

Estrategias didácticas para desarrollar habilidades  
**en la elaboración de**  
instrumentos de investigación de mercados

DAVID ELIAS VILLAMAR CEDEÑO  
ANA ISABEL CÓRDOVA TORRES  
VILMA MARIANA VERA FIGUEROA  
EVELYN MARISELA MALAVÉ TIRSIÓ

compAs

# **Estrategias didácticas para desarrollar habilidades en la elaboración de instrumentos de investigación de mercados**

---

*Autores*

DAVID ELIAS VILLAMAR CEDEÑO  
ANA ISABEL CÓRDOVA TORRES  
VILMA MARIANA VERA FIGUEROA  
EVELYN MARISELA MALAVÉ TIRSIO



Estrategias didácticas para desarrollar habilidades  
en la elaboración de  
instrumentos de investigación de mercados

Autores

DAVID ELIAS VILLAMAR CEDEÑO  
ANA ISABEL CÓRDOVA TORRES  
VILMA MARIANA VERA FIGUEROA  
EVELYN MARISELA MALAVÉ TIRSIO

Primera edición: mayo 2018

Diseño de portada y diagramación:

Grupo Compás

Equipo Editorial

ISBN: 978-9942-770-82-0

Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones previstas en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.



## Índice

Prólogo.....	5
Delimitación del problema	12
Justificación	14
Premisa	16
Estrategia metodológica	16
Teorías generales	19
Teorías sustantivas	21
Estrategias pedagógicas	24
El constructivismo	28
Marco metodológico.....	33
Estrategias sugeridas para el desarrollo de habilidades	43
Diseño del sistema	43
Estrategias andragógicas sugeridas	44
Elaborar diarios personales con los estudiantes	45
Formular de cinco maneras diferentes una misma interrogante	47
Ejercicios de gimnasia cerebral	49
Lectura de libros	51
Dinámicas para una escucha activa	53
Estrategias verbales lingüísticas	56
Resultados.....	59
Bibliografía .....	63



## **Prólogo**

El estudiante universitario, en los actuales momentos, se encuentra más involucrado con los procesos investigativos educativos y científicos, lo que demanda en su formación académica, habilidades comunicacionales las cuales se pueden desarrollar con la aplicación de la Lingüística como ciencia que estudia el lenguaje humano y el uso correcto de sus terminologías, por lo cual, es necesario elaborar una guía de estrategias didácticas para desarrollar habilidades en la elaboración de instrumentos de investigación específicamente en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, partiendo en que las metodologías pedagógicas están desactualizadas en relación con las exigencias del campo laboral y científico y que los egresados presentan falencias en el diseño de herramientas para la investigación de campo aplicadas a las entrevistas, encuestas, focus group y otras técnicas para la investigación científica, por no contar con fundamentos teóricos, didácticos y metodológicos avanzados. El constructivismo explica en muchas formas

como a partir de la experiencia propia se puede desarrollar en el conocimiento humano las habilidades de armar interrogantes para recoger información de forma más acertada por cuanto asimila de sus propias experiencias mejores estructuras mentales y desarrolla habilidades propias de un investigador. Finalmente, conforme lo destaca Vygotsky, la formación del estudiante investigador debe estar mediada por el docente y por sus compañeros, para sacarle el mejor de los provechos al aprendizaje creativo en los estudiantes.





## **Introducción**

Las exigencias del mundo moderno demanda que las personas en cualquier área donde desarrollan sus actividades cotidianas cuenten con habilidades y destrezas de diferentes índoles, especialmente en las comunicacionales, por ser las que permiten transmitir ideas de forma clara y concisa, así también como, saber escuchar para desarrollar un sentido crítico y llegar a la toma de decisiones más acertada. Es necesario que se tenga claro lo que comprende el término de la comunicación, tan utilizado, pero poco asimilada la importancia que tiene su correcta aplicación.

La comunicación es una actividad no solo para los humanos sino también para los animales, que va más allá de recibir un mensaje y procesarlo, que no solo involucra a un emisor y un receptor; es un proceso de intercambio o de transmisión de información, mensajes, ideas, significados o contenidos a través de símbolos, signos, representaciones, con la sola intención de llegar a la parte cognitiva del receptor para provocar una respuesta en su

conducta. El comunicarse puede llevar diferentes objetivos, entre los cuales puede ser para informar, persuadir, estimular entretener, y otros.

Por esta razón, el comunicarse necesita de habilidades para manejar correctamente los elementos, especialmente los códigos para que el mensaje no se contamine con el uso incorrecto de las expresiones y no llene las expectativas teóricas asociadas a los mismos. Los pensadores como CRAIG (1999) presenta diferentes concepciones de la comunicación y de diferentes ámbitos, por ejemplo, el concepto tradicional que presenta a la comunicación como un arte práctico del discurso, la semiótica resalta la interpretación subjetiva de los signos; la cibernética como el procesamiento de información; la psicología como la interacción e influencia de los individuos; la socio-cultura como la reproducción del orden social, y así con tantas otras ciencias.

El papel del docente pasa a tomar mucha importancia, si se considera, que el uso de algunos instrumentos de investigación empírica no permite una adecuada recolección de datos y que la metodología no responde

a procesos pedagógicos que llene de manera efectiva las expectativas formativas de los estudiantes. Este entorno permite referir que los procesos de formación aplicados por los docentes no son los adecuados para las exigencias del mundo moderno en el campo de la investigación de mercados, situación que nos lleva al planteamiento del problema de investigación:

En el ejercicio de la docencia en los últimos años se ha podido detectar que existe una cierta “pereza lectora” en los jóvenes estudiantes universitarios, lo que conduce a pensar que algo está sucediendo en la formación previa antes de ingresar a la universidad, por lo que el objeto de estudio de la presente investigación cualitativa se centra en la Lingüística con la finalidad de despertar la curiosidad y amor a la lectura como desarrollo del pensamiento crítico en los estudiantes universitarios de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Para el análisis del estudio de caso es relevante realizarse la pregunta que guiará el proceso investigativo.



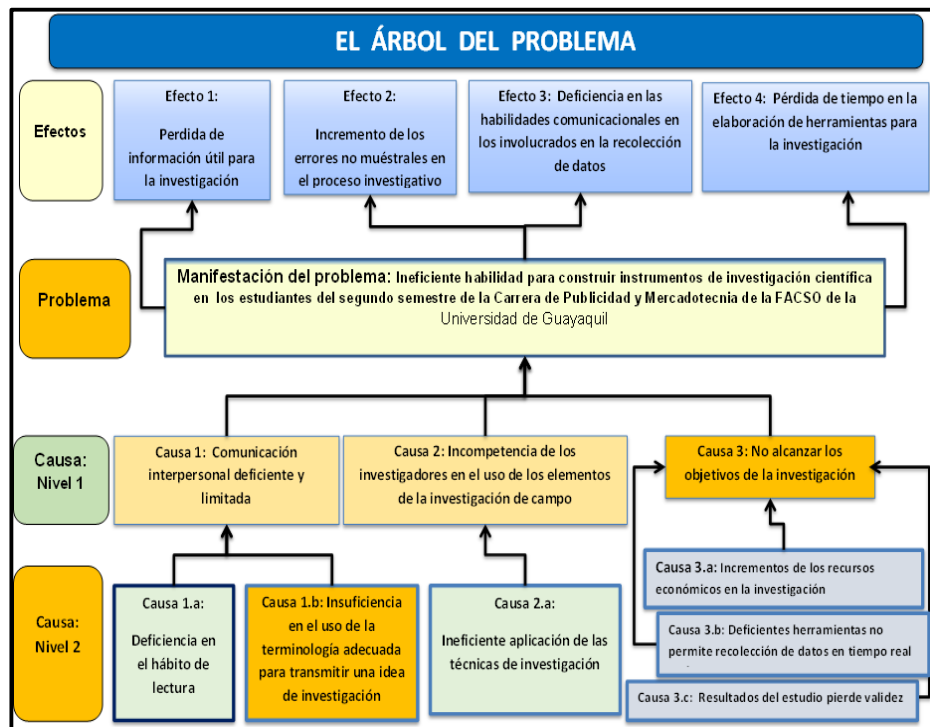
## **Delimitación del problema**

La ineficiente habilidad al momento de construir instrumentos de investigación en los estudiantes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de la Facultad de Comunicación Social en la Universidad de Guayaquil no permite el desarrollo adecuado de las investigaciones dentro de los cronogramas de actividades establecidos, por cuanto la recolección de los datos presenta errores muestrales que dificultan la tarea en este campo.

Esto genera una situación de conflicto en la formación de los futuros investigadores de mercado, lo que incrementa los errores en la toma de decisiones de los que manejan la información, creando desconfianza en todos los procesos a lo largo de la ejecución de un estudio de mercado y por consiguiente incrementando los problemas en el campo social y comercial donde se desarrolla la mercadotecnia.

Para el planteamiento del problema se creó el análisis de las causas y consecuencias que se detalla a continuación.

**Tabla 1.- Árbol del problema**



Elaborado por: David Villamar Cedeño

El cuadro de categorías, dimensiones, instrumentos y unidades de análisis da la pauta para tener en claro el planteamiento del problema el cual se detalla a continuación.

## **Justificación**

El libro se justifica en la medida que, al haber carencias en el uso de la lingüística para desarrollar habilidades investigativas en los docentes, esto impide que haya calidad en la educación que conlleva a la formación de un estudiante carente de planificación y de dar soluciones a problemas de investigación.

El estudiante debe ser preparado eficientemente para de esta manera poder plantear soluciones desde el punto de vista de la ciencia, se desea optimizar la preparación del docente investigador desarrollando habilidades para formular preguntas de investigación, por lo tanto, es conveniente realizar este trabajo de investigación para encontrar estrategias motivantes que disminuyan el comportamiento apático a la lectura de textos, fenómeno que se ha convertido en una constante a nivel de la mayoría de los estudiantes universitarios, el estudio tiene una relevancia significativa, dado que es la puerta de entrada al aspecto cognitivo activo que permite la



comprensión lectora, el cuestionamiento y el crecimiento intelectual.

A través de las estrategias aplicables, especialmente las lingüísticas didácticas, se podrá desarrollar en el estudiante habilidades inherentes en el perfil del investigador fomentando las competencias en el diseño de las herramientas para la recolección de los datos en una investigación de mercados que permita llegar a la toma de decisiones minimizando los riesgos al error. Al crear el hábito a la lectura en los estudiantes universitarios, se estará potenciando el desarrollo del pensamiento crítico, formando a un mejor ser humano, un profesional competente, un padre de familia que replicará este hábito en sus hijos y de esta manera construir una sociedad con muchas más opciones de superación y ser capaz de enfrentar las exigencias del mundo moderno.

## **Premisa**

Partiendo de los fundamentos teóricos, didácticos y metodológicos de la educación superior, y el análisis categorial en cuanto al aporte de la lingüística para el desarrollo de las habilidades que permitan construir interrogantes de investigación y pensamiento crítico a través de estrategias didácticas, dirigido a los estudiantes de Publicidad y mercadotecnia de la Facultad de Comunicación Sociales de la Universidad de Guayaquil.

## **Estrategia metodológica**

Creación de estrategias metodológica basada en la lingüística para los estudiantes de Publicidad y Mercadotecnia en la asignatura investigación de mercado que permita desarrollar habilidades en la elaboración de las herramientas aplicables para las diferentes técnicas de investigación.



## Fundamentación teórica

El saber comunicar una idea depende mucho del uso correcto de las palabras ya que ciertos términos no da a entender lo mismo por cuanto depende de la región del país o de la localidad donde se la aplique, incluso pueden tener significados opuestos, por ejemplo, en Buenos Aires un "curro" es la explotación de una idea o producto para hacer dinero fácil, mientras que en España es un sinónimo de "trabajo". Vale citar lo expresado por el intelectual Joseph T. Shipley, quien dijo: *"A través del estudio de la historia de la palabra es como podremos comprender cómo piensan y han pensado los hombres que van moldeando el curso de las civilizaciones"*.

**<http://www.importancia.org/palabras.php>**.

Esto demanda para quienes utilizan las palabras para diseñar herramientas de investigación al formular preguntas para una encuesta o una entrevista en la investigación de mercado específicamente, pongan mucho cuidado en la selección de estos términos lingüísticos por cuanto una palabra tiene diferentes enfoques ya sean morfológicos, semánticos y otros.

## **Teorías generales**

El involucrar la toma de decisiones en cualquier campo de desarrollo humano, demanda de capacidades y competencias en todos los involucrados para asumir esa responsabilidad, como lo dijo: *“La investigación de mercados no es un fin, es un medio para alcanzar un fin: la toma de decisiones”* Peter Chismall (Chismall, 2005), por lo tanto a los estudiantes universitarios que se preparan para laborar en esta área, hay que desarrollar en ellos habilidades y destrezas acordes a las exigencias de este campo laboral. Al referirnos específicamente en la investigación de mercados, entonces, se necesitan estudiantes investigadores diestros en todas las áreas de la investigación, especialmente en el diseño y preparación del instrumental a utilizar para la elaboración de las tareas involucradas en el proceso investigativo.

Los investigadores de mercados deben contar con las personas idóneas para que diseñen las herramientas adecuadas para la recolección de los datos, así lo resalta

Jorge Prieto Herrera, *“El que elabore los instrumentos de investigación debe ser personas altamente calificadas, conocer sobre educación, costumbres, religión y demás elementos influyentes en una investigación de mercados”*. (Herrera, 2009)

En el campo de la investigación de mercado hay dos actividades claves para llegar a un buen fin, el cálculo del tamaño de la muestra y el diseño del cuestionario de preguntas que es el instrumento por medio del cual se va a obtener todos los datos a procesar y transformarlos en información y estas en decisiones, así también lo resalta Téllez: *“La investigación de mercados es el instrumento técnico que le permite a la empresa acercarse al mercado para conocerlo, atenderlo y satisfacerlo”*. (Tellez, 2009)

Refiere Goodman (1996:25) *“la lectura es un proceso durante el cual el lector interactúa con el texto y va construyendo significados con sus conocimientos previos conceptuales, letrados y las claves lingüísticas que el texto le ofrece”*. En donde, el lector es un sujeto activo que tiene diferentes intenciones de lectura y para comprender lo

que va leyendo aporta sus propios conocimientos, a la vez que formula hipótesis y se plantea interrogantes. Los aportes significativos que ofrece el texto son: los elementos de coherencia, la cohesión, la estructura textual y el léxico, entre otros.

### **Teorías sustantivas**

Para Vygotsky (1979) es fundamental en los procesos de aprendizaje la comunicación verbal entre el profesor - alumno y entre alumno- alumno. De allí surge su conocida teoría de "la zona del desarrollo próximo", la cual se refiere a la existencia de ciertas zonas entre diversas etapas del desarrollo, donde el alumno es capaz de adquirir y realizar operaciones que corresponden a una etapa ulterior de aquella en la que se encuentra.

Esto es posible mediante la ayuda del adulto o en colaboración con otros compañeros que están más avanzados. En conclusión, para este científico, la instrucción debe situarse en la zona de desarrollo próximo

y debe estar mediada por el docente y por sus compañeros. El desarrollo cognitivo para Jean Piaget consiste en la adquisición sucesiva de estructuras lógicas cada vez más complejas que subyacen en las distintas áreas y situaciones que el sujeto es capaz de ir resolviendo a medida que crece. Ausubel, plantea que en cualquier nivel educativo el alumno ya sabe algo sobre lo que queremos enseñarle y es sobre esa base que se asentará lo nuevo.

Desde el punto de vista de varios autores especialmente sobre el constructivismo, coinciden en que el aprendizaje que genere desarrollo de habilidades, es una situación dinámica que ejerce el lector y el autor, que es un interactuar constante donde el lector asimila o descarta lo que le interesa conocer y lo aplica para lograr mejores desempeños, como se puede notar en los nuevos avances tecnológicos referidos a las TIC'S, factor generador del desarrollo global y la que produce cambios rápidos en las habilidades en la sociedad en sus nuevos estilos comunicacionales, en donde la conectividad es la razón



de ser del ser humano, hoy no se concibe a una persona si no está conectado a un aparato tecnológico.

Así lo menciona la UNESCO (2014:15) en donde indica que la sociedad actual, llamada de la información, insiste en cambios en los sistemas educativos de manera que se vuelvan más flexibles y accesibles, con menor costo y a los que tengan acceso los ciudadanos en cualquier momento de su vida, en donde las instituciones educativas de formación superior, deben revisar sus referentes actuales y promover experiencias innovadoras en los procesos de enseñanza y aprendizaje apoyadas en las TIC'S, cuyo énfasis debe realizarse en la docencia, incluir cambios en las estrategias didácticas y los sistemas de comunicación, especialmente cuando se está llevando a cabo una investigación de cualquier índole.

## **Estrategias pedagógicas**

La progresiva popularidad de la encuesta en la metodología cuantitativa hace necesaria una revisión crítica del hacer y el deber en su diseño y ejecución.

En la elaboración de las herramientas de investigación conforme lo describe María Cea D' Ancona, en su libro *Métodos de encuestas*, hace referencia sobre la importancia que tienen las mismas en su diseño, en lo que coincido con su apreciación por cuanto de la calidad de las herramientas depende del logro de los objetivos. Si bien el termino calidad es muy subjetivo, en esta ocasión se está refiriendo al 0 % de error en todos los procesos de diseño las herramientas de la técnica a ejecutar en la investigación.

Gemma García Ferrer, reconocida escritora y docente universitaria en Madrid, detalla en la página 37 de su libro "Investigación Comercial" que las herramientas de investigación comercial, *"No deben contener errores que repercutan en los resultados de la encuesta"*, por lo tanto, necesita de especialistas con sofisticadas técnicas para la

creación de herramientas con los últimos avances como por ejemplo el neuromarketing.

*El Neuromarketing, neuromercadotecnia o neuromercadeo consiste en la aplicación de técnicas pertenecientes a las neurociencia al ámbito de la mercadotecnia , analizando cuáles son los niveles de emoción, atención y memoria que poseen los diferentes estímulos percibidos de forma consciente o subconsciente con la intención a mejorar la gestión de recursos en la empresas sin incrementar los gastos innecesariamente y aumentar los productos que existen en el mercado, así se mejora el bienestar social y se entiende la toma de decisión del consumidor. Es un avance dentro de la mercadotecnia, que sigue evolucionando y dando pasos complementarios, en el conocimiento del comportamiento del consumidor. En ese avance se complementa de los estudios y avances, existentes dentro del rigor científico de la neurociencia. Bermejo, P.E. (2014). Neuroeconomía. "Cómo piensan las empresas". LID Editorial.*

Dentro de las posibles herramientas tecnológicas están la conductancia eléctrica de la piel, la electromiografía, la

tasa cardíaca, la amplitud torácica, el electrocardiograma, el electroencefalograma, el seguimiento de ojos o la Resonancia Magnética Funcional, es importante destacar que ninguna de estas tecnologías de forma aislada consigue los niveles óptimos de rigurosidad para aportar conclusiones claras en el ámbito empresarial.

Existen otras que no están avaladas por la comunidad científica como es el reconocimiento facial de emociones o algunos tipos de electroencefalogramas, debido a su falta de validación o a respuestas dispersas que no son clarificadoras para una empresa, por ejemplo: la conclusión de que un producto genera "felicidad", siendo el concepto de felicidad. A su vez se utilizan métodos tales como la psicometría.

Al usar el marketing tradicional, las preguntas más frecuentes que los publicistas solían plantearse eran, ¿Qué debemos poner en el contenido de un comercial para tener un mayor impacto dentro de la audiencia?, ¿cómo tenemos que presentar nuestras fuerzas de ventas para que puedan ser competitivas ante otras fuerzas de venta?,

¿qué estrategias podemos usar en cuanto al precio de nuestros productos o servicios?, ¿cómo debemos investigar a nuestro mercado para saber lo que realmente sienten, quieren y piensan?, ¿cómo podemos lograr la fidelidad del cliente hacia nuestra marca?, ¿cuántas veces tenemos que repetir nuestra publicidad y cuáles son los medios más efectivos?

Estas son algunas de las preguntas más constantes que pueden hacerse dentro de los que trabajan con el mercadeo de las empresas.

## **El constructivismo**

Se resalta el constructivismo en este estudio de caso por ser el que se fundamenta en la filosofía, psicología, sociología y educación. El verbo construir tiene su raíz del *latin struere*, que significa “arreglar” o “dar estructura”. Se conceptualiza como la idea central que tiene el aprendizaje humano, que la mente humana genera nuevos conocimientos a partir de las enseñanzas o experiencias propias que adquiere por los diferentes sentidos y es el que permite desarrollar habilidades y destrezas en los estudiantes más aún en la parte comunicacional como lo detallaba el padre del constructivismo, Vygotsky.

El constructivismo es en el aspecto epistemológico es una teoría que intenta explicar cuál es la naturaleza del conocimiento humano en donde el aprendizaje es activo, una persona que aprende algo nuevo, lo asimila a sus propias experiencias y estructuras mentales, es un proceso subjetivo donde cada individuo va modificando de

manera constante a la luz de sus experiencias (Ramos, 2007).

En cuanto al proceso de enseñanza aprendizaje se considera tres aspectos que ha sufrido la educación: a) su naturaleza, b) el lugar y c) el papel a desempeñar los estudiantes y profesores.

Tim O'Reilly, creador de la Web 2.0, señala que "la red como plataforma, que abarca todos los aparatos de conexión" se ha vuelto una herramienta muy importante para darle sentido y cobertura a los intereses de los estudiantes-docentes en la aventura de navegar y permanecer conectados.

La conexión entre la tecnología y el aprendizaje no es un hecho aislado, sino más bien están muy relacionados en la educación moderna, debido a que el docente se vale de las herramientas tecnológicas para desarrollar las aulas virtuales, de interactividad, desarrollando tareas, evaluaciones, trabajos, etc. que le permiten interactuar con el estudiante, esto da espacio a la elaboración de

guías metodológicas para desarrollar habilidades en el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes.

Leer es uno de los mayores placeres de la vida, no sólo como una distracción, sino también como una permanente construcción y rectificación del conocimiento y de nosotros mismos. La lectura no solo proporciona información (instrucción) sino que forma (educa) creando hábitos de reflexión, análisis, esfuerzo, concentración y recrea, entretiene y distrae. Una persona con hábito de lectura posee autonomía cognitiva, es decir, está preparada para aprender por sí mismo durante toda la vida, porque la lectura: ayuda al desarrollo y perfeccionamiento del lenguaje, mejora la expresión oral y escrita y hace el lenguaje más fluido. Aumenta el vocabulario y mejora la redacción y ortografía, facilita la expresión del propio pensamiento y posibilita la capacidad de pensar.

Para entender el porqué de la desmotivación lectora se identifican algunos componentes causales: deficiencias en la decodificación, escasez de vocabulario, escasez de conocimientos previos, problemas de memoria



(saturación), carencia de estrategias lectoras, y en la formación investigativa, pocas habilidades al momento de diseñar una encuesta o entrevista que son técnicas indispensables en todo investigador.

La investigación por desarrollar en este libro se caracteriza por su trascendencia, pertinencia y aportaciones; la trascendencia de esta investigación es debida a que los resultados que se obtengan permitirán en el futuro que los docentes mejoren el diseño y la aplicación de estrategias durante el acto educativo, beneficiando con esto el proceso de enseñanza- aprendizaje de los estudiantes, ya que estas apoyan el logro del objetivo de la investigación.

Es pertinente, en cuanto el estudiante gana en confianza en la forma de aplicar sus conocimientos en una actividad muy importante a desarrollar en el campo profesional como es la investigación de mercados. Exigencias que propicien una de la actividad de aprendizaje con el mundo de la vida, donde este cobre verdadero significado (Silvestre, 1991). El estudiante que aprende a aprender tiene doble valor, y esta estrategia se cumple cuando el aprenda a diseñar una herramienta para la

investigación de mercados, podrá “desenvolverse en cualquier momento y lugar donde la investigación lo amerite. *El aprendizaje mediante estrategias, es decir, a través de la toma consciente de decisiones, promueve el aprendizaje significativo (en el sentido de Ausubel, 1963) puesto que no se trata sólo de aprender a utilizar procedimientos, sino a valorar las condiciones de su utilización y su efecto en el proceso de resolución de la tarea*”. Fuente: GARCÍA Guardilla, Carmen: Situación y principales dinámicas de transformación de la Educación en Superior en América Latina. Ediciones IESAC/UNESCO. 3era. Edición Pág. 287. 1998.

## Marco metodológico

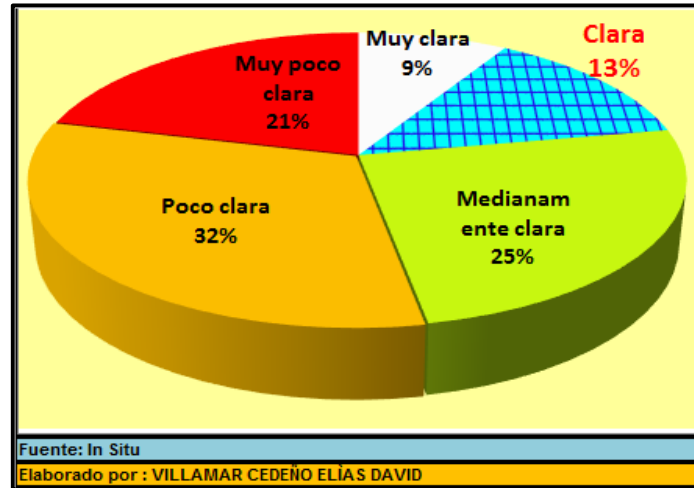
La investigación cualitativa se caracteriza por ser Inductiva, holística, interactiva y reflexiva, humanista, abierta por lo cual el estudio de casos es ideal para el análisis profundo que se realiza del tema antes indicado, apoyándose en el cuadro de categorías, dimensiones, instrumentos y unidades de análisis para una mejor comprensión y planteamiento del problema en cuestión el cual se lo presenta a continuación en el gráfico 2. ´

**Gráfico 1.- CDIU. Planteamiento del problema**

<b>PROBLEMA: Ineficiente habilidad para construir instrumentos de investigación científica en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil</b>			
<b>TABLA C. D. I. U. (Causas del problema)</b>			
<b>CATEGORIAS</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>UNIDAD DE ANÁLISIS</b>
La lingüística	Número de interrogantes abordadas y despejadas en una entrevista	Guión de preguntas para una entrevista	Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social carrera de Publicidad y Mercadotecnia de la UG.
Incompetencia en el uso de instrumentos de investigación de campo	Uso correcto de las herramientas de investigación en problemáticas de diferentes casos	Fichas de observación	
No alcanzar los objetivos de la investigación	Evaluar los procesos de la investigación	Hoja de cotejo	

**Pregunta uno.** - La estructura de las preguntas formuladas en el cuestionario, ¿Qué tan clara es?

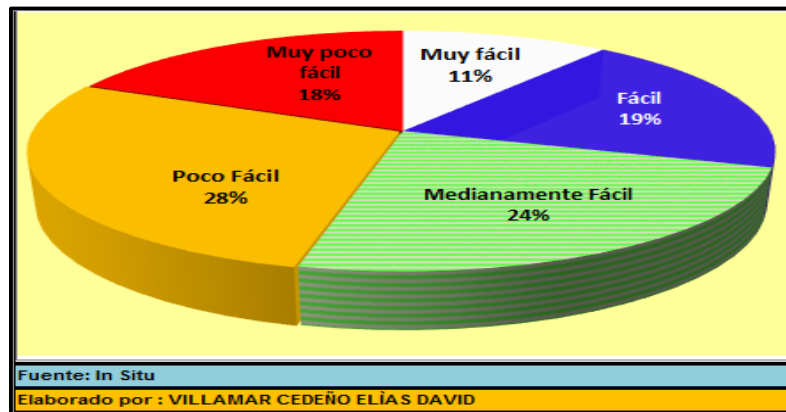
**Gráfico 2.** Datos de pregunta uno



La gráfica muestra que el 47 % están en el rango de muy clara a medianamente clara, lo que permite visualizar que la gran mayoría (53 %), no tienen muy clara lo que se pregunta, es decir, los estudiantes deben mejorar la formulación de las interrogantes de investigación para alcanzar los objetivos del estudio.

**Pregunta dos.**- La terminología utilizada, ¿Qué tan fácil es de comprender?

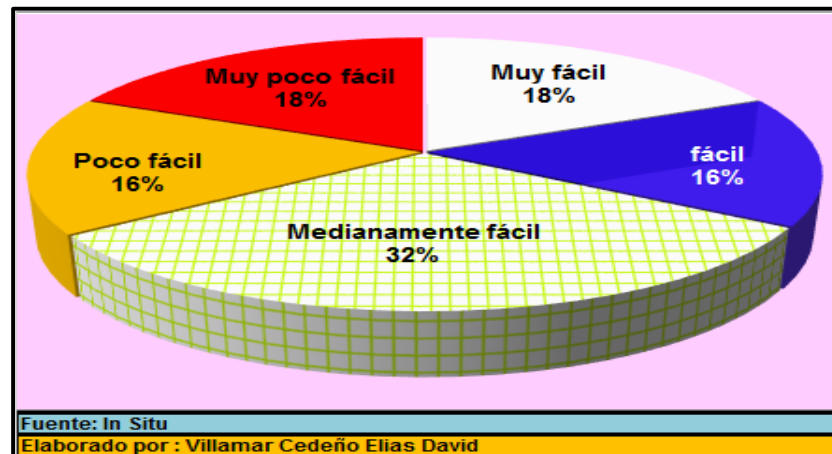
**Gráfico 3.-** Datos de pregunta dos



Por los porcentajes que se visualizan en la gráfica, se entiende que la terminología que utilizan los estudiantes al momento de diseñar las preguntas, si utilizan una terminología fácil de entender de parte de los encuestados, así se demuestra en el 54 % de consultados quienes expresan que estuvo entre muy fácil a medianamente fácil entender las preguntas. Esto significa que en cuanto a terminología no es tanto el problema, sino en armar toda la pregunta.

**Pregunta tres.-** El diseño del cuestionario de preguntas,  
¿Es fácil de manipular de parte del encuestado?

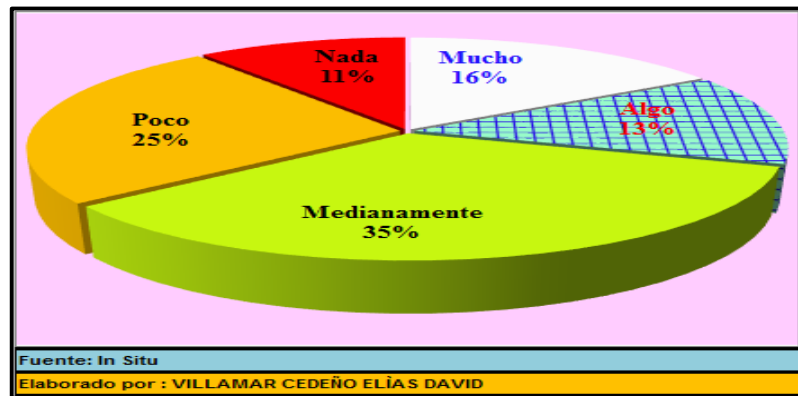
**Gráfico 4.-** Datos de pregunta tres



En cuanto al diseño y la facilidad de aplicar el cuestionario de preguntas no es un problema para los estudiantes así lo indican el 66% de todos aquellos que califican entre muy fácil y medianamente fácil para el encuestado. Es importante, que los indicadores de ese 34 % se reduzcan por cuanto no deja de ser alto en relación con la facilidad que debe tener un cuestionario de preguntas para el desarrollo de una investigación.

**Pregunta cuatro.-** ¿Existe congruencia entre lo que se pregunta y lo que se investiga?

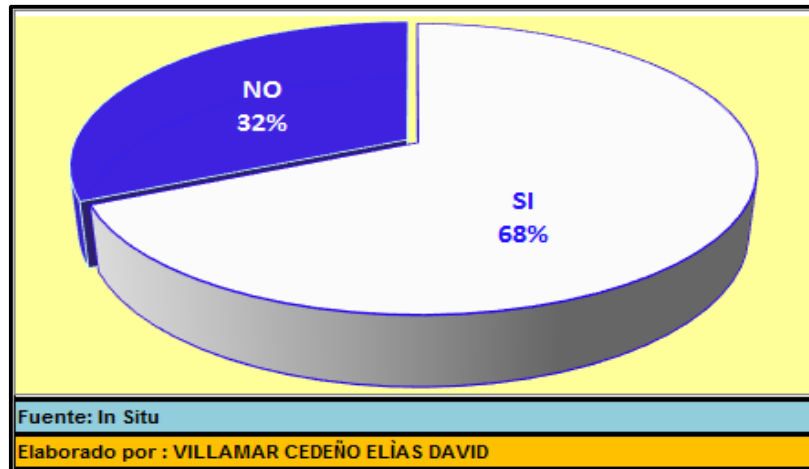
**Gráfico 5.-** Datos de pregunta cuatro



La congruencia que debe existir entre lo que se pregunta y lo que se investiga es de suma importancia para alcanzar los objetivos del estudio, y lo que demuestra estos estadísticos permite interpretar el 51% están de acuerdo con que existe medianamente y mucha congruencia, pero es preocupante el alto porcentaje que hay entre el nada, algo y poca congruencia (49 %), por lo que es necesario y urgente reforzar en estas deficiencias para mejorar la formación del estudiante investigador

**Pregunta cinco.-** ¿El instrumento está diseñado como para que el encuestador no provoque sesgos?

**Gráfico 6.-** Datos de pregunta cinco

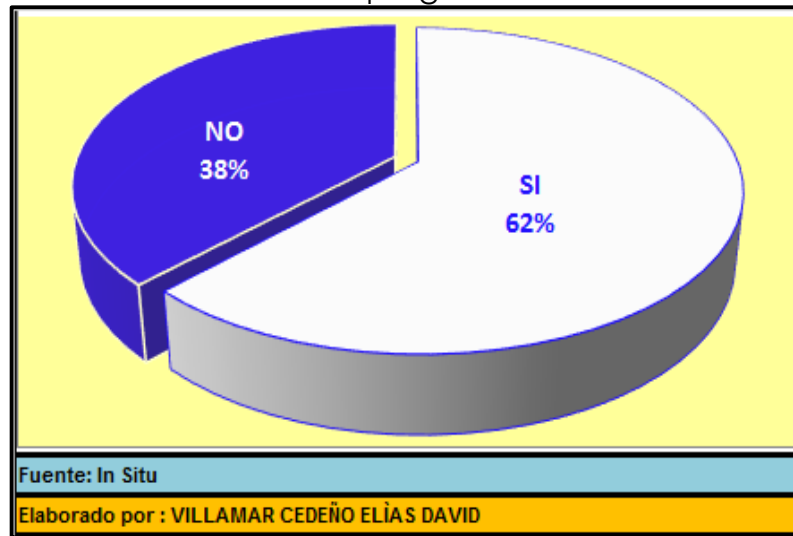


Para el análisis de estos indicadores voy a centrar el mismo en ese 32% que consideran que de alguna manera se puede contaminar la información por parte del encuestador y que la calidad de los datos que se recolectan ya no sería la misma. Por lo tanto se debe de reforzar en la formación del estudiante investigador, el sentido crítico y ético de toda persona que se involucra en el desarrollo de un estudio de mercados.

**Pregunta seis.-** ¿Las preguntas no tiene ambigüedades?



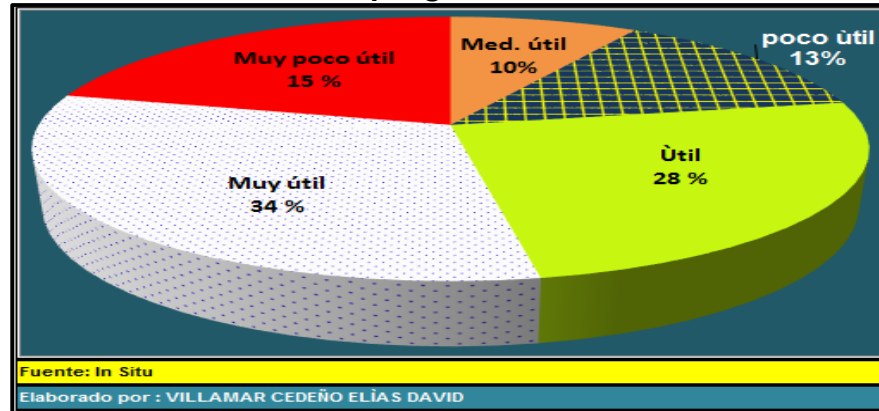
**Gráfico 7.-** Datos de pregunta seis



La ambigüedad en una respuesta al momento de procesar los datos es reducir la nuestra que se está aplicando por cuanto no se podría tabular la totalidad de las respuestas, por lo tanto, el 38% de los consultados consideran que, si tienen ambigüedad, es importante corregir estas falencias en los estudiantes diseñadores del cuestionario y que los datos extraídos de los encuestados, permita contar con datos que asegure la calidad de la información para la investigación.

**Pregunta siete.-** ¿Qué tan útil sería un manual didáctico para desarrollar destrezas y habilidades en el estudiante para diseñar preguntas de investigación?

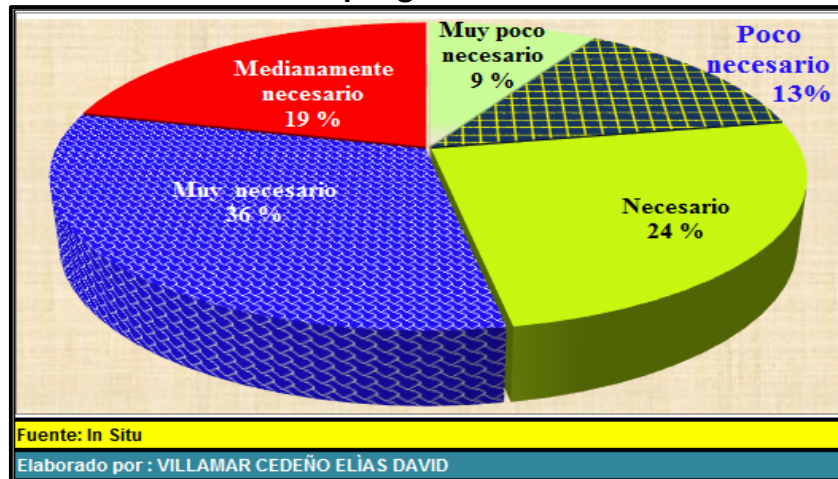
**Gráfico 8.- Datos de pregunta siete**



La utilidad de un manual didáctico llama la atención a un 62 % que corresponde a muy útil y útil, dejando claro que la propuesta de este estudio llama la atención y es vista de buena forma entre los estudiantes como una alternativa ideal para mejorar la capacidad de diseño de los investigadores en la creación de las herramientas de investigación. Pero hay que considerar otras estrategias por cuanto el 38% no le tiene mucha aceptación a la propuesta formulada, siendo un porcentaje considerable y altamente decisor que espera nuevas formas de resolver el problema en estudio.

**Pregunta ocho.-** ¿Qué tan necesario es que se dé otro tipo de enseñanzas aprendizaje en los estudiantes de segundo semestre en cuanto al diseño de preguntas para encuestas?

**Gráfico 9.- Datos de pregunta ocho**



El buscar nuevas metodologías de enseñanza para el desarrollo de habilidades en los estudiantes investigadores es clave para la educación del siglo XXI, así lo dan a entender el 60 % de los consultados, por lo que se recomienda que se revisen los syllabus de la asignatura de investigación de mercados y se promuevan estrategias de diseño de herramientas de investigación acorde a las exigencias del campo laboral actual.



## **Estrategias sugeridas para el desarrollo de habilidades**

Se propone el manejo de estrategias didácticas para desarrollar habilidades en la elaboración de instrumentos de investigación de mercados, aplicada en talleres dinámicos grupales donde los estudiantes puedan desarrollar su acervo cultural, apoyados en la lingüística, que permita a los docentes de la asignatura Investigación de mercados desarrollar habilidades comunicacionales para un mejor diseño en las herramientas creadas para una recolección de datos sean estos cualitativos o cuantitativos, en los estudiantes del 2do semestre de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de la Facultad de Comunicación Social en la Universidad de Guayaquil.

## **Diseño del sistema**

El diseño de un sistema de talleres metodológicos sobre tareas docentes para el desarrollo de estrategias de aprendizaje basada en el aprendizaje significativo de los

estudiantes contribuirá en la formación y el desarrollo de habilidades en el estudiante en el campo de la investigación de mercados en la carrera de Publicidad y mercadotecnia facilitando la recolección de datos para cualquier tipo de mercados en estudio.

### **Estrategias andragógicas sugeridas**

El investigador de mercados y aquel que diseña los instrumentos para la investigación, debe manejar, además, de una buena comunicación interpersonal para extraer la información requerida, la comunicación no verbal o corporal porque en ella también se puede extraer mucha información valdeada. Este tipo de comunicación por lo general es descuidado por los docentes al momento de planificar los syllabus y detallar los diferentes talleres a desarrollar en el aula, por lo tanto, se sugiere aplicar estrategias que abarquen todos los tipos de comunicación. He aquí algunas estrategias que ayudaran a los docentes a direccionar el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

## **Elaborar diarios personales con los estudiantes**

Consiste en motivar a los estudiantes a escribir en un diario todas sus actividades que ellos realizan en lo que va del día con el objetivo de crear en ellos un espíritu reflexivo que es muy necesario en el investigador por cuanto crea modos particulares de actuar, pensar, discernir, es decir, otra forma de aprender. (Zabalza, 2004).

Esta estrategia consiste básicamente en anotar en un diario toda la información sobre los hechos y la evolución que estos van experimentando a través del tiempo. De esta manera se puede obtener información sincrónica y diacrónica, ambas cualidades desarrolla en el estudiante la conciencia de la acción, la información analítica, constituye componentes esenciales en la formación permanente.

**DISEÑO Y ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: PRUEBA ESCRITA**

**MATRIZ DE EVALUACIÓN**

CAPACIDAD DE AREA	Contenidos	CUBO	PRISMA	PIRAMIDE	CILINDRO	CONO	ESFERA	Puntaje	Porcentaje %
	Capacidad específica								
Comunicación matemática	GRAFICA		Prismas según sus bases (1,2)					2	10
	RECONOCE				los elementos de un cilindro (1,0,5)			0,5	2,5
	IDENTIFICA					los elementos de un cono (1,0,5)		0,5	2,5
Razonamiento y demostración	CLASIFICA			las pirámides según sea sus lados (1,2)				2	10
	DISCRIMINA				las características de un cilindro (1,1,5)		las características de una esfera. (1,1,5)	3	15
Resolución de problemas	DETERMINA	el área de un cubo (1,2)	el área lateral, total y volumen de un prisma (1,2)	el área lateral de una pirámide (1,2)	el área total y volumen de un cilindro (1,2)	el volumen de un cono (1,2)	el volumen de una esfera (1,2)	12	60
Puntaje		2	4	4	4	2,5	3,5	20	
Porcentaje %		10	20	20	20	12,5	17,5		100



## **Formular de cinco maneras diferentes una misma interrogante**

Consiste en pedirle al estudiante que formular de cinco maneras diferentes una misma interrogante con el objetivo de incrementar los términos gramaticales utilizados en la formulación de las oraciones y de esta manera ayudar al estudiante el uso de nuevas palabras y por ende el incremento de palabras en las conversaciones de uso diario. Esto desarrollará el acervo cultural y tendrá mejores opciones al diseñar las interrogantes como instrumentos de investigación en un estudio de mercados. La frecuencia con que realicen este tipo de talleres desarrollará las habilidades comunicacionales no solo al desarrollar preguntas sino al entablar conversaciones de toda índole.

## LLEVAR A CABO UNA PRE PRUEBA O REVISION ANTES DE ELABORAR EL BORRADOR FINAL

### EN TERMINOS DE APARIENCIA FÍSICA

- ❖ ¿El cuestionario interesará a los encuestados y los motivará para que cooperen? ¿el cuestionario es "agradable"?
- ❖ ¿El cuestionario incluye introducciones breves y precisas?
- ❖ ¿El formato es propicio al método de ingreso de datos?

## **Ejercicios de gimnasia cerebral**

Esta estrategia se recomienda con la finalidad de conectar los dos hemisferios mentales, aprovechando que las neuronas van a aprovechar todos los ejercicios no importando la edad de las personas, lo que permite mantener muy ágil el cerebro. Las actividades desarrolladas en estas tareas, romper con la rutina, los diestros utilizar más la izquierda, leer un libro al revés, escribir de derecha a izquierda como lo hacía Leonardo Da Vinci.

Los beneficios que se pueden lograr al desarrollar estos ejercicios para integrar activamente el cerebro con el cuerpo en la aventura de aprender son eliminar hábitos generados por el stress que dificultan el aprendizaje, mejora la actitud, las matemáticas, la concentración, el ritmo musical y el arte. Este tipo de ejercicios le ayudara al estudiante investigador por cuanto le da mayor creatividad para aplicar la inteligencia matemática y poder analizar de manera más coherente los cuadros

estadísticos que mucha relación tienen con los investigadores de mercados.



## **Lectura de libros**

Considerar la lectura de libros dentro de las actividades con los estudiantes es muy provechoso por cuanto enriquece mucho de los aspectos del ser humano no solo en el campo académico. La lectura es una de las actividades más complejas para el cerebro por cuanto interconecta un sofisticado sistema de neuronas, desarrollando la empatía, la creatividad, mejora la retentiva, relaja el cuerpo y la mente transportándolo a un estado de calma y tranquilidad.

Para el estudiante investigador será de mucha ayuda por cuanto, le desarrolla el sentido crítico y la correcta escritura de las palabras y esto entrena al cerebro para cuando necesite escribir informes finales de las investigaciones realizadas, saber redactar las observaciones y recomendaciones. Este tipo de talleres le fomentará el desarrollo del espíritu de investigación porque si no se conoce algún término dentro de la lectura,

lo llevará a profundizar la investigación. La lectura, por consiguiente, siempre impulsa a ir más allá.

## **Dinámicas para una escucha activa**

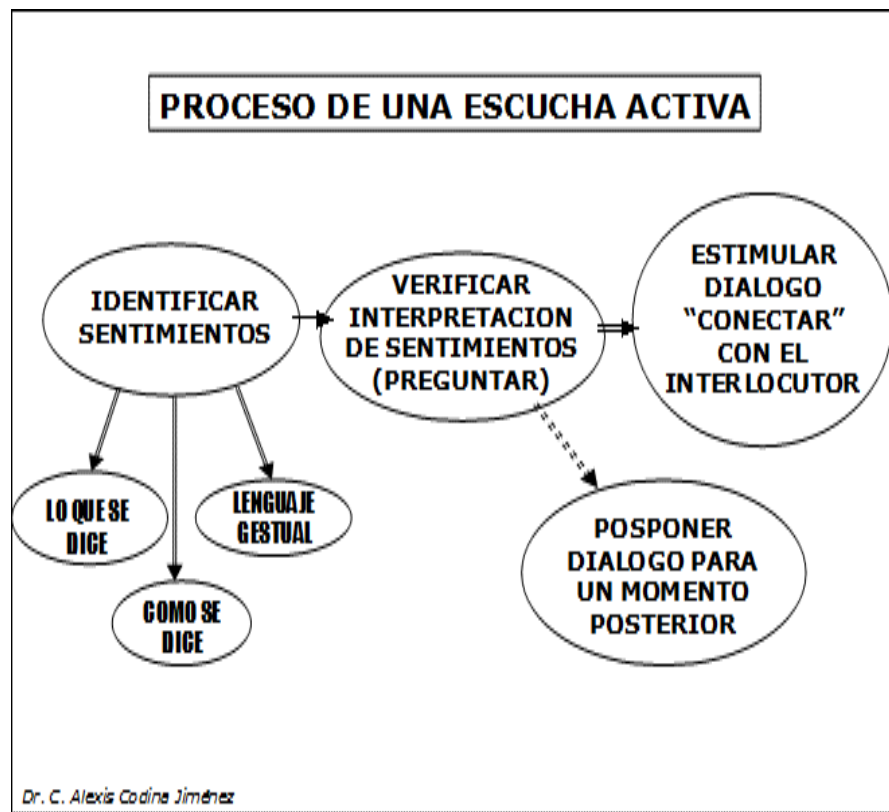
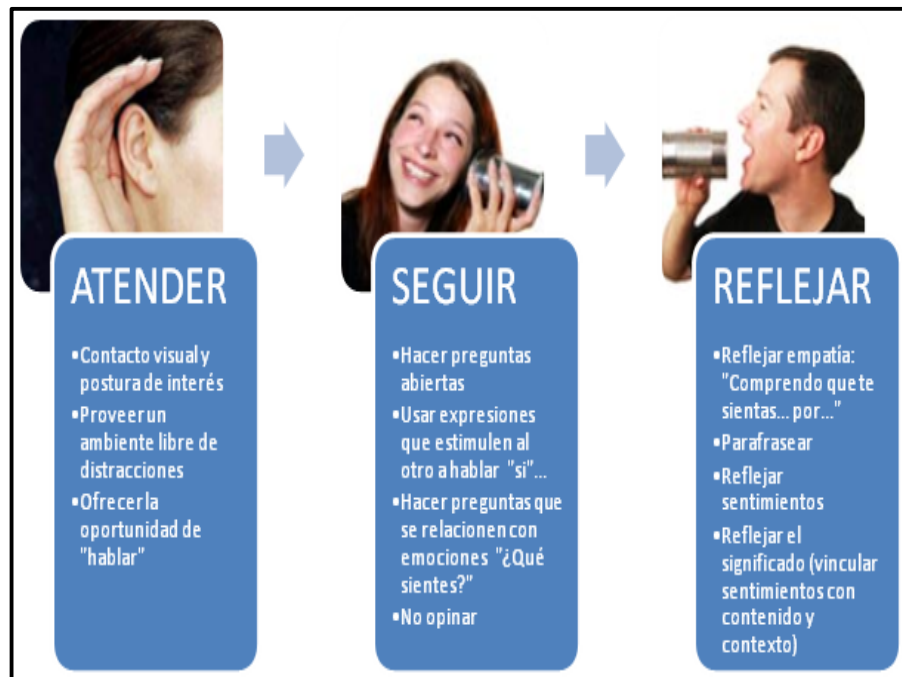
El saber escuchar es más que entender un mensaje que están enviando, es algo muy completo en el campo de la comunicación no verbal o corporal, y que un investigador debe de saber interpretar con mucha facilidad. Este tipo de comunicación da información más confiable que la verbal por cuanto implica entender el mensaje, estar físicamente conectado al tema, es decir, con la mirada, gestos. Teresa Baró, experta española en comunicación personal, dice: "Los pies nunca mienten, ellos dicen más que las manos, porque con las manos y la cara hemos aprendido a disimular". [www.protocolo.org](http://www.protocolo.org)

Existen dos factores a tomar en cuenta que son: uno) la estabilidad de los pies, y dos) la dirección. Los pies firmes y paralelos indican que la persona esta relajada, segura de lo que dice, que se puede confiar en lo que responde, que está en un lugar cómodo, y otros. Mientras que, si se eleva un pie y se los tiene en diferentes direcciones o cruzados, indican inestabilidad, que se oculta algo, no quiere estar

en ese lugar, inseguridad, y otros. Esto le sirve al investigador para saber si aceptar o no las respuestas de lo que se esté consultando, por lo tanto, aplicar este tipo de taller en clase le permite al estudiante ser más selectivo con los datos que recoge y tomar mejores decisiones al tener que escoger que hacer con ellos, ya sea desecharlos o procesarlos.

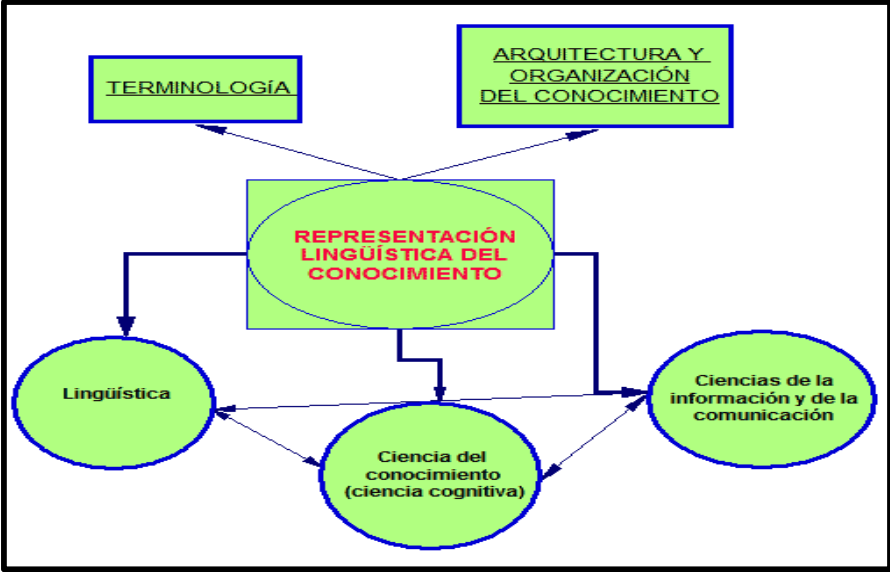






## **Estrategias verbales lingüísticas**

Este tipo de ejercicios según Gardner, permitirá al estudiante desarrollar la inteligencia verbal lingüística conocida también como la inteligencia de las palabras que van de la mano con la inteligencia lógica matemáticas, y le da al estudiante la capacidad de utilizar las palabras de manera correcta y desarrolla la conexión entre la lengua y la literatura, también desarrolla el poder de convencimiento, hablan con fluidez y respetan las reglas gramaticales, comprenden analizan y sintetizan lo leído, desarrollan el vocabulario incrementar términos gramaticales. Como talleres lingüísticos pueden ser el uso de sinónimos y antónimos, lecciones líricas, escribir letras musicales, crear cuentos, juegos de palabras, crear rimas, trabalenguas, comunicarse con los demás solo verbalmente sin la expresión corporal, escribe juego de palabras y luego tratar de decirlas con gestos. Esto no solo hará del estudiante un ser inteligente sino multi inteligente.





## **Resultados**

El desarrollo del estudio permitió que se encuentre respuesta a la pregunta de investigación planteada y reconocer a todos los involucrados y así poder direccionar acciones y estrategias que responden a la problemática en estudio, donde el estudiante universitario pasa a ser el actor principal y el docente con su metodología constructivista la fuente transformadora de ese estudiante investigador en excelencia, y la real influencia de la comunicación interpersonal en el diseño adecuado de herramientas para los estudios de mercados y el efecto en los resultados alcanzados en el trabajo de campo para la recolección de datos aplicando instrumentos adecuados para cada tipo de investigación.

Se debería reconsiderar en la estructura de los syllabus que se aplican en los estudiantes del segundo semestre en la asignatura Metodología de la investigación, darle mayor atención al diseño de las herramientas para la investigación de campo como cuestionario de preguntas

para encuesta o al diseño del guion de preguntas para una entrevista, lo que en la actualidad en el proceso de enseñanza se le da poca importancia o se deja para segundo plano, y designándole más tiempo de estudio en el cálculos muestrales, considerando que las dos actividades son de suma importancia en el proceso investigativo.

Aplicación de talleres dinámicos con el uso de la lingüística para que ayuden al estudiante a enriquecer su acervo cultural, lo que le facilitara a presentar los resultados de la investigación en forma claras y fácilmente de ser interpretados.

Utilizar nuevas metodologías didácticas audiovisuales, que ayuden a los estudiantes a ser más creativo en el diseño de herramientas de investigación para cuando se traten de casos reales pueda crear las herramientas justas para los datos que el estudio demanda que se recolecte.

Realizar talleres que desarrollen las actividades metalingüísticas para un mejor uso de la gramática.





## **Bibliografía**

AUSUBEL, D; NOVAK, J; HANESIAN, H. (1983) Psicología Educativa México: Trillas.

Bernal, Cesar. (2010, p.111). Metodología de la Investigación Científica, Predice Hall

BROC CAVERO, Miguel Ángel. Voluntad para estudiar, regulación del esfuerzo, gestión eficaz del tiempo y rendimiento académico en alumnos universitarios. Revista de Investigación Educativa, [S.l.], v. 29, n. 1, p. 171-185, ene. 2011. ISSN 1989-9106.

DÍAZ BARRIGA, F. y HERNÁNDEZ ROJAS, G. (2002) Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista (2da. Edición) México, Editorial Mc Graw Hill.

Garza, Levantar, (2009, p14), Aprender como aprender.

GOODMAN, K. (1996) La lectura y los textos escritos: una perspectiva transaccional sociopsicolinguística. En textos

en Contextos (2) Los procesos de la lectura y la escritura.  
Argentina: asociación Internacional de lectura

Mon, Esteve, (2011). El espacio Europeo de Educación Superior ¿Hacia dónde va la Universidad Europea?, Vol. 9 No. 3

Torres, R. D., Villegas, A. B., & Rodríguez, L. E. G. (2016, January). CRISIS DE LECTOESCRITURA EN EL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO/CRISIS OF UNIVERSITY STUDENT LITERACY. In *Global Conference on Business & Finance Proceedings* (Vol. 11, No. 1, p. 726). Institute for Business & Finance Research.

VIGOTSKY, L. S. (1979) El desarrollo de los procesos psicológicos superiores. Buenos Aires. Editorial Grijalbo.

#### DAVID ELIAS VILLAMAR CEDEÑO

Licenciado en Publicidad y Mercadotecnia. Master en Docencia Universitaria e Investigación Educativa

Docente Universidad de Guayaquil. Tutor en Gestión Social del Conocimiento. (Vinculación con la sociedad). Ex - Coordinador de Estudios de Mercados en el Centro de Estudios y Datos "CEDATOS". Tutor de tesis de Titulación. Docente de Nivelación SENESCYT. Capacitador de Emprendedores del Ministerio de Trabajo

#### ANA ISABEL CÓRDOVA TORRES

Ingeniera en Diseño Gráfico. Magister en Sistemas Integrados de Gestión

Docente Universidad de Guayaquil. Mediadora Profesional. Gestora de Mediación de Conflictos Facultad de Comunicación Social. Integrante GAR (Grupo de Alto Rendimiento Académico Universidad de Guayaquil). Premio FILANTRÓPICA. Investigadora y Ponente en Congresos Internacionales

#### VILMA MARIANA VERA FIGUEROA

Licenciada en Comunicación Social. Licenciada en Ciencias de la Educación mención Inglés

Diplomado en Diseño Curricular. Master en Diseño Curricular. Docente-Gestor de Prácticas Pre-Profesionales de la Universidad de Guayaquil. Becaria del Programa "GO TEACHER", Universidad de Kansas. Coordinadora de Área de Idioma Extranjero (Inglés). Docente de Inglés y Lingüística Inglesa de la Universidad de Guayaquil

#### EVELYN MARISELA MALAVÉ TIRSIO

Licenciada en Educación Básica. Diplomado en Diseño Curricular por competencias

Máster en Diseño Curricular. Docente-Gestor de Práctica Pre-Profesionales de la Universidad de Guayaquil. Gestora de Gestión Social del Conocimiento. Tutor y Opositor de Proyectos de la Universidad de Guayaquil. Facilitadora de Programa SIPROFE del Ministerio de Educación. Premio ACCÉSIT AL CONTENTA de la Universidad de Guayaquil