

ESTUDIO DE MERCADO DEL CENTRO COMUNITARIO DE APRENDIZAJE EN SAN FELIPE GUANAJUATO

ING. EN NEGOCIO Ernesto Hernandez Flores

L.A.E Y M.A. Ma Concepcion Alonso Ortega

conce240400@yahoo.com.mx, conce240400@gmail.com

L. A Martha Soledad Landeros Guerra

L.A. Hugo Gilberto Carrillo Perez

RESUMEN

El presente trabajo aborda la problemática que presenta un CENTRO COMUNITARIO DE APRENDIZAJE (CCA) ubicado en la comunidad La Quemada, Municipio de San Felipe GTO., inaugurado en 2005, actualmente presenta un alto índice de deserción, se aplico un estudio de mercado llegando y se identificaron las causas de la misma.

SUMMARY

This paper focuses on presenting a Community Learning Center (CEC) located in the community of La Quemada, Municipality of San Felipe GTO., opened in 2005, currently has a high dropout rate, was applied a market survey to arrive and identified the causes of it.

PALABRAS CLAVE. deserción estudiantil, educación virtual, capacitación a adultos, rezago educativo, Estudio de mercado.

KEY WORDS. dropout, virtual education, adult training, education a backwardness Market research.

INTRODUCCION

El objetivo de estos centros es ofrecer educación a los habitantes de esas comunidades para que puedan desarrollarse como personas y elevar su nivel de vida. "Así, los centros contribuyen en la transformación de México y de otros países."

Los CCA nacen como resultado de una alianza estratégica de empresas privadas (TELMEX) Gobierno Federal (SEDESOL) Gobiernos Municipales y el TECNOLÓGICO DE MONTERREY, que tienen como finalidad abatir el rezago educativo de América Latina, e impulsar el acceso de la población a las tecnologías de información y comunicación.

Así, en febrero de 2001, fue inaugurado el primer Centro Comunitario de Aprendizaje (CCA) en la localidad de Dr. Arroyo, al sur del estado de Nuevo León.

Posteriormente en abril de ese mismo año, gracias a la alianza con la Secretaría de Educación del Gobierno del estado de Nuevo León y la empresa Telmex comenzaron a operar 30 centros comunitarios de aprendizaje más.

En mayo de 2001 el Tecnológico de Monterrey firmó un convenio con la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) para establecer un CCA en cada una de las microrregiones de mayor marginación del país, mismos que entraron en operación durante los años 2001 y 2002.

Actualmente hay centros en México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Guatemala, República Dominicana, Colombia y Honduras, Hasta el momento se cuenta con 2125 centros en la toda la Republica Mexicana.

INDICE

TEMA

PAG

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1 Nombre la empresa.....	7
1.2 Antecedentes	
1.3 Objetivos de un CCA.....	10
1.4 Misión del CCA.....	11
1.5 Visión del CCA	
1.6 Organigrama.....	12

Análisis y matriz FODA.....	13
-----------------------------	----

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....17

3. PROPUESTA DE SOLUCION.....18

Objetivo.....	19
---------------	----

4. MARCO TEORICO.....20

4.1 Investigación de mercados	
4.1.1 Importancia de la investigación	
4.1.2 Objetivo fundamental	
4.1.3 Objetivos básicos	

4.1.4 Limitantes de la investigación.....	21
4.1.5 Razones que la hacen necesaria	
4.1.6 Características de la investigación de mercados.....	22
4.1.7 Tipos de investigación	
4.1.8 Investigación de campo.....	23
4.2 Proceso de investigación.....	24
4.2.1 Necesidades de la información.....	25
4.2.2 Objetivo de la investigación	
4.2.3 Diseño de la investigación	
4.2.3.1 Tipo de información de mercadotecnia.....	26
4.2.4 Procedimiento de recolección de datos	
4.2.5 Diseño de la muestra.....	27
4.2.5.4 Instrumento para la investigación.....	30
4.2.6 Recolección de datos.....	31
4.2.7 Procesamiento de datos	
4.2.8 Análisis de datos	
4.2.9 Presentación de resultados	
5. DESARROLLO DEL PROYECTO.....	32
5.1 Metodología.....	32
5.2 Desarrollo de la investigación.....	34
5.2.1 Diseño de la investigación	
5.2.2 Planificación de datos primarios	
5.2.3 Método de recolección de información.....	36
5.2.4 Método de contacto	
5.2.5 Diseño de la muestra	
5.2.6 Instrumento para la investigación.....	38
5.2.7 Recolectar datos.....	40
5.2.8 Procesamiento y análisis de datos	
5.2.8.1 Tabulación	
5.2.8.2 Análisis de datos.....	45
5.2.9 Presentación de resultados.....	46
CONCLUSIONES.....	56
BIBLIOGRAFIAS.....	60
ANEXOS.....	61

INTRODUCCION

En esta memoria de estadía se presenta un trabajo muy importante del Centro Comunitario de Aprendizaje (CCA) de La comunidad de La Quemada, municipio de San Felipe Gto; el cual juega un gran papel en una comunidad, ya que a través de este tipo de centros se está contribuyendo al desarrollo humano de la comunidad; como se puede ver es una de las herramientas importantes de la actualidad, ya que un CCA cuenta con computadoras que están conectadas a Internet, en las cuales pueden tomar cursos en línea y estar en contacto directo con el mundo, es decir, estos centros son un vinculo entre el usuario y el aprendizaje.

Por eso se realiza un análisis en el CCA, para llevar a cabo la detección de alguna problemática, una vez que se identifica, se plantea el problema identificado como el poco interés de inscribirse y terminar algún curso, aunque existen más áreas que se puede mejorar, se opto por estudiar esta parte, ya que es el principal servicio del CCA, esto con el fin de obtener información clara y precisa que permita identificar causas por las cuales los usuarios no han terminado un curso y así poder realizar estrategias para incrementar el número de alumnos.

Una vez que se tiene el problema y su delimitación entonces se plantea el objetivo general de la investigación para tener bien claro lo que se quiere realizar y después se le da seguimiento a lo que es el diseño de la investigación la cual consta de varios pasos o etapas como lo es: determinación de las fuentes de información ya que es importante tener en cuenta de donde vamos a obtener datos para dicha investigación, después viene lo que es diseñar el procedimiento de recolección de datos, una vez que se tiene este paso, se procede a lo que es el diseño de la muestra; esta es una de las partes fundamentales de la investigación ya que aquí es donde se determina a qué tipo de población se va encuestar, una vez que se tiene identificada la población entonces se aplica la fórmula para poblaciones finitas que es para poblaciones con menos de 500 000 elementos, para determinar el número de encuestas a aplicar.

Una vez que está determinada la muestra, se procede al diseño del instrumento para recopilar la información, en este caso se diseña un cuestionario y después se aplico una prueba piloto, con el fin de detectar algún posible error en el mismo, ya que está listo se procede a realizar el trabajo de campo, tabulación y codificación, así mismo se realiza una análisis de la información y por último se da la interpretación de los resultados y se dan las conclusiones dependiendo de la información obtenida.

Como se puede identificar es un trabajo muy efectivo ya que contiene información valiosa para el CCA, y así mismo está respaldada la investigación en un marco teórico que está citado y respaldado donde explica brevemente cada uno de los pasos de dicho estudio.

1. GENERALIDADES

1.1 Nombre la empresa:

Centro Comunitario de Aprendizaje La Quemada
Dirección de Educación y Fomento Cívico
Presidencia Municipal San Felipe, Gto.

1.2 Antecedentes

El área en la que se está dando el estudio es la Dirección de Educación y Fomento Cívico, desde hace 6 años esta dirección tiene a cargo los Centros Comunitarios de Aprendizaje (CCA), es una aula donde cuenta con computadoras conectadas a Internet para brindar servicios en la comunidad a través de la tecnología.

El servicio principal de estos centros es impartir cursos tutorados en línea y así mismo de auto aprendizaje, que va desde educación básica, informática básica, habilidades básicas para iniciar un negocio, seguridad en el trabajo, estadística básica, HTML básico, entre otros; Toda esta oferta de los cursos son diseñados y certificados por el Tecnológico de Monterrey.

El CCA que se va a estudiar se ubica en Comunidad de La Quemada, San Felipe, Gto. Este centro fue uno de los primeros que se instalaron en el municipio, en Febrero de 2005, con el objeto de llevar el aprendizaje hasta las zonas marginadas y a comunidades CEC (Centro estratégico comunitario), de esta forma, la gente se puede seguir preparando y capacitando, además de otros

servicios secundarios como comunicación electrónica, búsqueda de información y tramites en Internet, desde el lugar donde viven sin necesidad de tener que trasladarse a otro lugar.

Este proyecto de CCA'S se dio gracias a la unión de instituciones privadas y dependencias de gobierno: Gobierno federal a través de la SEDESOL, gobierno local (municipio), y el Tecnológico de Monterrey, que son quienes diseñan y certifican los cursos en línea, además se encargan de mantener y actualizar el portal de los cursos de CCA, y del mantenimiento de la plataforma WEBTEC.

Así empezó los CCA'S

Uno de los principales retos a los que se enfrentan los países de América Latina es superar los rezagos educativos existentes, además de impulsar el acceso de la población a las tecnologías de información y comunicación existentes.

El Tecnológico de Monterrey que tiene más de 65 años de experiencia educativa y está a la vanguardia en el campo de las tecnologías de información y comunicación utilizadas en la enseñanza genera constantemente nuevas oportunidades de aprendizaje para diversos públicos por medio de programas de educación a distancia.

Gracias a su gran compromiso social y a la tecnología con que cuenta, el Tecnológico de Monterrey decidió establecer espacios de formación a distancia para impartir educación de calidad a los habitantes de zonas geográficamente aisladas o carentes de servicios educativos tradicionales. Así, en febrero de 2001, fue inaugurado el primer Centro Comunitario de Aprendizaje (CCA) en la localidad de Dr. Arroyo, al sur del estado de Nuevo León.

Este centro se convirtió inmediatamente en la puerta de acceso a una educación formal para muchos niños, jóvenes y adultos que, por falta de recursos económicos, carecían de esa posibilidad.

Posteriormente en abril de ese mismo año, gracias a la alianza con la Secretaría de Educación del Gobierno del estado de Nuevo León y la empresa Telmex comenzaron a operar 30 centros comunitarios de aprendizaje más.

En mayo de 2001 el Tecnológico de Monterrey firmó un convenio con la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) para establecer un CCA en cada una de las microrregiones de mayor marginación del país, mismos que entraron en operación durante los años 2001 y 2002.

Actualmente hay centros en México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Guatemala, República Dominicana, Colombia y Honduras, en donde no solo se atiende a personas de comunidades alejadas sino también a las que viven en zonas urbanas. El objetivo de estos centros es ofrecer educación a los habitantes de esas comunidades para que puedan desarrollarse como personas y elevar su nivel de vida. "Así, los centros contribuyen en la transformación de México y de otros países."

Hasta el momento se cuenta con 2125 centros en la toda la Republica Mexicana.

Que es un CCA

Es un espacio físico ubicado en zonas rurales, semi-rurales y urbanas, en donde los participantes a través de la tecnología informática, acceden a programas educativos, e interactúan con alumnos

del Tecnológico de Monterrey que actúan como tutores en línea y asesoran en un determinado curso para obtener conocimientos, destrezas y capacidades útiles en el mundo de hoy.

La retroalimentación y el seguimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje son posibles a través de la plataforma tecnológica **WebTec (Plataforma educativa diseñada para los cursos de educación a distancia del Tecnológico de Monterrey)**, la cual permite una supervisión permanente del proceso y un monitoreo de los resultados que hacen posible la implementación inmediata de acciones correctivas.

Sin lugar a duda, los **Centros Comunitarios de Aprendizaje**, tienen acceso a información que permite poner en contacto con la sociedad del conocimiento.

Como se integra:

Un CCA está integrado por:

- Espacio físico y tecnología
- Programas educativos
- Facilitador que promueva la participación de la comunidad.

1.3 Objetivos de un CCA:

- Ofrecer educación formal y continua a todas las personas que asisten a los centros.
- Desarrollar en los alumnos las habilidades necesarias que los ayudarán a llevar a cabo proyectos productivos o para tener acceso a mejores fuentes de empleo que les permitan elevar la calidad de vida y tener impacto en el desarrollo de la comunidad.
- Ofrecer espacios de formación y de acceso a la información para que los alumnos puedan tener contacto con otras organizaciones y particulares, y relacionarse con el mundo económico, social y cultural.
- Contribuir a la formación de la conciencia social de los líderes del mañana dando la oportunidad a jóvenes estudiantes de las carreras profesionales del Tecnológico de Monterrey de participar en los centros cumpliendo su servicio social comunitario.

Beneficios de un CCA:

- Poner a disposición de la comunidad, a través de la Internet, los beneficios de la educación en línea además de facilitar el acceso a otros servicios que la población requiera.
- Reducir la brecha educativa y digital.
- Brindar asesorías en línea con tutores especializados.
- Flexibilidad en tiempos y espacios.

1.4 Misión del Centro Comunitario de aprendizaje La Quemada

Contribuir al desarrollo de nuestro municipio a través de cursos de excelente calidad, haciendo uso de la computadora e Internet.

1.5 Visión del Centro Comunitario de aprendizaje La Quemada

Logramos un mejor futuro para Guanajuato preparando a nuestros alumnos con programas innovadores, que descubren y desarrollan su poder humano.

1.6 Organigrama presidencia Municipal San Felipe.

HONORABLE AYUNTAMIENTO

ING. MIGUEL ANGEL FLORES SOLIS
PRESIDENTE MUNICIPAL

LIC. MARIA GUADALUPE SOLIS HERNANDEZ
JUGADO MUNICIPAL

G.P. YMP. ISIDRO RAYGUEZ NARVAZ RAMIREZ
TESORERIA MUNICIPAL

G.P. MANUEL ANTONIO GUERRERO ESPINOSA
OFICIALIA MAYOR

LIC. LUZ MARIA MOLICA MENDOZA
U.A.I.P.M.

G. P. VERONICA GUERRERO GONZALEZ
RECURSOS HUMANOS

LIC. JUANA GISELDA AYALA ALMENDARIZ
DESARROLLO URBANO

G.P. J. PEDRO GONZALEZ RODRIGUEZ
CONTRATORIA MUNICIPAL

PROFRA. ROSA GABRIELA ESCAMILLA LUNA
EDUCACION Y FOMENTO CIVICO

PROF. REYNALDO ARMIZU GALVILLO
CASA DE LA CULTURA

ING. LUIS MANUEL CHAVEZ MARTINEZ
DESARROLLO URBANO

G. BENITO RODRIGUEZ SALAZAR
DESARROLLO SOCIAL

G. MARIA DE LOS ANGELES GONZALEZ GARCIA
DESARROLLO ECONOMICO

ING. EDUARDO GUZMAN VENEGAS
OBRAS PUBLICAS

G. ARTURO ZAVALA JAIME
SERVICIOS PUBLICOS

G. VICTOR MANUEL PEREZ MENDOZA
SERVICIOS GENERALES

G. MIGUEL ANGEL MARES VAQUERA
COMUNAL

Dirección de
Educación y
Fomento Cívico

Cabe mencionar que este organigrama es de Presidencia municipal y que este Centro Comunitario de Aprendizaje de La Quemada, está bajo la Dirección de educación y Fomento Cívico.

Análisis FODA:

Fortalezas:

- Cursos con certificación de calidad
- Mobiliario(sillas y muebles para equipo)
- Equipo de computo
- Personal preparado
- Instalaciones amplias

Oportunidades:

- Aprendizaje a toda la comunidad
- Alumnos potenciales
- Servicio para toda la población
- Vinculo para promover cualquier evento o negocio
- Nuevos cursos de acuerdo a las necesidades
- Apoyos al CCA

Debilidades:

- Conectividad satelital lenta
- Falta de equipo y tecnología
- No hay material didáctico como lo que es un pizarrón
- No hay un definición de funciones
- No se respeta un horario de cursos
- Poco interés del alumno por terminar una curso

Amenazas:

- Se instalaran CIBER-CAFÉ, competencia(CASSA)
- Cambios climáticos
- La poca cultura de aprender por computadora
- La ideología de la gente de no cambiar
- Cambio de ayuntamiento

Matriz FODA

<p>Matriz FODA</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprendizaje para toda la comunidad 2. Alumnos potenciales 3. Servicio para toda la población 4. Nuevos cursos 5. Apoyos al CCA 6. Diferentes opciones de conectividad a Internet. 7. Nuevas técnicas para el desarrollo de cursos 8. Nuevas tecnologías 	<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Instalación de CIBER 2. Cambios climáticos 3. La poca cultura de aprender por computadora 4. Actitud negativa de la gente a tomar un curso 5. Cambio de ayuntamiento 6. Competencia
<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cursos con certificación de calidad. 2. Mobiliario(sillas y muebles para equipo) 3. Equipo de computo 4. Personal preparado 5. Instalaciones amplias 6. Cursos en CD 7. El CCA es autosuficiente 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS -FO-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Equipo de computo (3) para aprovechar los (4) nuevos cursos, ya que es la herramienta principal. 2. Los cursos con certificación de calidad (1) para atraer a alumnos potenciales (2) y transmitir aprendizaje para la comunidad (1). 3. Siempre aprovechar las instalaciones amplias (5), para brindar servicio a toda la población (3). 4. Se aprovecha el personal preparado (4) para atraer a los alumnos potenciales (2). 5. Como el CCA es autosuficiente (7) se aprovecharía para tener nuevas tecnologías. Además de que se tiene la instalación amplia (5) y mobiliario básico. (2) 6. Se aprovecha al personal preparado(4) para buscar nuevas técnicas para el desarrollo de un curso.(7) 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS -FA-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar los cursos en CD (6) cuando los cambios climáticos (2) afecten el desarrollo de un curso ya que son en Internet. 2. Aprovechar los cursos con certificación de calidad (1) por el Tecnológico de Monterrey, para evitar que la competencia (6) afecte. 3. Aprovechar al personal preparado (4) e instalaciones amplias (5) para evitar que un CIBER pueda afectar en lo mínimo al desarrollo del servicio. 4. Se tiene al personal preparado (4) para persuadir a la comunidad de aprovechar el servicio del CCA. Y así cambiar su cultura (3,4) de que es buena opción de aprender a través de una computadora.

DEBILIDADES

1. Conectividad satelital lenta
2. Falta de equipo y tecnología
3. No hay material didáctico como lo que es un pizarrón
4. No se respeta un horario de cursos
5. Poco interés del alumno por terminar un curso

ESTRATEGIAS DO

1. Conectividad satelital lenta (1), para que esta debilidad se pueda volver fortaleza se puede aprovechar algunas de las diferentes opciones de conectividad (6) que hay de acceso telefónico.
2. La falta de equipo de equipo y tecnología (2), se puede volver fortaleza al solicitar un apoyo (5) a dependencias gubernamentales para compra de más equipo y tecnología.
3. Aprovechar algún apoyo (5) de material didáctico (3) para impartir un curso y así llevar un desarrollo más dinámico y además reducir esta debilidad.
4. El poco interés del alumno por terminar un curso (5) se puede aprovechar las diferentes técnicas (7) que existen para llevar acabo el desarrollo de curso con el fin de llevarlo de una forma dinámica.

ESTRATEGIAS -DA-

1. La conectividad satelital (1) lenta es debido a los cambios climáticos (2), por lo que se busca cambiar la conectividad satelital a conectividad por acceso telefónico. Ya que de esta forma la conectividad trabajaría mejor y afectaría menos los cambios del clima.
2. La falta de equipo y tecnología (2), se puede volver fortaleza ya que a través de solicitud de apoyos se podría ampliar en este aspecto, además el CCA es autosuficiente, es decir, obtiene sus propios recursos para mantenimiento del mismo, a través de cuotas de recuperación. De esta forma siempre su buscaría estar mejor que la competencia (6) o la instalación de un CIBER.(1)
3. No hay material didáctico (3), se puede dar solución, ya sea a través de una solicitud de apoyo o con los mismos recursos del CCA.
4. En cuanto al horario, (4) se realizaría una programación a fondo de las actividades del CCA, dándole prioridad siempre a los cursos. Y tenerlo siempre a la vista del usuario.
5. Poco interés por terminar un curso (5), aquí se buscaría la forma de que el desarrollo del curso fuera más dinámica y atractiva.
6. El cambio de ayuntamiento (5) siempre es una amenaza ya que regularmente siempre hay muchos cambios, por lo que siempre se pretende trabajar bien y obtener buenos resultados, para que siempre siga este proyecto CCA.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Una vez que se realiza el análisis FODA se puede identificar problemáticas o áreas en las que se puede mejorar. Una de las principales contras a que se enfrenta el CCA es la poca participación de la comunidad en los cursos que se brindan, se pone como principal ya que prácticamente los alumnos son parte fundamental de un CCA, hay otras áreas de oportunidad que se pueden mejorar que va desde contar con mas tecnología como puede ser un cañón, un escáner, y así mismo actualizar los equipos de computo, mejorar la conectividad a Internet (mas velocidad), contar con mas mobiliario para impartir un curso como un pizarrón y sobre todo la distribución de la computadoras dentro del aula. Cabe mencionar que actualmente el CCA cuenta con lo básico para llevar a cabo el servicio como lo es el aula de cómputo con conectividad a Internet, el mobiliario (sillas y muebles para computadora), el promotor y la oferta educativa. Pero para que una empresa u organización tenga un buen desarrollo y funcionamiento siempre debe de estar buscando la mejora continua.

La comunidad de La Quemada se está considerada como una comunidad CEC, gracias a que geográficamente tiene una posición céntrica respecto a comunidades vecinas, esta comunidad se ubica en la carretera federal 51 Dolores Hidalgo – San Felipe a tan solo 32 Km. de Dolores Hidalgo y 20 Km. de San Felipe aproximadamente. Es un lugar que cuenta con los servicios básicos como lo es: agua potable, energía eléctrica, drenaje, servicio de teléfono. Por eso es que se instalo un Centro Comunitario de Aprendizaje, donde hay áreas de oportunidad, ya que hay varias problemáticas que se mencionaron anteriormente, y así mismo determinar de qué manera se puede incrementar el número de alumnos en cursos del CCA, que es el principal servicio para la comunidad.

Para poder tener un amplio panorama del CCA se va a realizar un análisis a fondo de la principal problemática que son los alumnos, para tener información actualizada y que permita detectar las causas por las cuales existe poco interés, por tomar o terminar un curso.

Definición del problema:

¿Por qué las personas de la comunidad de La Quemada, tienen poco interés por inscribirse a un curso y así mismo terminarlo, del Centro Comunitario de Aprendizaje del mismo lugar?

Nombre del proyecto: Detección de causas que afecta al servicio del CCA y propuestas de solución.

3. PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Llevar a cabo una investigación a fondo sobre la problemática principal antes mencionada, para tener información clara y precisa, así mismo, diseñar estrategias o propuestas de solución que permitan mejorar el número de alumnos graduados en el CCA.

Impacto

Este trabajo tendría gran impacto, ya que va a contener información clara y precisa a cerca de estrategias y técnicas para el desarrollo del servicio principal del CCA, que son brindar cursos a la comunidad en general.

Metas

- Lograr un trabajo eficiente
- Diseñar estrategias efectivas
- Incrementar el número de alumnos

Objetivo:

Identificar las causas de la falta de interés de las personas de la comunidad La Quemada por terminar algún curso del CCA, mediante una investigación que permita obtener información precisa, con la finalidad de implementar estrategias que nos lleven a incrementar el índice de terminación de un curso de un 80% a un 100%.

4. MARCO TEÓRICO**4.1 Investigación de mercados**

Consiste en un “análisis profundo, sistemático y ordenado de los hechos que afectan al mercado y que tienen una seria incidencia en todas las empresas, particularmente en las dedicadas a la venta”. (Baca U. G, Evaluación de proyectos, Pp. 15-17)

“La investigación de mercados es un enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de toma de decisiones por parte de la gerencia de marketing” (T. Kinnear y J. Taylor, Investigación de mercados, Pp. 62-64)

4.1.1 Importancia de la investigación de mercados

El avance tecnológico juega un papel importante en el desarrollo de una empresa, puesto que hace que pronto sean obsoletas técnicas, procesos, programas, políticas y procedimientos. La investigación de mercados surge como una herramienta de salvación para muchos directores y personas encargadas de lograr el buen funcionamiento de la mercadotecnia y que son los que enfrentan los problemas; con base en la investigación de mercados se van a gestar y tomar decisiones adecuadas para alcanzar las metas o fines deseados.

4.1.2 Objetivo fundamental

Objetivo de la investigación de mercados es proporcionar información útil para la identificación y solución de los diversos problemas de las empresas, así como la toma de decisiones adecuadas en el momento oportuno y preciso.

4.1.3 Objetivos básicos:

- a. Objetivo social – Satisfacer las necesidades del consumidor final, ya sea mediante un bien y/o servicio requerido.
- b. Objetivo económico – Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa.
- c. Objetivo administrativo – Ayudar a la empresa en su desarrollo mediante la adecuada plantación, organización, control de los recursos y elementos de la empresa para que esta lleve el producto correcto y en el tiempo oportuno al consumidor final.

4.1.4 Limitantes de la Investigación de Mercados

En esta parte del marco teórico se enumeran las limitantes o desventajas de una investigación de mercados y que es importante tener en cuenta antes de empezar cualquier estudio.

1. El desconocimiento y no comprender bien lo que es la investigación de mercados.
2. Su alto costo de aplicación.
3. La diferencia existente entre la concepción del estudio y su ejecución.
4. La falta de personal especializada para su aplicación.

5. El tiempo que se lleva en una investigación.
6. La dificultad de evaluar los resultados en pesos y centavos (desembolso sin obtener beneficios).
7. La dificultad para obtener resultados controlables cien por ciento debido a la falla de cooperación tanto de factores internos como externos.

La investigación se puede hacer de dos maneras:

- Dentro de la empresa
- Mediante agencias que se dedican especialmente a eso.

4.1.5 Razones Que la Hacen Necesaria

- Conocer al consumidor
- Disminuir los riesgos
- Informar y analizar la información.

4.1.6 Características de la Investigación de Mercados

- La investigación de mercados es sistemática
- Se sigue una secuencia ordenada
- Proporciona información confiable
- Es objetiva, detallada, precisa e interpreta honestamente los resultados de la Investigación.

1.7 Tipos de Investigación

Cualquiera que sea la investigación que se pretende realizar, la podemos encuadrar dentro de lo que se indica en la figura 3.6

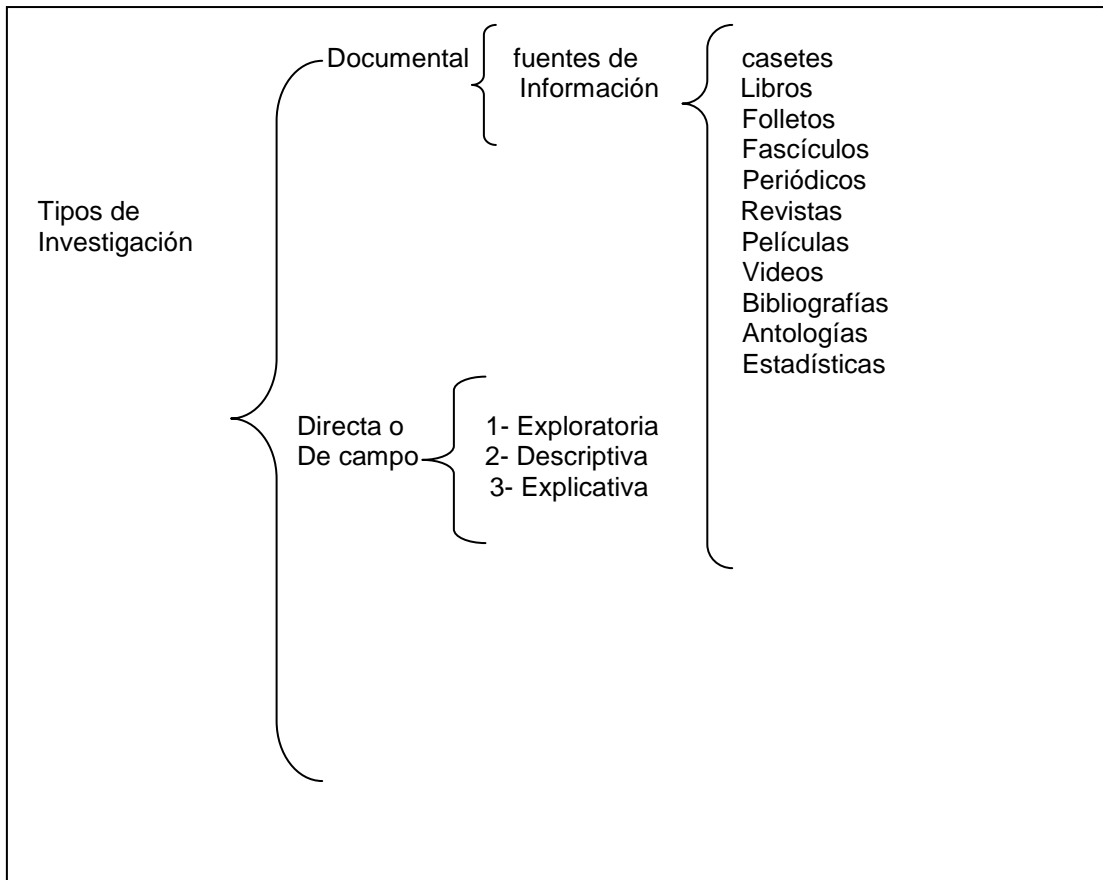


Figura 3-6 Tipos de investigación

Fuente: Libro Métodos y técnicas de investigación

La investigación directa, que se realiza en el campo de la acción; por esta razón, se le llama también investigación de campo, lo que además de apoyarse en un marco teórico, recurre al lugar donde suceden los hechos o fenómenos.

4.1.8 Investigación directa o de campo

Exploratoria

- Es de acercamiento a la realidad social
- Recaba información para definir el problema
- Fundamenta hipótesis
- Afirma la metodología para realizar el esquema definitivo.

Descriptiva

- Permite conocer las generalidades del problema
- Permite identificar las variables que se asocian
- Señala las directrices para aprobar las hipótesis.

Explicativa

- Se realiza con las pruebas de las hipótesis explicativas.
- Determina la causa de los fenómenos
- Establece predicciones sobre los procesos sociales.

4.2 El proceso de la investigación de mercados

El proyecto formal de la investigación de mercados puede considerarse como una serie de pasos llamados proceso de investigación. ((T. Kinnear y J. Taylor, Investigación de mercados, Pp. 62-64)

Proceso de la investigación de mercados

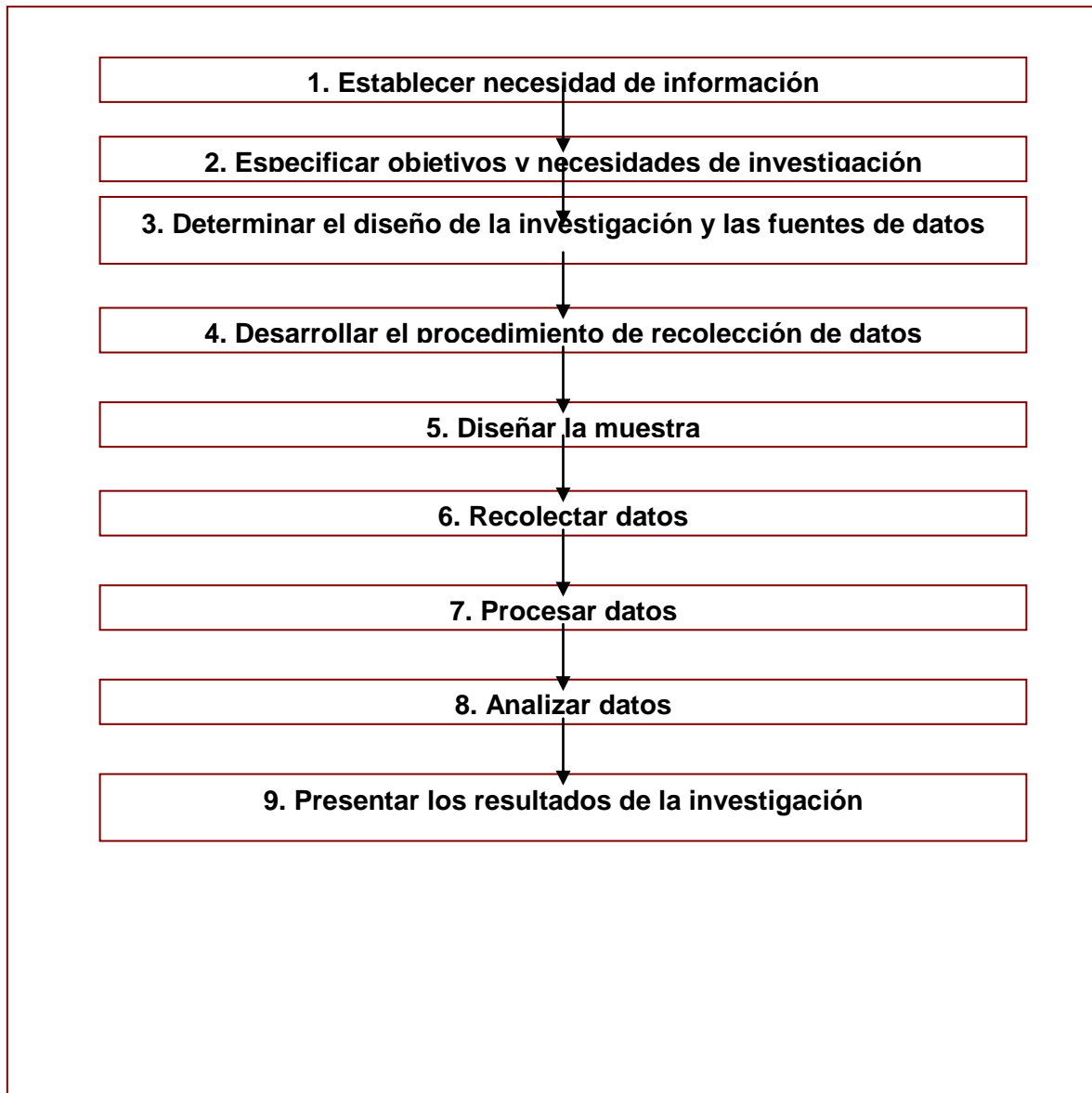


Figura Proceso de investigación
Fuente: Libro Investigación de mercados

4.2.1. Necesidad de información

El primer paso en el proceso de investigación es establecer cuál es la necesidad de información de una investigación de mercados. Rara vez la solicitud inicial de ayuda, por parte del gerente, establece de manera adecuada esta necesidad de información de investigación y el investigador debe comprender cabalidad por qué se requiere dicha información. El gerente es responsable de explicar la situación que rodea la solicitud de ayuda y establecer de qué manera la información de investigación facilitara el proceso de toma de decisiones.

4.2.2. Objetivo de investigación

Una vez que se ha establecido con claridad la necesidad de información de investigación, el investigador deberá especificar los objetivos de una investigación propuesta y elaborar una lista específica de las necesidades de información. Los objetivos de una investigación responden a las preguntas << ¿Por qué se realiza este proyecto?>> Por lo general los objetivos de investigación se presentan por escrito, antes de realizar el proyecto. Las necesidades de información responden a la pregunta << ¿Qué información específica se requiere para lograr los objetivos?>>.

4.2.3. Diseño de investigación y fuentes de datos

Una vez definidos los objetivos de estudio y enumeradas las necesidades de información, el paso siguiente consiste en diseñar el proyecto formal de investigación e identificar las fuentes apropiadas de datos para el estudio. Un diseño de investigación es el plan básico que guía las fases de recolección y análisis de datos del proyecto de investigación. Es la estructura que especifica que tipo de información a recolectar, las fuentes de datos y los procedimientos y análisis de recolección de datos.

Las fuentes de datos pueden ser internas o externas a la organización. Las fuentes internas incluyen los estudios previos de investigación y los registros de la empresa. Las fuentes externas incluyen informes comerciales de investigación, revistas comerciales o informes industriales e informes gubernamentales.

4.2.3.1 Tipo de información de mercadotecnia:

Datos primarios.- Son la información que reúne o genera el investigador por alcanzar los objetivos del proyecto en que está trabajando. Las encuestas y experimentos constituyen la fuente principal de datos primarios.

Datos secundarios.- Los datos secundarios contienen información que ha sido recabada por alguien que no es el investigador, para otros fines diversos al proyecto en cuestión.

Fuentes de datos secundarios

- **Fuentes internas.**- Los datos secundarios existen dentro de la firma, pero no fueron reunidas en vista del proyecto de investigación de mercados que han emprendido.
- **Fuentes externas.**- La cantidad y la variedad de la información secundaria externa es de tal magnitud que desafía a la imaginación.

4.2.4. Procedimiento de recolección de datos.

Al desarrollar el procedimiento de recolección de datos, el investigador deberá establecer un vínculo eficaz entre las necesidades de información y las preguntas que se formulan o las observaciones que se grabaran. El éxito del estudio depende de la habilidad y creatividad del investigador para establecer este vínculo. La responsabilidad de esta tarea recae principalmente sobre el investigador.

Planificación de la recopilación de datos primarios. Las buenas tomas de decisiones requieren buenos datos. Así como los investigadores deben evaluar con cuidado la calidad de la información secundaria, también deben tener mucho cuidado cuando recopilen datos primarios con el fin de asegurarse de que sean pertinentes, exactos, actuales e imparciales.

<i>Enfoques de la investigación</i>	<i>Métodos de contactos</i>	<i>Plan de muestras</i>	<i>Instrumentos para la investigación</i>
Observación	Correo	Unidad de muestra	Cuestionario
Encuesta	Teléfono	Tamaño de la muestra	Instrumentos mecánicos
Experimentos	Computadora personal	Procedimiento para entregar las muestras	

Figura. Tabla 4-2 Planificación para la recopilación de datos primarios

Fuente: Libro. Mercadotecnia, conceptos y aplicaciónes.

Enfoque de la Investigación. La investigación por medio de la observación es la recopilación de datos primarios a partir del estudio de las personas, las acciones y las situaciones pertinentes.

La investigación de encuestas es el enfoque más adecuado para recopilar una información descriptiva. Una compañía que desea conocer algo a cerca de los conocimientos, actitudes, preferencias o conducta de compras a menudo la puede obtener preguntando directamente a los individuos.

La investigación experimental es más adecuada para recopilar una información causal. Los experimentos implican seleccionar grupos iguales, temas, dar diferentes tratamientos, controlar los factores no relacionados y verificar las diferencias en las respuestas de los grupos, por consiguiente la información experimental, trata de explicar las relaciones de causa-efecto. La observación y las encuestas se pueden utilizar para recopilar información en la investigación experimental.

4.2.5. Diseño de la muestra

El primer punto de la muestra se relaciona con quién o qué debe incluirse en la muestra. Esto significa que se requiere una definición precisa de la población de la cual va a extraer la muestra. El segundo punto se refiere a los métodos utilizados para seleccionar la muestra. Estos métodos pueden clasificarse a partir de si implican un procedimiento probabilístico o no probabilístico. El tercer punto comprende el tamaño de la muestra.

Universo.- es el conjunto de personajes y/o elementos que serán tomados en cuenta para la investigación.

“Población.- Es la cifra que indica el total de los elementos que están involucrados en el problema, objeto de la investigación.

Muestra.- Es el 10% de la población.” (Luna C. A. Metodología de la tesis. Pp 86)

Para otros autores:

“Población. Es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

Muestra. Suele ser definida como un subgrupo de población”. (Hernández S. R. Fernández C. C. Baptista L. P. Metodología de la investigación. Pp 204)

4.2.5.1 ¿Cómo se delimita una población?

Una vez que se ha definido cual será la unidad de análisis se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre el cual se pretende generalizar los resultados.

4.2.5.2 Selección de la muestra.

La muestra es, en esencia un subgrupo de la población. Digamos que es un subgrupo de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características que llamamos población. Con frecuencia leemos y oímos hablar de muestra representativa, "muestra al azar", "muestra aleatoria" como si con los simples términos se pudiera dar más seriedad a los resultados. En realidad, pocas veces se puede medir a toda la población, por lo que obtenemos o seleccionamos una muestra y desde luego se pretende que este subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población.

4.2.5.3 Determinación de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra para poblaciones finitas se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra
Z = Nivel de confianza
N = Universo
p = Probabilidad a favor
q = Probabilidad en contra
e = Error de estimación

Tipos de muestras:

- Muestras no probabilísticas
- Muestras probabilísticas

Muestras no probabilísticas.- la elección de los elementos no depende de la probabilidad, si no de causas relacionadas con las características del investigador o del que hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico, ni con base en formulas de probabilidad, si no que de personas, y desde luego las muestras seleccionadas por decisiones subjetivas tienden a ser a estar sesgadas.

Muestras probabilísticas.- todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos. Esto se obtiene definiendo las características de la población, el tamaño de la muestra y a través de una selección aleatoria y/o mecánica de las unidades de análisis.

4.2.5.4 Instrumento para la investigación

Es posible recopilar información por correo, por teléfono, mediante entrevistas personales o por computadora. Y estos son algunos instrumentos para recopilar información.

Cuestionario.- es con mucho el instrumento más común, es muy flexible, hay muchas formas de hacer preguntas, los cuestionarios se deben desarrollar con mucho cuidado y se deben someter a una prueba antes de utilizarlos, en gran escala un cuestionario preparado en forma inteligente por lo común contiene varios errores. La forma de cada pregunta puede influir en la respuesta. Los investigadores de mercado hacen una distinción entre preguntas abiertas y cerradas. Las preguntas cerradas incluyen todas las respuestas posibles y los sujetos hacen elecciones entre ellas.

Observación.- consiste en examinar detenidamente los fenómenos en forma directa y real para obtener la información deseada, por ejemplo, si desean obtener datos respecto a los hábitos de compra de un determinado sector de la población se acude al lugar en el que se realiza sus adquisiciones y se observa su conducta.

La entrevista.- Es una técnica que recaba información, mediante preguntas directas a las personas que forman parte de la muestra.

Se requiere planear con anticipación la serie de preguntas que se harán en una entrevista.

Los investigadores pueden auxiliar con grabadoras o cámaras de cine o de video.

Prueba de los cuestionarios o prueba piloto.- Es muy conveniente probar los cuestionarios con una pequeña muestra de la población que se pretende encuestar, para detectar posibles errores en su elaboración. Así los datos obtenidos tendrán mayor confiabilidad en la investigación.

Puesto en práctica el plan de investigación.- esto implica recopilar, procesar y analizar la información, el personal de investigación de mercados de la compañía o una empresa interna se pueden encargar de la recopilación de datos.

4.2.6 Recopilación de datos

El proceso de recopilación de datos es fundamental, puesto que por lo general abarca una amplia proporción del presupuesto de investigación y del error total de los resultados de la investigación. En consecuencia, la selección, la capacitación y el control de los entrevistadores son esenciales para los estudios eficaces de investigación de mercados.

4.2.7. Procesamiento de datos

Una vez registrados los datos, comienza el procesamiento de los mismos. Éste incluye las funciones de edición y codificación. La edición comprende la revisión de los formatos de datos en cuanto a legibilidad, consistencia e integridad. La codificación implica el establecimiento de categorías para respuestas o grupos de respuestas, de manera que los números pueden utilizarse para representar las categorías. En este punto, los datos están listos para el análisis por computador.

4.2.8 Análisis de datos

Es importante que el análisis de datos sea consistente con los requerimientos de información identificados en el paso 2. Por lo general, se realiza utilizando paquetes de software apropiados para el análisis de datos.

4.2.9 Presentación de los resultados

Usualmente los resultados de la investigación se comunican al gerente a través de un informe escrito y una presentación oral. Es imperativo que los hallazgos de la investigación se presenten en un formato simple, y dirigidos a las necesidades de información de la situación de decisión. Sin importar la destreza con la cual se llevaron a cabo los pasos anteriores, el proyecto no será más exitoso que el informe de investigación.

5. DESARROLLO DE PROYECTO

5.1 Metodología.

5.1.1 Método.

El método que se pretende utilizar o se adapta más en esta investigación es el inductivo, ya que este es un proceso, en el que a partir del estudio de casos particulares se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados, y en la investigación que se realiza este es el propósito o el enfoque que va a tener.

5.1.2 Tipo de Investigación.

El tipo de investigación de este trabajo es documental y es de campo, ya que en esta se complementan los dos tipos.

En la investigación documental las fuentes de información a utilizar son secundarias como lo son: libros, estadísticas, diccionarios, toda la información documental para reforzar el trabajo, así como los libros que sirvieron para elaborar el marco teórico.

En la investigación de campo se obtienen los datos primarios y los instrumentos usados para la obtención de información son: observación y encuestas.

5.1.3 Esquema de la metodología

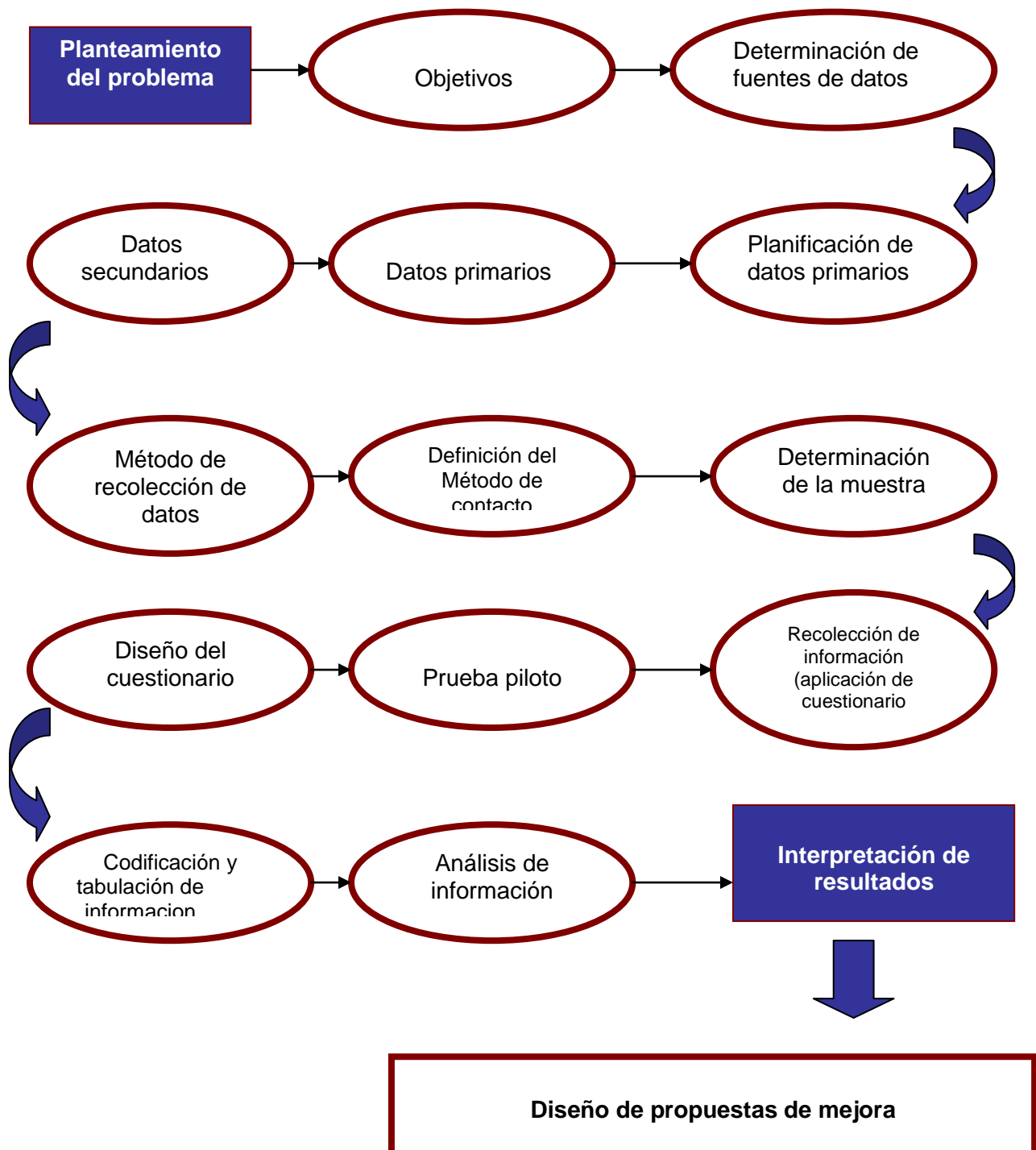


Figura 1 Esquema de metodología

Elaboración propia 2011

5.2 Desarrollo de la investigación

Necesidad de información
Especificar objetivos y necesidades de investigación

5.2.1 Determinar el diseño de la investigación y determinación de fuentes de datos

Fuentes de datos secundarios

Estos pueden ser internos o externos, **los datos internos** son aquellos que existen dentro de la organización, como lo son: estadísticas de alumnos, información general acerca de la organización (estructura organizacional, filosofía, etc.) **Los datos externos** son la que existen fuera de la organización como son: estadísticas sobre la comunidad, número de habitantes, ubicación de la comunidad. Toda esta información es fundamental para plantear el problema, además se utilizaron otras como son los libros que nos sirvieron para realizar el marco teórico y que fueron una guía para llevar a cabo esta investigación.

Datos primarios

En este punto se realiza el proceso para la recopilación de datos primarios que en este caso es la obtención de información acerca de los usuarios del CCA. También se determina el enfoque de la investigación, así mismo, se determina el instrumento de investigación.

5.2.2 Planificación de datos primarios

En esta parte del proyecto de investigación es de suma importancia, ya que aquí es donde se define el plan para recopilar información primaria, para esto se realiza un cronograma de actividades a seguir, que sirve como guía para trabajar de una forma ordenada, con tiempos y así mismo los responsables para cada actividad.

Cronograma de actividades para la recopilación de datos

ACTIVIDADES	TIEMPO											
	Febrero				Marzo				Abril			
	SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
Necesidades de información												
Objetivos y determinación de fuentes de datos												
Fuentes de datos secundarios												
Recopilación de datos primarios												
Planificación de datos primarios												
Método de recolección de datos												

En donde:

n = Tamaño de la muestra	?	
Z = Nivel de confianza	1.81	93%
N = Universo	430	
p = Probabilidad a favor	.70	
q = Probabilidad en contra	.30	
e = Error de estimación	.07	

Desarrollo de la aplicación de la formula

$$n = \frac{1.81^2 (430)(.70)(.30)}{(.07)^2 (430-1)(.70)(.30)}$$

$$n = \frac{3.28 (430)(.21)}{(.0049)(429) + 3.28 (.21)}$$

$$n = \frac{296.18}{2.7888}$$

n = 106 encuestas a aplicar

5.2.6 Instrumento para la investigación
Diseño de cuestionario

ENCUESTA

Datos:	Sexo: ____	Edad _____	estado civil _____	Folio _____
---------------	-------------------	-------------------	---------------------------	--------------------

Objetivo: Obtener información clara, precisa y lo más veraz posible, acerca del poco interés por terminar a un curso, que permita diseñar propuestas de solución.

Instrucciones: Contesta las siguientes preguntas lo más sincero posible. Eligiendo la respuesta.

1. ¿Conoces el Centro Comunitario de Aprendizaje (CCA)?
A. Si ____ B. No ____

2. ¿Has asistido al CCA?
A. Si ____ B. No ____ Por que _____

3. Si has asistido, ¿qué servicio has solicitado?
A. Búsqueda de información
B. Correo electrónico
C. Chat
D. Tomar algún curso
E. Realizar tareas
F. Realizar trámites de gobierno
G. Otro _____

4. ¿Conoces los cursos que brinda el CCA?
A. Si ____ B. No. _____

5. ¿Te has inscrito y terminado un curso?
A. solo me inscribí y no termine Por que _____
B. Me inscribí y termine
C. Me inscribí pero nunca asistí Por que _____
D. No. Por que _____

Si contestaste la opción B pasa la pregunta 6 y si no contestaste esta opción pasa a la pregunta 7

6. ¿Si terminaste un curso como te pareció el desarrollo en términos generales?
- A. Muy teórico
 - B. Dinámico
 - C. Aburrido
 - D. Muy practico
7. ¿Cómo te gustaría que fuera el curso?
- A. Que tuviera dinámicas
 - B. Que se trabajara con material didáctico
 - C. Que hubiera un pizarrón
 - D. Trabajar en equipos de personas
8. ¿Qué mejorarías de las instalaciones del CCA?
- A. La pintura de las paredes internas del aula
 - B. La imagen interna del aula
 - C. Acomodo o distribución de la computadoras dentro del aula
 - D. Nada, todo me parece bien.
9. ¿Qué mejorarías de los siguientes conceptos?
- A. Mobiliario
 - B. Equipo de computo
 - C. Conectividad a Internet
 - D. Nada
10. ¿Qué cursos te gustaría que se impartieran en el CCA, además de los que ya existen?
- A. Mecánica básica
 - B. Cocina
 - C. Manualidades
 - D. Ingles para niños
 - E. Promoción de mi pequeño negocio
 - F. Atención al cliente
 - G. Otro _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

5.2.7 Recolectar datos

Una vez que diseña el instrumento de investigación (cuestionario) se procede a llevar a cabo una aplicación de una prueba piloto para cerciorarse que el cuestionario tiene las preguntas indicadas y bien redactadas, y sobre todo que se obtenga la información requerida, por lo que al llevar a cabo esta prueba solo se detectaron mínimos detalles, por lo que se realizaron algunos pequeños cambios, para dejar listo el instrumento de investigación para darle seguimiento a la aplicación de encuestas.

Durante el desarrollo de la aplicación de encuestas, la gente se portó de manera accesible y disponible para contestar la encuesta, por lo que no hubo dificultades en la ejecución de esta etapa.

El método de muestreo que se utilizó fue el probabilístico ya que es este, todos los elementos de una población tienen posibilidad de ser escogidos.

5.2.8 Procesamiento y análisis de datos

5.2.8.1 Tabulación

Una vez que se terminó de realizar el trabajo de campo, se procede a realizar la tabulación de los datos como se muestra en las siguientes hojas, y así mismo también se realiza un concentrado de toda la información.

Preguntas opciones No.de cuest.	1		2		3							4		5				6				7				8				9				10						
	1	2	1	2	1	2	3	4	5	6	7	1	2	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7
	a	b	a	b	a	b	c	d	e	f	g	A	b	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	e	f	g
1	X	x					X				X				X					X			X			X														
2	X	x								X		x			X						X			X			X					X								
3	X	x					X				X			X			x				X			X			X			X		X								
4	X	x					X				X			X			x			X						X				X				X						
5	X	x					X				X			X			x			X						X				X			X							
6	X	x						X			X		X								X				X			X			X					X				
7	X	x								X	X			X					X	X					X			X			X			X						
8	X	x								X	X			X					X			X			X			X			X			X						
9	x	x					X				X			X					X	X				X			X			X		X								
10	x	x					X					x		X					X			X			X			X								X				
11	x	x					X				X				X						X			X			X			X					X					
12	x	x					X				X			X					X			X			X			X			X				X					
13	x	x					X				X			X			x				X			X			X			X			X			X				
14	x	x					X				X			X			x			X				X			X			X			X			X				
15	x	x					X				X			X					X			X			X			X			X				X					
16	x	x					X				X			X			x				X			X			X			X			X			X				
17	x	x								X	X			X					X	X				X			X			X			X			X				
18	x	x								X	X			X			x			X			X			X			X							X				
19	x	x								X	X					x					X			X			X			X				X			X			
20	x	x						X			X			X							X			X			X			X		X		X						
21	x	x					X				X			X					X			X			X			X			X			X						
22	x	x								X	X		X						X			X			X			X			X			X			X			
23	x	x	x									X			X				X			X			X			X			X							X		
24	x	x								X	X		X						X			X			X			X			X		X							
25	x	x					X				X			X					X	X				X			X			X			X			X				
26	x	x					X				X			X				X		X				X			X			X			X			X				
27	x	x								X		X			X						X			X			X			X			X			X				

28	x	x	x							x							x	x									x			
29	x	x		x					x								x	x	x							x		x		
30	x	x	x						x								x	x								x			x	
31	x	x					x		x								x										x			
32	x	x							x	x							x											x		
33	x	x	x						x								x										x			
34	x	x							x	x				x													x			x
35	x	x							x	x				x														x		x
36	x	x					x		x																		x			x
37	x	x	x						x																		x			
38	x	x							x	x							x										x			x
39	x	x	x						x																		x			
40	x	x					x		x																		x			x
41	x	x	x							x																	x			x
42	x	x								x																	x			x
43	x	x					x		x																		x			x
44	x	x					x		x																		x			x
45	x	x					x		x																		x			x
46	x	x					x		x																		x			x
47	x	x					x		x																		x			x
48	x	x							x	x																	x			x
49	x	x	x						x																		x			x
50	x	x							x	x																	x			x
51	x	x					x		x																		x			x
52	x	x					x		x																		x			x
53	x	x							x																		x			x
54	x	x							x	x																	x			x
55	x	x							x																		x			x
56	x	x							x	x																	x			x
57	x	x							x																		x			x
58	x	x							x	x																	x			x

59	x	X						x	X			x		x						x			x			x																									
60	x	X				x			X			x								x	x				x										x																
61	x	X					x		X				x								x			x											x																
62	x	X	x						X				x								x				x												x														
63	x	X					x		X				x								x				x		x																								
64	x	X					x		X				x									x			x												x														
65	x	X					x		X	x											x					x	x										x														
66	x	X					x		X				x									x				x											x														
67	x	X					x		X				x									x			x			x										x													
68	x	X	x							x												x				x													x												
69	x	X	x							x				x								x					x													x											
70	x	X					x			x												x																	x												
71	x	X	x							x												x																			x										
72	x	X					x			x												x																				x									
73	x	X					x			x												x																				x									
74	x	X	x							x														x																		x									
75	x	X								x	x													x																			x								
76	x	X					x			x														x																				x							
77	x	X	x							x																																			x						
78	x	X	x							x																																				x					
79	x	X						x			x																																			x					
80	x	X								X	X													X																							X				
81	x	X								X	X													X																									X		
82	x	X	x							X														X																									X		
83	x	X	X							X														X																									X		
84	x	X								X															X																								X		
85	x	X	X							X														X																									X		
86		X	X							X	X														X																							X			
87	x	X	X							X	X														X																								X		
88	x	X								X	X																																						X		
89	x	X								X	X	X																																						X	

5.2.8.2 Analizar datos

Concentración de datos

<i>Opciones</i> <i>Preguntas</i>	a	B	c	d	e	f	g	N
1	104	2						106
2	104	2						106
3	22	4	1	29	17	0	33	106
4	85	21						106
5	6	39	7	54				106
6	3	11	1	24				106
7	38	14	15	39				106
8	22	10	4	70				106
9	7	16	56	27				106
10	21	15	36	20	7	3	4	106

N = Número total de personas encuestadas

Tabla 2 concentración de información

Elaboración propia 2011

5.2.9 Presentación de los resultados de investigación

5.2.9.1 Análisis e interpretación de resultados

Una vez que ya se tiene la información concentrada, ahora se le da seguimiento a la presentación de resultados.

La primera pregunta, que se realizó a las personas fue si conocen el CCA, por lo que se obtuvo los siguientes resultados: el 98% contestó que si lo conoce, mientras que un 2% no lo conoce, como se muestra en la siguiente grafica:

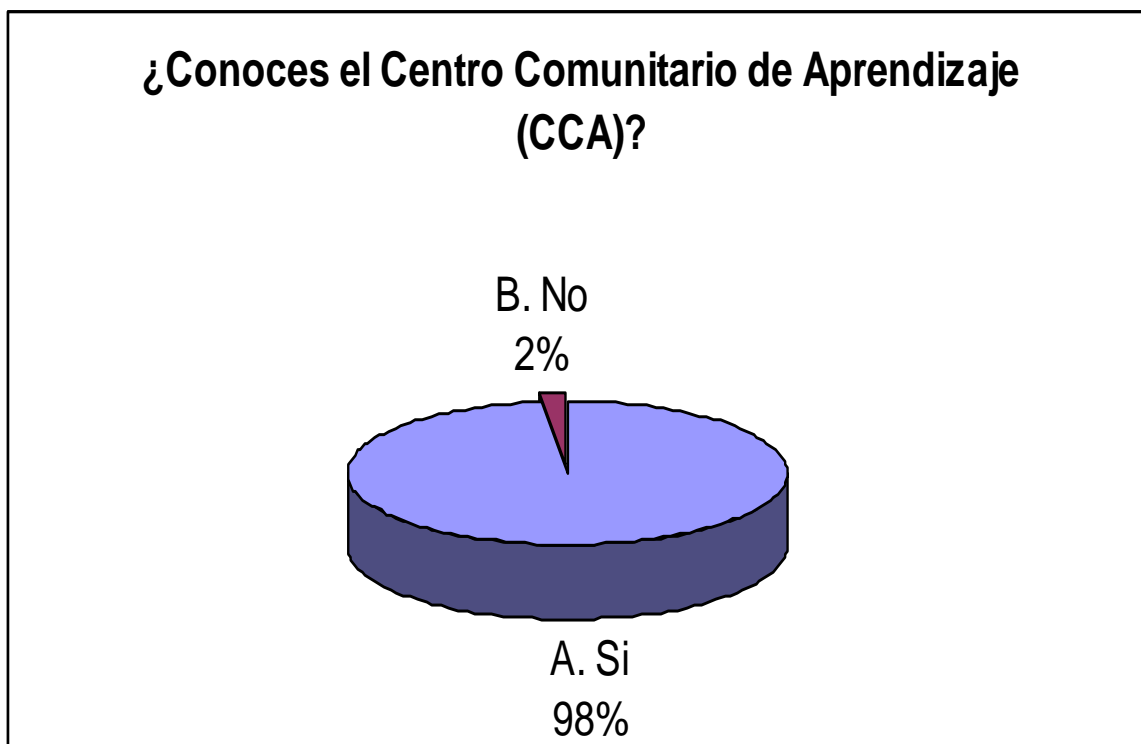


Grafico 1 ¿Conoces el CCA?
Elaboración propia 2011

También otras de las preguntas que se aplicó fue si han asistido al CCA, contestando lo siguiente: el 98% de las personas encuestadas si han asistido al Centro Comunitario de Aprendizaje, mientras que un 2% no lo hace.

¿Has asistido al CCA?

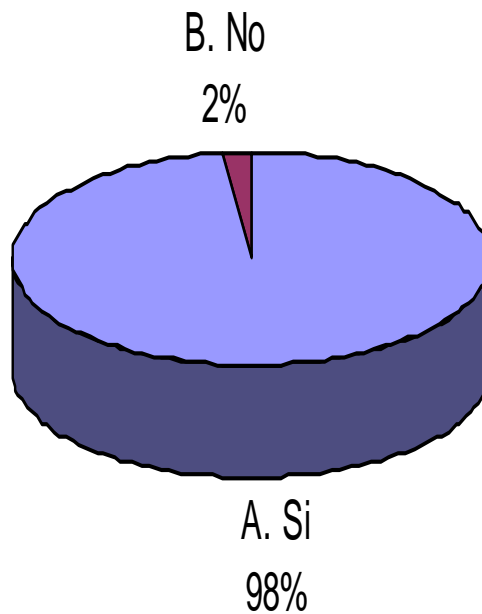


Grafico 2 ¿Has asistido al CCA?

Elaboración propia 2011

Además se les pregunto, cuando van al CCA, ¿Qué servicio han solicitado? obteniendo la siguiente información: el 27% a tomar curso, el 21% va a búsqueda de información, mientras que un 16% fueron a realizar tareas, un 4% a usar correo electrónico, 1% Chat y un 31% fue la opción G. Otro, como es personas que van a uso general, es decir, a utilizar los diferentes servicios.

Si has asistido al CCA ¿Que servicio has solicitado?

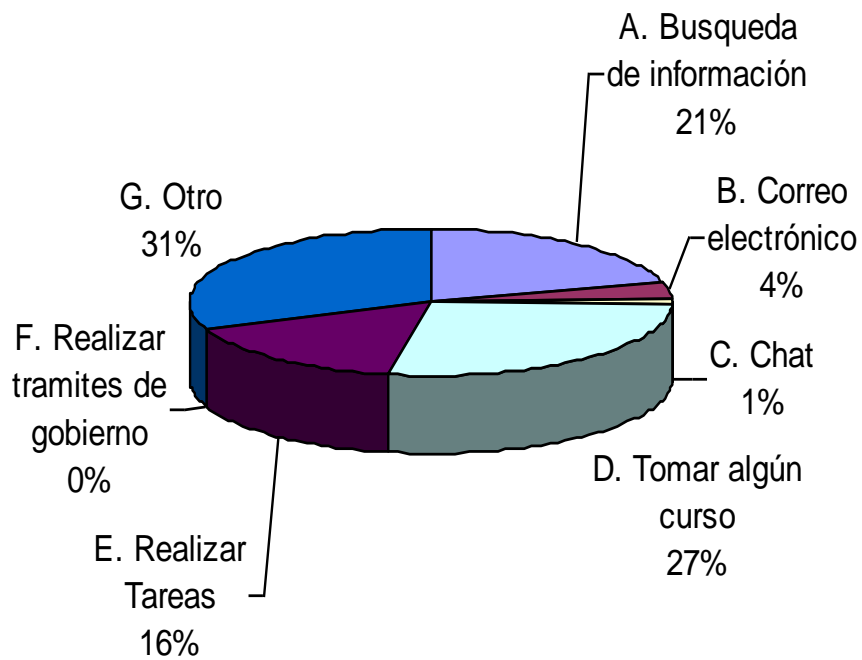


Grafico 3 ¿Qué servicio has solicitado?
Elaboración propia 2011

Otro punto importante es saber si conocen los cursos que brinda el CCA, dicha pregunta nos arrojó la siguiente información: el 80% si conocen los cursos y tan solo un 20% no lo conocen, como se muestra en la siguiente grafica:

¿Conoces los cursos que brinda el CCA?

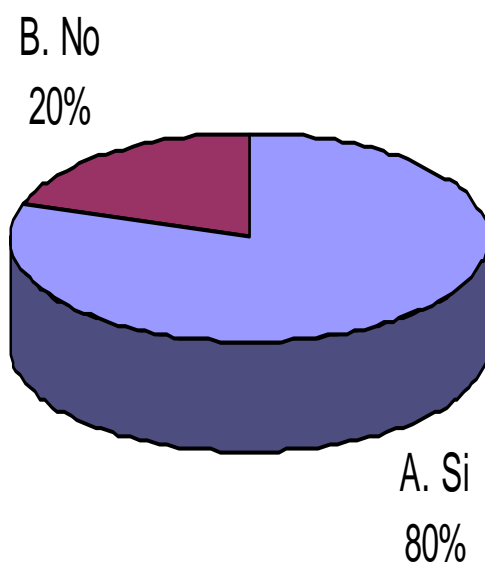


Gráfico 4 ¿Conoces los cursos que brinda el CCA?
Elaboración propia 2011

También se le preguntó a las personas si se han inscrito y terminado un curso, y contestaron lo siguiente: el 37% ha terminado un curso, un 6% se inscribió y no terminó, mientras que un 7% está en este momento en algún curso, y un 50% todavía no se han inscrito a ningún curso. Como se muestra en la siguiente gráfica:

¿Te has inscrito y terminado un curso?



Gráfico 5 ¿Te has inscrito y terminado un curso?
Elaboración propia 2011

Ahora de las personas que terminaron algún curso se les pregunto sobre que les pareció el desarrollo, y contestaron lo siguiente: 23% contestaron muy práctico, el 10% les pareció muy dinámico, el 1% muy teórico, mientras que en esta pregunta hubo un 63% de las personas encuestadas aun no han terminado un curso. Como lo muestra la siguiente grafica:

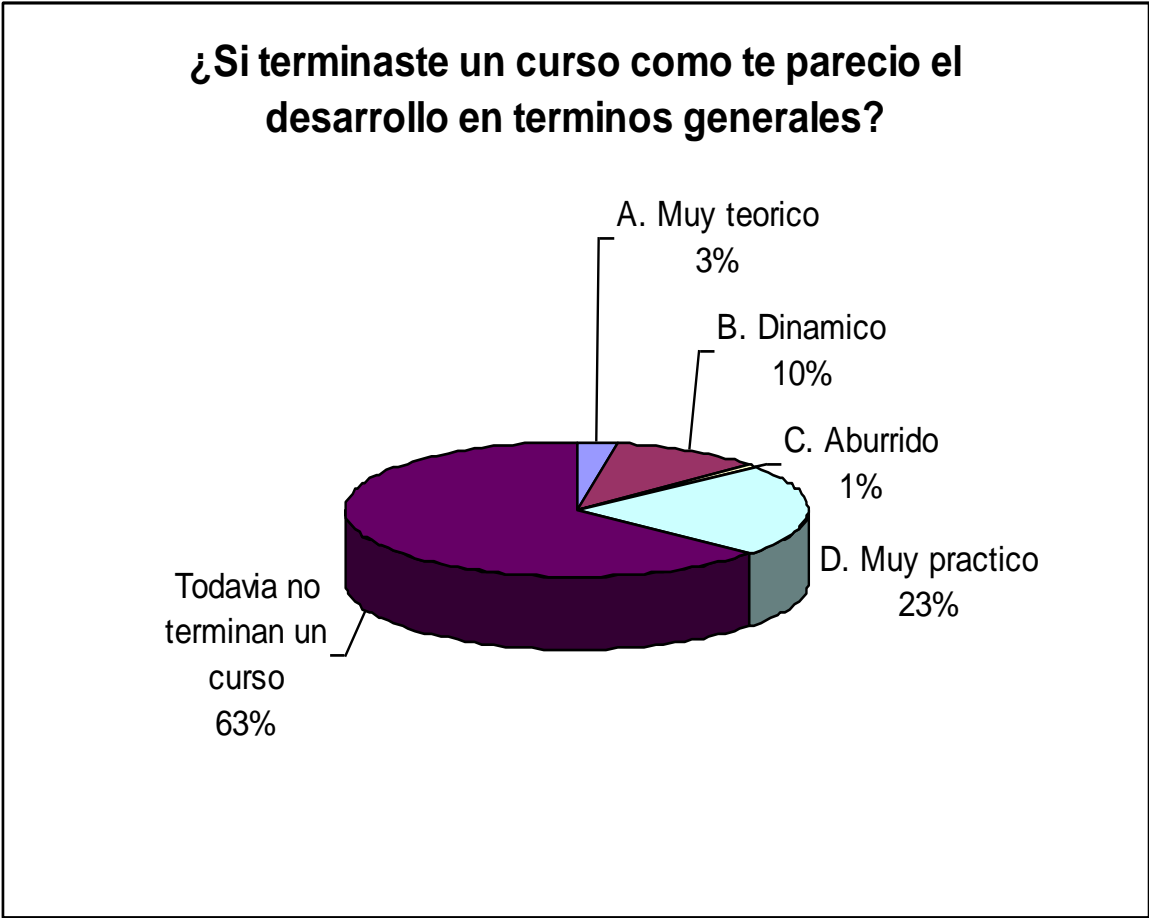


Grafico 6 ¿Cómo te pareció el desarrollo del curso?

Elaboración propia 2011

También se les pregunto sobre ¿Cómo les gustaría que se impartieran los cursos?, obteniendo la siguiente información: el 37% contestaron que les gustaría trabajar en equipos de personas, el 36% contesto que se implementaran dinámicas durante el curso, el 13% que se trabajara con material didáctico, y el 14% que hubiera un pizarrón. Como se muestra en la siguiente grafica:

¿Como te gustaria que se impartieran los cursos?

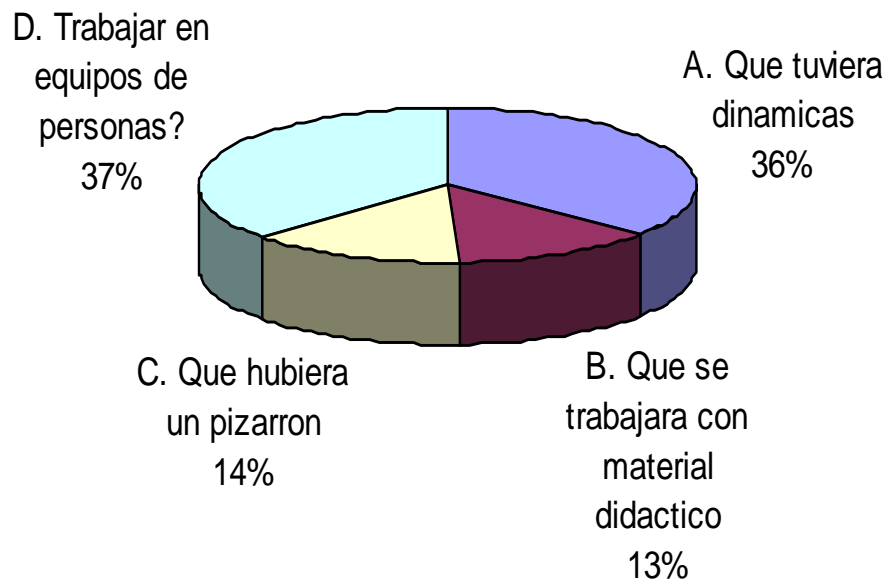


Gráfico 7 ¿Cómo te gustaría que se impartieran los cursos?
Elaboración propia 2011

También se abordó puntos importantes sobre la instalación o edificio del CCA, se les preguntó qué mejorarían de las instalaciones internas del CCA, contestando lo siguiente: el 21% dijo que la pintura de las paredes internas del aula, el 9% dijo que la imagen interna, un 4% dijo que la distribución del equipo, y el 66% contestó que nada. Como se muestra en la siguiente gráfica:

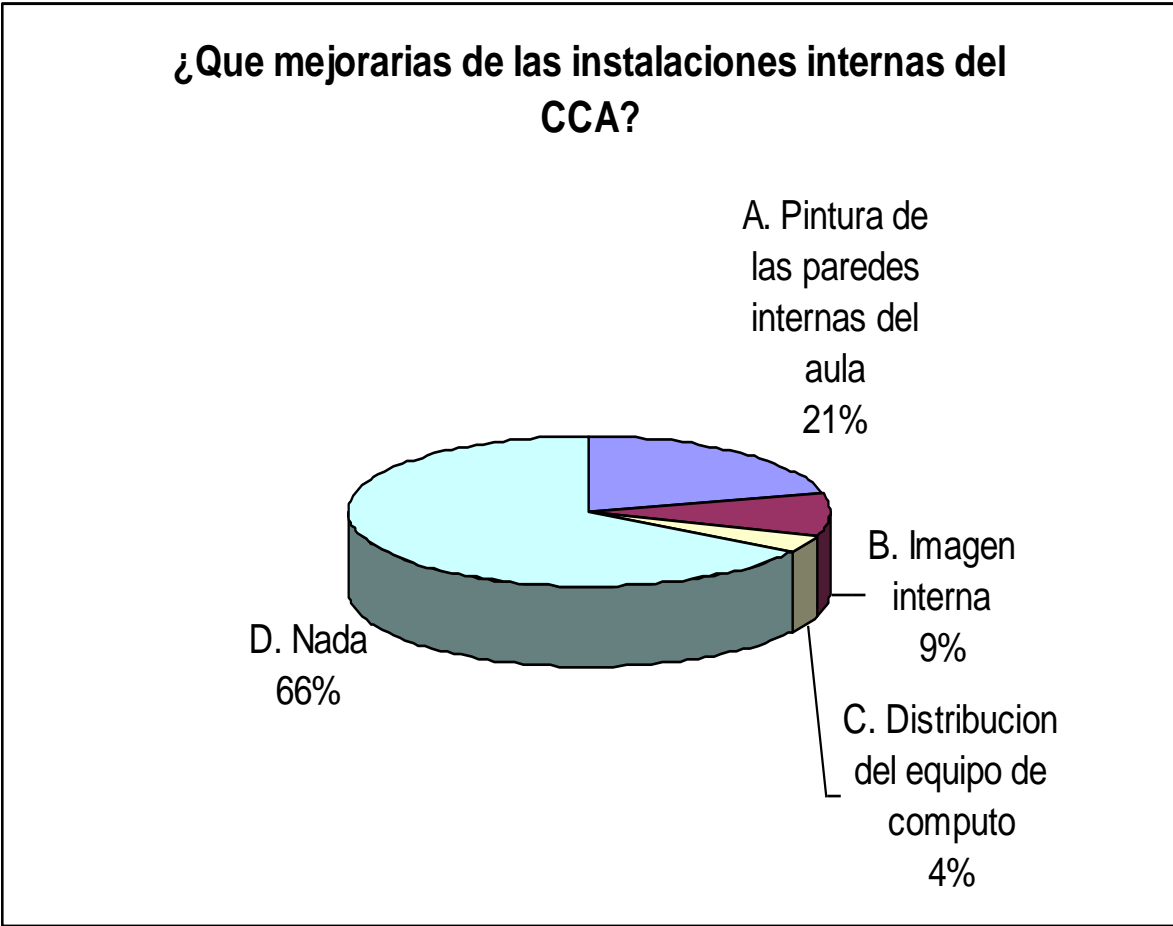


Grafico 8 ¿Qué mejoraría de las instalaciones del CCA?
Elaboración propia 2011

Además se les pregunto acerca sobre que mejorarían de cosas básicas para el servicio del CCA, obteniendo la siguiente información: el 53% dijo que la conectividad a Internet, mientras que el 15% dijo que el equipo de computo, el 7% contesto que el mobiliario y un 25% dijo que nada. Como se muestra en la siguiente grafica:

¿Que mejorarias de los siguientes conceptos?

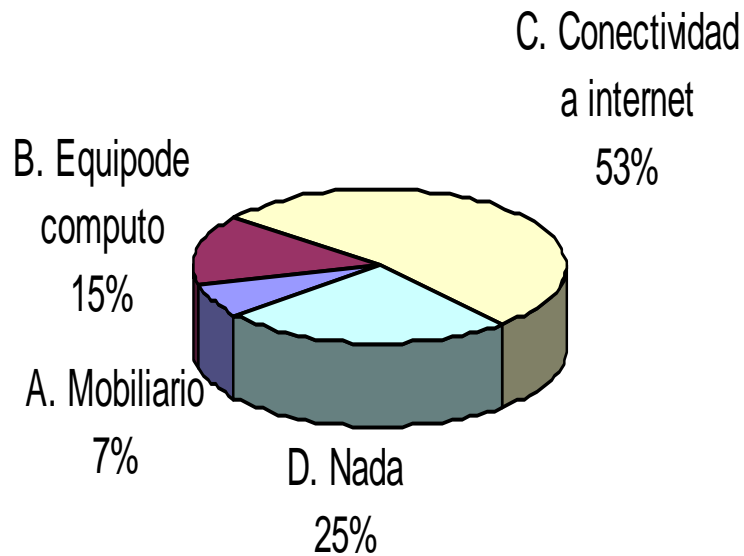


Gráfico 9 ¿Qué mejoraría de los siguientes conceptos?

Elaboración propia 2011

Y por último se les pregunto sobre que cursos que les gustaría que hubiera en el CCA, además de los que ya existen, obteniendo los resultados siguientes: el 33% contesto manualidades, el 20% dijo que mecánica básica, el 19% ingles para niños, 7% promoción de mi pequeño negocio, y un 3% contesto que un curso sobre atención al cliente, como se muestra en la siguiente grafica:

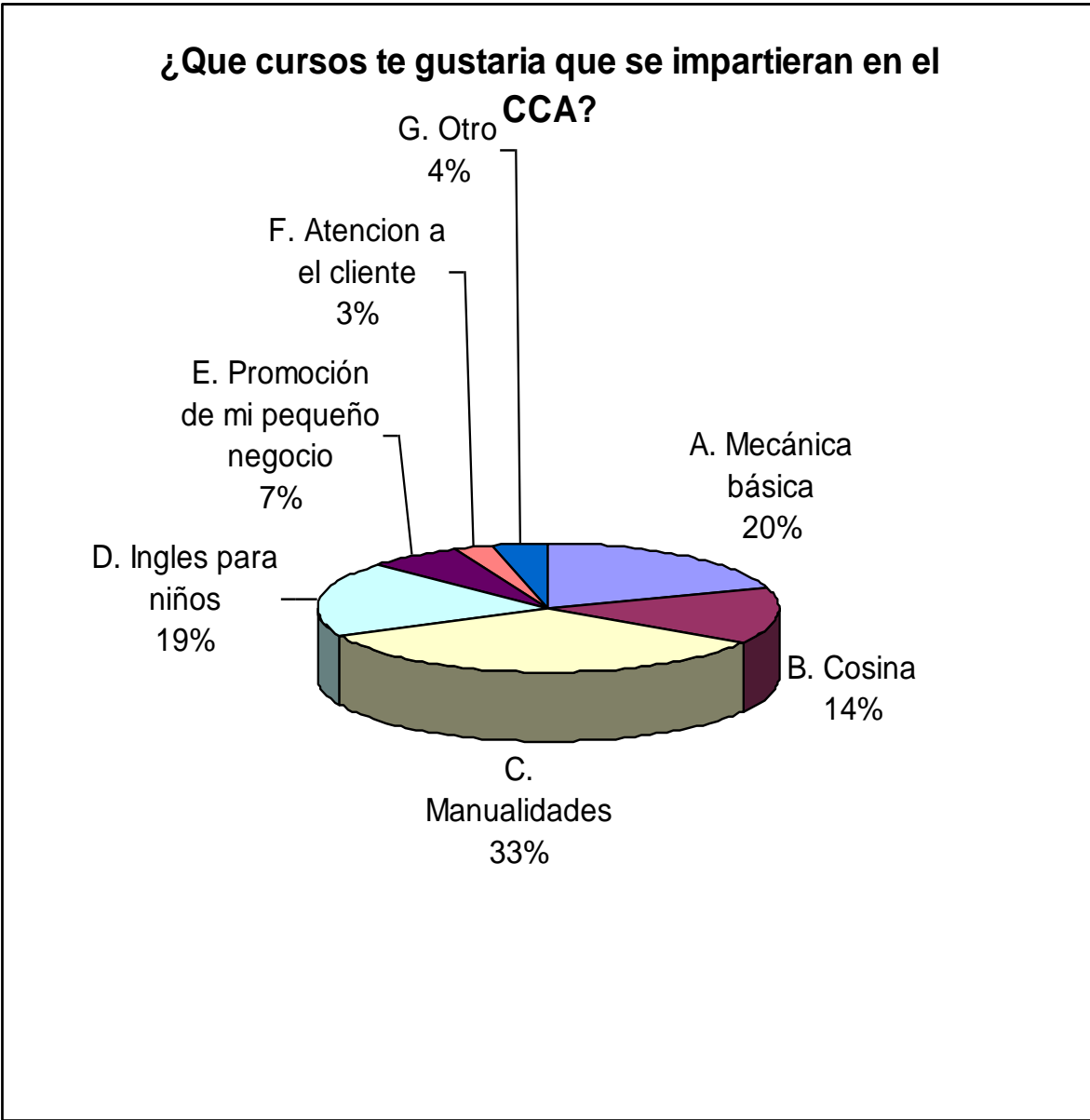


Grafico 10 ¿Qué cursos te gustaría que se impartieran en el CCA?

Elaboración propia 2011

6. CONCLUSIONES

Una vez que se termina la estadía se puede apreciar que se realizó un trabajo efectivo, ya que a través de este se pusieron en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera y así mismo se adquirió experiencia laboral y profesional.

Este trabajo se dio en el CCA de La Quemada, San Felipe, Gto; es un espacio donde la gente de la comunidad puede tomar cursos a través de Internet, buscar información, realizar tareas, hacer trámites de gobierno, etc., ya que es un Centro que tiene computadoras e Internet. Cabe mencionar que el principal servicio es brindar cursos de capacitación, entonces surge la inquietud de llevar cabo una investigación sobre la poca participación de la gente en cursos y al mismo tiempo tratar de identificar las causas que originan esta problemática, todo esto con el fin de incrementar el número de alumnos graduados de algún curso y al mismo tiempo contribuir al desarrollo de la comunidad.

Con esta investigación se puede precisar que las personas de la comunidad si conocen el CCA, ya que el 98% contestaron esto, lo cual quiere decir que si se tiene identificado el Centro, pero un 20% de las personas que se encuestaron dijeron que no conocen toda la oferta educativa, por lo que se realizara una promoción sobre el tipo de cursos con los que cuenta el CCA.

También se pudo identificar que el 50% de los encuestados no se han inscrito a un curso, las principales causas son disponibilidad de tiempo, miedo ya que no saben usar una computadora, y como ya se menciono desconocimiento de la oferta educativa, pero con esta información que se obtuvo esta investigación se puede decir que la causa más importante es la actitud de cada persona por superarse, lo cual quiere decir que hay un área de oportunidad que se puede mejorar y así incrementar el número de alumnos graduados que terminen algún curso, otra de las cifras más importantes es acerca de las cosas básicas para el servicio del Centro, lo cual, esta investigación nos muestra que el 53% dice que se debe mejorar la conectividad a Internet, ya que es la herramienta principal del CCA, y además esta puede ser una de las causas por las cuales no terminan un curso. Otro dato importante es que se pudo identificar información valiosa sobre el desarrollo de los cursos; De las personas que terminaron, el mayor porcentaje dicen que les pareció muy práctico, así mismo otro pequeño porcentaje dijo que estaba dinámico y a algunos les parece aburrido, esto da la pauta para implementar otras cosas nuevas para que se diera un desarrollo de curso más atractivo para los usuarios y es una forma de tenerlos siempre activos.

Las cosas que se podrían implementar son dinámicas de grupo para reactivarlos, trabajar en equipos de personas, ya que es una forma de que intercambien ideas o se retroalimenten, ya que la mayoría de los encuestados contestaron esto, aunque también se podría implementar otras cosas como un pizarrón o pintaron y material didáctico. Con todo esto se llevaría un desarrollo más atractivo y dinámico, y al instructor o asesor sería una forma más efectiva para trabajar e interactuar con los alumnos.

Otra información que se obtuvo es esta investigación es sobre la instalaciones internas del CCA, un pequeño porcentaje dijo que se mejorara la pintura e imagen por lo que es algo que podría cambiar, ya que estos detalles aunque se han pequeños de alguna manera influyen en estado de ánimo del ser humano.

También se pudo identificar los cursos que les gustaría que se impartieran en el CCA, obteniendo el porcentaje más alto un curso de manualidades, después viene mecánica básica, cocina, inglés para niños, y promoción de mi pequeño negocio, entre otros;

Por último, como ya se había mencionado es un trabajo que va a ayudar al funcionamiento del CCA, así mismo a que se dé un mejor servicio y lo más importante, contribuir al desarrollo de la población a través de cursos de excelente calidad y así mismo incrementar el número de alumnos graduados.

Propuestas respecto a lo identificado:

Cursos a través de Internet: Aquí es un conflicto, ya que los cursos tutorados que se brindan son a través de Internet entonces existen dos formas de mejorar área.

Primera opción: Cambiar de servicio y de proveedor de Internet, actualmente se tiene el Internet por antena satelital, entonces se cambiaría a Internet por teléfono.

Segunda opción: Solicitar a la institución indicada los cursos en CD'S para cuando el Internet falle, entonces utilizaríamos los CD'S y de esta forma, se trabajaría continuamente en un curso, sin ningún contratiempo.

Promoción: En cuanto a esta parte como se pudo identificar la gente conoce el Centro, pero no conocen bien la oferta educativa, entonces se realizaría una promoción más a fondo sobre los cursos del CCA. Esta puede ser a través de carteles, folletos y se pondría a la vista el calendario de cursos en puntos de afluencia de personas como: en pequeños negocios, instituciones públicas y lugares públicos.

Y además se diseñaría algunas pláticas o sesiones de grupo donde se explique las ventajas de capacitarse y crearles conciencia de que aprovechen las oportunidades de aprendizaje del CCA. Si necesidad de gastar recursos financieros.

En cuanto a la imagen interna. En esta parte según los resultados de la investigación a la gran mayoría les pareció que estaban bien las instalaciones, pero cerca de un 40% dijo que se mejorara, por lo que puede trabajar en cuanto a la pintura y la imagen interna, ya que son detalles pequeños pero importantes por que influyen directamente en el estado de ánimo de una persona.

Esto es algo que se podría realizar ya que el CCA es autosuficiente es decir cuenta con sus propios recursos para los mismos gastos de mantenimiento.

Implementar cosas nuevas en cursos. Como ya se había mencionado regularmente cuando se trata de aprendizaje se las hace algo muy pesado, entonces lo que se busca sobre todo en cursos tutorados que son a través de Internet, es romper un poco con la rutina, es decir, un curso en línea solo es la computadora y el alumno, entonces se podría implementar algunas dinámicas de grupo durante el curso para reactivar a los alumnos, también se podría ponerlos a trabajar en equipo con el fin de que se dé un intercambio de ideas y retroalimentación, esto haría más dinámico el tomar un curso. También se podría implementar otros materiales como un pintaron para poder explicar gráficamente las cosas ya que regularmente hay muchas personas que la forma de aprender es mas grafica que auditiva y es una forma, de no tener siempre al usuario en la computadora ya que es muy cansado. De esta forma el estar en un curso sería más activo y dinámico, y para el instructor o asesor sería más efectivo trabajar e interactuar con los alumnos.

BIBLIOGRAFÍAS

Münch L Angeles E. 1998. Métodos y técnicas de la investigación, segunda edición, Trillas, México. Pp 14-17. y 100 – 133

Kinnear/Taylor. Investigación de mercados. Quinta edición, Mc Graw Hill. Pp 62-64

Luna C. A. 1996. Metodología de la tesis, primera edición, trillas, México. Pp 41- 112

Mercado H. Salvador, 1997, Como hacer una tesis, segunda edición, Limusa, México, Pp 70

Hernández S. R. Fernández C. C. Baptista L. P. Metodología de la investigación. Pp 204

Baca U. G. 1987. Evaluación de proyectos, primera edición. Mc Graw Hill, México. Pp 15-17.

ANEXOS

Oferta educativa del CCA

Cursos tutorados

- Habilidades básicas en informática
- Programación HTML y creación de páginas Web
- Curs basic de ingles “Basic English for a daily life”
- Habilidades básicas para Iniciar un Negocio
- Curso básico de estadística
- Finanzas personales
- Habilidades Básicas para la Docencia
- Curso construyendo mi CCA
- Aspectos legales
- Guía del entrenamiento para la seguridad en la construcción

Cursos impartidos por el promotor

- Introducción a las computadoras
- Manejo del sistema operativo de Windows
- Uso de las partes físicas de la computadora
- Manejo de office
- Internet y correo electrónico

Curso del Programa de INTEL

- Tecnología y comunidad
- Tecnología en el trabajo

Imágenes del CCA La Quemada

