**A. INSERCIÓN CURRICULAR DATOS GENERALES:**

|  |  |
| --- | --- |
| **País** | Guatemala |
| **Universidad** | Nombre de la Universidad: Universidad Rafal Landívar Año de Fundación de la Universidad: 1961Estado/ ProvinciaTotal de alumnos matriculados en el año de relevamiento: 254 |
| **Persona/s responsable/s de la ejecución de la experiencia** | Nombre completo grado académico y desde cuando está de responsable de la experiencia.1. Docentes
* Lcda. Thelma Alejandra Reyes Icó (docente del curso de mercadotecnia I). (2018)
* Lcdo. Edgar Alejandro Rivera Ramos (docente del curso de mercadotecnia I)(2018)
1. Coordinadora Académica
* Lcda. Claudia Marisol Brindis Rodríguez (2018)
1. Estudiantes

58 estudiantes participantes en dicho proyecto1. Grupo de mujeres emprendedoras
* Olinda de Castillo (persona individual)
* Daniela Ortiz (persona individual)
* Kimberly Silvia (persona individual)
* Sucy,s Garden (nombre de la emresa)
* Kristy Vanegas (empresa KRISTY,s)
* Delicias de Oriente
* Yohi,s Pastelería
* Textiles Riverchi
* Fashion Woman
1. Conferencistas

Lcda. Silvia Azucena Motta Espina1. Panelistas
* Ana Silvia Luna Gracias (emprendedora, empresa “Luna”)
* Karen Francineth López Carrillo (emprendedora, empresa “Umbrellas” y “Mom & Me Bisutería”
* Diana Beatriz Hernández Hernández (emprendedora, empresa “Momboss”
 |
| **Correo electrónico** | Docente: Lcda. Thelma Reyes tareyesi@correo.url.edu.gtDocente: Lcdo. Edgar Rivera eariverar@gmail.comCoordinadora Académica: Lcda. Claudia Marisol Brindis cmbrindis@url.edu.gtConferencista Lcda. Silvia Motta silviamottaes@gmail.com |
| **Persona responsable de editar/actualizar la información (cuando no ha sido la responsable de la experiencia)** | En la Sede Jutiapa:Coordinadora Académica: Lcda. Claudia Marisol Brindis |
| **Correo electrónico** | cmbrindis@url.edu.gt |
| **Dirección URL de la experiencia** | Facultad de Ciencias Económicas |
|  |  |
| **Nombre de la experiencia** | Elaboración de un producto nuevo y/o diseño de un plan de mercadeo a micro emprendimiento ya existente, que promueva el empoderamiento de género y permita la generación de ingresos.  |
| **Nombre de la Unidad/ Área o Cátedra responsable de ejecutar la experiencia**  | Facultad Ciencias Económicas y EmpresarialesMercadotecnia IResponsables:Lcda. Thelma Alejandra Reyes IcoLcdo. Edgar Alejandro Rivera Ramos |
| **Lugar(es) donde se implementa**  | Departamento de JutiapaMunicipios de:* Santa Catarina Mita
* Asunción Mita
* El Progreso
* Jutiapa
* Quesada
 |
| **Antigüedad de la experiencia** | Como proyecto de RSA de Facultad cada año se realiza en el curso de mercadotecnia I, un proyecto enfocado a diferentes temáticas de acuerdo a los lineamientos establecidos todos bajo la Responsabilidad Social Académica.  |
| **Tipo de asignatura en la que se inserta**  | Obligatoria |  |
| Electiva |  |
| Asignatura teórica | Mercadotecnia I |
| Asignatura teórico-práctica  |  |
| Asignatura práctica |  |
| **Año(s) o semestre/s de la(s) carrera(s) en que se imparte**  | Año: 2018Semestre: primer cicloCarrera: Técnico en administración de empresas |
| **Duración de la experiencia en períodos académicos**  | 1 cuatrimestre al año |  |
| 2 cuatrimestres al año |  |
| 3 cuatrimestres al año |  |
| 1 semestre al año | **X** |
| 2 semestres al año |  |
| **Frecuencia de encuentros** | 1 encuentro semanal |  |
| 2 encuentros semanales |  |
| 1 encuentro quincenal |  |
| 1 encuentro mensual |  |
| Otra que no sea ninguna de las anteriores explicando período |  |
| **Horas totales de la experiencia**  | Horas teóricas o en aula |  |
| Horas prácticas o en campo | 18 horas aproximadamente por grupo, durante todo el ciclo académico |
|  |  |  |
| **RESUMEN DE LA EXPERIENCIA SIGNIFICATIVA DE INSERCION CURRICULAR**  |
| **Breve descripción de la experiencia** (hasta 200 palabras)Como parte del programa de RSA de la Universidad Rafael Landívar se llevó a cabo el proyecto de Micro emprendimientos Femeninos, pues en la región se puede observar y describir diversos tipos de microempresas que generán ganancias que son de propiedad y administración de los propios emprendedores individuales o familiares, donde en lo general tiene uno, dos colaboradores que requieren de baja inversión, pero que en ocasiones no cuentan con los lineamientos y recursos administrativos, mercadológicos y herramientas financieras que les ayuden a mejorar sus procesos y/o actividades económicas. Que el estudiante, como parte del primer acercamiento a actividades de RSA, comience a tomar conciencia sobre las acciones que a lo largo de su vida universitaria debe para ser un profesional socialmente responsable y contextualizado de la realidad acercándolo a propuestas que promueven la justicia e igualdad económica.Desarrollar propuesta de la mezcla de marketing según las regiones que sean viables comercialmente para empoderar a través del emprendimiento a mujeres de área rurales, aplicando los conocimientos adquiridos en el curso de mercadotecnia I.  |
| **Antecedentes de la experiencia significativa** (hasta 500 palabras)Todos los primeros ciclos de cada año se llevan a cabo los proyectos de mercadotecnia enmarcados en la Responsabilidad Social Académica, el cual pretende que los estudiantes contextualicen la realidad de región en relación al enfoque o guía establecido. Asimismo es importante llevar a la práctica los conocimientos adquiridos durante el ciclo académico, en el área de mercadeo a través del desarrollo y vinculación con la metodología de servicio-aprendizaje enmarcado en el PPI. Los cuales llevan al estudiante no solo a la adquisición del conocimiento sino a brindar servicios a las comunidades con los diferentes aportes. En el primer ciclo 2017 se llevó a cabo el proyecto de RSA sobre micro emprendimientos femeninos bajo el eje transversal de emprendimiento e innovación (vistas al desarrollo económico).Desarrollar propuestas de productos que, según las regiones propuestas del interior del país, sean viables comercialmente para empoderar a través del emprendimiento a mujeres de áreas rurales, aplicando los conocimientos adquiridos en el curso de Mercadotecnia I. Cada producto fue elaborado por un grupo de mujeres emprendedoras juntamente con la colaboración de cada grupo de estudiantes. |
| **Objetivos (general y específicos) de la experiencia** ***Objetivo General***Que el estudiante, como parte del primer acercamiento a actividades de RSA, comience a tomar conciencia sobre las acciones que a lo largo de su vida universitaria debe para ser un profesional socialmente responsable y contextualizado de la realidad acercándolo a propuestas que promueven la justicia e igualdad económica.***Objetivos Específicos**** **Académico:** que los estudiantes pongan en práctica los conocimientos teóricos aplicables al proyecto de micro emprendimiento femeninos y permita reflexionar sobre la importancia de impulsar el consumo y generación de productos que promuevan el emprendimiento y empoderamiento femenino, para su desarrollo, el de los suyos y de su entorno.
* **Servicio:** motivar y sensibilizar a los estudiantes al apoyo y dirección para que mujeres emprendedoras de escasos recursos, que radican en el área rural, puedan generar ingresos por medio del desarrollo de un producto.
* **Valores:** fomentar responsabilidad social en los estudiantes, a través del desarrollo del proyecto. La gratitud ha sido un valor en este proyecto, debido a la confianza que las personas nos han demostrado, para el manejo de su empresa. Responsabilidad de cumplir con las expectativas que se les prometió de mejora del producto.
 |
| **Criterios y valores que han motivado y orientado la experiencia/que han sustentado y se han promovido en esta experiencia** (hasta 500 palabras´)Lo que llevo a la realización de este proyecto fue la aplicación de conocimientos teóricos prácticos del curso de mercadotecnia I, enfocados en la Responsabilidad Social Académica, ya que en la región existen muchos micro emprendimientos donde se generan ingresos que se realizan de manera familiar e individual. Bajo esta dinámica los estudiantes pueden tener un acercamiento a la comunidades, aplicando los conocimientos y lograr de esta manera la concientización de los mismo. Valores:* Servicio
* Responsabilidad
* Gratitud
* Confianza
 |
| **Competencias que la experiencia ha intentado fortalecer** (hasta 500 palabras)* Trabajo en equipo
* Comunicación
* Análisis crítico
* Redacción y ortografía
* Lectura
* Liderazgo
* Relaciones interpersonales
* Iniciativa/creatividad/innovación
 |
| **Modelo pedagógico-didáctico y principales herramientas metodológicas que se han implementado en la experiencia presentada** (hasta 500 palabras)Como parte de curso de mercadotecnia en la aplicación de contenidos y conocimientos se llevaron a cabo, clases magistrales, exposición de conferencistas, foros de expertos, aprendizaje basado en proyectos. La metodología a seguir fue la siguiente:* Se dio a conocer todos los lineamientos, metodología y objetivos de llevar a cabo el desarrollo del proyecto Micro emprendimiento femenino, de responsabilidad social y académica. Posteriormente se realizó un foro de RSA para los estudiantes, organizado por la coordinadora de la carrera y ex alumnas de la universidad.
* Se hizo grupos de trabajo por afinidad de 6 a 8 integrantes cada grupo.
* Se llevó a cabo del taller de RSA para dar conocer la línea de proyectos, etapas y ejes que se manejan en Facultad y que los estudiantes pudieran aprender sobre la Responsabilidad Social Académica.
* Se inició con las primeras etapas del proyecto y a la vez se realizó una plática de sensibilización para los estudiantes, cada fin de semana durante el curso de mercadotecnia se daban lineamientos y contenido necesario para que los alumnos durante la semana pudieran llevarlo a la práctica en el proyecto.
* Foro “Micro emprendimientos Femeninos”, con el propósito de motivar y dar a conocer a los estudiante sobre los emprendimientos en la región.
* Cada avance realizado por los estudiantes, se revisaba, retroalimentaba y si era necesaria realizarse algunas correcciones se les indicaba para poder continuar.
* Se daba un tiempo al final del periodo del curso, específicamente para tratar asuntos del proyecto.
* Cada grupo realizo diversas actividades con mujeres emprendedores, en donde desarrollaron su producto, se entregó material de mercadeo como apoyo para que cada mujer emprendedora por grupo, pudiera comercializar los productos promovidos por los estudiantes.
* Los alumnos presentaron un trabajo un trabajo final en el aula algunos grupos acompañados de con su emprendedora.
 |
| **Nivel de integración disciplinaria posibilitado por la experiencia** (hasta 500 palabras) Si, se puede dar seguimiento en el curso de investigación de mercados y sistemas financieros, donde se podría realizar una investigación más a fondo de los gustos y preferencias de los consumidores, así como la guía para microcréditos que podrían hacer uso para continuar con la comercialización de los productos.Se puede visitar y tener comunicación telefónica con cada grupo de emprendedoras para colaborar y dar seguimiento a todas las actividades propuestas por los alumnos, pues cada emprendedora tenía el entusiasmo de aprender, promover y colaborar. |
| **Mapeo de actores** | **Cantidad** | **Nivel de participación posibilitado por la experiencia** |
| **Actores Internos** | **Estudiantes** | Grado  | 58 |  |
| Posgrado |  |  |
| **Docentes** | Tiempo completo |  |  |
| Tiempo Parcial  | 2 |  |
| **Administrativos** | Directivos  | 1 |  |
| Funcionarios |  |  |
| **Actores Externos** | **Contrapartes** | Organismos Públicos (especificar) |  |  |
| Organismos Privados (especificar) |  |  |
| Organismos Tercer Sector (especificar) |  |  |
| **Población Alcanzada** | Niños, Niñas, Adolescentes |  |  |
| Jóvenes y estudiantes |  |  |
| Adultos |  |  |
| Adultos Mayores |  |  |
| Mujeres Embarazadas |  |  |
| Personas en situación de movilidad o desplazamiento |  |  |
| Personas con enfermedades catastróficas o de alta complejidad |  |  |
| Personas víctimas de violencia o maltrato y en situación de riesgo |  |  |
| Personas víctimas de desastres naturales |  |  |
| Personas privadas de libertad |  |  |
| Personas con discapacidad |  |  |
| Trabajadores autónomos, pequeños productores, artesanos y micro emprendedores | 9 |  |
| Comunidades, pueblos y nacionalidades étnicas |  |  |
| Otras (especificar) |  |  |
| **Criterios y metodología de planificación empleados en la experiencia y nivel de flexibilización o adaptabilidad en dicha planificación (tanto en lo curricular como en lo social)** Desarrollar propuestas de productos que, según las regiones propuestas del interior del país, sean viables comercialmente para empoderar a través del emprendimiento a mujeres de áreas rurales, aplicando los conocimientos adquiridos en el curso de Mercadotecnia I.La actividad se realizará en grupos de 8 a 9 integrantes máximo. Cada grupo tendrá que desarrollar un producto de la temática asignada. Dentro del proceso deberán realizar el análisis mercadológico desarrollando las 4P's y aplicando los lineamientos bases del proyecto.Lo que se espera es que al final la actividad permita reflexionar sobre la importancia de impulsar el consumo y generación de productos que promuevan el emprendimiento y empoderamiento femenino, para su desarrollo, el de los suyos y de su entorno.Cada grupo debe demostrar a través del producto, el impacto que podría tener y las oportunidad que generaría hacia las mujeres emprendedoras, forjando un valor agregado a su producto por medio de la innovación propuesta. |
| **Criterios y metodología de monitoreo y evaluación empleadas durante la experiencia*** Cada participante (alumnos), de manera grupal, fueron desarrollando las etapas que contienen el proyecto, en donde cada avance se supervisaba, revisaba, retroalimentaba y calificaba. Este método se realizó cada semana desde que se dio por inicio el desarrollo del proyecto.
* Durante el curso, se tomaba un tiempo acorde para conversar con los alumnos y hacer cualquier tipo de interrogante de los avances realizados.
* Se realizó una evaluación final de manera individual, la cual contenía una serie de interrogantes de aspectos importantes en relación al desarrollo completo y culminación del proyecto.
 |
| **Espacios de reflexión desarrollados durante la experiencia*** Taller de RSA
* Foro “micro emprendimientos femeninos”
* Estudio de campo, visita a la comunidades
* Presentación de informe final
 |
| **Hitos en el desarrollo de la experiencia*** Desarrollo de proyectos durante todo el ciclo académico.
* Trabajo en archivo PDF el cual contiene plasmado todo los puntos a desarrollar del proyecto, uno por cada grupo.
* Herramientas promocionales varias por producto.
* Fotografías que evidencian el trabajo de campo de los estudiantes con mujeres emprendedoras.
 |
| **Aprendizajes o conocimientos adquiridos o aplicados por los estudiantes durante la experiencia** * Realizar el proyecto con mujeres emprendedoras del área rural, permitió que los alumnos tomaran conciencia de varias necesidades que se tienen actualmente y el como ellos pudieron formar parte de una pequeña colaboración y motivación para algunas mujeres fue muy gratificante y al vez se pudo sensibilizar y crear una responsabilidad en cada uno de ellos, el poder ayudar a los demás en esta ocasión fue totalmente satisfactorio.
* Los comentarios positivos seguidos al foro realizado con mujeres que cuentan con emprendimientos en el departamento de Jutiapa, egresadas de la sede Jutiapa que mostraron que si es posible lograr sus sueños y la aplicabilidad de los contenidos a las realidades.
 |
| **Resultados y logros obtenidos a nivel de productos y de procesos (adjuntar evidencias)**Los resultados esperados en el proyectos fueron:* Dentro del proceso se llevó a cabo la realización del análisis mercadológico desarrollando las 4P's y aplicando los lineamientos bases del proyecto.
* Que los alumnos puedan adquirir los conocimientos adecuados del curso de mercadotecnia I y a la vez llevar a la práctica los mismos a través del desarrollo del proyecto durante el ciclo.
* Que los alumnos puedan sensibilizarse, tomar conciencia, responsabilidad social y académica, siendo testigos de las necesidades y capacidades de cada mujer emprendedora con quienes pudieron compartieron durante el desarrollo del proyecto.
* Lograr que las mujeres emprendedoras del área rural con quienes se desarrolló el proyecto, generen un ingreso económico extra y les permita obtener algún tipo de beneficio que les ayude a su superación por medio de la realización del proyecto.
* Proveer las herramientas necesarias a mujeres emprendedoras para poder comercializar los productos que elaboraron con los alumnos.
 |
| **Factores que han facilitado u obstaculizado la implementación de la experiencia** Quizá la disposición en cuanto a tiempo y recursos varios por parte de los alumnos fueron algunos limitantes para el desarrollo del proyecto, pues se debe considerar que se trabajó en áreas rurales. Sin embargo; se realizó de una manera extraordinaria el proyecto, obteniendo en relación a las capacidades de cada grupo, resultados satisfactorios. |
| **Aprendizajes formales/no formales que posibilitó/habilitó la experiencia** |
| **Recomendaciones**  |
| **Anexos: Fotografías, videos, testimonios, acceso a páginas o espacios electrónicos, documentos, productos, etc.** |

Gracias por su tiempo y disponibilidad