudiantes para que se independicen laboralmente(4)	20	Medio alto
Mantener un adecuado interés de los estudiantes por incrementar su nivel profesional y personal.	Estudiantes enfocados a volverse micro empresarios (4)	Estudiantes /as que al tener su propia pyme cumplan a cabalidad los derechos humanos de sus trabajadores (4)	Estudiantes /as que pueden desenvolverse de manera efectiva dentro del mundo de las empresas y de los negocios.(4)	Estudiantes /as que desarrollan sus aptitudes y actitudes y lo ponen en práctica en un negocio.(5)	Estudiantes que conocen del tema de emprendimiento y liderazgo y lo utilizan poniéndolo en práctica.(4)	21	Medio alto
Amplio conocimiento por parte de los estudiantes del Instituto Cordillera acerca del emprendimiento y liderazgo en relación a crear una propia pyme	Estudiantes con varias ideas innovadoras para satisfacer necesidades no existentes en el mercado.(5)	Estudiantes /as cumpliendo los derechos humanos de no acatar órdenes y ser explotados por otras personas (4)	Mejoramiento de la calidad de vida de los estudiantes.(4)	Estudiantes enfocados a realizar cosas diferentes en el mercado y emprender una pyme.(5)	Mediante las aptitudes y actitudes adquiridas por los estudiantes mejorar la calidad de vida de los mismos.(4)	22	Medio alto

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay

***Análisis de la matriz de impacto de objetivos**

Dentro de la matriz de impacto de objetivos se puede mencionar que intervienen los tres objetivos principales de nuestro proyecto y de la misma manera nuestro objetivo general en total participan los 4 objetivos de nuestro árbol de objetivos .para realizar un análisis de este cuadro pondremos como ejemplo el objetivo general de nuestro proyecto.

***Adecuado conocimiento por parte de los estudiantes del Instituto Cordillera acerca del emprendimiento y liderazgo en relaciona crear una propia pymes :**

la factibilidad que tiene este objetivo para lograrse es estudiantes con varias ideas innovadoras para satisfacer necesidades no existentes en el mercado y tuvo una calificación de(5), el impacto de género que tiene este objetivo es estudiantes cumpliendo los derechos humanos de no acatar órdenes y ser explotados por terceras personas tuvo una calificación de(4) , su impacto ambiental nos menciona el mejoramiento de la calidad de vida de los estudiantes dándole una calificación de (4) , la relevancia del objetivo dice estudiantes enfocados a realizar cosas diferentes el mercado y emprender una PYMES tuvo una calificación de (5) ya que esto es muy importante y por último la sostenibilidad que mediante las aptitudes y actitudes adquiridas por los estudiantes mejor la calidad de vida de los mismos tiene una calificación de (4) al sumar tenemos un total de 22 lo que entra en la categoría de medio alto .

Y de esa manera se va desarrollando cada uno de los objetivos restantes con su respectiva calificación también es una de las partes fundamentales para realizar de manera eficaz nuestro proyecto.

4.03 Diagrama de estrategias

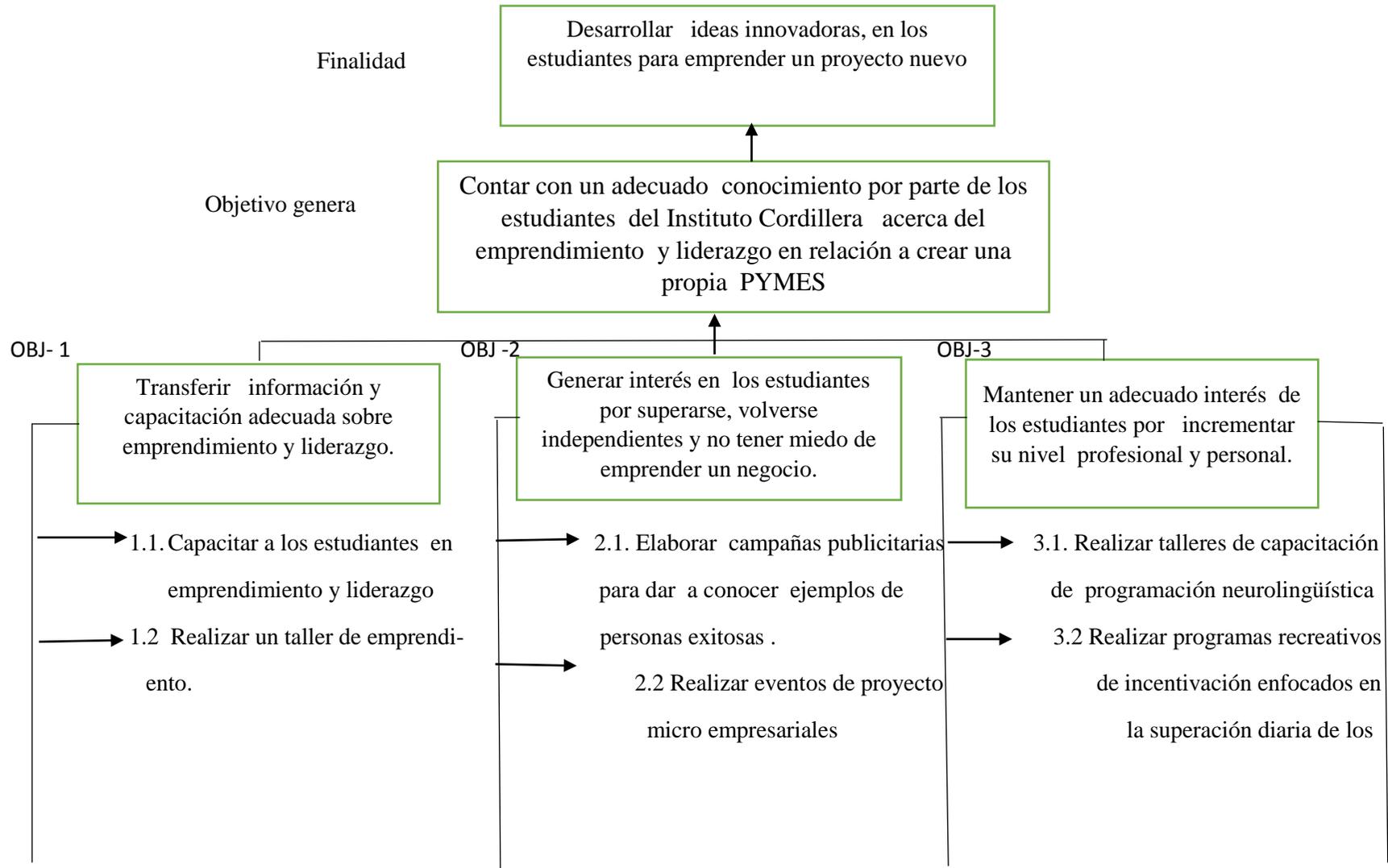


Figura 4 Diagrama de estrategias

***Análisis del diagrama de estrategias**

Dentro del diagrama de estrategias como análisis se puede mencionar que es una de las partes más importantes y fundamentales de nuestro proyecto para que dicha campaña tenga un resultado positivo.

En si en nuestro diagrama de estrategias interviene lo que es finalidad con respecto a nuestro proyecto es desarrollar ideas innovadoras en los estudiantes para emprender un proyecto nuevo, nuestro objetivo general será el mismo que tenemos en nuestro árbol de objetivos que es contar con una adecuado conocimiento por parte de los estudiantes del Instituto Cordillera acerca de emprendimiento y liderazgo en relaciona crear una propia PYMES, a continuación se irían detallando los tres objetivos principales que tiene nuestro proyecto y de la misma manera a continuación se desglosaran dos estrategias para cumplir dicho objetivo planificado.

A continuación daremos a conocer un ejemplo.

***Objetivo 1: transferir información y capacitación adecuada sobre emprendimiento y liderazgo:** este es nuestro primer objetivo para poderlo logara se utilizaran dos estrategias fundamentales que son las siguientes.

*Capacitar a los estudiantes ene emprendimiento y liderazgo es una estrategia fundamental para lograr nuestro objetivo número 1

*Realizar un taller de emprendimiento también es una estrategias impórtate que será de gran ayuda para lograr dicho objetivo a que en este taller se trasmitirá información coherente y concisa de estos temas.

Y de la misma manera se van desglosando los demás objetivos con su respectiva estrategia

4.04 MARCO LÒGICO

Tabla 5 MARCO LÒGICO

FINALIDAD	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<p>Desarrollar ideas innovadoras, en los estudiantes para emprender un proyecto nuevo</p>	<p>Desarrollar ideas innovadoras en el 90 % de los estudiantes para que puedan emprender un proyecto nuevo hasta finales del 2016</p>	<p>*Registros estadísticos en base a encuestas para darnos cuenta si la campaña publicitaria tendrá aceptación. *A través de encuestas verificar si el patrón mental de los estudiantes tuvo cambios.</p>	<p>*los conocimientos que se impartieron en las capacitaciones tuvieron un gran impacto en los estudiantes. *Apoyo y colaboración de los estudiantes *Apoyo y colaboración de las autoridades</p>
<p>PROPSITO Contar con un adecuado conocimiento por parte de los estudiantes del Instituto Cordillera acerca del emprendimiento y liderazgo en relación a crear una propia PYMES</p>	<p>INDICADORES Lograr que el 70 % de los estudiantes adquieran conocimiento sobre emprendimiento y liderazgo hasta finales del 2016.</p>	<p>*Test a los estudiantes.</p> <p>MEDIOS DE VERIFICACION *Pruebas de aptitudes a los estudiantes *Pruebas de conocimientos a los estudiantes *Entrevistas con los estudiantes</p>	<p>SUPUESTOS *Apoyo de los estudiantes *Recursos económicos adecuados *Conocimientos adecuados *Capacitadores eficaces *Estudiantes dispuestos a invertir en proyectos innovadores</p>

COMPONENTES	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
1.-Transferir información y capacitación adecuada sobre emprendimiento y liderazgo.	Transferir información al 70 % de los estudiantes sobre emprendimiento y liderazgo hasta finales del 2016.	*Pedir a los capacitadores el P.E.A y verificar la información que se le va impartir a los estudiantes. *Informes de los capacitadores.	*Colaboración de los estudiantes *Eficaz información de los capacitadores *Estudiantes interesados en aprender
2.-Generar interés en los estudiantes por superarse, volverse independientes y no tener miedo de emprender un negocio.	Generar interés en el 67 % de los estudiantes para que puedan volverse independientes con sus negocios hasta finales del 2016.	*Datos estadísticos dentro del instituto donde se indique que los estudiantes están dando a conocer, presentar sus ideas innovadoras. *Encuestas *Entrevistas *Informes	*colaboración de los estudiante *Información concisa y coherente por parte de los capacitadores. *Recursos económicos *estudiantes dispuestos a invertir.
3.-Mantener un adecuado interés de los estudiantes por incrementar su nivel profesional y personal.	Mantener un adecuado interés en el 40 % de los estudiantes por incrementar su nivel profesional y personal hasta finales del 2016.	*Mediante un test de aptitudes y actitudes enfocado en la superación personal *Encuestas *Entrevistas	*Colaboración de los estudiantes *Estudiantes motivados *Colaboración de personas exitosas que dan a conocer sus testimonios
ACTIVIDAD	RESUMEN DEL PRESUPUESTO	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
1.1 Capacitar a los estudiantes en emprendimiento y liderazgo	*Capacitador = 150 *Infocus =50 *Computadora =50 *muebles de oficina =50 Total \$ 300	*Informes *listado de estudiantes *recibos	*Asistencia de los estudiantes *Apoyo de las autoridades para que el evento tenga la importancia del caso.
1.2 Realizar un taller de emprendimiento	*Recursos tecnológicos =200 *Recursos humanos = 400	*Informes *fotos, videos etc. *recibos	*Asistencia de los estudiantes *Organización adecuada *Personal administrativo

ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA FOMENTAR EL
EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA EN LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

	*Materiales educativos =150 Total \$750		eficiente
2.1 Elaborar campañas publicitarias en donde se den a conocer ejemplos de personas exitosas	*Material P.OP =50 *Carteleras publicitarias =100 *Afiches =50 Total \$200	*Informes *Hojas de verificación *fotos, videos etc. *comprobantes	*Colaboración de emprendedores , empresarios *Colaboración de autoridades
2.2 Realizar eventos de proyectos micro empresariales	Recursos tecnológicos =200 *Recursos profesionales =300 Total 500	*monitoreo de las actividades atreves de informes *fotos ,videos *facturas de lo invertido	*Colaboración de empresarios *Organización adecuada. *Recursos económicos
3.1 Realizar talleres de capacitación de programación neurolingüística	Capacitador =150 Materiales educativos =50 Total \$200	*Listado de estudiantes *Informes *hojas de control	*Contar con la asistencia y apoyo del capacitador *Recursos personales
3.2 Realizar programas recreativos de incentivación enfocados en la superación diaria de los estudiantes	Herramientas y accesorios =100 Equipos de recreación =100 Total \$200	*Informes de verificación *hojas de control *evaluación de los estudiantes *fotos , videos etc.	*Colaboración de personas extrovertidas, alegres, motivadas etc., que contagien su actitud. *Contar con materiales y herramientas necesarias.

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.01. Antecedentes

Estamos de acuerdo que el estudio es la principal estrategia para superarnos, pero el tema pasa por estudiar para ser libres. Pero el actual sistema educativo simplemente está obsoleto porque la idea de estudiar para conseguir un trabajo estable ya no funciona, hoy la gente debería estudiar para emprender, hay que salir de las universidades no a buscar trabajo, sino a crearlo. Al margen de la carrera elegida, hay que egresar sabiendo que no seremos libres financieramente siendo empleados de otros y que no somos felices construyendo sueños ajenos.

5.02 Campaña publicitaria

La campaña publicitaria es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico. La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos.

Un plan de campaña se resume la situación en el mercado y las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios, así como otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas. El plan de campaña se presenta al cliente en una presentación de negocios formal. También se resume en un documento escrito que se conoce como libro de planes. (Copyright, liderazgo y mercadeo, 2006)

5.03. Justificación

Mediante estas campañas publicitarias lo que trataremos de lograr es incentivar y despertar el espíritu emprendedor y el liderazgo en las personas de este instituto empezando desde los jóvenes para que desde muy temprana edad habrán su mentalidad y se logren contagiarse de este bichito del emprendimiento y logren cumplir cada uno de sus sueños y de la misma manera lograr tener la libertad financiera que todo mundo anhela y mediante el liderazgo volvemos modelos a seguir de muchas personas y de la misma manera incentivar a varias personas a que logren cumplir lo que se propongan.

Mediante las charlas y conferencias que se tiene previsto en este proyecto lo que se busca es fortalecer las capacidades y aptitudes que tiene un ser humano para que se vuelva independiente y de lo que realiza bien, hace bien se vuelva su sitio de trabajo ya no como trabajador si no como dueño de su propia empresa enfocado a superarse día a día para el porvenir de él y de su familia.

5.04 Metodología de investigación

A). Método Inductivo

El **método inductivo o inductivismo** es aquel **método científico** que **obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares**. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización, y la contrastación. (Copyright, Metodo Inductivo, 2008)

B). Método deductivo

El **método deductivo** es un **método científico** que considera que **la conclusión se halla implícita dentro las premisas**. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea **verdadera**. (Copyright, Metodo Inductivo, 2008)

C).Método experimental

Es un tipo de método de investigación en el que el investigador controla deliberadamente las variables para delimitar relaciones entre ellas, esta basado en la metodología científica. En este método se recopilan datos para comparar las mediciones de comportamiento de un grupo control, con las mediciones de un grupo experimental. Las variables que se utilizan pueden ser variables dependientes (las que queremos medir o el objeto de estudio del investigador) y las variables independientes (las que el investigador manipula para ver la relación con la dependiente). Además debemos controlar todas las demás variables que puedan influir en el estudio (variables extrañas). (Madrid, 1998-2007)

D).Método observación

La observación como método, consiste en la utilización de los sentidos, para obtener de forma conciente y dirigida, datos que nos proporcionen elementos para nuestra investigación. Constituye el primer paso del método científico, que nos permite, a partir de ello, elaborar una hipótesis, y luego vuelve a aplicarse la observación, para verificar si dicha hipótesis se cumple. (Copyright, Entrevista , 2008)

5.05 Técnicas de investigación

A).Encuesta

La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos. (CIS, 2015)

B).Entrevista

Entrevista es un término que está vinculado al verbo **entrevistar** (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre

ciertos temas y con **un fin determinado**). (Copyright, Entrevista , 2008)

C).Observación

La observación es la adquisición activa de información a partir del sentido de la vista. Se trata de una actividad realizada por un ser vivo (humanos, animales, etc), que detecta y asimila los rasgos de un elemento utilizando los sentidos como instrumentos principales. El término también puede referirse a cualquier dato recogido durante esta actividad. El primer paso del método empírico, requisito de la investigación científica, es realizar observaciones de la naturaleza. (Wikipedia, 2001)

D).Recolección de información

Esta etapa consiste en acudir a diversos lugares informativos como archivos, bibliotecas, hemerotecas, librerías, videotecas, filmotecas, museos, institutos de investigación, Internet, etcétera. Para ello es importante tener presentes las diversas fuentes que nos pueden ser útiles en la tarea de recabar información para nuestra investigación. (Wikipedia, 2001)

5.06 Aplicación de encuestas

Como ya lo mencionamos anteriormente una encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos.

La aplicación de nuestro cuestionario se realizara básicamente a todos aquellos estudiantes (hombres y mujeres) del Instituto Cordillera que estén cursando la carrera de administración ya sea en Bancas y Finanzas, Producción, Recursos Humanos o Marketing con el objetivo de captar el patrón mental de cada uno de los estudiantes, verificar cada uno de los objetivos a corto, mediano y largo plazo que tienen los estudiantes tanto en el aspecto académico, laboral y personal.

Las encuestas se realizaran en las aulas de cada uno de los estudiantes que estén cursando la carrera de administración en el Instituto Cordillera, se tratara de

encuestar en su mayoría a todos los estudiantes, y de esa manera ir verificando que porcentaje de estudiantes tienen conocimiento en emprendimiento y liderazgo y que porcentaje de estudiantes no tienen ni idea del tema y de esa manera podemos enfocarnos en realizar nuestra campaña publicitaria.

Una vez concluidas las encuestas se podrán conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los estudiantes del Instituto Cordillera en relación a emprendimiento y liderazgo.

Las encuestas que se realizarán en este caso serán para aproximadamente unas 100 personas

entre hombres y mujeres y de esa manera ir verificando el patrón mental de cada uno de los

estudiantes.

ENCUESTA

5.07 Modelo de encuestas

***Objetivo:** El objetivo de la encuesta es captar el patrón mental de cada uno de los estudiantes, verificar cada uno de los objetivos a corto, mediano y largo plazo que tienen los estudiantes tanto en el aspecto académico, laboral y personal.

*Edad: 17-20 20-23 23-26

*Carrera: R.H Producción Banca Marketing

*Sector: Norte Centro Sur Valle

1.- ¿Usted como estudiante de tercer nivel tiene los conocimientos necesarios en emprendimiento y liderazgo para crear su propia PYMES?

SI

NO

2.- ¿Tiene conocimientos adecuados en emprendimiento y liderazgo para tomar decisiones

correctas dentro del mundo empresarial ?

SI

NO

3.- ¿Cree usted que a través de ideas innovadoras, permitirá crear nuevos negocios?

SI

NO

4.- ¿Está de acuerdo que el Estado brinde el apoyo necesario para la creación de PYMES.

SI

NO

5.- ¿Ha recibido información concisa y coherente enfocada en el emprendimiento y liderazgo?

SI

NO

6.- ¿Tiene interés en capacitarse, volverse independiente y lograr emprender un negocio?

SI

NO

7.- ¿Tiene interés por la superación profesional y personal dentro del mundo de los negocios?

SI

NO

8.- ¿Se arriesgaría a perder su trabajo para iniciar un nuevo emprendimiento?

SI

NO

5.08 TABULACION DE ENCUESTAS

Encuesta estudiantes

1.- ¿Usted como estudiante de tercer nivel tiene los conocimientos necesarios en emprendimiento y liderazgo para crear su propia PYMES?

Tabla 6 Pregunta 1

Alternativos	N.P Encuestadas	%
SI	30	30%
NO	70	70%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay



Figura 5 Pregunta 1

*Análisis:

Se puede ver claramente en la tabulación que el 30 % de los estudiantes se encuentra en capacidades para crear su propia PYMES mientras que el 70 % de los estudiantes no constan con las actitudes o aptitudes necesarias para emprender y liderar un proyecto.

2- ¿Tiene conocimientos adecuados en emprendimiento y liderazgo para tomar decisiones correctas dentro del mundo empresarial ?

Tabla 7 Pregunta 2

Alternativos	N.P Encuestadas	%
SI	20	20%
NO	80	80%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay



Figura 6 Pregunta 2

Análisis:

Al tabular y observar el grafico de pastel podemos observar claramente que el 20 % de los estudiantes del Instituto Cordillera tienen conocimiento en emprendimiento y liderazgo para la toma de decisiones dentro del mundo empresarial y el 80 % de los estudiantes tiene escasos conocimientos en estas dos áreas fundamentales.

3.- ¿Cree usted que a través de ideas innovadoras, permitirá crear nuevos negocios?

Tabla 8 Pregunta 3

Alternativos	N.P Encuestadas	%
SI	10	10%
NO	90	90%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay



Figura 7 Pregunta 3

Análisis:

Con respecto a la tabulación de esta pregunta se puede visualizar claramente en la imagen que tan solo el 10 % de los estudiantes creen que a través de ideas innovadoras se pueden crear nuevos negocios, que es un porcentaje muy poco y el 90 % de los estudiantes consideran que las ideas innovadoras no dan un sustento económico.

4.- ¿Está de acuerdo que el Estado brinde el apoyo necesario para la creación de PYMES.

Tabla 9 Pregunta 4

Alternativos	N.P Encuestadas	%
SI	50	50%
NO	50	50%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay

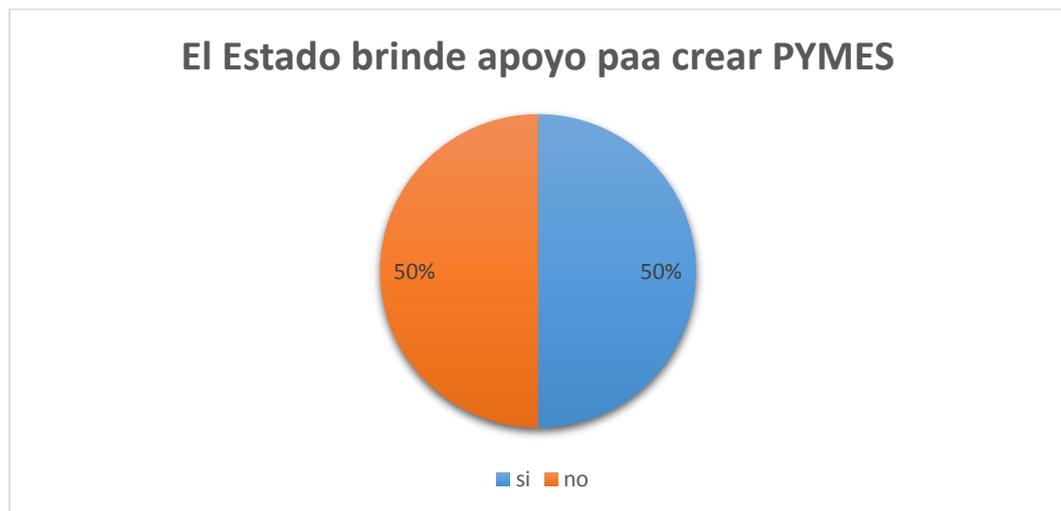


Figura 8 Pregunta 4

Análisis:

Se puede visualizar claramente en esta pregunta que hubo igualdad entre los estudiantes el 50 % de los alumnos están de acuerdo que el Estado brinde apoyo para la creación de PYMES mientras que el otra mitad no están de acuerdo con esta interrogante, por diferentes motivos no apoyan que el gobierno colabore con la creación de pymes.

5.- ¿Ha recibido información concisa y coherente enfocada en el emprendimiento y liderazgo?

Tabla 10 Pregunta 5

Alternativos	N.P Encuestadas	%
SI	30	30%
NO	70	70%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay

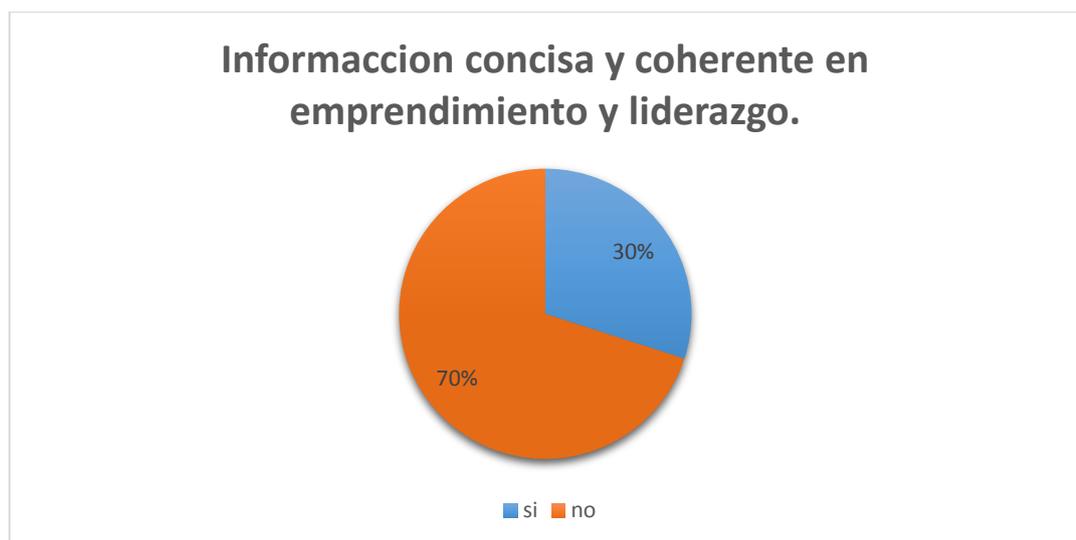


Figura 9 Pregunta 5

Análisis:

En esta pregunta se puede visualizar claramente que el 30 % de los estudiantes encuestados recibido información coherente y concisa de temas como emprendimiento y liderazgo mientras que el otro 70 % no ha recibido información o lo han hecho de manera empírica

6.- ¿Tiene interés en capacitarse, volverse independiente y lograr emprender un negocio?

Tabla 11 Pregunta 6

Alternativos	N.P Encuestadas	%
SI	33	33%
NO	67	67%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay



Figura 10 Pregunta 6

Análisis

Al tabular esta pregunta nos podemos dar cuenta claramente que tan solo el 33% de los estudiantes tienen interés en capacitarse con el fin de emprender su propio negocio y el 67 % restante no le agrada esta idea y optaría por conseguir un empleo.

7.- ¿Tiene interés por la superación profesional y personal dentro del mundo de los negocios?

Tabla 12 Pregunta 7

Alternativos	N.P Encuestadas	%
SI	60	60%
NO	40	40%
TOTAL	100	100 %

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay



Figura 11 Pregunta 7

Análisis

Se puede observar en el gráfico que en esta pregunta más de la mitad de los estudiantes específicamente el 60 % de ellos tiene interés por superarse profesional y personal enfocado en los negocios mientras que el 40 % creen que es mejor la superación dentro del ámbito laboral como trabajador .

8.- ¿Se arriesgaría a perder su trabajo para iniciar un nuevo emprendimiento?

Tabla 13 Pregunta 8

Alternativos	N.P Encuestadas	%
SI	30	30%
NO	70	70%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay



Figura 12 Pregunta 8

Análisis

Al tabular esta pregunta se puede observar claramente que existe escases de ideas innovadoras en los estudiantes ya que el 70% de ellos no se arriesgarían a renunciar su trabajo por emprender algo nuevo están enfocados en ser empleados, mientras que tan solo el 30 % de los estudiantes creen que es más factible renunciar a sus trabajos y emprender su propia empresa y de esa manera tener libertad de tiempo y libertad financiera.

5.09 Propuesta

5.09.01. Misión

Realizar una campaña publicitaria enfocada en el emprendimiento y liderazgo para transmitir información concisa y coherente a los estudiantes del Instituto Cordillera y que de esa manera tengan las aptitudes y actitudes correctas para la creación de microempresas y mediante principios administrativos y estrategias de marketing estas tenga un tiempo indefinido de duración y captar la mayor cantidad de clientes.

5.09.02. Visión

Fomentar el emprendimiento y liderazgo en los estudiantes del instituto cordillera a través de campañas publicitarias y charlas motivacionales lograr que los estudiantes al culminar su carrera universitaria salgan al mercado a generar empleo no a buscar empleo, y en el lapso de 1 año este proyecto que empezó como tema de tesis ejecutarlo realizando estas campañas en escuelas, colegios, entidades públicas, privadas etc.

5.09.03 Objetivo general

Contar con un adecuado conocimiento por parte de los estudiantes del Instituto Cordillera acerca del emprendimiento y liderazgo en relación a crear una propia PYMES.

5.09.04 Objetivos específicos

*OBJ 1:

Transferir información y capacitación adecuada sobre emprendimiento y liderazgo.

*OBJ 2:

Generar interés en los estudiantes por superarse, volverse independientes y no tener miedo de emprender un negocio.

***OBJ 3:**

Mantener un adecuado interés de los estudiantes por incrementar su nivel profesional y personal.

5.09.05 Estrategias

- 1.-Capacitar a los estudiantes en emprendimiento y liderazgo
- 2.-Realizar un taller de emprendimiento
- 3.-Elaborar campañas publicitarias en donde se den a conocer ejemplos de personas exitosas
- 4.-Realizar eventos de proyectos micro empresarial
- 5.-Realizar talleres de capacitación de programación neurolingüística
- 6.-Realizar programas recreativos de incentivación enfocados en la superación diaria de los estudiantes

5.09.06 Análisis FODA

Tabla 14 Análisis FODA

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> *Cuenta con aulas en excelente estado y bien equipadas *Aulas equipadas tecnológicamente (infocus) *Capacitadores experimentados con excelentes conocimientos en emprendimiento y liderazgo *Apoyo condicional por parte de las autoridades *Recursos económicos necesarios para cubrir necesidades básicas. *Apoyo y colaboración de los estudiantes *Estudiantes interesados en aprender 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> *Apoyo de cooperativas o entidades financieras facilitando créditos a estudiantes para la creación de nuevas PYMES. *Apoyo de empresarios exitosos que dan a conocer sus testimonios en las capacitaciones *Existe apoyo por parte del gobierno tanto en estatutos, leyes, información y económicamente para la creación de nuevas PYMES.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> * Publicidad en la televisión , radio, comercio y nuestro presupuesto no se acople a su elevados costos *Para realizar los talleres de programación neurolingüística y los programas recreativos el Instituto no consta con áreas verdes, áreas amplias que son de vital importancia. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> *Leyes de las autoridades del barrio la prensa que no permitan realizar publicidad en ese sitio *no contar con el apoyo de los padres de familia y estos no envían a sus hijos alas capacitaciones. *que las capacitaciones se realicen en una fecha en la que los estudiantes no puedan asistir (clases, exámenes, feriado .etc.)

Fuente: Investigación de campo (Instituto Cordillera)

Elaborado: Alexis Chanchay

5.10. Aplicación de una campaña publicitaria

5.10.01.-Aplicación de una campaña publicitaria

Una **campaña publicitaria**, por otra parte, es un conjunto de estrategias comerciales para difundir y anunciar un **producto** o **servicio**.

Cualquier empresa o negocio que desee mejorar sus resultados, tanto en lo que respecta al número de clientes como a beneficios, es importante que lleve a cabo una campaña de este tipo que, como no podía ser de otra manera, se pondrá en manos de expertos del sector para lograr los mencionados objetivos.

Estos profesionales del ámbito de la publicidad no dudarán en diseñar y poner en marcha una de estas campañas publicitarias que se compondrá de las siguientes fases: definición de los fines que se desean alcanzar, análisis exhaustivo de las distintas alternativas que existen para acometer la promoción, selección de las alternativas a usar, comprobación de la eficacia que tiene la elección, lanzamiento de la campaña y finalmente lo que sería el control y la evaluación de los resultados logrados.

En el ámbito de las fuerzas armadas, por último, una **campaña militar** es un conjunto de acciones bélicas que transcurren en un mismo lugar y en un mismo periodo.

(Copyright, 2008)

5.10.02 Tipos de campaña publicitaria

Larson (1986) clasifica a las campañas en tres tipos: políticas, comerciales (dedicadas a la comercialización de bienes y servicios) y de acción social (con las que se quiere estabilizar o modificar ideas relacionadas con pautas de conducta y hábitos personales con el fin de obtener un beneficio). (Wikipedia, 2001)

5.10.03. Campaña publicitaria

Así como el marketing, la publicidad es una herramienta fundamental para crear y mejorar la relación de tu marca o producto con tus potenciales clientes. Para vender, marketing y publicidad siempre irán de la mano.

Una campaña publicitaria es un amplio conjunto de estrategias comerciales que tienen como objetivo dar a conocer el producto o servicio que buscas ofrecer. Esto se logra a través de anuncios distintos pero relacionados, que aparecen en uno o varios medios de comunicación durante un periodo determinado.

Las campañas son diseñadas en forma estratégica para impactar en un grupo de sectores y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos.

1. Objetivo de la campaña. Dependiendo de lo que queramos lograr se perfilará la campaña con estructuras diferentes.

Aunque para el 90% de los casos en Pymes lo que se persigue es captar clientes y obtener ventas, existen otro tipo de objetivos. Por ejemplo, hay campañas que pretenden hacer branding, otras se realizan con el propósito de asociar esa marca a unos valores o sentimientos determinados. Podríamos enumerar muchos otros ejemplos, pero conviene recordar que los objetivos más habituales son: captación de nuevos clientes, lanzamiento de nuevos productos y promoción de productos en stock.

2. Definir el target. Deberemos definir una serie de factores, tales como su edad, sexo, clase social, estado civil, nivel, y una serie de hábitos esenciales que necesitaremos tanto para el diseño como para la planificación de los medios.

3. Elegir los medios. La tercera etapa es la definición y planificación de los medios. Para definirlos es esencial la correcta evaluación del punto anterior. Puesto que, dependiendo de sus hábitos y gustos, los segmentos de público objetivo consumen medios de comunicación diferentes y a horarios distintos.

Nunca olvides esto: es fundamental que guíes la elección según el target, pues de lo contrario sólo perderás tu inversión.

4. La comunicación. Nos referimos a la forma en que concibes el mensaje que quieres lanzar. La única manera de conseguir que el cliente sienta que tu anuncio le interesa, es hacerla pensando en lo que él necesita.

5. El diseño. Los colores, las fotografías, el lenguaje del módulo o del spot, la forma en que se introducen los textos en la comunicación, el tipo de fuente, las texturas, los tamaños de los mismos, todos estos aspectos son claves a la hora de conseguir comunicar el mensaje publicitario en forma exitosa. (Soyentrepreneur, 2010)

5.10.04 El emprendimiento.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, mas aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

En muchos países (Casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva. (Gerencie, 2010)

5.10.05 El liderazgo

La palabra **liderazgo** define a una **influencia** que se ejerce sobre las personas y que permite incentivarlas para que trabajen en forma entusiasta por un objetivo común. Quien ejerce el liderazgo se conoce como líder.

La labor del líder consiste en **establecer una meta y conseguir** que la mayor parte de las personas deseen y trabajen por alcanzarla. Es un elemento fundamental en los gestores del **mundo empresarial**, para sacar adelante una empresa u organización, pero también lo es en otros ámbitos, como los **deportes** (saber dirigir un equipo a la victoria), la **educación** (profesores que consiguen que sus alumnos se identifiquen con su forma de pensar) y hasta en la **familia** (padres o hermanos mayores que son tenidos como absoluto ejemplo por parte de sus hijos, por ejemplo).

Existen distintas clasificaciones de los líderes, que se establecen a partir de diversos criterios. Cuando un líder es escogido por una organización, se habla de un **líder formal**. Los **líderes informales**, en cambio, emergen de manera natural o espontánea dentro un grupo.

De todas formas, la clasificación más difundida es aquella que refiere al vínculo entre el líder y los sujetos a los cuales influencia (es decir, sus seguidores). En este caso, existen liderazgos **democráticos**, **autoritarios** y **liberales (laissez faire)**.

El líder **democrático** es aquel que, en primer lugar, fomenta el debate y la discusión dentro del grupo. Después toma en cuenta las opiniones de sus seguidores y recién entonces, a partir de criterios y normas de evaluación que resultan explícitas, toma una decisión. (Copyright, 2008)

5.11 Marketing mix

5.11.01 *PLAZA

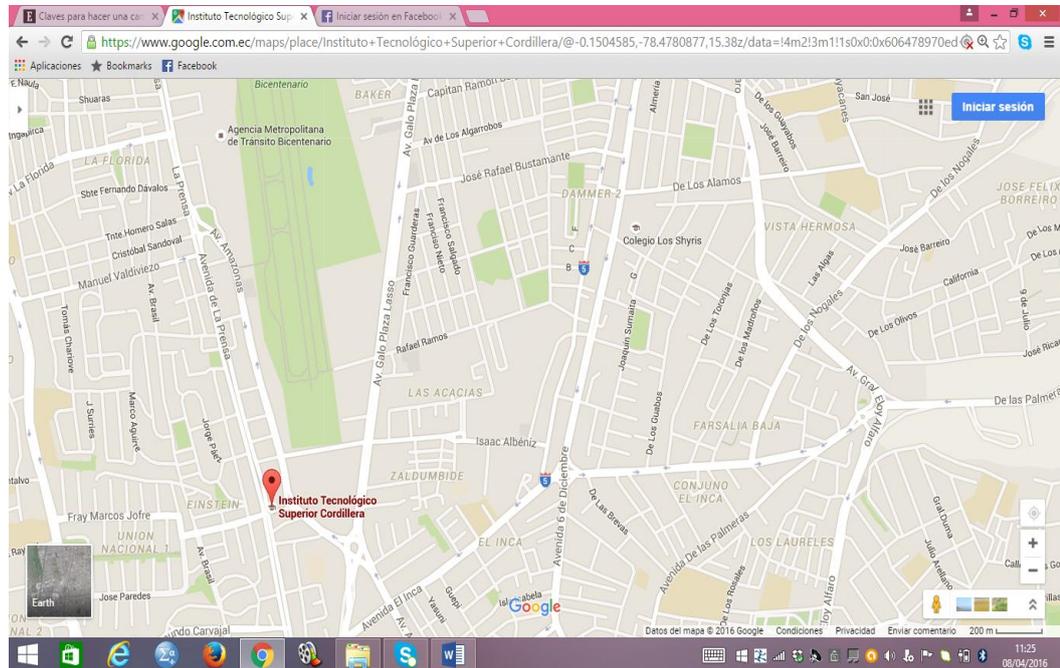


Figura 13 PLAZA

En si nuestro mercado objetivo se basara básicamente en los estudiantes del Instituto Cordillera que estén cursando la carrera de administración ya sea en recursos humanos , marketing , banca y finanzas , producción .Nuestra campaña publicitaria en su totalidad se enfocara en estos estudiantes que de una u otra manera tienen los conocimientos básicos en administración, contabilidad para poder lograr nuestros objetivos que es el fomentar el emprendimiento y liderazgo en relación a crear una propia PYMES.

El Instituto Cordillera se encuentra ubicado en la avenida la Prensa N45-268 Y Logroño

5.11.02*SERVICIO



Figura 14 SERVICIO

El Instituto Tecnológico Superior Cordillera es un centro educativos que brinda educación de tercer nivel y brinda el título de TECNOLÓGICO en diferentes ramas

- ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA
- ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN
- ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS
- ADMINISTRACIÓN DE FARMACIAS
- ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
- ANÁLISIS DE SISTEMAS
- DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL
- DISEÑO GRÁFICO
- MARKETING INTERNO Y EXTERNO
- OPTOMETRÍA

*Horario de Atención: de Lunes a Viernes de 08h00 a 12h00 - 17h00 a 21:30.

MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño

Teléfonos: 2433649 – 2255460 – 2269900

Carreras:

- Carrera de Administración Bancaria y Financiera
- Carrera de Administración de Recursos Humanos – Personal
- Carrera de Administración Industrial y de la Producción
- Carrera de Marketing Interno y Externo

CAMPUS 1

Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa, (esq.)

Teléfonos: 2433732 – 2430443

Carreras:

- Carrera de Diseño Gráfico
- Carrera de Educación

CAMPUS 2

Bracamoros N15-163 y Yacuambi

Teléfono: 2262041

Carrera:

- Carrera de Salud

CAMPUS 3

Av. Brasil N46-45 y Zamora

Teléfono: 2246036

Carrera:

- Carrera de Hotelería y Turismo

CAMPUS 4

Yacuambi Oe2-36 y Av. De la Prensa

Teléfono: 2249994

Carrera: de Análisis de Sistemas

5.11.03 PRECIO

Tabla 15 MEDIOS

MEDIOS	HORA , PALABRAS	COSTO
TELEVICIÓN	1 minuto	800 dólares
RADIO	5 minutos	400 dólares
PERIÒDICOS , REVISTAS ETC.	100 palabras	300 dólares
INTERNET(redes sociales , página web)	2 horas	2 dólares

Tabla 16 MATERIALES

MATERIALES	CANTIDAD	COSTO
VOLANTES	200	160
TRÍPTICOS	300	190
PANCARTAS PEQUENOS	30	120
PANCARTAS GRANDES	10	70

5.11.04 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

*Planificar

MEDIOS

*En la televisión se dará conocer durante 5 minutos los aspectos más importantes de la campaña publicitaria , los objetivos principales que tiene realizar la campana en fin aprovechar al máximo el tiempo y persuadir a nuestro mercado objetivo

*Durante 10 minutos se dará a conocer en la radio lo más importante de la campana de publicitaria.

*En los periódicos, revistas etc. se aprovechara al máximo la cantidad de letras que se puede escribir para explicar al máximo lo más importante de la campaña publicitaria

*Internet : * (redes sociales) se dará a conocer la campaña publicitaria a través de redes sociales *(web) se dará a conocer nuestra campaña publicitaria a través de una página web

MATERIALES

*Se van a realizar 200 volantes

*Se van a realizar 300 trípticos

*Se van a realizar 30 pancartas pequeños

*Se van a realizar 10 pancartas grandes

*Ejecución

MEDIOS

***Internet (redes sociales):** en nuestras redes sociales espásticamente en nuestra página de Facebook lo que se dará conocer los aspectos principales de nuestro tema en este caso el emprendimiento y liderazgo aprovechando de la tecnología en esta red social se comenzara difundir los aspectos más relevantes del emprendimiento , los negocios ,el liderazgo etc. .



Figura 15 MEDIOS

MATERIALES

***Volantes:** se van a realizar 200 hojas volantes las mismas que serán repartidas entre los estudiantes del Instituto Cordillera de la carrera de Administración esto se realizara para despertar el interés de cada uno de los estudiantes para que empiecen a enfocarse en el tema de la campaña publicitaria y de la misma manera para que tengan conocimiento de los temas relevantes que se darán a conocer en las capacitaciones



Figura 16 Volantes

***Trípticos:** De la misma manera se van a realizar alrededor de 300 trípticos los mismos que se entregaran a cada uno de los estudiantes que acudan a nuestras capacitaciones, que se encuentren circulando por los pasillos, que les interese participar en la campaña etc, estos trípticos cuentan con información importante, verídica para que los estudiantes empiecen a empaparse de estos temas relevantes antes y después de las capacitaciones y de las respectivas campañas.

Empleado Vs. Emprendedor

<ul style="list-style-type: none"> Obtiene ingresos solo durante las horas de trabajo Tiene un ingreso limitado y una remuneración fija y segura Encuentra un trabajo Es responsable de hacer feliz a su jefe, pues su remuneración depende de él Está comprometido con su rutina Se queda en su zona de confort Há de seguir el sistema que le gusta o no Su trabajo y vida son estructurados 	<ul style="list-style-type: none"> Obtiene ingresos incluso mientras duerme Tiene oportunidades limitadas de obtener ingresos Da puestos de trabajo Es responsable de hacer feliz a sus clientes, pues su remuneración depende de ellos Está comprometido con su pasión Toma riesgos y se hace responsable de ellos Crea un sistema que le gusta y lo siguen Tiene mayor libertad en su trabajo y vida
--	--

¿QUE ELIGUES?
¡QUE PREFIERES?

!!!Por que venistes al mundo a darte la vida que te mereces no la que te toco.....!!!!!!

ESCLAVITUD SIGLO XXI

Lo has analizado?

Jardín
+
Primaria
+
Secundaria
+
Universidad
+
Postgrado
+
Doctorado

Empleado SUPER Educado y Listo para ser bien EXPLOTADO

EMPREDIMIENTO

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la "estabilidad" económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, mas aun si se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

LIDERASGO

El liderazgo es la función que ocupa una persona que se distingue del resto y es capaz de tomar decisiones acertadas para el grupo, equipo u organización que preceda, inspirando al resto de los que participan de ese grupo a alcanzar una meta común.

La labor del líder consiste en establecer una meta y conseguir que la mayor parte de las personas deseen y trabajen por alcanzarla. Es un elemento fundamental en los gestores del mundo empresarial, para sacar adelante una empresa u organización, pero también lo es en otros ámbitos

EMPREENDEDOR

1. Está atento a la aparición de oportunidades
En primer lugar un emprendedor vive pendiente de la aparición de oportunidades de negocios.
2. Reúne recursos
En cuanto detecta una buena oportunidad, un emprendedor reúne rápidamente los recursos necesarios (financieros, tecnológicos y humanos) para poner en marcha el negocio que le permita aprovechar la oportunidad.
3. Pone en marcha un negocio
Y, en tercer lugar, una vez reunido los recursos necesarios, pone en marcha su negocio con empeño, entusiasmo y determinación.

Figura 17 Tríptico

***Pancartas pequeñas:** Se van a realizar un total de 30 pancartas pequeñas la mismas que serán utilizadas y puestas a la exhibición de los estudiantes en cada uno de los pisos del edificio de administración ya sean en los pasillos o en las aulas con el fin de que los estudiantes al subir y bajar las gradas se encuentren con estas pancartas y logremos captar su atención y el interés por aprender estos temas

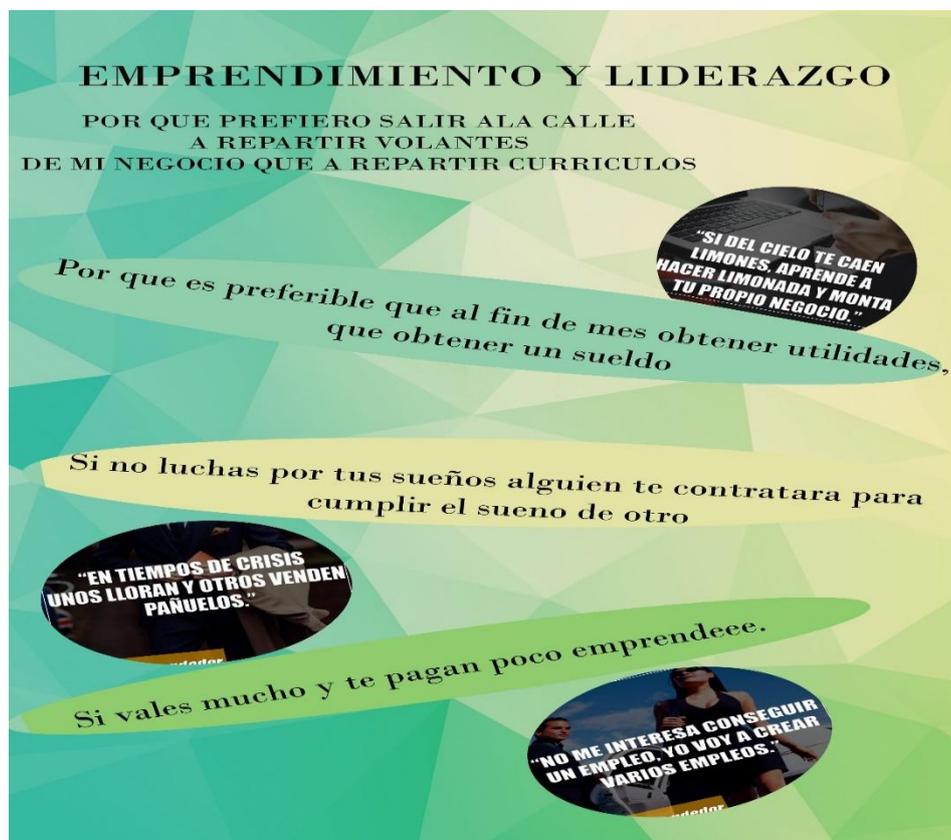


Figura 18 Pancartas pequeñas

***Pancartas grandes:** se van a realizar 10 pancartas grandes están será utilizadas en los lugares más visibles de los edificios del Instituto Cordillera ya sea en las puertas principales, en los bares (comida), en fin en lugares por donde los estudiantes acuden la mayor cantidad de tiempo en sus horas académicas y será el mismo diseño que se utilizara en las pancartas pequeñas

***Evaluación**

1.-Medir del 1 al 5 que impacto tuvo la campaña.

1 2 3 4 5

2.-Tuvo algún cambio positivo en su vida la campaña publicitaria

1 2 3 4 5

3.-Tuvo un cambio en su mentalidad después de haber participado en la campaña publicitaria.

1 2 3 4 5

4.-La campaña publicitaria llego a fomentarlo en usted lo suficiente como para renunciar a su trabajo.

1 2 3 4 5

5.-Después de haber culminado con la campaña publicitaria está dispuesto en un futuro emprender una PYMES.

1 2 3 4 5

5.12 Capacitación en emprendimiento y liderazgo

*Objetivo:

Brindar, manifestar, transmitir etc., información concisa y coherente acerca de temas

relevantes como el emprendimiento y liderazgo para la creación de PYMES .

*Temas:

*Beneficios del emprendimiento y liderazgo

*Aspectos fundamentales del emprendimiento y liderazgo

*Diferencia entre empresario y trabajador

*Explicación del cuadrante del flujo de dinero

***Participantes:** Estudiantes del Instituto Cordillera de la carrera de Administración

***Lugar:** Instituto Cordillera (avenida la Prensa)

***Fecha:** 15 de julio del 2015

***Hora:** 12:00

5.13 Talleres de Programación lingüística

***Objetivo :** Identificar los motivos por lo cual los estudiantes se estancan por alguna circunstancia y no le encuentran sentido a ciertas cosas , y no tiene motivación por cumplir nuevos objetivos y a través de estrategias bloquear esas emociones y programar en su mente cosas positivas.

***Temas**

* Que estudian la neurolingüística y que beneficios tiene

* Aspectos positivos de la programación neurolingüística

* Porque es importante programar al cerebro para pensamientos positivos

***Participantes:** Estudiantes del Instituto Cordillera de la carrera de Administración

***Lugar:** Instituto Cordillera (avenida la Prensa)

***Fecha:** 15 de julio del 2015

***Hora:** 10:00

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 Recursos

Recursos Humanos

*Capacitador	3
*Encuestador	1
*Digitador	1
*Asesor	1
*Diseñador	1

Recursos Materiales

*Hojas de Papel boom	2000
*Esferos	3
*Carpetas	2
*Grapadora	1
*Marcadores	5

*Material publicitario 540

*Materiales recreativos 10

Recursos Tecnológicos

*Computador 1

*Infocus 1

*Flas memoria 1

*Memoria externa 1

*Pagina de Facebook 1

Recursos de movilización, alimentación (Logística)

*Movilización (taxi) 5

*Movilización (bus) 30

*Alimentación 30

Recursos Financieros

*Pago de grado, titulación etc. 2

6.02 Presupuesto

Tabla 17 Presupuesto

RECURSOS HUMANOS

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
capacitador	3	100	300
encuestador	1	20	10
digitador	1	10	25
asesor	1	25	10
diseñador	1	10	
TOTAL			345

RECURSOS MATERIALES

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
*hojas de papel	2000	0.1	20
boom	3	50	1.50
*esferos	2	1	2
*carpetas	1	3	3
*grapadoras	5	1	5
*marcadores	540	1	540
*material publicitario	10	2	20
*materiales recreativos			
TOTAL			591.50

RECURSOS TECNOLÓGICOS

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITORIO	COSTO TOTAL
*computadoras	1	0	0
*infocus	1	20	20
*flash memoria	1	10	10
*memoria externa	1	10	10
*pagina de Facebook	1	1	1
*pagina wed	1	1	1
TOTAL			42

RECURSOS DE MOVILIZACIÓN, ALIMENTACIÓN (LOGÍSTICA)

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITORIO	COSTO TOTAL
*movilización	5	3	15
(taxi)	30	0.25	7.50
*movilización (bus)	30	2	60
*alimentación			
TOTAL			82.50

RECURSOS FINANCIEROS

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITORIO	COSTO TOTAL
*pago de grado , titulación etc.	2	400	800
TOTAL			800

TOTAL

RECURSOS HUMANOS	345
RECURSOS MATERIALES	591.50
RECURSOS TECNOLÒGICOS	42
RECURSOS DE MOVIZACIÒN, ALIMENTACIÒN (LOGÌSTICA)	82.50
RECURSOS FINANCIEROS	800
TOTAL	1861

6.03 CRONOGRAMA DE AVANCE DEL PROYECTO OCTUBRE 2015 - MAYO 2016

Tabla 18 Cronograma

PROYECTO: ELABORACION DE UNA CAMPANA PUBLICITARIA PARA FOMENATR EL EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO EN EL ITSCO																												
ACTIVIDAD	Meses																											
	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Capítulo I: Antecedentes		■	■	■	■	■	■																					
1.1 Contexto		■	■																									
1.2 Justificación				■	■																							
1.3 Definición del Problema Central (Matriz T)						■	■																					
Capítulo II: Análisis de Involucrados									■	■	■																	
2.1 Mapeo de Involucrados									■	■																		
2.2 Matriz de Análisis de Involucrados										■	■																	
Capítulo III: Problemas y Objetivos													■	■														
3.1 Árbol de Problemas													■	■														
3.2 Árbol de Objetivos													■	■														
Capítulo IV: Análisis de Alternativas																	■	■	■	■								
4.1 Matriz de Análisis de Alternativas																	■	■										
4.2 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos																		■										
4.3 Diagrama de Estrategias																			■	■								
4.4 Matriz de Marco lógico																			■	■								

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENACIONES

7.01.-CONCLUSIONES

Capítulo I:

Al comenzar a realizar nuestro proyecto que tiene como tema "elaboración de una campaña publicitaria para fomentar el emprendimiento y liderazgo en el Instituto Cordillera en la carrera de Administración" el primer paso que se tuvo que realizar fue los antecedentes que tiene el tema de nuestro proyecto si años o décadas atrás nuestro tema tuvo antecedentes positivos o negativos y como poderlos mejor en un futuro.

Capítulo II

En si en esta parte de nuestro proyecto se puede conocer con claridad cuáles serán cada una de las personas, entidades, empresas etc. que serán participes de nuestro proyecto que de una u otra manera pondrán su granito de arena para que el proyecto tenga una finalización efectiva y positiva es de mucha importancia que cada uno de los que están involucrados en el tema estén ordenados de manera jerárquica.

Capítulo III

Mi criterio sobre el capítulo III en si se puede mencionar que es uno de los más importantes , uno de los más fundamentales que tiene nuestro proyecto para que logre obtener una finalización positiva y se logren cumplir todos sus objetivos anteriormente planteados.

Capítulo IV

En el capítulo 4 se menciona en su totalidad todo sobre marco lógico este también es uno de los más fundaméntales que tiene nuestro proyecto, marco lógico es de suma importancia y de gran vitalidad para que nuestra campaña

publicitaria se llega a dar , en este capítulo se mencionara los problema de nuestro proyecto , los objetivos que se tiene , las estrategia que se tiene etc.

Capítulo V

Mi criterio sobre el capítulo numero 5 también tiene aspectos positivos para el desenvolvimiento de nuestro proyecto o de nuestra campana, noto importante también que se estén dando a conocer cada una de las técnicas de investigación, métodos de investigación etc. Es de suma importancia realizar un análisis FODA del lugar de donde se va a realizar nuestra campaña

Capítulo VI

En si en este capítulo lo que se dará a conocer será todos los medios y materiales que se están o se van a utilizar para realzar nuestra campaña, cada uno de estos medios y materiales tienen costos específicos (presupuesto) y se realizara para luego verificar si la campaña publicitaria tendrá rebolso económico.

Capitulo VII

Este último capítulo también tiene mucha importancia ya que se analizaran los aspectos más importantes de cada capítulo y de la misma manera se podrá dar conocer y recomendar ideas innovadoras para posibles proyectos o en que se puede aplicar este proyecto.

7.02 RECOMENDACIONES.

*Una de las recomendaciones principales es que esta este tema de tesis que cuenta con dos reas fundamentales como emprendimiento y liderazgo se encuentren en la malla curricular del Instituto como materias fundamentales.

*Otra de las recomendaciones seria que los temas relevantes del proyecto como es emprendimiento y liderazgo las autoridades de una u otra marea fomentar desde primer semestre para que los estudiantes desde que comienzan su carrera universitaria ya comiencen a tener ideas innovadoras para que las pongan en práctica en un fututo.

*Esta campaña publicitaria sería de gran ayuda que se comiencen a realizar en diferentes lados ya sea en e empresas públicas, privadas, colegios universidades etc. y que estén a cargo del gobierno.

*Gestionar los recursos económicos para la implementación de la propuesta .

***Bibliografía**

<http://definicion.de/metodo-deductivo/>

<https://bloglosariopsa.wordpress.com/2008/11/12/metodo-experimental/>

<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/metodo-de-observacion>

http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html

<https://es.wikipedia.org/wiki/Observaci%C3%B3n>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Observaci%C3%B3n>

https://es.wikipedia.org/wiki/Campa%C3%B1a_publicitaria

<https://www.entrepreneur.com/article/263512>

<https://www.entrepreneur.com/article/263512>

http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=102

<http://www.cordillera.edu.ec/>

<http://www.cordillera.edu.ec/>