

# Actividad de Aprendizaje

<b>Nombre</b>	Lourdes Díaz		
<b>Estado</b>	Panamá-Regional de San Miguelito	<b>Sede</b>	C.E. Mons. Francisco Beckmann

<p><b>Áreas de contenido:</b></p> <p>Mercadotecnia Gestión Empresarial Español</p> <p><b>Investiga, Analiza y Triunfa como Empresario</b></p>	<h2>Ficha técnica de la Actividad de Aprendizaje</h2> <h3>Investiga, Analiza y Triunfa como Empresario</h3> <p>Autor: Profa. Lourdes Díaz</p> <p>Contacto: lourdesdiaz@educapanama.edu.pa</p> <p>Descripción:</p> <p>En la actualidad el lanzar un producto al mercado sin tener la seguridad de si será aceptado o no, por los posibles consumidores, es la fórmula perfecta para el fracaso empresarial. Es por eso que se hace necesario conocer las herramientas de investigación que permitan estudiar, entender y aplicar medidas de comercialización con base a los mercados de consumo y sus preferencias</p> <p>Los resultados del proyecto se publicarán en la web de manera que sirvan de guía a estudiantes del nivel medio en la realización futura de investigaciones de consumo.</p> <p>Nivel escolar: Media</p> <p>Grado: Undécimo</p> <p>Objetivos:</p> <p>Permitir a los alumnos la experiencia práctica de <b>investigar</b> los procesos de selección por parte de los consumidores, con el propósito de <b>analizar</b> los gustos y preferencias de dicho mercado consumidor para luego <b>recomendar</b> medidas de mercadeo que conduzcan al éxito empresarial. Al <b>desarrollar</b> empresas y <b>diseñar</b> una campaña de difusión del producto o servicio que se decidan a comercializar.</p> <p><b>Recursos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Texto de la materia</li><li>• Videos</li><li>• Cámara Filmadora/Fotográfica</li><li>• Televisor</li><li>• Computadora</li><li>•</li></ul>
--	--

Aplicaciones:

- Procesador de Texto-Word
- Hojas de Cálculo - Excel
- Publisher
- Project
- Internet
- Power Point

**Fuentes de consulta**

APRENDIENDO MERCADEO. Girón, Estivenson.  
MERCADOTECNIA. Kotler, Phillip.

[www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti\\_cuali/cuanti\\_cuali.asp](http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp)  
[www.youtube.com/watch?v=eGNHCE5oHnc](http://www.youtube.com/watch?v=eGNHCE5oHnc)  
[www.youtube.com/watch?v=HzACmZF3iYo&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=HzACmZF3iYo&feature=related)  
[www.youtube.com/watch?v=Ct7Oa-P3mC0&feature=related.com](http://www.youtube.com/watch?v=Ct7Oa-P3mC0&feature=related.com)  
<http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/20/planinvestigacion.htm>  
[http://www.negociosgt.com/main.php?id=112&show\\_item=1&id\\_area=123](http://www.negociosgt.com/main.php?id=112&show_item=1&id_area=123)  
<http://www.gestiopolis.com/canales7/mkt/como-disenar-un-cuestionario-de-investigacion-de-mercados.htm>  
<http://www.slideshare.net/rodriguez087/prueba-de-producto-presentation>

**Tiempo:** 8 clases de 38 minutos

**Ubicación en el programa de estudios**  
 Área 1 Comercio – Gestión Empresarial  
 III Bimestre  
 Investigación de mercados  
 Tipos de investigaciones de mercados  
 Aplicación de los Instrumentos de recolección de datos

Clave: Investigación, empresa, producto, comunicación

Fecha de creación: 8 de agosto de 2010

Fecha de actualización: 07 de julio de 2011



Nombre del archivo de esta Actividad de Aprendizaje:

Triunfa\_Empresario\_LourdesDíaz

<b>Título</b>	Investiga, Analiza y Triunfa como Empresario
<b>Grado</b>	XI Comercio (Gestión Empresarial)

<b>Objetivos Específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollar en los estudiantes la capacidad de análisis.</li><li>• Que el estudiante aprenda a discernir sobre la conveniencia de aplicación de una investigación cuantitativa o una cualitativa</li><li>• Capacitar al estudiante en el manejo de proyectos.</li></ul>
<b>Situación de aprendizaje</b>	<p>En la materia de gestión empresarial los estudiantes de XI grado crearon empresas y desarrollaron productos que podrían gustarles a sus posibles clientes, confeccionaron etiquetas y envases con colores llamativos y diseños modernos para complementar el artículo.</p> <p>La profesora pidió a los estudiantes poner a la venta sus productos durante una semana, entre los profesores, administrativos y demás alumnos del colegio. El resultado de este ejercicio fue: que las empresas sólo lograron vender 1 ó 2 de sus artículos en tres días. Y los jóvenes decepcionados decidieron no intentar vender más, hasta encontrar las razones de fracaso de su producto.</p>
<b>Pregunta generadora</b>	<p>¿Cuáles medidas de mercadotecnia aplicarías para lograr que el producto genere ventas significativas y salvarlo del fracaso?</p>

PRESENTAR INFORME CORPORATIVO VIRTUAL DE LOS RESULTADOS DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO (Presentación PP- Publicar en la Web)

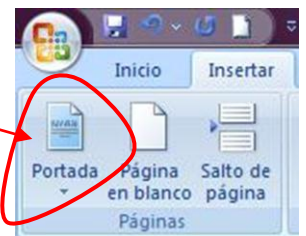
Con el procesador de Texto y guardado en formato de página Web.

A. Diseñar una carpeta Corporativa Virtual que contenga



Producto principal

1. Hoja de Portada con Nombre y logo de la empresa (aplique el modelo de su preferencia)
2. Plan de investigación
3. Instrumentos de recolección de datos
4. Los resultados de la recolección de datos
  - Cuadros estadísticos
  - Gráficas.
5. Análisis de los resultados.
6. Recomendaciones
7. Las páginas deben llevar membrete de la empresa
8. Presentar evidencia visual de la Aplicación del instrumento de recolección de datos. Incluirlo como parte del informe virtual
9. Plan de Negocios
10. Estrategia de Comunicación



**TAREA 1:**

**¿Qué es la Investigación de Mercado?**

A. Indagar sobre Investigación de mercados y la diferencia entre una investigación cuantitativa y cualitativa

- Formar grupos de 6 estudiantes
- Realizar una búsqueda de información sobre investigación de mercados y los diferentes tipos de investigación, de acuerdo a la naturaleza de la Información.

Revisar:

MERCADOTECNIA. Kotler, Phillip.

[www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti\\_cuali/cuanti\\_cuali.asp](http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp)

[www.youtube.com/watch?v=eGNHCE5oHnc](http://www.youtube.com/watch?v=eGNHCE5oHnc)

[www.youtube.com/watch?v=HzACmZF3iYo&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=HzACmZF3iYo&feature=related)

- Determinar las ventajas y desventajas de los tipos de investigación encontrados, para una indagación de opinión de productos nuevos.
- Presentar resultados de la búsqueda a través de un folleto (Tríptico), que será duplicado y repartido entre los compañeros de clase.
- Utilizar el programa de Publisher para diseñarlo



**TRÍPTICO**

Revisar: [www.youtube.com/watch?v=Ct7Oa-P3mC0&feature=related.com](http://www.youtube.com/watch?v=Ct7Oa-P3mC0&feature=related.com)

- Debe contener espacios de ilustración e información por igual y una sección con cuadro comparativo de los tipos de investigación, según naturaleza de la información.

TIPO DE INVESTIGACIÓN SEGÚN NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN				
CUADRO COMPARATIVO				
Tipos de Investigación	Fortalezas	Debilidades	Cuándo utilizarla	Formas de Medición
<b>Cuantitativa</b>				
<b>Cualitativa</b>				

- Los Títulos y subtítulos deben resaltar del resto del texto por Tamaño y colores
- Las imágenes deben tener pie de foto
- Las ventajas y desventajas presentarlo a través de un [cuadro comparativo](#)
- Contener datos bibliográfica que permita al resto de la clase ampliar la información facilitada (6 o más)

**TAREA 2:**

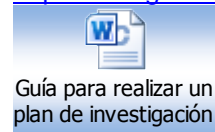
**¿Cómo saber si mi producto tiene una oportunidad en el mercado?**

. Preparar y ejecutar un Plan de Investigación de mercado que ayude a medir el grado de aceptación de un producto nuevo\_

- Trabaja con tu grupo anterior y
  1. Redactar un Plan de Investigación que contenga todos los elementos básicos que debe tener dicho documento.

Revisar:

<http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/20/planinvestigacion.htm>



**TAREAS**

2. Preparar y aplicar los instrumentos de recolección de datos  
Incluir prueba de producto

Revisar:

[http://www.negociosgt.com/main.php?id=112&show\\_item=1&id\\_area=123](http://www.negociosgt.com/main.php?id=112&show_item=1&id_area=123)  
<http://www.gestiopolis.com/canales7/mkt/como-disenar-un-cuestionario-de-investigacion-de-mercados.htm>

3. Con una cámara filmadora o cámara fotográfica evidenciar la aplicación del instrumento de recolección de datos

4. Tabular los resultados  
Presentar estadísticas y gráficas de los Resultados de la investigación, haciendo uso de una hoja de cálculo

Revisar :

<http://es.scribd.com/doc/19095776/REPRESENTACION-TABULAR-Y-GRAFICA>



### TAREA 3

#### ¿Cuáles características debe tener mi producto y Negocio para lograr el impacto esperado en la comunidad?

De acuerdo a los resultados de la encuesta presentar un Plan de Negocio en un procesador de textos en el que se identifique:

<http://www.mitecnologico.com/Main/ElementosDeUnPlanDeNegocio>

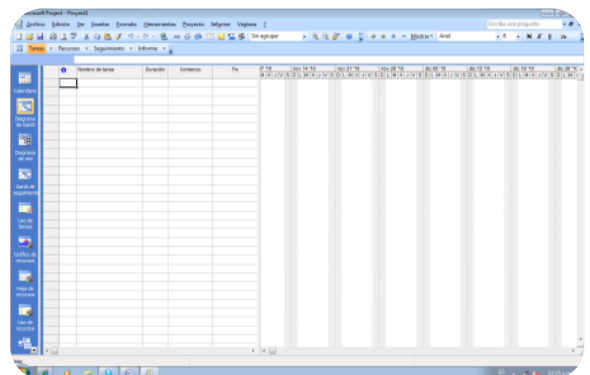
- a) Mercado objetivo
- b) Cambios y mejoras para el producto
- c) Lugar de venta
- d) Gastos
- e) Precio de venta
- f) Control de producción
- g) Control de clientes

2. Definir las características del producto y diseñar en una tabla un catálogo en el que se incluyan las fotografías y la descripción de cada uno.

3. Elaborar en una hoja de cálculo y/o base de datos las herramientas para llevar un control de los gastos, la producción y los clientes.

4. Definir en Microsoft Project las actividades, recursos, tiempos y fechas que se requieren para colocar el producto en el mercado.

[Tutorial Microsoft Project 2007](#)



#### Tarea 4

### ¿Cómo doy a conocer el producto para captar un mayor número de clientes?

1. Elaborar un folleto en Microsoft Publisher con la información de los productos a comercializar

2. Grabar un spot de radio para promover su producto( 30 segundos)

3. Diseñar una página Web en la que se integren:

- a) El catálogo o los formularios de base de datos
- b) Videos
- c) Hojas de cálculo como el formato de pedidos.
- d) El contacto de correo para recibir los pedidos
- e) Vínculos a redes sociales



**PÁGINA WEB**

Revisar:

[www.wix.com](http://www.wix.com)

[www.web.com](http://www.web.com)

#### Tarea 5

### ¿Cómo determinar la rentabilidad de tu negocio?

Elaborar en una hoja de cálculo el control de ingresos, gastos y utilidad para presentar tus resultados.

2. Elaborar una encuesta en línea para conocer el nivel de satisfacción de los clientes y determinar los cambios o mejoras al producto. Incluye estas encuestas en la página Web de promoción.

<http://www.monografias.com/trabajos21/estados-financieros/estados-financieros.shtml>

<http://www.youtube.com/watch?v=3FL892ZCVH0&feature=view>

CRITERIOS DE EVALUACIÓN TAREA 1				
<b>ACTIVIDAD 1:</b>	TRÍPTICO			
<b>TIPO DE EVALUACIÓN:</b>	COE- VALUACIÓN POR GRUPOS			
LISTA DE COTEJO				
CRITERIOS	Cumple (5 secciones)	Cumple Parcialmente (4 secciones)	No cumple Parcialmente (2-3 secciones)	No cumple (1 sección)
El contenido refleja la idea principal del tema investigado				
La información se presenta en un orden lógico de temas y sub-temas				
Imágenes son explicativas del tema y tienen pie de foto				

	SI	NO
El Folleto cuenta con el cuadro comparativo solicitado		
El Folleto cuenta con los datos bibliográficos solicitados		

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN TAREA 2

<b>ACTIVIDAD 1:</b>	PLAN DE INVESTIGACIÓN	
<b>TIPO DE EVALUACIÓN:</b>	COE-VALUACIÓN POR GRUPOS	
<b>LISTA DE COTEJO</b>		
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Se elaboró una encuesta con al menos 5 preguntas sobre el servicio o producto a comercializar		
En alguna de las preguntas de la encuesta se incluye al menos una pregunta sobre el precio de venta propuesto		
Se define y justifica el tamaño y perfil de la muestra a quien se aplicará la encuesta		

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN TAREA 2

<b>ACTIVIDAD 2:</b>	OPORTUNIDAD DE MERCADOS	
<b>TIPO DE EVALUACIÓN:</b>	COE-VALUACIÓN POR GRUPOS	
<b>LISTA DE COTEJO</b>		
	<b>SI (+5)</b>	<b>NO(-5)</b>
Se aplicó la encuesta a la totalidad de la muestra definida		
Se graficaron los resultados de las encuestas en una hoja de Excel		
Se grabaron las respuestas de algunos de los encuestados para evidenciar las respuestas graficadas a través de un video		

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN TAREA 3</b>					
<b>ACTIVIDADES 1 Y 2:</b>	<b>PLAN DE NEGOCIOS Y RECURSOS QUE LO COMPLEMENTAN</b>				
<b>TIPO DE EVALUACIÓN:</b>	<b>COE-VALUACIÓN POR GRUPOS</b>				
<b>ESCALA NUMÉRICA</b>					
<b>El plan de negocios incluye y redacta claramente:</b>	5	4	3	2	1
a) Mercado objetivo					
b) Cambios y mejoras para el producto					
c) Lugar de venta					
d) Gastos					
e) Precio de venta					
f) Control de producción					
g) Control de clientes					
<b>El Catálogo de productos:</b>					
a) Fotografías de cada producto diferente que se ofrece					
b) La descripción de cada producto diferente que se ofrece					
<b>El archivo contable:</b>					
a) Permite el registro de entradas y salidas					
b) Calcula de manera automática los resultados incluyendo el impuesto					
<b>La base de datos de clientes:</b>					
a) Permite el registro de clientes nuevos					
b) Permite la edición de datos de los clientes					
c) La baja de clientes					
d) Los datos a contemplar de cada cliente permiten la facturación de las ventas					
<b>La planeación de actividades</b>					
a) Calendarización utilizando Microsoft Project					

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN TAREA 4

<b>ACTIVIDADES 1,2 y 3:</b>	<b>PROMOCIÓN</b>			
<b>TIPO DE EVALUACIÓN:</b>	<b>COE-VALUACIÓN POR GRUPOS</b>			
<b>El folleto incluye:</b>	<b>Totalmente</b>	<b>Parcialmente</b>	<b>Parcialmente</b>	<b>Nada</b>
		+	-	
a) Se elabora utilizando Microsoft Publisher				
b) Incluye fotografías de los productos				
c) Se describen las características de los productos				
d) Se incluyen datos de contacto				
<b>El Spot de radio:</b>				
a) Tiene texto claro				
b) Incluye música de fondo				
c) Tarda no más de 30 segundos				
<b>La página Web de promoción incluye:</b>				
a) Catálogo de productos				
b) Videos promocionales				
c) Formato para pedidos				
d) Datos de contacto				
e) Vínculos a redes sociales				

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN TAREA 5

<b>ACTIVIDAD 1:</b>	<b>RENTABILIDAD</b>	
<b>TIPO DE EVALUACIÓN:</b>	<b>AUTO-EVALUACIÓN POR GRUPOS</b>	
<b>LISTA DE COTEJO</b>		
<b>Presentación de resultados:</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
h) Los resultados se calculan en Excel y se obtienen automáticamente		
<b>La Encuesta de satisfacción:</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
d) Incluye al menos 5 preguntas		
e) Alguna de las preguntas planteadas lleva a		

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN 2

<b>PRODUCTO FINAL:</b>	INFORME VIRTUAL			
<b>TIPO DE EVALUACIÓN:</b>	UNIDIRECCIONAL			
Rúbrica				
CRITERIOS	Total	Parcialmente alto	Parcialmente bajo	incompleto
El plan de investigación presenta los elementos requeridos para desarrollar una investigación de mercados acorde con la necesidad de información.	El Plan de Investigación cuenta con todos los elementos básicos que lo hacen una clara guía de investigación	El Plan de Investigación cuenta con poco más del 50% de los elementos básicos que le permiten ser una guía de investigación	El Plan cuenta con menos del 50% de los elementos básicos que le permiten ser una clara guía de investigación	El Plan cuenta con un 10% de los elementos básicos que lo hacen un buen instrumento guía de investigación
El Instrumento de recolección de datos ha sido diseñado de forma tal que permite obtener información sobre las preferencias y gustos de los consumidores	El diseño del instrumento en su totalidad, permite recolectar datos de preferencia y gustos de los consumidores	El diseño del instrumento en un poco más del 50%, permite recolectar datos de preferencia y gustos de los consumidores	El diseño del instrumento en un poco menos del 50%, permite recolectar datos de preferencia y gustos de los consumidores	El diseño del instrumento no permite recolectar datos de preferencia y gustos de los consumidores
El diseño de los cuadros estadísticos y las gráficas permiten comprender con claridad los resultados de la investigación de mercado	Todos los cuadros estadísticos y gráficas permiten comprender con claridad los resultados de la investigación	La mayoría de los cuadros y gráficas permiten comprender con claridad los resultados de la investigación	Menos del 50% de los cuadros y gráficas permiten comprender con claridad los resultados de la investigación	Menos del 10% de los cuadros y gráficas permiten comprender con claridad los resultados de la investigación
El análisis de los resultados evidencian de forma clara la capacidad del estudiante de lograr inferencias de los datos recolectados	El análisis es coherente con los resultados de la investigación	Sólo un 50% del análisis es coherente con los resultados de la investigación	Menos del 50% del análisis es coherente con los resultados de la investigación	El análisis no tiene coherencia con los resultados de la investigación
Las recomendaciones sugeridas responden a las necesidades y objetivos de la investigación	Todas las recomendaciones sugeridas están acordes con los objetivos de la investigación	El 50% de las recomendaciones sugeridas están acordes con el objetivo de la investigación	Menos del 50% de las recomendaciones sugeridas están acordes con el objetivo de la investigación	Ninguna de las recomendaciones sugeridas están acordes con los objetivos de investigación
En el Diseño de la portada, Membrete y Presentación de PP, se hizo uso de herramientas tecnológicas de forma coherente y adecuada.	Todos los recursos de diseño fueron bien aplicados guardando espacios y formas	Los recursos de diseño fueron bien aplicados en un 50% de los trabajos	Los recursos de diseños fueron bien aplicados en menos del 50% de los trabajos	Los recursos de diseño no fueron bien aprovechados
La evidencia visual de la aplicación del instrumento de recolección de datos, presenta imágenes que muestran el proceso de la labor realizada.	Los videos y fotos presentan en su totalidad la labor realizada	Los videos y fotos sólo llegan a mostrar un 50% de la labor realizada	Los video y fotos muestran menos del 50% de la labor realizada	El video y fotos no muestran con claridad la labor realizada.

**Programa Entre Pares - Microsoft**

<p>El Plan de negocios se redactó tomando como base los resultados de la investigación realizada</p>	<p>El plan de negocio en su totalidad demuestra que se redactó tomando en cuenta los resultados de la investigación</p>	<p>El plan de negocio en gran parte de su texto muestra que fueron considerados los resultados de la investigación</p>	<p>El plan de negocio en una pequeña porción de su texto demuestra que fueron considerados los resultados de la investigación</p>	<p>El plan de negocios en su redacción no da muestras de que fue basado en los resultados de la investigación</p>
<p>La campaña Publicitaria cumple con los objetivos de comunicación al ser bien diseñados los instrumentos de divulgación</p>	<p>La campaña Publicitaria cumple en con todos los objetivos de comunicación al ser bien diseñados los instrumentos de divulgación</p>	<p>La campaña Publicitaria cumple en más del 50% con los objetivos de comunicación al ser bien diseñados los instrumentos de divulgación</p>	<p>La campaña Publicitaria cumple en menos del 50% con los objetivos de comunicación al ser bien diseñados los instrumentos de divulgación</p>	<p>La campaña Publicitaria no cumple con los objetivos de comunicación al ser bien diseñados los instrumentos de divulgación</p>

## REFERENCIAS

<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso de Texto
<b>Referencias:</b>	<u>APRENDIENDO MERCADEO – Investigación de Mercado.</u> Girón, Estivenson. Editora Novo Art, S.A. Tercera Edición. Panamá 2007. pp. 49-57
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso electrónico
<b>Referencias:</b>	Metodología de la Investigación: Investigación Cualitativa y Cuantitativa Recuperado Agosto de 2010 <a href="http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp">http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso electrónico - Video
<b>Referencias:</b>	37 1 Investigación de Mercados Recuperado Agosto de 2010 <a href="http://www.youtube.com/watch?v=eGNHCE5oHnc">www.youtube.com/watch?v=eGNHCE5oHnc</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso electrónico - Video
<b>Referencias:</b>	Como usar Publisher (hacer un tríptico).De Recuperado Agosto de 2010 <a href="http://www.youtube.com/watch?v=Ct7Oa-P3mC0&amp;feature=related.com">www.youtube.com/watch?v=Ct7Oa-P3mC0&amp;feature=related.com</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso electrónico
<b>Referencias:</b>	37 2 Investigación de Mercados Recuperado Agosto de 2010 <a href="http://www.youtube.com/watch?v=HzACmZF3iYo&amp;feature=related">www.youtube.com/watch?v=HzACmZF3iYo&amp;feature=related</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico

<b>Referencias:</b>	Instrumento para Recolección de datos Recuperado Agosto de 2010 <a href="http://www.negociosgt.com/main.php?id=112&amp;show_item=1&amp;id_area=123">http://www.negociosgt.com/main.php?id=112&amp;show_item=1&amp;id_area=123</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso electrónico - Presentación
<b>Referencias:</b>	Prueba de Producto Recuperado Agosto de 2010 <a href="http://www.slideshare.net/rodriguez087/prueba-de-producto-presentation">http://www.slideshare.net/rodriguez087/prueba-de-producto-presentation</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico
<b>Referencias:</b>	Como diseñar un cuestionario de Investigación de Mercado Recuperado Agosto 2010 <a href="http://www.gestiopolis.com/canales7/mkt/como-disenar-un-cuestionario-de-investigacion-de-mercados.htm">http://www.gestiopolis.com/canales7/mkt/como-disenar-un-cuestionario-de-investigacion-de-mercados.htm</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico - Imagen
<b>Referencias:</b>	Carpetas Corporativas Recuperado agosto 2010 <a href="http://www.carpetascorporativas.over-blog.es">www.carpetascorporativas.over-blog.es</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico - Imagen
<b>Referencias:</b>	Icono insertar portada Recuperado agosto2010 <a href="http://2.bp.blogspot.com/_Zm11cptnQFM/SYn9q47vXyl/AAAAAAAAABbY/LliwB2bpia8/s40">http://2.bp.blogspot.com/_Zm11cptnQFM/SYn9q47vXyl/AAAAAAAAABbY/LliwB2bpia8/s40</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico - Imagen
<b>Referencias:</b>	Cómo hacer una tríptico de tamaño A-4 para imprenta con plantillas Recuperado agosto2010 <a href="http://www.n4gash.com/2008/hacer-triptico-a4-imprenta/">http://www.n4gash.com/2008/hacer-triptico-a4-imprenta/</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico – Imagen Recuperado agosto 2010

<b>Referencias:</b>	Consumismo y Consumo Responsable en Chile ¿podemos hablar de un nuevo tipo de consumidores? <a href="http://versus.civiblog.org/blog/SociedadYConsumo">http://versus.civiblog.org/blog/SociedadYConsumo</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico Recuperado agosto 2010
<b>Referencias:</b>	<a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Tr%C3%ADptico_(comercial)">http://es.wikipedia.org/wiki/Tr%C3%ADptico_(comercial)</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico Recuperado agosto 2010
<b>Referencias:</b>	Frases Metas /Frases de auto-ayuda y superación personal <a href="http://www.frases-autoayuda-autoestima.com/frases-metas.html">http://www.frases-autoayuda-autoestima.com/frases-metas.html</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico Recuperado agosto 2010
<b>Referencias:</b>	Tutoriales Taller de Proyectos <a href="http://es.scribd.com/doc/2906082/Tutorial-Microsoft-Project-2007">http://es.scribd.com/doc/2906082/Tutorial-Microsoft-Project-2007</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico Recuperado agosto 2010
<b>Referencias:</b>	Crea su sitio web en flash <a href="http://www.wix.com">www.wix.com</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico Recuperado agosto 2010
<b>Referencias:</b>	Elementos de un Plan de negocios <a href="http://www.mitecnologico.com/Main/ElementosDeUnPlanDeNegocio">http://www.mitecnologico.com/Main/ElementosDeUnPlanDeNegocio</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico Recuperado agosto 2010
<b>Referencias:</b>	Representación Tabular y Gráfica de Encuesta <a href="http://es.scribd.com/doc/19095776/REPRESENTACION-TABULAR-Y-GRAFICA">http://es.scribd.com/doc/19095776/REPRESENTACION-TABULAR-Y-GRAFICA</a>
<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico Recuperado agosto 2010
<b>Referencias:</b>	Estados Financieros <a href="http://www.monografias.com/trabajos21/estados-financieros/estados-financieros.shtml">http://www.monografias.com/trabajos21/estados-financieros/estados-financieros.shtml</a>

Programa Entre Pares - Microsoft

<b>Tipo de recurso:</b>	Recurso Electrónico ( video) Recuperado Agosto 2010
<b>Referencias:</b>	Excel para contadores <a href="http://www.youtube.com/watch?v=3FL892ZCVH0&amp;feature=view_all&amp;list=PL147C7B003523BDB6&amp;index=1">http://www.youtube.com/watch?v=3FL892ZCVH0&amp;feature=view_all&amp;list=PL147C7B003523BDB6&amp;index=1</a>